

Rassegna del 26/04/2018

Repubblica	27	Contro Amazon si può fare rete	De Nicola Alessandro	1
Sole 24 Ore	11	Plagio e concorrenza sleale Pmi contro i colossi del web	Cavestri Laura	2
Italia Oggi	34	Tajani: dai giganti del web celato imponibile per 600 mld	...	4
Corriere della Sera	32	Web tax italiana a rischio, non c'è il decreto	Del Barba Massimiliano	5
Corriere della Sera	39	Sussurri & Grida - Bezos vende azioni Amazon per portare i turisti nello spazio	m.sab.	6
Giornale	15	Amazon consegna i pacchi direttamente in auto	Mauzio Anna	7
Corriere della Sera	25	Il limite di età per WhatsApp (visto dai ragazzi) - Riuscirà WhatsApp a escludere i ragazzini	Pennisi Martina	8
Repubblica	19	WhatsApp vietato agli under 16 ecco perché sarà difficile applicare le nuove norme Ue - Under 16 via da WhatsApp la stretta (quasi inutile) dell'Ue sui social network	Cosimi Simone	10
Sole 24 Ore	21	Whatsapp innalza a 16 anni l'età minima per l'utilizzo nella Ue	Bronzo Enrico	12
Italia Oggi	17	L'Ue spinge sull' intelligenza artificiale anche per disinnesare le fake news	...	13
Secolo XIX	8	Offensiva call center: diluvio di chiamate per anticipare il giro di vite europeo - Call center, la tempesta perfetta per anticipare la stretta europea	Menduni Marco	14
Corriere della Sera	25	Chiuso il sito che vende virus per gli attacchi degli hacker	Berberi Leonard	16
Italia Oggi	16	Purina lancia il suo e-commerce	Venini Greguoli Irene	17
Mf	10	Una boutique dedicata al fintech per i coniugi Nicastro - Nicastro crea la boutique fintech	Gualtieri Luca	19
Foglio Inserto	2	Benvenuti all'hub di Bovisa, dove si inventa l'Industria 4.0	Bonecchi Daniele	20
Corriere della Sera	33	Sospetta corruzione, Bolloré indagato Da Vivendi a Havas, la gestione ai figli	Montefiori Stefano	22
Corriere della Sera	33	Il commento - La svolta nelle partite su Tim e Mediaset Ora tocca a Genish salvare gli interessi dei francesi in Italia	De Rosa Federico	23
Giornale	16	Tutte le «spine» di Telecom: Dalla rete alla governance	Camera Maddalena	24
Foglio	3	Editoriali - Gli odiosi applausi per i guai di Bolloré	...	25
Repubblica	22	Sui cavi di Retelit si gioca la nuova partita tra fondi e soci italiani	Bennewitz Sara	26

CONTRO AMAZON SI PUÒ FARE RETE

Alessandro De Nicola

**Le vendite online crescono, quelle di negozi e supermercati calano
Le politiche pubbliche dovrebbero incoraggiare misure per rendere più efficiente il piccolo dettaglio**

Pochi lettori conoscono Otto. Per ora, in effetti, l'Amazon tedesco non è sbarcato in Italia, ma potrebbe non mancare molto. Infatti, Otto è una piattaforma di vendite online che non solo fattura 7 miliardi di euro l'anno e in poco tempo è cresciuta fino a 50.000 dipendenti, ma si serve di software di intelligenza artificiale che, prevedendo i comportamenti di acquisto dei suoi clienti, ha migliorato in modo spettacolare la gestione del magazzino e delle consegne, consentendogli di tagliare costi e rendere più soddisfatti gli acquirenti.

Come era prevedibile, oltre alla già fortissima Alibaba dalla Cina, qualcuno anche in Europa ha pensato di imitare (introducendo pure miglioramenti) il modello di Jeff Bezos. L'economia di mercato ha dimostrato di essere nel corso dei secoli una formidabile macchina dell'innovazione che purtroppo è ancora scarsamente compresa dai nostri politici. La scorsa settimana, ha fatto notizia la visita in contemporanea di Matteo Salvini e Susanna Camusso, l'uno a un ipermercato di Catania e l'altra a uno di Napoli, minacciati dalla chiusura a causa delle scarse vendite. La parola d'ordine, come in molti altri casi, è stata di bloccare tutto, ma le soluzioni al problema sono rimaste fumose.

Andiamo con ordine. Il commercio al dettaglio sta attraversando un momento di trasformazione. Mentre crescono a ritmo sostenuto le vendite via Internet, calano quelle di piccoli negozi e supermercati e stagnano per i megastore. Naturalmente la situazione non è catastrofica, in quanto il declino è molto graduale. Negli Stati Uniti solo nel 2017 si è registrata una piccola flessione dopo 4 anni di aumenti delle vendite e, nonostante si siano persi circa 70.000 posti di lavoro, gli occupati del settore rimangono quasi 16 milioni. Il fenomeno si ripete, con qualche variazione, anche in Paesi come il Regno Unito e l'Italia, dove pure il commercio online rappresenta poco più del 5% del totale delle vendite.

Di fronte a un simile fenomeno, si potrebbe semplicemente constatare che i consumatori hanno trovato un modo di comprare più comodamente e a buon mercato i beni da essi desiderati e che gli studiosi più auto-

revoli prevedono per il futuro un'offerta differenziata che non eliminerà nessuno dei canali di approvvigionamento di merci oggi esistenti.

Tuttavia si sbaglierebbe a dimenticare che la distruzione creatrice del capitalismo realizza non solo nuovi e migliori prodotti e servizi, ma altresì opportunità di occupazione. Un economista americano che ha studiato la questione, Michael Mandel, dottorato ad Harvard, ex capo economista di *Business Week*, ricercatore all'Università della Pennsylvania, ha calcolato che in 10 anni l'e-commerce ha creato negli Stati Uniti 397.000 posti di lavoro a fronte di una diminuzione di 72.000 nei settori tradizionali. Senza contare che i salari medi del commercio virtuale sono del 30% superiori a quelli della distribuzione fisica.

Naturalmente non tutti sono convinti dei calcoli di Mandel, ma in Italia il legame tra l'aumento dell'occupazione nella logistica o nel settore delle consegne potrebbe essere soggetto a uno studio più approfondito per capire bene i flussi di impiego. Comunque, i grandi magazzini non rimangono a guardare e alcuni di loro, il colosso Walmart in testa, stanno sperimentando efficaci esperimenti di vendita multicanale (e in Italia, più in piccolo, Unieuro). Un grande problema del commercio al dettaglio è sempre stato l'individualismo dei singoli negozianti che non ha mai permesso il sorgere di consorzi di acquisto per migliorare significativamente i prezzi pagati ai grossisti o ai produttori delle merci. Oggi, grazie alle reti informatiche, centinaia di esercizi possono collegarsi e condividere piattaforme di acquisto o coordinare le consegne in modo efficiente (come già fanno i ristoranti delle grandi città servendosi di Foodora).

Le politiche pubbliche dovrebbero incoraggiare la formazione per rendere più efficiente il piccolo dettaglio o, come in Gran Bretagna, ridurre la tassazione sugli immobili commerciali situati nei centri cittadini. I partiti e i sindacati, peraltro, non dovrebbero piangere lacrime di cocodrillo per i lavoratori dei centri commerciali quando si oppongono alla liberalizzazione degli orari di apertura che consente loro di lavorare di più. Né si dovrebbe contrastare la messa a gara delle licenze per gli ambulanti, impedendo a chi dà più valore alla licenza di aggiudicarsela e infine è deleterio cercare di iper-regolamentare il settore delle consegne a domicilio creando costi aggiuntivi. Farsi vedere ai cancelli di stabilimenti o supermercati in crisi, insomma, è relativamente semplice, governare il cambiamento molto meno.

adenicola@adamsmith.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Alessandro De Nicola è presidente della Adam Smith Society avvocato e docente all'Università Bocconi. Il suo ultimo libro è "Il diritto dei controlli societari" (Giappichelli, 2018).
Sito: www.adamsmith.it



Mercato digitale. I casi delle startup italiane che hanno sfidato Facebook e Google

Plagio e concorrenza sleale Pmi contro i colossi del web

Tempi lunghi della giustizia: Assintel propone un gran giurì

FENOMENO SOMMERSO

Molti casi non arrivano nelle aule dei tribunali chiudendosi con cessioni di licenza o addirittura con l'acquisizione della startup

Laura Cavestri

■ Dagli occhiali troppo simili ai Google glass alla app "cerca-ristoranti" copiata. Abuso di posizione dominante, concorrenza sleale. Start up contro colossi della Silicon Valley. Cresce in Italia il fenomeno del piccolo Davide che comincia a ribellarsi al gigante Golia. Ovvero i contenziosi sollevati da piccole imprese digital contro i "giganti" dei social.

Molti casi non arrivano neppure nelle Aule. Terminano con un primo scambio di diffide e una transazione con cessione di licenza. Altre volte il capitolo si chiude con l'acquisizione della start up da parte del colosso hi-tech. C'è dunque un sommerso di potenziale contenzioso disinnescato a suon di dollari. In Italia, sinora, i tribunali stanno dando ragione ai giovani startupper. Ma comunque, per chi decide di percorrere le aule dei tribunali, la tutela non è sempre chiara e i tempi sono incerti.

I casi

L'ultimo in ordine cronologico è la vittoria in Appello, a Milano, appena una settimana fa, di Business Competence contro Facebook. I giudici hanno bloccato ogni ulteriore utilizzo in Italia dell'app targata Facebook, "Nearby", per concorrenza sleale e violazione del diritto d'autore sulla banca dati dell'applicazione "Fararound" creata invece dalla piccola software company milanese. La tesi di fondo di Facebook, secondo cui Nearby era già in fase di progettazione da tempo, per la Corte non ha tro-

vato riscontro: «Le appellanti - si legge nella sentenza - non hanno prodotto né un business plan, né stati di avanzamento». Dunque, «può dirsi provata la derivazione dell'algoritmo dell'applicazione Nearby da quella di Fararound, e conseguentemente sia la violazione del diritto d'autore sia la commissione di atti di concorrenza sleale».

