

Rassegna del 26/07/2019

Il Fatto Quotidiano	13 Disservizi - Pagare per la Rete mai richiesta: benvenuti in Tim	<i>Novelli Massimo</i>	1
Sole 24 Ore	25 E-commerce ed export manager, al via i finanziamenti agevolati	<i>C.Fo.</i>	2
Corriere della Sera	33 La lettera. Amazon-Sisley, la difesa della piattaforma: «Non confondiamo i clienti»	<i>f.sav.</i>	3
Italia Oggi	14 La svolta della bellezza è nei negozi	<i>Sottilaro Francesca</i>	4
Italia Oggi	17 Amazon testa le pubblicità sui suoi smart speaker	<i>...</i>	5
Corriere Innovazione	39 Punto mobile - Amazon salva i lavoratori con il coding?	<i>Castelnuovo Marco</i>	6
Corriere Innovazione	11 Intervista a Federico Marchetti - Federico Marchetti: «Yoox è nato dalle Pagine Gialle» - «Il mio unicorno nato dalle pagine gialle e da Lehman Brothers...»	<i>Sideri Massimo</i>	7
Sole 24 Ore	10 In breve - Luiss Business School Intelligenza artificiale, Alibaba dà lezione	<i>...</i>	10
Corriere Innovazione	35 Una raccolta fondi per la ricerca scientifica	<i>ba.mill.</i>	11
Corriere Innovazione	35 Antonio Carcaterra «LifeSeeder è il sito per spin off e acceleratori»	<i>Millucci Barbara</i>	13
Corriere Innovazione	16 Norme & Tech - Se la moneta diventa bene di «consumo»	<i>Ambrosoli Umberto</i>	14
Corriere Innovazione	9 Il «black out » dei Big data	<i>D.Pol.</i>	15
Sole 24 Ore	11 Facebook, gli utenti giornalieri crescono a 1,6 miliardi	<i>...</i>	16
Corriere Innovazione	26 Guerra dei Like - Nativi digitali non si fidano di noi genitori	<i>Cruciani Alessia</i>	17
Italia Oggi	16 Vivendi, il semestre sostenuto da Universal ma anche dalle quote in Spotify e Tencent	<i>...</i>	18
Sole 24 Ore	15 «Vivendi con Gubitosi a sostegno dei piani Tim»	<i>Olivieri Antonella</i>	19
Sole 24 Ore	14 Parterre - Tim-Open Fiber, meglio coinvestire per JP Morgan	<i>A.OI.</i>	20
Italia Oggi	11 5G, Apple vuole comprare il settore dei microprocessori di Intel	<i>...</i>	21
Foglio	3 Editoriali - La flemma di Salvini sul 5G	<i>...</i>	22

DISSERVIZI

Pagare per la Rete mai richiesta: benvenuti in Tim

» MASSIMO NOVELLI

Può essere che, uno di questi giorni, la Tim addebiti sul mio conto corrente i costi residui della famosa operazione Telekom Serbia, quella di Igor Marini e soci tanto per capirci. Non ci sarebbe niente da stupirsi, insomma. Perché ben altro l'operatore telefonico di Telecom Italia, che mi ha avuto come cliente dal 1999 fino al 6 giugno scorso, quando li ho mandati a quel paese, mi ha messo in conto indebitamente e impunemente. Premetto: io non ho Internet sul telefono cellulare, mai avuto in vita mia. Sono all'antica, per me un telefono è un telefono, come una rosa (per Gertrude Stein) è una rosa. Non ho Internet e null'altro: solo il telefono nudo e crudo, per un utilizzo nudo e crudo. Un telefono serve per telefonare, e basta. Qualche tempo fa, tuttavia, dando un'occhiata agli estratti conto della mia banca, ho scoperto che Tim, almeno tra il 2018 e i primi mesi del 2019, mi ha fatto pagare non solo come se avessi un super Internet, ma anche una serie di servizi di cui non conoscevo nemmeno l'esistenza: traffico verso numeri Tim, traffico verso numeri di altro operatore, traffico verso rete fissa, traffico Wap, traffico servizi interattivi. Servizi, beninteso, che, come ha scritto a Tim l'Associazione Consumatori Piemonte, "non erano dovuti" e che "non avevano nulla a che fare con il profilo cliente" a me in uso. Tutto ciò per somme esorbitanti, con una media di 240 euro e picchi di oltre 400 euro di addebiti. Se usano sistemi simili con tutti, in sostanza, il guadagno dovrà essere bello grosso, sebbene sia non lecito. E pare proprio che la Tim abbia all'attivo numerosi casi come il mio.