«La complessità di queste cause - ha spiegato Giovanni Casucci, partner dello Studio legale Dentons - risiede nel fatto che una app non è di per sé brevettabile. Il diritto d'autore si limita al linguaggio di programmazione. Dunque o si riesce a dimostrare che è stato copiato l'algoritmo, il linguaggio di programmazione, oppure si deve dimostrare che la app "copiata" è troppo simile alla presunta originale. Spesso per i grandi colossi è facile studiare quelle minime variazioni che consentono loro di mettersi al riparo da un ricorso. Infine, i tempi lunghi della giustizia possono essere letali per start-up che dalla tutela di un'idea traggono ragione di esistere e fatturato».

Ha vinto il primo round - ma nel 2016 - anche Attrakt, motore di ricerca italiano che permetteva alle persone di creare dei propri pacchetti di siti, in base ai propri hobby o interessi. Con un accordo con Google la pubblicità veniva gestita con AdSense (la piattaforma per le inserzioni) e la visibilità su AdWords. Una collaborazione che viene bruscamente interrotta da Google nel 2013: bloccata, senza apparente spiegazione, l'accesso di Attrakt alla principale concessionaria pubblicitaria, il fatturato tracolla. Per il tribunale di Milano, la decisione di mettere fine alla collaborazione, anche se prevista dal contratto, non è legittima. Perché dettan-

do regole e condizioni, non fornendo spiegazioni quando richieste, oltre all'assenza di un mancato preavviso di recesso, Google è stata condannata per concorrenza sleale e abuso del diritto nell'inadempimento contrattuale.

Infine, c'è la curiosa disputa, di nuovo, tra Google e la startup modenese Glass Up, specializzata nella progettazione di strumenti ottici. Che nel 2012 ha deciso di depositare all'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (Uibm) domanda di registrazione del marchio denominativo "GlassUp", per contraddistinguere apparecchi tecnologici, strumenti ottici, nonché giocattoli e articoli vari per lo sport. Google, però, si è opposta, chiedendo all'Uibm di respingere la domanda, perché "GlassUp" sarebbe stato lesivo e confondibile con i propri marchi comunitari "Google Glass" e "Glass". Argomentazioni rigettate. Dopo 5 anni - come aveva raccontato il fondatore Francesco Giartosio, a luglio scorso, a Il Sole 24Ore - «l'Uibm ci ha dato ragione. Credo che ora presenteremo la stessa tesi anche in chiave europea».

L'iniziativa di Assintel

Per questo, per abbreviare i tempi della giustizia e fornire una moral suasion chiara dei comportamenti che possono configurare contenziosi, «Come Assintel (l'associazione delle imprese dell'Ict) - ha spiegato Stefano Baroncini - stiamo predisponendo un codice etico e uno di autodisciplina, che dia vita anche a un "gran giurì", che si attivi su istanza delle parti per superare i tempi dei tribunali ordinari». Lo ha fatto anni fa la "galassia" pubblicitaria. Lì le best practice hanno funzionato. «Entro il 2018, contiamo che codici e gran giurì possano essere attivi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

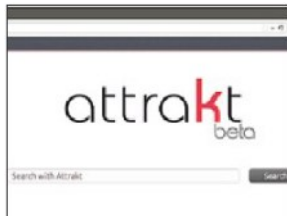


I CONTENZIOSI



Fararound vs Nearby

I giudici stabiliscono che l'app Nearby utilizzata da Facebook per la localizzazione degli amici è stata copiata da Fararound, una applicazione messa a punto dalla startup italiana Business Competence



Attrakt vs Google

Google interrompe un contratto con il motore di ricerca italiano Attrakt. I giudici hanno condannato Google per concorrenza sleale e inadempimento contrattuale



Glass Up vs Google

La vicenda contrappone su una questione di marchi la startup modenese Glass Up, specializzata nella progettazione di strumenti ottici e Google (Google glass e Glass)

Tajani: dai giganti del web celato imponibile per 600 mld

«La base imponibile nascosta» dai giganti del web, con la compiacenza di alcuni stati membri dell'Unione, che «offrono loro condizioni irrisorie, palesemente inique, per attirarli sul proprio territorio» è di «almeno 600 miliardi di euro l'anno, con una perdita di entrate per i paesi Ue superiore ai 100 miliardi di euro»: a stimare il minor gettito complessivo nelle casse dei paesi dell'Unione è stato il presidente del Parlamento europeo, **Antonio Tajani**, intervenendo ieri alla Conferenza europea di alto livello sulla digital economy; assise a cui erano presenti anche esponenti della commissione Ue e i sottosegretari e viceministri degli stati membri, con delega all'innovazione digitale.

L'appuntamento ha assunto contorni rilevanti, anche a seguito dello scandalo **Cambridge Analytica** sull'utilizzo illecito di dati personali raccolti da **Facebook**, al fine di influenzare risultati elettorali.

All'orizzonte, l'entrata in vigore, il 25 maggio prossimo, del regolamento europeo sulla protezione dei dati personali (Gdpr, si veda da ultimo *ItaliaOggi* del 12/2/2018), che garantisce, tra l'altro, il diritto all'oblio, a essere protetti dall'invio selvaggio di mail pubblicitarie e a sapere quando i dati personali sono stati violati e come vengono utilizzati.

Intanto, proprio ieri, **Facebook** ha elevato da 13 a 16 anni l'età minima per accedere ai servizi dell'applicazione di

messaggistica istantanea **WhatsApp**, di cui è proprietaria, anticipando praticamente di un mese quanto già previsto dal nuovo regolamento, che entrerà in vigore a fine maggio.

LA STRATEGIA EUROPEA PER IL WEB. Come detto, nel suo intervento Tajani ha posto l'accento sulla tassazione: l'imposizione di una web tax comunitaria (da ultimo si veda *ItaliaOggi* del 30/3/2018), con aliquote differenziate e decise da ciascuno stato membro dell'Unione, costituisce uno dei tre pilastri della strategia europea per le piattaforme digitali.

Un secondo pilastro è quello della già accennata protezione della privacy, mentre il terzo consiste in una nuova strategia industriale per lo sviluppo di piattaforme web made in Europe; più vicine, cioè, agli interessi dell'Unione europea.

MA, TORNANDO ALLA FISCALITÀ SUL WEB, Tajani ha ribadito ieri che «secondo Commissione ed Europarlamento, le piattaforme vanno tassate dove creano valore; ossia dove raccolgono pubblicità, vendono dati, hanno visualizzazioni e contatti, o effettuano transazioni». Quindi, ha lanciato il suo atto d'accusa: «Le piattaforme online non possono sostituirsi allo Stato, imponendo gabelle e diritti di passaggio,

senza a loro volta pagare alcuna imposta». E ancora: «I nostri cittadini oggi assistono a un vero e proprio dumping, che impoverisce tutti e costringe chi perde gettito a tassazioni oppressive su imprese e lavoro». Infine, come già detto, il presidente dell'Europarlamento ha puntato l'indice: «Alcuni Stati, che beneficiano del mercato interno, offrono condizioni irrisorie, palesemente inique, a multinazionali e giganti del web per attirarli sul proprio territorio, ma di fatto danneggiano tutta l'Unione. Da una parte, drenano i profitti effettuati da queste imprese nell'intero territorio europeo. Dall'altro, costringono gli altri Stati a compensare i mancati

proventi con più tasse, o tagli ai servizi sociali».

Concorrenza sleale, insomma, con ripercussioni pesanti sui bilanci nazionali. E una conclusione, che abbraccia a 360 gradi tutte le attività dei colossi on line: «I giganti del web», ha avvertito Tajani, «devono essere soggetti alle stesse regole su protezione dei lavoratori, privacy, consumatori, trasparenza, tassazione o proprietà intellettuale previste per le altre imprese. Per garantire una concorrenza leale con gli operatori tradizionali».

—© Riproduzione riservata—



Antonio Tajani



Web tax italiana a rischio, non c'è il decreto

Tajani: una disciplina forte per regolare i rapporti con i grandi della Rete

DAL NOSTRO INVIATO

BRUXELLES Malgrado sia praticamente scaduto il tempo per rendere attuativo il decreto sulla web tax italiana, inserita nella scorsa legge di bilancio come imposta del 3% sul fatturato (c'è tempo fino a lunedì, ma il Mef sembra voler aspettare a questo punto un nuovo esecutivo), da Bruxelles è arrivato ieri il richiamo del presidente dell'Europarlamento, Antonio Tajani, che ha incluso il progetto per una tassazione europea sulle piattaforme sviluppate dai giganti del web nella nuova strategia Ue sul digitale a fianco di un investimento di 20 miliardi di euro sull'Intelligenza artificiale da qui al 2020 e all'impegno di inserire nel prossimo bilancio europeo un capitolo dedicato alla digitalizzazione dell'economia - leggi quantum computing, robotica, e-commerce, nuove piattaforme editoriali - per rispondere all'assalto commerciale dei trust statunitensi e cinesi. Sul tavolo il ruolo stesso di un Continente alla ricerca di una via «alternativa, possibile ed etica» alla trasformazione economico-sociale impressa dagli ultra-unicorni della Silicon Valley come Google e Facebook e dai colossi cinesi come Tencent e Alibaba. Lo spartiacque fra un prima attendista e un dopo ancora da costruire con una regolamentazione «chiara e solida» che «non consegna i nostri concittadini allo stato di natura» dell'ultraliberismo è, ovviamente, la vicenda Cambridge Analytica. «Tre anni fa - ha proseguito - la direttiva Gdpr sulla protezione dei dati veniva vista con scetticismo, oggi è il benchmark globale». Per Tajani, insomma, serve «una disciplina sufficientemente forte da normare i rapporti fra i giganti delle piattaforme web (Amazon, in primis, ndr) e le imprese che creano lavoro sui territori». Sfida non facile, dato che un atteggiamento eccessivamente regolatorio rischia di allontanare dall'Europa investitori e occasioni di business.

Massimiliano Del Barba

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Presidente

Antonio Tajani,
64 anni,
è presidente
del Parlamento
europeo
dal 17 gennaio 2017.
Dal 2008 al 2014
è stato Commissario
europeo



Sussurri & Grida

Bezos vende azioni Amazon per portare i turisti nello spazio

(m.sab.) Jeff Bezos (nella foto), fondatore di Amazon e uomo più ricco del mondo nelle classifiche di Forbes con un patrimonio personale stimato di oltre 100 miliardi di dollari, venderà azioni Amazon per un miliardo di dollari l'anno per finanziare il progetto Blue Rocket. La società aerospaziale conta di fare i primi test per portare turisti nello spazio già alla fine del 2018 o all'inizio del prossimo anno. Jeff Bezos è intervenuto a Berlino dove ha ricevuto il premio Axel Springer per la sua attività nel settore dei media. Nel suo discorso da editore (Bezos detiene a titolo personale la proprietà del Washington Post) ha sottolineato l'importanza da parte della stampa libera di mettere sotto i riflettori i comportamenti delle grandi aziende, aggiungendo di non avere alcun problema se il giornale di sua proprietà realizza articoli critici su Amazon. «Non mi immischierei mai nelle scelte editoriali, mi sentirei umiliato fino ad arrossire se dovessi interferire. Voglio che il giornale sia indipendente», ha concluso.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LA NOVITÀ DELLA COMPAGNIA DI BEZOS

Amazon consegna i pacchi direttamente in auto

Dopo il servizio «dentro casa» ecco quello «nel bagagliaio». I fattorini? Super controllati

Anna Muzio

■ Dareste le chiavi della vostra macchina a uno sconosciuto? E la proposta (indecente?) di Amazon che martedì ha lanciato un nuovo servizio: *In-Car Delivery*. In sostanza consente di consegnare l'agognato pacco ordinato online direttamente nel bagagliaio dell'auto, parcheggiata in «luogo di pubblico accesso», fuori da casa o dal lavoro. La chiave usata per aprire è naturalmente virtuale: un codice usa e getta, utilizzabile per ora solo con modelli recenti (dal 2015 in poi) e «connessi» Chevrolet, Buick, GMC, Cadillac e Volvo. Per attivare il servizio, gratuito per utenti *Prime*, la consegna veloce che ha raggiunto 100 milioni di abbonati in tutto il mondo, basta scaricare l'apposita app, *Amazon Key*, e collegare il proprio conto con quello della propria auto connessa, includendo una descrizione del veicolo, in modo che il corriere sia in grado di individuarla. La consegna avviene in una finestra di quattro ore ed è attiva per il momento in 37 città degli Stati Uniti.

Mossa audace, ma non così tanto dato che già da qualche mese i controllatissimi fattorini della compagnia di Jeff Bezos possono addirittura entrare in casa dei clienti che glielo consentono, tramite un codice che apre le porte (e una serie di telecamere che li filmano). In questo caso il servi-

zio però non è a costo zero, perché è necessario installare una serie di dispositivi tra cui la serratura di casa, che deve essere naturalmente *smart*.

Ma come fa Amazon ad assicurare la sicurezza, e ottenere dal cliente l'accesso ai suoi luoghi più sacri e privati, la casa e l'automobile? È chiaro che, come ha dimostrato la querelle sui braccialetti, i dipendenti sono seguiti passo passo. E, come spiega l'azienda in una nota, «ogni volta che un fattorino richiede l'accesso all'automobile del cliente verificiamo che sia nel posto giusto con il pacco giusto tramite un processo di autenticazione criptato. Il cliente riceve un messaggio quando l'auto viene aperta e chiusa e il pacco consegnato». Infine, la garanzia di Amazon (simpaticamente chiamata *Happiness*, felicità) copre eventuali problemi.

Funzionerà? Di certo, la fiducia che per ora accordiamo ad Amazon potrebbe non essere eterna, come dimostra la caduta di Facebook travolta dal caso Cambridge Analytica, che ha aperto il vaso di Pandora sulla questione del trattamento dei dati. Comunque questa è l'ennesima prova di come Bezos stia perseguendo fino in fondo la sua strategia di consegnare qualsiasi cosa, ovunque, a chiunque abbia una carte di credito solvibile. Con tutti i mezzi, dai droni alle biciclette. E con in mano le chiavi del nostro futuro.



CODICE SPECIALE Ai fattorini viene dato un algoritmo che apre le serrature



VIETATO AGLI UNDER 16

Il limite di età per WhatsApp (visto dai ragazzi)

di **Martina Pennisi**

WhatsApp vietato a chi ha meno di 16 anni e vive in Europa. Ma le novità annunciate dalle piattaforme non contengono reali stravolgimenti del rapporto con i minori, che potrebbero eludere il divieto come per gli altri social. a pagina 25

Riuscirà WhatsApp a escludere i ragazzini

chiunque
domanda
una for-
mazione:
al Cor-
riere della
Sera è
spiegato

**Stop agli «under 16» che vivono in Europa:
ma molti piccoli utenti già mentono sull'età
Vaghe le indicazioni sul consenso dei genitori**

Il regolamento

L'app si adegua alle norme Ue sulla privacy. L'Italia potrà portare il limite a 13 anni

di **Martina Pennisi**

Cari bambini e genitori, benvenuti nell'Europa della tutela dei dati personali online. Cosa cambia? Praticamente niente. Se in questi anni i piccoli utenti hanno mentito sull'età per iscriversi a Facebook e per usare WhatsApp o per navigare su YouTube probabilmente continueranno a farlo.

Le novità annunciate dalle piattaforme nelle ultime settimane non contengono reali stravolgimenti del rapporto con i minori, ma un adeguamento

più che altro formale al Regolamento europeo per la privacy che entrerà in vigore il prossimo 25 maggio.

La norma fissa l'età in cui un giovane utente si può emancipare e può iniziare a scorrere da solo su Internet: 16 anni. I singoli Paesi potranno poi portarla a 13 (l'Italia non ha ancora deciso). Prima del raggiungimento della maggiore età 2.0, i genitori sono chiamati a dare il consenso al trattamento dei dati dei figli. Quindi, di fatto, devono dirsi in qualche modo d'accordo alla creazione di un profilo, all'interazione con gli altri e al tracciamento ai fini della raccolta pubblicitaria, su cui si basa l'intera economia della Rete, dei loro pargoli. WhatsApp ha preso apparentemente alla lettera la richiesta: in Europa, prima dei 16 anni, o dell'età indicata da

singoli Paesi, l'app non si potrà usare. Così recitano i nuovi termini di servizio. Peccato che, quando si scarica e si inizia a utilizzare l'applicazione di messaggistica non si deve in alcun modo comunicare la propria data di nascita. Il ragazzino o la ragazzina deve limitarsi ad avere una Sim telefonica (che in Italia è legata a un'identità certificata) per poter iniziare a comunicare con lo smartphone e, nel caso in cui usi il servizio dallo schermo del computer, a seminare



tracce in Rete.

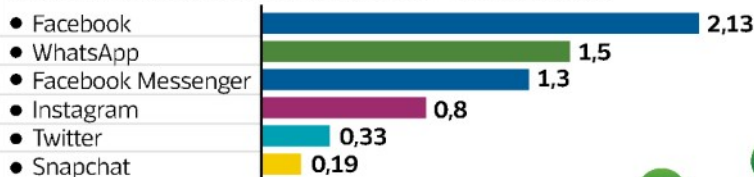
Così è stato fino a oggi, anche ignorando l'attuale limite dei 13 anni, che rimarrà inalterato nel resto del mondo: secondo i dati Telefono Azurro/Doxa del 2017, il 73% degli under 13 comunica abitualmente su WhatsApp. Stesso discorso per Facebook, cui l'app di messaggistica verde fa capo: il 44% dei giovanissimi mente sull'età per poter creare un profilo. Adesso, chi ha fra i 13 e i 15 anni sarà formalmente obbligato a esibire il consenso dei genitori per (continuare a) condividere sul social network da più di due miliardi di utenti informazioni sensibili, come preferenze sessuali o opinioni politiche, e ricevere messaggi pubblicitari personalizzati. Come? Indicando un contatto sul social o un indirizzo email. Che potrebbero appartenere a chiunque. Anche WhatsApp domanda l'ok dei genitori, con una formula non troppo chiara: al *Corriere*, la società ha spiegato che «servirà a elaborare determinati tipi di dati dei 13-15enni». L'avvocato esperto di digitale Fulvio Sarzana sottolinea che la richiesta si potrebbe anche interpretare come «consenso per stipula di un contratto, che in Italia si può siglare a 18 anni». Ci si chiede, più che altro, ancora una volta come possa essere registrato.

E soprattutto, cosa sarà di chi ha sempre mentito sull'età? La risposta arriva dagli Stati Uniti, dove il limite dei 13 anni è già stabilito da una legge, il Children's Online Privacy Protection Act. E dove i ragazzini popolano indisturbati le piattaforme, venendo profilati come adulti, come è stato contestato a YouTube — che ai più piccoli offre (anche) l'area Kids — a inizio aprile. C'è, quindi, una zona grigia che sta per varcare l'Oceano, senza dimenticare come la presenza e le abitudini dei giovanissimi siano indispensabili per chi vive della partecipazione attiva degli utenti. E che i più titolati per spiegare regole, pericoli e opportunità restano i genitori.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il confronto

Gli utenti attivi mensili nel mondo (2017 – dati in miliardi)

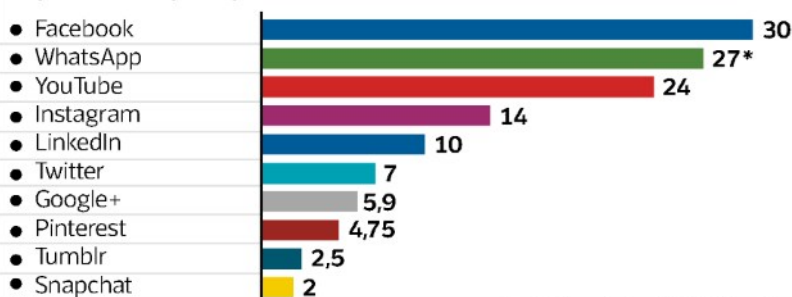


L'evoluzione di WhatsApp

(utenti attivi al mese – dati in miliardi)



Le piattaforme principali in Italia (2017 – in milioni)



* stima

Fonti: bilanci aziendali, Statista, vincos.it



Facebook

Ci si iscrive dai 13 anni di età. Serve l'ok dei genitori fino ai 15 per i dati sensibili e la profilazione a fini pubblicitari



WhatsApp

Ci si iscrive se almeno 16enni: tra i 13 e i 15 serve il consenso dei genitori per il trattamento di determinati dati



Twitter

È ammesso chi ha un'età tra i 13 e i 16 anni. Ma a incidere molto è la decisione dei singoli Paesi

Web e privacy

WhatsApp vietato agli under 16 ecco perché sarà difficile applicare le nuove norme Ue

SIMONE COSIMI, pagina 19

Web e privacy Dal 25 maggio il nuovo regolamento

Under 16 via da WhatsApp la stretta (quasi inutile) dell'Ue sui social network

Per poter usare ancora la app servirà un provvedimento ad hoc di ogni Stato o l'autorizzazione dei genitori. Ma difficilmente cambierà qualcosa: non è chiaro come sarà controllata l'età