ORA, IN ATTESA che Tim mi restituisca subito il maltolto, vorrei che questa mia storia da uomo senza Internet sul cellulare servisse da esempio di lotta per altri compagni

di sventure Tim (o di altre compagnie). E vorrei che servisse, poi, come stimolo per ribellarsi alle multinazionali della rete o delle reti, telefoniche o di altro genere, che per fare fatturato pescano nelle tasche dei clienti. Qualche anno il compianto Christopher Hitchens, autore anche di un bel saggio su George Orwell (*La vittoria di Orwell*), disse in un'intervista: "Orwell ha inoltre avvertito sulla volontà della gente ad autodisciplinarsi e credere a tutto ciò che gli viene detto. Soprattutto la volontà degli intellettuali e accademici di diventare adoratori di chi è al potere, o di divulgare quella che è l'idea imperante. Conformità, in altre parole, che continuerà sempre a essere una minaccia. La gente purtroppo non si ricorda di Orwell come dovrebbe, per la sua opposizione al conformismo". E conformismo è pure accettare di farsi salassare, non solo ingiustamente ma assurdamente, dai signorotti di Tim.

P.S. Ricevo, in queste ore, una mail da Tim in cui si fa riferimento a una mia richiesta, mai fatta, in relazione a un mio numero di telefono fisso che non ho più in uso da almeno dieci anni. Da Orwell al Philip Dick di *La città sostituita*. Leggere per credere: "Fiumicino, 25/07/2019 N. Prot. C24026346 Oggetto: Risposta a segnalazione per Sim Mobile Numero Telefono 011887977. Gentile cliente, a seguito della segnalazione di cui in oggetto pervenuta il 22/07/2019, ti informiamo di aver effettuato le dovute verifiche dalle quali non sono emersi elementi che ci consentano di accogliere la tua richiesta in quanto è di competenza del Servizio Clienti TIM Mobile. Ti invitiamo pertanto, a inoltrare la domanda al numero verde di fax 800000119. Siamo a tua disposizione per qualunque altra esigenza. Se desideri informazioni o aggiornamenti sulle nostre proposte commerciali, visita il sito www.tim.it o chiama gratuitamente il Servizio Clienti 187, che è disponibile 7 giorni su 7, oppure scrivi sulle nostre pagine Social Facebook e Twitter. Arrivederci da TIM".



E-commerce ed export manager, al via i finanziamenti agevolati

MERCATI ESTERI

Pubblicate le indicazioni operative. Domande alla piattaforma Simest

ROMA

Con due circolari il ministero dello Sviluppo economico chiarisce gli ambiti di applicazione delle agevolazioni - previste dal decreto ministeriale dell'8 aprile 2019 - a sostegno delle imprese che esportano in paesi extra Ue e avviano spese per e-commerce e «temporary export manager».

I finanziamenti agevolati rivolti alle Pmi possono essere richiesti da società di capitali con almeno due bilanci di esercizio depositati. In caso di imprese aggregate, bisogna essere costituiti in «contratto di rete». Per entrambe le misure il ministero dovrebbe attingere in base alle disponibilità alle risorse del Fondo 394, gestito dalla società pubblica SaceSimest del gruppo Cdp, che gestisce la piattaforma sulla quale devono essere presentate le domande.

Per l'inserimento temporaneo in azienda di un manager, il finanziamento dovrà essere compreso fra 25mila e 150mila euro e i progetti dovranno essere legati a servizi mirati per l'internazionalizzazione. Per lo sviluppo di soluzioni di e-commerce (attraverso un market place o un pro-

prio sito web) è previsto un finanziamento da 25mila a 300mila euro e i progetti dovranno riguardare beni o servizi prodotti in Italia o con marchio italiano. In entrambi i casi il finanziamento potrà coprire il 100% delle spese, a un tasso d'interesse pari al 10% del tasso di riferimento europeo (attualmente pari a 0,089%), con durata massima di 4 anni. L'importo del finanziamento non potrà comunque superare il 12,5% dei ricavi medi risultanti dagli ultimi 2 bilanci. Sono ammissibili le spese sostenute dalla data di presentazione della domanda fino a 24 mesi dopo la data di ricevimento dell'accettazione del contratto di finanziamento. La domanda deve essere presentata utilizzando il modulo di domanda disponibile sul portale SaceSimest.

Per quanto riguarda il progetto dei manager a tempo (Tem), si tratta di spese relative alle prestazioni consulenziali, risultanti da apposito contratto di servizio, che devono essere pari almeno al 60% del finanziamento concesso; spese strettamente connesse alla realizzazione del progetto elaborato con l'assistenza del Tem. Nel caso di progetti dedicati all'e-commerce, sono ammissibili le spese relative alla creazione e sviluppo di una propria piattaforma informatica; alla gestione/funzionamento della propria piattaforma informatica/market place; alle attività promozionali e alla formazione connesse allo sviluppo del programma.

—C.Fo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La lettera

Amazon-Sisley, la difesa della piattaforma: «Non confondiamo i clienti»

Caro direttore,

Amazon le scrive per precisare quanto emerso nell'articolo «La rivincita dei marchi contro lo shopping online» pubblicato il 24 luglio. Il Tribunale di Milano non ha emesso una «sentenza destinata a fare giurisprudenza», ma un'isolata ordinanza cautelare provvisoria che non è dunque definitiva. Infatti, il provvedimento potrebbe essere rivisto a seguito dell'eventuale giudizio di merito che approfondirà le contestazioni di Sisley. Il Tribunale di Milano non ha neppure stabilito che «Amazon confonde i clienti», ma al contrario ha rigettato i possibili rischi di confusione sulla provenienza dei prodotti Sisley, accogliendo solo le domande sulla modalità di presentazione di tali prodotti su Amazon.it. Amazon non «sarà costretta a rimuovere tutti i prodotti Sisley sul proprio marketplace in Italia», ma dovrà rivederne le modalità di vendita e potrebbe anche decidere di escludere dalla vendita i prodotti a marchio Sisley su Amazon.it. Amazon rispetta l'ordinanza del Tribunale di Milano, ma non concorda con la stessa e sosterrà la propria tesi durante l'eventuale giudizio di merito, in quanto le modalità di vendita dei prodotti Sisley su Amazon.it non arrecano alcun pregiudizio alla reputazione di Sisley. Questa ordinanza non ha a che fare e non «si sovrappone in parte alla tutela contro la contraffazione»: Amazon proibisce la vendita di prodotti contraffatti, assume provvedimenti verso qualsiasi partner commerciale che violi le sue politiche, pone in essere diverse azioni tra cui la rimozione degli articoli segnalati.

Ufficio stampa Amazon

(f.sav.) Comprendo che trattandosi del primo provvedimento del genere in Italia, possa non piacere ad Amazon, ma la lettera conferma il contenuto dell'articolo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La causa

● La maison francese di cosmetica Sisley ha ottenuto un provvedimento inibitorio nei confronti di Amazon che espone i suoi prodotti sulla sua piattaforma in Italia

● Il Tribunale di Milano ha redatto un'ordinanza che impone al colosso tech di rimuovere le creme e i profumi di Sisley su Amazon.it o di cambiare la modalità di vendita



Sephora rivoluziona l'esperienza fisica con prodotti personalizzati e linee in esclusiva

La svolta della bellezza è nei negozi

Amazon apre una nuova sezione per il canale professionale

DI FRANCESCA SOTTILARO

Può suonare singolare che nell'epoca dei dati e delle influencer che incollano milioni di ragazzine alla stesura di un ombretto la rivoluzione di un gigante della bellezza sia nei negozi. Eppure è proprio su questa strada che punta dritto Sephora, alfiere accessibile dello scacchiere di Lvmh, forzato ad evolvere da Amazon e capace di trainare con profumi e cosmetica la corsa senza sosta del conglomerato del lusso francese: giovedì il gruppo ha annunciato i risultati del semestre a 25,1 miliardi di euro con il beauty in crescita del 9% a 3,26 miliardi.