SIMONE COSIMI

Alla fine la bomba dei minori sui social network e sulle chat è esplosa. L'ha innescata il nuovo regolamento europeo per la protezione dei dati personali. Dal 25 maggio anche l'Ue batterà finalmente un colpo sul campo minato dei bambini persi nella rete: chiunque fornisca un servizio online sarà obbligato ad alzare l'asticella della sua offerta agli utenti che abbiano almeno 16 anni. L'ultima ad adeguare le regole è stata WhatsApp, la chat più popolare del mondo, preceduta nei giorni scorsi da Facebook e in misura più generica da Twitter. Ma nelle prossime settimane tutte le piattaforme dovranno allinearsi alle prescrizioni del cosiddetto Gdpr ("General data protection regulation"), dall'americana Snapchat alla cinese Musically. Sexting, cyberbullismo, odio e pornografia fanno di WhatsApp e

delle altre app – ormai programmi ibridi che mescolano decine di funzionalità – il canale preferenziale di diffusione. E pur volendo evitare allarmismi, l'ultimo rapporto "Eu Kids Online" spiega che nell'ultimo anno un ragazzo su tre ha visto messaggi d'odio o commenti offensivi, il 7% degli 11-17enni ha ricevuto foto o video sessuali e il 19% è stato testimone di episodi di cyberbullismo. Dunque si cerca di tamponare. Per usare social e app di messaggistica sotto i 16 anni rimarranno infatti solo due strade. La prima è uno specifico provvedimento dei singoli Paesi membri: in Italia potrebbe essere il decreto legislativo di adeguamento il cui schema è stato approvato a fine marzo dal Consiglio dei ministri e ora è nelle mani di Parlamento e Garante per la privacy. La seconda è l'autorizzazione di un genitore o di un tutore. In entrambi i casi non si potrà comunque scendere sotto i 13 anni. Facebook, per esempio, ha sfumato il divieto pur di disinnescare la contraddizione di avere già in pancia un gran numero di baby utenti altrimenti tagliati fuori dall'oggi al domani: chi, fra i 13 e i 15 anni, non otterrà il consenso di un genitore navigherà su una versione meno intrusiva sotto l'aspetto dei dati personali. Sulla chat cofondata e guidata da Jan Koum il messaggio è invece più secco e al contempo più confuso: «Se vivi in un Paese della regione europea devi avere almeno 16 anni per usare i nostri servizi o un'età superiore in base a quanto richiesto dalle leggi

locali», si legge nella versione aggiornata delle Condizioni d'uso e delle Regole sulla privacy. Al contrario della casa madre, che intende estendere progressivamente le garanzie aggiuntive destinate agli europei a tutti i mercati mondiali, per gli adolescenti extra Ue la soglia rimane fissata a 13 anni. Allineata cioè a quanto previsto dal "Children's Online Privacy Protection Act" statunitense approvato nel 1998 dal Congresso, la legge che stabilì la famosa soglia dei 13 anni seguita fino a oggi dai colossi del web un po' in tutto il mondo. Sullo sfondo, però, rimangono forti ambiguità. Primo: iscriversi a un social o a una chat rimane un gioco da ragazzi. Nel primo caso basta barare sulla data di nascita, nel secondo è sufficiente un numero telefonico mobile. Secondo: le nuove regole non obbligano le società ad andare alla ricerca dei piccoli utenti per verificarne l'età ed eliminarne gli account. Terzo, se è vero che l'articolo 8 del Gdpr prevede l'autorizzazione di «un genitore o un tutore» al di sotto dei 16 anni spesso non si capisce come questo via libera debba



essere manifestato. Nel caso di Facebook, per esempio, è molto semplice ingannare la procedura appena introdotta: basta indicare un indirizzo e-mail o un qualsiasi contatto sulla piattaforma che clicchi un bottone e conceda il permesso. Su WhatsApp, per come sono formulate le nuove regole, non si capisce neanche se l'ok di mamma o papà possa davvero bastare. «Non è ancora chiaro come sarà controllata l'età dell'utente – spiega l'avvocato Ernesto Belisario, esperto di diritto delle nuove tecnologie, riferendosi alle diverse piattaforme – il rischio è che, in difetto di adeguate verifiche, si tratti di un innalzamento soltanto formale cui non corrisponderà alcuna modifica del comportamento degli utenti e che non precluderà, di fatto, l'uso della piattaforma da parte dei minori di 16 anni. Così come è stato fin qui per i minori di 13 anni». Come se ne esce? «Richiedere documenti di identità potrebbe appesantire le procedure – conclude Belisario – quindi è realistico ipotizzare che siano previste procedure in gado di poter segnalare abusi e account attivati da utenti che non abbiano l'età minima prevista». La caccia al (piccolo) tesoro, quello degli utenti in erba, è solo all'inizio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri

Chat, social network e minori

WhatsApp, n.1 in Italia

WhatsApp

2009

L'anno del lancio

Acquistato nel 2014 da Facebook per **14 miliardi** di euro

1,5 miliardi

Utenti mensili

Tasso di crescita **30%** rispetto al 2017 (Fonte: We Are Social)

60 miliardi

Messaggi scambiati ogni giorno

In Italia è l'applicazione più usata (Fonte: We Are Social)

Uso da parte degli under 13

(Fonte Telefono Azzurro-Doxa Kids 2017)

WhatsApp	73%
Facebook	44%
Instagram	35%
Snapchat	13%
Twitter	10,8%

Minori e social network

63% dei ragazzi fra i 9 e i 17 anni dispone di un qualche account

Smartphone

Lo usa quotidianamente per andare online il **97%** dei ragazzi di 15-17 e il **51%** dei bambini di fra 9 e 10 anni

Hate speech

Un ragazzo su tre ha visto messaggi d'odio o commenti offensivi online negli ultimi 12 mesi

Sexting

7% dei ragazzi di 11-17 anni ha ricevuto messaggi sessuali

Cyberbullismo

19% degli intervistati è stato testimone di episodi di cyberbullismo nell'ultimo anno

Privacy. Tra un mese in vigore il Gdpr

Whatsapp innalza a 16 anni l'età minima per l'utilizzo nella Ue

Enrico Bronzo

■ Whatsapp porta da 13 a 16 anni l'età minima per l'utilizzo dell'applicazione di messaggia istantanea all'interno dell'Unione europea. Adeguandosi, in questo modo, al regolamento europeo sulla protezione dei dati personali n. 679/2016, (in inglese *General data protection regulation*), la cui entrata in vigore è prevista per il 25 maggio. Rimane invece di 13 anni l'età minima richiesta al di fuori dell'Unione. Gli Stati membri della Ue potranno comunque derogare alla regola generale e stabilire per legge un'età inferiore, purché non inferiore a 13 anni. In Italia il decreto di adeguamento al Gdpr è stato approvato in via preliminare dal Consiglio dei ministri il 21 marzo e ora dovrà superare l'esame delle Commissioni parlamentari e del Garante per la protezione dei dati personali.

Ricapitolando, nell'articolo 8 del Gdpr si legge che qualora «l'interessato abbia espresso il consenso al trattamento dei propri dati personali per una o più specifiche finalità, il trattamento di dati personali del minore è lecito ove il minore abbia almeno 16 anni». In particolare Whatsapp chiederà agli utenti europei di confermare

che hanno almeno 16 anni quando verrà richiesto di accettare nuovi termini di servizio e una politica sulla privacy fornita da una nuova entità di Whatsapp Ireland prevista nelle prossime settimane.

Sempre lo stesso articolo 8 del Gdpr dispone che in caso contrario il trattamento è lecito purché il consenso venga prestato o autorizzato dal titolare della responsabilità genitoriale, genitore o tutore che esso sia. Pensando a possibili furbie dei minori, la normativa recita che «il titolare del trattamento si adopera in ogni modo ragionevole per verificare in tali casi che il consenso sia prestato o autorizzato dal titolare della responsabilità genitoriale sul minore, in considerazione delle tecnologie disponibili». Ma non è ancora chiaro come o se il limite di età verrà verificato, dati i dati limitati richiesti e trattenuti dal servizio.

La casa madre Facebook, proprietaria di Whatsapp dal 2014, richiede invece agli under 16 di nominare un genitore o tutore per dare loro il permesso di condividere informazioni sulla piattaforma, altrimenti non potranno accedere alla versione completamente personalizzata della piattaforma stessa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'Ue spinge sull'intelligenza artificiale anche per disinnescare le fake news

Dalla caccia ai falsi profili sui Facebook che diffondono a cascata le fake news sino all'assistente personale virtuale come Siri sull'iPhone, dalla playlist preferita di canzoni all'e-health e alla guida automatica. Sono alcune delle migliaia di applicazioni concrete, e destinate a crescere in modo esponenziale nei prossimi anni, dell'intelligenza artificiale, su cui l'Ue ha deciso di puntare massicciamente presentando ieri un maxipacchetto da 2 miliardi di fondi per i prossimi due anni e investendo sul riutilizzo dei grandi dati. È infatti l'ultimo treno per cercare di agganciare Usa e Cina nella corsa allo sviluppo dell'economia digitale dei prossimi anni, legata all'Internet delle cose e che spazierà dall'industria ai trasporti sino all'energia e alla cybersicurezza. «Dobbiamo investire almeno 20 miliardi entro il 2020, e oggi la Commissione sta facendo la sua parte», ha detto il vicepresidente per il mercato unico digitale Andrus Ansip. A ricercatori e imprese arriveranno 1,5 miliardi dal programma Horizon 2020 e 500 milioni dal Piano Juncker.

Il nuovo pacchetto Ue sull'intelligenza artificiale prevede misure di tre tipi. Primo, quelle economiche, con investimenti Ue pari a 2 miliardi in meno di due anni e l'intenzione di dedicare risorse molto più consistenti nel prossimo bilancio Ue post 2020, con l'obiettivo di spingere anche stati membri e privati a contribuire in modo sostanzioso. Viene inoltre proposta una legislazione amica dell'economia dei dati che facilita l'accesso e il riutilizzo a basso costo dei grandi dati (non quelli personali) nei settori scientifico, industriale, dei trasporti, energetico e sani-

tario. Secondo, misure di tipo sociale con la parola d'ordine formazione.

I primi 6 mila stage all'estero sono disponibili per i neolaureati nel settore delle nuove tecnologie già dall'estate di quest'anno. Terzo, fornire un quadro legale che assicuri lo sviluppo e l'utilizzo etico dell'intelligenza artificiale dei grandi dati



Andrus Ansip

(essendo già garantita la privacy dalle nuove rigide norme Ue che entreranno in vigore il 25 maggio), con la costituzione di un gruppo di lavoro ad hoc e nuove norme anche a tutela dei consumatori che arriveranno entro metà 2019. Le cifre sulla corsa all'intelligenza artificiale, infatti, parlano chiaro: gli investimenti privati in Europa (2,4-3,2 miliardi) sono 5-6 volte inferiori a quelli negli Usa (12,1-18,6 miliardi) e tre volte in meno che in Asia (6,5-9,7 miliardi), mentre a livello pubblico gli Usa hanno già investito 1 miliardo nel 2016 solo in progetti non classificati e la Cina 1,7 miliardi in un unico parco tecnologico.



TELEMARKETING MOLESTO
Offensiva call center:
diluvio di chiamate
per anticipare
il giro di vite europeo

MARCO MENDUNI

DA QUALCHE settimana le telefonate da parte di call center che propongono nuovi contratti e offerte commerciali sono sempre più numerose. Quasi un diluvio. L'iperattivismo ha probabilmente una ragione precisa. Sta nnoper scattare le nuove regole destinate ad abbattersi come un ciclone sul mondo del telemarketing. Così gli operatori cercano di rastrellare gli ultimi buoni affari, costi quel che costi, anche logorando la pazienza dei clienti.

L'ARTICOLO >>> 8

TELEMARKETING SCATENATO PRIMA DELLA PRIVACY TARGATA UE

Call center, la tempesta perfetta per anticipare la stretta europea

E da maggio cambiano le regole con i prefissi riconoscibili

MARCO MENDUNI

«BUONGIORNO signore, abbiamo per lei un'offerta...». Non sono pochi i cittadini che hanno notato, nelle ultime settimane, un aumento esponenziale delle telefonate dei call center. Un diluvio di chiamate, anche dallo stesso operatore, indifferenti anche al fatto che si sia già detto di no, magari con il tono esasperato. Comunicazioni commerciali che arrivano da numerazioni sempre più ingannevoli. Non solo con il prefisso di Roma o di Milano, 06 o 02, ma sempre più spesso con quello della propria città o addirittura da numeri di cellulare, come ad esempio quelli che iniziano per 334. Un iperattivismo che ha probabilmente una ragione precisa. Sta per scattare,

una dopo l'altra, tutta una serie di nuove regole destinate ad abbattersi come un ciclone sul mondo del telemarketing. È talmente evidente che si cerca così di rastrellare gli ultimi buoni affari, costi quel che costi, anche logorando la pazienza dei clienti.

Nelle ultime settimane c'è anche stato un caso clamoroso: il Garante della privacy ha intimato a Vodafone di sospendere l'attività che ha portato a registrare due milioni di telefonate e 22 milioni di sms nell'arco di 18 mesi a a chi non aveva manifestato uno specifico consenso. L'azienda ha risposto così: «A seguito delle verifiche ispettive relative alle condotte nel periodo gennaio 2016-giugno 2017, Vodafone ha già messo in atto, a partire dal-



l'estate 2017, misure volte ad evitare contatti indesiderati nei confronti della clientela.

Il caso, però, c'è tutto. Ma quali sono le norme più temute dagli operatori dei call center? Entro il 5 maggio AgCom, l'Autorità delle comunicazioni, deciderà quali sono i due prefissi speciali che identificheranno le chiamate di telemarketing o di sondaggi e rilevazioni di mercato. È una parte della nuova legge sul telemarketing entrata in vigore all'inizio di febbraio. Un'altra parte è bloccata dalla mancanza di regolamenti attuativi, ma il ministero dello Sviluppo Economico ha garantito che sono ormai in fase di definizione ed entreranno in vigore nella seconda parte del 2018. Qual è il provvedimento clou? Sarà possibile iscrivere il proprio numero a un particolare registro, detto delle Opposizioni. Riservato un tempo solo ai numeri fissi in elenco, sarà aperto a tutti, cellulari compresi. Ma la vera svolta è rappresentata dal fatto che nel momento dell'iscrizione saranno annullati tutti i consensi all'uso dei propri dati personali forniti in precedenza, magari quasi inconsapevolmente: firmando la carta fedeltà di un supermercato, con la stipula di un'assicurazione, chiedendo un finanziamento.

Tra le due date se ne insinua una terza che rappresenta un vero spauracchio non solo per

gli operatori, ma per gran parte delle aziende italiane: il debutto, il 25 maggio, del nuovo codice europeo della privacy. Toccherà praticamente tutte le società e le aziende che maneggiano dati personali, dalle banche alle assicurazioni ai sindacati alle terme. Coinvolge esplicitamente "le società operanti nel settore delle "utilities" (telecomunicazioni, distribuzione di energia elettrica o gas), quelle di call center, che forniscono servizi informatici, che erogano servizi televisivi a pagamento». I diritti degli utenti aumentano vertiginosamente. Potranno chiedere la cancellazione dei dati dai database e sapere chi li sta raccogliendo. A tutte le richieste bisognerà rispondere entro 30 giorni. Se ci sono attacchi hacker che mettono a rischio i diritti dei titolari dei dati devono essere subito comunicati. Ogni azienda dovrà avere un responsabile dei dati immediatamente riconoscibile e responsabile del loro trattamento. Per chi fa il furbo, le multe sono salatissime: fino al 4 per cento del fatturato globale annuo o 20 milioni di euro, in base al parametro maggiore. Ovvio che pochi giorni fa se ne sia discusso all'assemblea di Assocontact, l'associazione che riunisce le maggiori 60 imprese di call center con circa 80 mila addetti, con una certa inquietudine.

menduni@ilsecoloxix.it

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

Le date

Entro il 5 maggio l'Autorità delle telecomunicazioni dovrà comunicare quali saranno gli unici due numeri dai quali dovranno essere contrassegnate le chiamate di telemarketing o di sondaggi

Il 25 maggio debutta in tutta la Ue il nuovo codice della privacy europea che aumenta i diritti dei titolari dei dati e stabilisce sanzioni pecuniarie pesantissime per il loro uso irregolare, fino a 20 milioni di euro o il 4 % del fatturato

Entro il 2018 arriveranno i regolamenti per la nuova legge sul telemarketing.

Sarà possibile aderire a un apposito registro contro le telefonate sgradite e saranno cancellati tutti i consensi dati in precedenza anche in maniera involontaria



Il caso

Chiuso il sito che vende virus per gli attacchi degli hacker

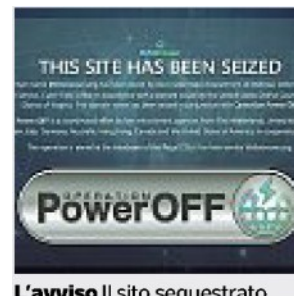
Bastavano 15 euro al mese per lanciare gli attacchi informatici verso i siti web delle banche, delle istituzioni governative, delle forze dell'ordine e delle piattaforme di giochi online «affogandoli» con milioni di richieste al secondo tanto da renderli inutilizzabili per ore o giorni. Un servizio previo «abbonamento» al sito *webstresser.org* che con i suoi 136 mila utenti e 4 milioni di incursioni compiute è stato definito dall'ufficio di polizia europeo Europol «il più grande mercato al mondo di vendita di sistemi per attacchi paralizzanti dei siti web». Per questo le forze dell'ordine di vari Paesi — Italia compresa — hanno portato al sequestro del portale e al fermo di diverse persone in Serbia, Regno Unito, Canada e Croazia. In quest'ultima nazione vivrebbe anche il proprietario di *webstresser.org*, un 19enne, che rischia da uno a otto anni di reclusione. In Italia il Centro nazionale anticrimine informatico per la protezione delle infrastrutture critiche della Polizia postale ha perquisito un 28enne a

San Giorgio Albanese (Cosenza) perché ritenuto, su segnalazione di Europol, responsabile del reato di «intercettazione, impedimento o interruzione illecita di comunicazioni informatiche o telematiche».

L'operazione congiunta, battezzata «Power Off», è stata guidata dalla polizia olandese e dalla National Crime Agency britannica. Ma ha richiesto il supporto di agenti persino in Australia e a Hong Kong dal momento che gli attacchi informatici avevano un'estensione globale. La metodologia principale dell'incursione era il DDoS, cioè «Distributed denial of service» (Interruzione distribuita del servizio): in questo modo si attivava un sovraccarico di richieste che finiva per rendere inaccessibile — per ore o per giorni — l'obiettivo, cioè un sito o un server. L'italiano perquisito nel Cosentino, secondo l'accusa, era noto come «nembokidd» e avrebbe condotto — nel periodo autunno 2017-febbraio 2018 — 273 attacchi informatici, in particolare verso siti istituzionali italiani.

Leonard Berberi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'avviso Il sito sequestrato



La strategia online dell'azienda specializzata in prodotti per animali domestici. Mercato da 2 mld

Purina lancia il suo e-commerce

In comunicazione digitale il 20% del budget media

DI IRENE GREGUOLI VENINI

Purina lancia il suo e-commerce in Italia, con un negozio virtuale (Purinashop.it) in cui vende tutti i brand dell'azienda, per esempio Friskies, Gourmet, Felix e Purina One. L'obiettivo è sfruttare le opportunità del digitale in un mercato, quello dei prodotti per animali domestici, che negli ultimi anni è in costante crescita, oltre ad approfondire la conoscenza dei propri clienti. La nuova piattaforma andrà a integrarsi nell'ecosistema online dell'impresa parte del gruppo Nestlé, in cui rientrano i siti dei vari marchi e quello istituzionale. A sostegno ci saranno attività di comunicazione digitale, cui è stato destinato il 20% circa del budget totale dedicato ai media.

La piattaforma, operativa dalla fine di marzo, «raccolge tutta l'offerta di Purina, rendendola disponibile in modo facile e immediato», spiega **Luca Cavallero**, direttore business unit grocery e responsabile dello sviluppo digital di Purina, che ha tra i suoi marchi Gourmet, Friskies, Felix, Purina One e Purina Pro Plan. «Il consumatore può selezionare diversi criteri di ricerca, come la categoria, l'età dell'animale, i suoi bisogni specifici, in modo da trovare ciò che è più adatto alle sue esigenze. Poi ci sono elementi a valore aggiunto, come la consegna entro 72 ore dall'ordine con possibilità di consegna al piano e su appuntamento, un'assistenza continua online e telefonica, e un programma fedeltà. Prima non avevamo una piattaforma di e-commerce di proprietà e su questo fronte siamo pionieri nel nostro settore».