Shopping esperienziale, rossetti che si provano virtualmente su specchi digitali, un «fragrance wall» che permette di trovare la fragranza più adatta rispondendo a un questionario interattivo, un bancone per apporre le iniziali sull'ultimo profumo di Dior, sono solo alcune delle novità presentate per ora nei negozi flagship di Parigi La Défense, New York Times Square e al Dubai Mall e che faranno capolino nella catena francese a livello globale.

«Il negozio è il luogo dove si respira la magia», ha sottolineato di recente **Christopher De Lapuente**, ex managing director di P&G chiamato otto anni fa da Lvmh per guidare da ceo la catena di bellezza. «Soprattutto i clienti trovano

da Sephora marchi che non ci sono altrove».

Le linee esclusive, oltre alla propria marca privata, sono infatti tra gli asset del gruppo. Si parla di un comparto «prestige» che include il marchio Huda, della beauty blogger **Huda Kattan**, star medio-orientale naturalizzata americana, o Fenty, nata come etichetta di bellezza di **Rihanna** prima di diventare linea di moda di Lvmh, visto il successo riportato. La linea cult Make up forever ha nei nuovi punti vendita un Beauty bar dedicato. Mentre nello store newyorkese è comparso da pochi giorni «Next Big Thing», un'area ad hoc con esposte tutte le novità in tema di make-up, che porta alla ribalta molti marchi nati sul digitale.

La concorrenza è serrata: da un lato ci sono le catene mass market come le americane Ulta Beauty o Target dall'altro incombe l'online. Amazon, che è impegnata da tempo sul fronte della cura alla persona ha annunciato a fine giugno la nascita di «Amazon Professional Beauty Store», con l'obiettivo di vendere direttamente ai negozi, ovvero parrucchieri, barber shop o istituti di estetica, tutto il necessario per rifornirsi in tempo reale.

Sarà operativo, per ora solo online, a partire dal 2020, vendendo marchi di settore come le linee Wella per i capelli o Opi Professional, oltre ai prodotti

necessari per le spa. Ma c'è chi sottolinea che sia attualmente il business «brick and mortar» l'unico in crescita per Amazon, ovvero le librerie, oltre a Amazon Go, Amazon 4 stars e Whole Foods. E quindi nuove catene fisiche della bellezza potrebbero essere nel mirino per incrementare il business.

«Amazon è solo una delle tante scelte che ci sono sul mercato e ci spinge ad alzare l'asticella», ha spiegato De Lapuente dalle colonne del *Financial Times*. «Per quanto ci riguarda miriamo a chi fa acquisti sia online, sia offline». In particolare i clienti omnichannel sono quelli che comprano tre volte di più rispetto a chi sceglie un solo canale.

Per questo è stata avviata la rivoluzione dei negozi, parzialmente visibile nei touch point italiani.

L'e-commerce rappresenta il 20% delle entrate in ogni paese per la catena francese che, forte dei suoi 2.600 store in 35 paesi guarda ora all'Asia, in crescita del 20% e alle giovani generazioni cinesi per scrivere un nuovo capitolo. Il gruppo punta a mantenere alto il capitolo dell'innovazione: «Molte persone hanno paura dell'apocalisse della vendita al dettaglio, quindi non investono nei negozi così diventa una profezia che si avvera», ha concluso il ceo di Sephora. «Per quanto ci riguarda stiamo investendo sui nostri 100 migliori negozi al mondo rinnovandoli secondo i migliori standard».

—© Riproduzione riservata—



Lo store riaperto da Sephora a Parigi La Défense



Amazon testa le pubblicità sui suoi smart speaker

Amazon potrebbe presto inserire le pubblicità nei suoi smart speaker. Il gigante americano secondo *Adage* sta infatti chiedendo ai maggiori investitori di testare degli spot con una prova gratuita a cui ha invitato fra gli altri Colgate, L'Oréal e Lulemon.

Già ad aprile Amazon aveva annunciato di voler lanciare un servizio musicale supportato dalla pubblicità per competere con concorrenti come Spotify e Pandora. Il primo ha infatti una versione gratuita in cui inserisce pubblicità e negli smart speaker sarebbe un'ottima soluzione, stante la difficoltà di utilizzare (e per ora l'impossibilità)

servizi in abbonamento su questi dispositivi. Anche

Pandora, piattaforma di radio tematiche online, usa la pubblicità. Amazon quindi non vuole lasciare campo libero a questi operatori sui propri dispositivi senza tentare anch'essa la carta dell'advertising.