Le potenzialità della vendita online dei prodotti per animali sono rilevanti, considerando che «nel suo complesso l'e-commerce raggiunge in Italia

23 miliardi di euro e c'è una grossa affinità della nostra categoria con il mondo del commercio elettronico», continua il manager. «Il petfood, quindi il cibo per cani e gatti, vale in totale circa 2 miliardi di euro in Italia, all'interno del quale la parte e-commerce pesa per il 3-4%. L'obiettivo di business è di partecipare a questo fenomeno in enorme sviluppo, e pensiamo che questa piattaforma ci possa consentire di approfondire la conoscenza dei nostri clienti, soprattutto per quanto riguarda l'ultimo pezzo che conduce all'atto di acquisto».

Il lancio del negozio virtuale di Purina rappresenta «l'ultimo tassello nel nostro ecosistema digitale, che è molto ampio e ben strutturato, con siti sia dei vari brand sia corporate, due canali social e Petpassion.tv, la più grossa community online italiana di amanti di animali da compagnia», dice Cavallero. «Contiamo di integrare l'e-commerce in questo ecosistema, creando dei colle-

gamenti in modo da consentire di accedere all'acquisto o di permettere di andare dallo shop ai siti dei marchi per approfondimenti».

Il tutto in un mercato, quello dei prodotti per animali domestici, che è in costante crescita, come conseguenza «di una sempre maggiore attenzione delle famiglie al mondo e alla cura dei pet: ci sono 7,5 milioni di gatti e 7 milioni di cani nelle case italiane. Tra i trend più promettenti c'è quello della naturalità: per esempio un anno e mezzo fa abbiamo lanciato un nuovo brand, Beyond, che vuole rispondere a questa esigenza, con alimenti con pochi ingredienti naturali. Un altro trend è quello della trasparenza perché il consumatore vuole sapere cosa c'è nei prodotti e come sono stati fatti», conclude il manager.

—© Riproduzione riservata—



**L'homepage del sito di e-commerce di Purina****Luca Cavallero**

NUOVI BUSINESS**Una boutique
dedicata
al fintech
per i coniugi
Nicastro**

(Gualtieri a pagina 10)

IL BANCHIERE LANCIA UNA SOCIETÀ PER GIOCARE LA CARTA DEL DIGITAL BANKING

Nicastro crea la boutique fintech*La newco Rnk potrà investire anche in startup e svolgere attività di consulenza
Nel capitale la moglie Silvia Colombo***DI LUCA GUALTIERI**

L mondo del fintech sempre di più attrae i banchieri italiani. Così dopo i progetti messi in pista da Corrado Passera e Fabrizio Viola, anche Roberto Nicastro avrebbe allo studio un piano di investimento. L'intenzione dell'ex direttore generale di Unicredit era stata svelata nei giorni dall'agenzia *MF-Dow Jones*, ma ora i dettagli del progetto cominciano a essere chiari. Nicastro ha infatti recentemente fondato assieme alla moglie Silvia Colombo il veicolo Rnk srl con l'intento di intervenire attivamente nel mondo della finanza innovativa. Nel dettaglio la newco, con un capitale sociale iniziale di 100 mila euro, vede il banchiere trentino come amministratore unico e potrà svolgere attività di consulenza e di investimento. Lo statuto sociale spiega infatti che Rnk potrà assumere stabilmente partecipazioni in società del fintech o in startup per le quali sarà in grado di prestare servizi di consulenza ed elaborare piani strategici.

Non a caso Nicastro parteciperà con Ignazio Rocco di Tor-

repadula (ceo di Credimi) e Pierfrancesco Gaggi dell'Abi alla conferenza d'apertura dell'imminente kermesse romana FinTech Innovation. In quella sede il banchiere (che è diventato senior advisor del fondo Cerberus dopo aver gestito la delicata cessione delle quattro good bank) si dovrebbe presentare proprio come presidente di Rnk.

L'iniziativa è solo l'ultima delle serie di progetti innovativi sbocciati negli ultimi mesi nel mondo dei servizi finanziari. Il primo a muoversi è stato Passera con la sua Spaxs, una special purpose acquisition company che dovrebbe intervenire sia sul credito deteriorato che sui servizi al mondo delle imprese. Alla squadra del banchiere, affiancato da Banca Imi e Credit Suisse come joint global coordinator e da Equita sim come joint bookrunner, si sono uniti Andrea Clamer (ex capo Npl Banca Ifis), Francesco Mele (ex cfo di Banca Mps) ed Enrico Maria Fagioli (ex responsabile npl prima in Mps e poi nelle due banche venete). Dopo aver chiuso con successo la raccolta da 700 milioni, Spaxs ha subito messo nel mirino la modenese Banca Interprovin-

ziale, acquistata nelle scorse settimane con un investimento di 51,2 milioni. L'operazione consentirà al progetto di Passera di dotarsi di una licenza bancaria. Dovrebbe invece partire nella seconda di maggio l'attività di premarketing per la spac promossa da Fabrizio Viola, ex amministratore delegato di Mps e attualmente senior advisor di Boston Consulting sul settore finanziario. L'obiettivo del progetto, seguito dagli advisor finanziari Ubs e Barclays, sarebbe raccogliere sul mercato circa 200 milioni per dare vita a una di quelle che i consulenti chiamano challenger bank, cioè banche innovative. Le analogie con la Spaxs di Passera però potrebbero finire qui. Questo nuovo progetto punterebbe soprattutto sui prestiti al mondo della piccola e media impresa, creando una sorta di merchant bank simile a quello che nel Nordest è stata Interbanca.

C'è infine una spac dedicata alle polizze assicurative danni. A promuoverla sarà Andrea Battista, ex ceo di Eurovita, che avrebbe tra i possibili target Net Insurance, compagnia assicurativa con sede a Roma e quotata all'Aim Italia. (riproduzione riservata)



Benvenuti all'hub di Bovisa, dove si inventa l'Industria 4.0

VISITA (GUIDATA) AL LAB DEL MANUFACTURING GROUP DELLA SCHOOL OF MANAGEMENT DEL POLITECNICO

E' un po' come essere al MIT, al mitico Massachusetts Institute of Technology. Solo che alle spalle, invece dello skyline di Boston, c'è la stazione ferroviaria della Bovisa. Non proprio una struttura avveniristica, ma utilissima per gli studenti che ogni mattina arrivano nei laboratori del Politecnico e, nel futuro, ci si immergono. Il clima che si respira è quello del campus internazionale, la lingua più parlata – con tutte le inflessioni del mondo – è l'inglese: nei laboratori e anche nei bar, o tra i viali dei dipartimenti e sulle panche sotto le piante dove i ragazzi bivaccano (educatamente) all'ora di pranzo. L'impressione, per chi ricorda com'era quest'area ex industriale solo vent'anni fa, è che questo nostro paese, nonostante tutto, abbia un futuro. E dopo le prime battute col professor Marco Taisch, docente al Politecnico di Milano e alla School of Management Manufacturing Group – che tra l'altro ci conferma la collaborazione tra PoliMI e MIT – l'impressione è che si possa ribaltare (simbolicamente) il concetto, tanto caro a Serge Latouche, della decrescita felice. Perché qui si lavora a una declinazione del paradigma industria 4.0, che permette di migliorare il lavoro, facendo crescere le opportunità, oltre che la qualità del prodotto: la crescita felice.

Marco Taisch ci crede, "l'Italia si è mossa bene. Sfruttando l'onda della quarta rivoluzione industriale ha costruito un piano 4.0 centrato sugli utilizzatori delle tecnologie: sulle imprese, con il super e iper ammortamento della prima parte del programma, e sulle persone, con il sostegno alla formazione della seconda parte, che può davvero essere il boost per l'adozione delle tecnologie". I toni della voce fanno trasparire una partecipazione diretta, infatti Taisch ha fatto parte della cabina di regia del piano del governo lanciato lo scorso anno Industria 4.0. E non c'è solo la qualità del prodotto, la forza dell'innovazione e la competitività, perché "con la digitalizzazione servono meno braccia e più cervelli, o meglio meno colletti blu e più colletti bianchi. L'automazione cognitiva aiuta chi lavora a produrre con una visione generale". "Industria 4.0 è una grande opportunità per le imprese, ma è anche un abilitatore di democrazia sociale e di redistribuzione del reddito", spiega Taisch e poi entra nel merito: "Un operaio che utilizza un device intelligente e che, grazie a esso, aumenta la produttività e mantiene il posto di lavoro, dovrebbe ringraziare la tecnologia, non esserne preoccupato. E aggiungo che Industria 4.0 potrebbe avere anche un effetto sul cosiddetto gender issue: grazie alle nuove tecnologie c'è uno spostamento del focus del lavoro di fabbrica dalla forza fisica alla forza intellettuale". C'è chi sostiene che queste nuove tecnologie, e la robotizzazione, avran-

no un impatto negativo sull'occupazione. "Non c'è dubbio che l'introduzione di alcune tecnologie comporti un effetto sostituzione, ma sono convinto che il saldo sarà positivo: la diminuzione di persone che ne consegue è significativamente inferiore all'effetto dell'aumento di volumi generato dal guadagno in termini di competitività".

Ma è il momento di entrare. Il laboratorio del Manufacturing Group della School of Management del Politecnico di Milano – 30 tra professori, ricercatori e dottorandi e che si occupa di attività di ricerca sui temi dell'industria manifatturiera – ha al centro un computer che controlla un processo produttivo digitale. Un po' come HAL 9000, il supercomputer di bordo di *2001: Odissea nello spazio*. E' il pool sotto la guida di Taisch. Attorno ad HAL 9000 si progetta la gestione di una fabbrica, dello Smart Manufacturing, la gestione integrata del ciclo di vita del prodotto e degli asset aziendali, gli aspetti di sostenibilità sociale della fabbrica, i servizi manifatturieri innovativi, e le nuove forme e necessità educative per il settore. Il gruppo di lavoro del Poli ha all'attivo 40 progetti già completati in ambito europeo, in particolare sul tema della "Fabbrica del futuro", collabora con diversi centri di ricerca europei e con numerose aziende italiane e straniere.

Fuori dall'edificio di via Lambruschini campeggiano le targhe delle imprese che hanno un filo diretto col Poli e i suoi laboratori: Fca, Italtel, Eni, Ibm, Microsoft, Luxottica e tante altre aziende che hanno fatto della innovazione il loro credo. Il laboratorio I4.0Lab è stato pensato e sviluppato dal Manufacturing Group della School of Management del Politecnico di Milano per rap-



presentare un sistema produttivo dove è possibile svolgere attività di ricerca e di innovazione nell'ambito della gestione dei sistemi manifatturieri. Il vantaggio di avere a disposizione un sistema produttivo, del tutto simile nei suoi componenti principali a una realtà industriale, è la possibilità di svolgere attività in un ambiente simil-industriale a beneficio degli studenti del Politecnico di Milano e delle aziende che collaborano nelle attività di ricerca. All'interno del laboratorio vengono svolte tesi di laurea magistrale, tesi di dottorato di ricerca, lezioni dei corsi di specialistica e di master, seminari per associazioni industriali e attività di formazione specifica per aziende o enti interessati ai temi di Industry 4.0.

Ma nel laboratorio si svolgono anche attività di ricerca che permettono un reale trasferimento tecnologico verso diverse imprese, ovvero attività di trasferimento alle imprese di soluzioni innovative di Industry 4.0. Le aziende coinvolte sono parte di progetti finanziati a livello nazionale o europeo, oppure sono realtà che hanno espressamente richiesto questo supporto al gruppo di ricerca del laboratorio. La cosa più sorprendente è che i risultati della ricerca possono far crescere l'esercito delle piccole e medie imprese del territorio. Un esempio per tutti Rold, azienda meccatronica nel settore degli elettrodo-

mestici Home & Professional, che ha tra i propri clienti tutti i grandi player internazionali. Fatturato da 43 milioni di euro (l'80 per cento dall'export), 240 dipendenti, che ha deciso nel 2010 - con capitali ed investimenti totalmente propri - di diventare Partecipante istituzionale della Fondazione Politecnico di Milano. Con l'obiettivo di sviluppare la ricerca. E i risultati sono arrivati grazie all'utilizzo di SmartFab, la procedura digitale che ha ridotto i tempi di intervento per attività di manutenzione fino al 30 per cento. "L'utilizzo di SmartFab, unito alle ottimizzazioni di processo - spiegano ora in azienda - in un anno ha migliorato, per un intero Plant produttivo, la performance del 6 per cento e l'Oee (Overall Equipment Effectiveness - misura di efficacia totale degli impianti) dell'8 per cento, mentre su una linea di assemblaggio si è riusciti a toccare il +9".

Si studia, si progetta, si realizza, si ottengono risultati. L'azienda del futuro abita qui, al Politecnico della Bovisa. Una realtà che si sviluppa anche all'interno dei laboratori di meccanica dove sono al lavoro stampanti 3D come Penelope (non ancora brevettata) che lavora su prodotti metallici ed è oggetto delle attenzioni dell'industria spaziale. Perché poter realizzare con queste tecnologie anche le componenti in titanio è un obiettivo ambizioso per il sistema aeronautico e per quello delle protesi medicali. Lo conferma Bianca Maria Colosimo, vicedirettore del dipartimento di Meccanica, che ci mostra i suoi gioielli. Ma è solo una piccola parte dei laboratori del Politecnico. E chi esce da questo campus, nel 90 per cento dei casi trova subito lavoro. Ma chi per chi ha frequentato ingegneria la quota 95 per cento.

Daniele Bonecchi

Sospetta corruzione, Bolloré indagato Da Vivendi a Havas, la gestione ai figli

Dopo il fermo la decisione dei giudici di Parigi. Il gruppo: ora conosceremo le accuse

DAL NOSTRO CORRISPONDENTE

PARIGI Al termine del secondo giorno di fermo a Nanterre, il finanziere francese Vincent Bolloré è stato deferito ai giudici della procura nazionale finanziaria che lo hanno nuovamente interrogato, e hanno deciso di metterlo sotto esame.

Lo stesso è accaduto a due dirigenti del gruppo fermati ieri con il *patron*: Gilles Alix, direttore generale della filiale Bolloré Africa Logistics, e Philippe Dorent, responsabile degli affari internazionali di Havas Paris. Francis Pérez, dirigente della società Pefaco basata in Spagna, è stato sciolto da ogni accusa, ha reso noto il suo avvocato.

La notizia di Bolloré indagato è stata data in serata dal suo gruppo in un comunicato: «Vincent Bolloré, per il quale continua a valere la presunzione di innocenza, potrà finalmente avere accesso al dossier giudiziario del quale non ha mai avuto conoscenza e potrà rispondere a queste accuse infondate». I giudici istruttori e Aude Buresi e Serge Tournaire (che già indaga sui presunti finanziamenti libici alla campagna di Sarkozy del 2007) cercano di chiarire se il gruppo Bolloré abbia usato le attività di consulenza della sua filiale Havas nelle elezioni in Togo e Guinea per avere in cambio la gestione dei porti di Lomé e di Conakry. L'uomo d'affari 66enne è indagato per «corruzione di agenti stranieri depositari dell'autorità pubblica».

In pratica, il gruppo Bolloré

— molto forte in Africa, dove genera un quarto del suo giro d'affari — è sospettato di avere favorito l'elezione dei presidenti Faure Gnassingbé (Togo) e Alpha Condé (Guinea), fatturando sotto costo l'attività di consulenza di Havas, ricevendo in cambio le redditizie concessioni dei porti. Nel 2010, poche settimane dopo essere stato eletto, Alpha Condé ruppe l'accordo stipulato con il gruppo francese Necotrans, che due anni prima aveva vinto la gara contro Bolloré, e trasferì la concessione a quest'ultimo.

La decisione dei giudici di Parigi di mettere sotto esame Vincent Bolloré potrebbe accelerare il trasferimento delle responsabilità ai quattro figli, previsto in origine per il 17 febbraio 2022, bicentenario del gruppo.

Marie Bolloré, trentenne a maggio, è consigliere di amministrazione di Mediobanca dal 28 ottobre 2014, ed è responsabile delle batterie e dell'auto elettrica. Cyrille Bolloré, 33 anni, segue tutti gli aspetti finanziari del gruppo e soprattutto si occupa del settore trasporti e logistica, quello più attivo in Africa e oramai cuore pulsante dell'impero di famiglia; l'area di influenza di Sébastien, 39 anni, basato in California, sono videogiochi, nuove tecnologie e ricerca, mentre Yannick, 38 anni, già presidente di Havas, la settimana scorsa ha ricevuto dal padre anche la carica di presidente di Vivendi.

Stefano Montefiori

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La vicenda

● Per Vincent Bolloré, sospettato di corruzione per l'ottenimento di concessioni per il suo gruppo in Africa, il fermo di 36 ore si è concluso con il provvedimento di deferimento davanti ai giudici

● Saranno i magistrati a decidere se iscriverlo nel registro degli indagati o no. Stessa sorte per gli altri manager del gruppo



L'imprenditore francese Vincent Bolloré, 66 anni




Il commento

La svolta nelle partite su Tim e Mediaset Ora tocca a Genish salvare gli interessi dei francesi in Italia

Il bivio

Il 4 maggio gli azionisti di Tim dovranno decidere se rinnovare la fiducia a Vivendi o far spazio a Elliott

di **Federico De Rosa**

In 24 ore lo scenario si è completamente capovolto. Lo stop del Tribunale alla revoca dei consiglieri francesi in Tim aveva segnato un punto importante per Vivendi nella battaglia in corso con Elliott. Ma al di là delle schermaglie giudiziarie, il fermo di Vincent Bolloré rischia di segnare una svolta decisiva negli affari italiani del raider bretone. Il 4 maggio gli azionisti di Tim dovranno decidere se rinnovare la fiducia a Vivendi oppure mandarla in minoranza per fare spazio a Elliott. La sfida si gioca sui numeri, è vero, ma il fondo Usa ha un argomento in più per criticare il modus operandi di Bolloré mettendo in fila il fermo di Nanterre, l'indagine aperta a Milano per manipolazione del mercato su Mediaset, il dossier di Palazzo Chigi su Vivendi per violazione del golden power, quello della Consob sul controllo di fatto di Tim e quelli aperti dall'Agcom.

Non si può escludere che il 4 maggio il gruppo francese possa prevalere su Elliott. Ma il giorno dopo cosa succederebbe a Tim? La società opera in un mercato regolamentato e basta un decreto per far cambiare l'ultima riga del bilancio. A parte la conflittualità che si verrebbe a creare nel board.

A Bolloré resterebbe ancora una carta da giocare: il ceo di Tim, Amos Genish. Ha piena fiducia dei soci, piace al mercato e ha ricominciato a dialogare con la politica. È anche riuscito, nonostante una causa pendente da 2 miliardi, a riportare Mediaset al tavolo per negoziare un accordo commerciale per TimVision. È una pedina chiave nel gioco di Vivendi, ma Elliott l'ha tolta dal tavolo annunciando che il 4 maggio è pronta a confermare Genish alla guida di Tim.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LA GUERRA ELLIOTT-VIVENDI

Tutte le «spine» di Telecom: Dalla rete alla governance

*Citi consiglia di vendere: «I conti sono ancora deboli»
E il titolo perde il 2,7% in Borsa. Il pressing politico*

GLI ANALISTI

Si teme che Genish decida di lasciare e c'è da affrontare anche la concorrenza di Iliad

Maddalena Camera

■ L'incertezza sollevata della guerra in corso tra Elliott e Vivendi pesa su Telecom che ieri ha ceduto il 2,7% in Borsa in una giornata dai volumi ridotti per la festività del 25 aprile. Complice un report di Citi, che consiglia di vendere i titoli della società telefonica, nella convinzione che chiunque vinca, tra il fondo attivista Usa e il gruppo francese (che controllata il 23,9% di Tim), nell'assemblea del 4 maggio, si troverà di fronte una situazione difficile anche per l'ingresso, previsto per l'estate, di Iliad nel mercato della telefonia mobile.

Altro ostacolo «industriale» è poi l'asta delle frequenze per il 5G a cui Telecom è obbligata a partecipare. Ma a preoccupare il mercato è anche il clima di incertezza sia nella governance del gruppo sia nei palazzi della politica. Malgrado siano passati più di 50 giorni dalle elezioni, in Italia ancora non c'è infatti un governo stabile. E questo impatta sulla rapidità del lavoro delle Authority: dall'Agcom dipendono, per esempio, le tariffe regolamentate. Secondo Citi, inoltre, se il fondo di Paul Singer conquisterà la maggioranza del cda di Tim, l'ad Amos Genish, molto legato a Vivendi, potrebbe lasciare. E la stessa prospettiva di un cda litigioso non aiuta. Nelle ultime tre sedute Telecom ha così perso oltre il 5% in Piazza Affari, anche se, grazie all'ingresso di Elliott (che ora ha l'8,8%) e di Cdp (4,8%) il progresso da inizio anno resta del 30%.

Certo sotto la regia di Elliott, Telecom potrebbe fare cassa ed estrarre va-

lore per i soci con la vendita - già prevista nei piani del fondo - di alcuni asset, per esempio alleggerendo la presa sulla società delle torri, Inwit, e su di quella dei cavi, Sparkle. Cui si aggiunge - ed è un altro punto che divide i due avversari - il destino ultimo della rete. Perché sebbene entrambi condividono l'idea della separazione, il programma targato Vivendi prevede di mantenerne il controllo al 100%, mentre il fondo Usa vorrebbe quotarla in Borsa. «Per estrarre valore - ha spiegato Elliott - come Fca ha fatto con la Ferrari». Con una differenza importante però. Perché la rete è l'asset che serve a Telecom per garantire il pesante debito, 26 miliardi, presso gli investitori istituzionali che comprano le emissioni dei suoi bond.

Proprio nel momento di massima debolezza per il suo patron Vincent Bollore, nel mirino della giustizia francese, Vivendi oltretutto è sempre più alle corde anche in Italia. Sia per la maxi-causa intentata da Fininvest-Mediaset per la vicenda Premium sia per la linea tenuta del governo uscente con il golden power. Tanto che anche Cassa Depositi e Prestiti si è schierata dalla parte di Elliott, evidentemente considerato un interlocutore più affidabile dei francesi per portare a termine la fusione tra Open Fiber (controllata da Enel e dalla stessa Cdp) e la rete di Telecom Italia. Quest'ultimo progetto ha raccolto ampi consensi soprattutto del Movimento 5 Stelle e del Pd che vedono di buon occhio il ritorno di un asset strategico come la rete di tlc in mano pubblica. Per metterla al riparo di nuovi raid nell'azionariato dopo tutti quelli che si sono avvicinati a partire dall'infelice privatizzazione fatta sotto l'egida del governo D'Alema.

Ora gli occhi sono puntati su Genish che, sia per Vivendi sia per Elliott, è l'uomo ideale per realizzare la convergenza operativa tra rete, dati e contenuti. Anche se manager (italiani) capaci in giro per l'Europa non mancano. Come Vittorio Colao, ad di Vodafone.



Sopra il numero uno di Telecom, Amos Genish, alle prese con conti difficili



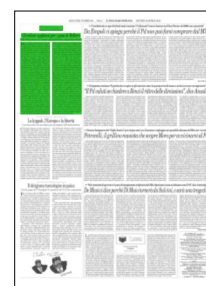
EDITORIALI

Gli odiosi applausi per i guai di Bolloré

Italia e Francia hanno in comune l'odio per il bretone e una giustizia col timer

Dopo rivalità secolari italiani e francesi sono finalmente d'accordo su qualcosa: disprezzano Vincent Bolloré. All'indomani dell'inchiesta per corruzione negli affari della logistica in Africa occidentale, il cuore del Groupe Bolloré, conglomerato da 14,8 miliardi di euro, le ricostruzioni di stampa hanno toni duri pure se moderati dal rituale "préssumé" (presunto) reato. L'atteggiamento della stampa italiana deriva da mesi di campagna anti francese per la contesa in Tim tra Vivendi di Bolloré - passata in modo tattico al figlio Yannick la settimana scorsa - e il fondo americano Elliott con cui i grandi media si sono schierati salutandolo come salvatore dell'"italianità" della compagnia telefonica e della sua rete, per la quale la Cassa depositi e prestiti, il governo uscente e tutti i partiti coltivano ambizioni di ri-nazionalizzazione. Il Corriere della Sera ricorda le parole fuori posto di François Hollande ("è un integralista cattolico. Non sopporta che si attacchi il Papa o la religione. Quelli che non hanno diffidato di lui sono morti") e ovunque abbondano i soliti appellativi per il "finanziere bretone" ("squalo", "raider", "pirata"). Il quale, dopotutto, da trent'anni conduce le battaglie finanziarie allo stesso modo: scalate al limite dell'Opa, occupazione di cda e inversioni di rotta. Idem in Tim. Ci sono stati errori che hanno fatto perdere il 35 per cento al titolo ma Vivendi è un operatore mediatico che ha bisogno di una compagnia telefonica. Mentre Elliott ha offerto una graduale ma non totale visibilità sulle sue intenzioni (comunque le telco non sono la sua tazza di tè). E così i media scavano oltre le (presunte) tangenti transitate un

decennio fa dall'agenzia pubblicitaria Havas per puntellare l'ascesa a politici di Togo e Guinea e così ottenere concessioni portuali. Ma sorvolano sul perché uno dei sistemi giudiziari più lenti d'Europa, quello francese, abbia accelerato d'improvviso la lotta alla corruzione, prima considerata tabù e poco combattuta. Per di più in Francàfrrique dove il confine tra "mazzette" e "tasse" per fare affari purtroppo non è sempre chiaro. Così la polizia giudiziaria ha fermato l'11° uomo più ricco di Francia a Nanterre, periferia parigina, come accaduto a marzo al suo amico Nicolas Sarkozy con la "scoperta" di finanziamenti ricevuti dalla Libia di Gheddafi. Bolloré verrà rilasciato oggi se gli inquirenti non avranno prove schiaccianti. E se non le troveranno la narrazione l'avrà già fornita un libro carico di informazioni, "Vincent tout-puissant", citatissimo oltralpe in questi giorni. Bolloré cade perché s'è consumata la rete di potere che l'ha protetto; effetto del cambio di regime macroniano. Gli avversari si sono fatti notare subito con la beffa di realizzare il suo sogno della "Netflix francese". La Tfl di Martin Bouygues ha appena stretto un accordo per trasmettere nel mondo i suoi canali tv attraverso la compagnia telefonica Free di Xavier Niel, editore del Monde, il primo giornale a dare la notizia di Bolloré in sala interrogatori. Ci si può girare attorno quanto si vuole ma gli applausi per l'arresto di Bolloré non sono così diversi da quelli ascoltati a Palermo la scorsa settimana nel processo sulla trattativa. E quando ogni mezzo diventa lecito per spazzare via un nemico prima di battere le mani bisognerebbe pensarci due volte.



Tlc

Sui cavi di Retelit si gioca la nuova partita tra fondi e soci italiani

**I tedeschi di Svm con la maggioranza dei libici sono per confermare Protto ad
Ma gli azionisti di minoranza guidati da Mincione vorrebbero un ribaltone**

SARA BENNEWITZ, MILANO

Alla vigilia dell'assemblea di Retelit, l'ad Federico Protto può tirare un sospiro di sollievo. Perfino il fondo attivista tedesco Svm (padrone del 14%) gli ha confermato la fiducia, e insieme ad altri soci storici e ai piccoli azionisti soddisfatti, ci sono buone speranze che la maggioranza dell'assemblea dei soci di domani confermi l'attuale management per il prossimo triennio.

Certo Protto dovrà fare i conti con un azionista, come Raffaele Mincione (che ha messo insieme un 20% di Retelit), che è pronto a fare battaglia anche alla fine dell'assise, perché è convinto che l'azienda possa fare di meglio. «Non ho mai incontrato Mincione – confessa l'ad - ma ritengo che sia un buon segnale che la società abbia coagulato azionisti importanti». Quanto al fare di meglio, Protto ha un piano di crescita organica che di qui al 2022 punta a moltiplicare per nove i ricavi (attesi a 590 milioni dai 65,4 del 2017) e per quindici il margine lordo (stimato a 170 milioni dagli 11,4 del 2017). Se i numeri del piano di Protto sembrano ambiziosi, è un fatto che il manager ha rilevato Retelit nel 2014 quando a fronte di 37,2 milioni di ricavi ne perdeva 7,9 di margine operativo lordo, risanandola e facendo lievitare la capitalizzazione di Borsa da 60 a 320 milioni.

Tuttavia secondo fonti di mercato, le mire di Mincione su Retelit andrebbero oltre la crescita organica. La vicenda di Retelit che ricorda in piccolo il duello tra Vivendi e Elliott per la conquista di Telecom Italia, si intreccia con quella dell'ex monopolista delle tlc anche per un paio di altri moti-

vi. Il fondo Svm è sceso in campo al fianco di Elliott anche su Tim, mentre Mincione ha incluso nella sua lista Alessandro Talotta, ex numero uno di Sparkle e manager molto stimato nel settore. Sparkle dallo scorso luglio è ufficialmente un'attività soggetta a golden power. Peraltro, a quanto risulta da ambienti finanziari, a settembre la società dei cavi sottomarini era finita nel mirino di l'2i il fondo infrastrutturale partecipato dalla Cdp, che aveva svolto alcune ricognizioni ma a dicembre la trattativa si era arenata anche per una questione di prezzo. Nel frattempo Sparkle sarebbe ufficialmente stata messa in vendita dall'ad Amos Genish, e lo storico valore di carico di circa 1,2 miliardi, sarebbe stato ridotto di circa un terzo. Retelit che invece controlla e gestisce un cavo sottomarino che collega l'Italia con l'Africa, non è soggetta a golden power, ma è conosciuta in ambiti istituzionali, tanto da finire in Parlamento perché qualche esponente della Lega teme per la sicurezza dell'azienda che dal 2008 è partecipata al 7% da un fondo libico. Mincione si sarebbe così presentato come l'alternativa italiana, anche se in realtà l'attuale management è stato candidato da un pool di altri soci privati, che con i libici non ha nulla a che fare. Fatto sta che qualche banca d'affari pensa che mettere insieme la grande Sparkle con la piccola Retelit, potrebbe liberare interessanti sinergie nonché sancire un nuovo monopolio dei cavi sottomarini che terminano in Italia, un Paese che essendo al centro del Mediterraneo, fa da ponte tra il Medio Oriente, l'Africa e il Vecchio Continente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I duellanti

Raffaele Mincione (in alto) ha il controllo di circa il 20% di Retelit. Federico Protto (in alto a destra) è l'ad dell'azienda di cavi