Amazon ha venduto oltre 100 milioni di dispositivi Echo, secondo dichiarazioni della società. Finora i marchi non possono acquistare però pubblicità specifica, ma solo sviluppare skills che si attivano se interpellate dagli utenti.



— © Riproduzione riservata —



Punto mobile

AMAZON SALVA I LAVORATORI CON IL CODING?



di **MARCO CASTELNUOVO**

Notato? Fino a un po' di tempo fa, per capire l'impatto delle grandi aziende di internet sulla nostra società, si usava il termine disruptive. Ora non più. E questo non perché ora tutto il distruttibile è distrutto. Quanto perché Google, Amazon, Facebook e gli altri over The top stanno coprendo un nuovo ruolo. Niente di sociale o benefico, beninteso. Ma sicuramente più calato nella realtà che loro stessi hanno contribuito a creare e modellare.

È notizia di pochi giorni fa che Amazon pensa a corsi di coding e machine learning per tutti quei lavoratori a rischio espulsione dal lavoro dalla società di Bezos perché sostituiti da robot. Un investimento di 700 milioni di dollari per centomila lavoratori. Un terzo del totale, settemila dollari per la formazione di ciascuno.

È tanto? È poco? È un inizio, per ora. L'idea che società miliardarie si preoccupino dei propri dipendenti non dovrebbe fare notizia, anzi. È dai tempi di Adriano Olivetti che l'imprenditore illuminato lavora per un dipendente felice. Se c'è serenità, aumenta

la produttività. La responsabilità sociale dell'azienda inoltre ha ricadute sull'intero tessuto sociale circostante, specie se l'azienda è grande. Tutte tematiche fintamente comprese dai giganti della Silicon Valley, che confondevano la pausa al ping pong con un serio piano aziendale, sia di welfare sia di soddisfazione e preparazione del proprio dipendente. Nel caso di Amazon siamo in un'altra fattispecie ancora. La formazione continua è un caposaldo del lavoro, specie in questo inizio di millennio. Se uno si trova a ripetere sempre lo stesso mestiere, allora è chiaro che questo sarà, prima o poi, sostituito dalle macchine. Il sottinteso della mossa di Amazon è: «stiamo per automatizzare centomila lavori, quindi o ti riposizioni o non c'è posto per te».

Per sfuggire a questo bisogna avere la possibilità di riqualificarsi, di crescere, di imparare. E questo discorso non vale solo per la bassa manovalanza. Anzi, sempre più «colletti bianchi» e tecnici specializzati sono a rischio. Amazon deve fare di più nel pagare le tasse giuste, pagare un salario decente, non stressare gli orari di lavoro, contribuire a risolvere l'emergenza climatica. Ha i soldi, gli uomini e le capacità per farlo. Ma il piccolo primo passo per salvare il lavoro dei propri dipendenti è di per sé un buon segnale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



The geek of chic
Federico Marchetti:
«Yoox è nato
dalle Pagine Gialle»

11

L'innovatore del mese

«IL MIO UNICORNO NATO DALLE PAGINE GIALLE E DA LEHMAN BROTHERS...»

Federico Marchetti ceo di Ynap e fondatore di Yoox racconta: «Sono stato a cena per salvare gli elefanti indiani e chi si occupa del progetto mi ha detto che hanno un piano a cento anni per i pachidermi. Per noi che viviamo immersi per il 50 per cento nel digitale e per il 50 nella moda andare oltre ai tre anni è abbastanza inutile»

di **MASSIMO SIDERI**

«Sono stato recentemente con il Principe Carlo a una cena per salvare gli elefanti indiani e chi si occupa del progetto mi ha detto che fanno un piano a cento anni per i pachidermi. Un secolo. Gli ho detto che per noi che viviamo immersi per il 50 per cento nel digitale e per il 50 per cento nella moda andare oltre ai tre anni è abbastanza inutile. Rimanere leader in questo arco di tempo è già un piano abbastanza ambizioso». Federico Marchetti è forse l'unico imprenditore in Italia veramente consapevole di quale distanza ci separi dai piani per salvare gli elefanti indiani. Per salvare l'economia italiana avremo sì e no ancora pochi anni.

Eppure anche lui ha i suoi scheletri analogici nell'armadio: le Pagine gialle, quelle vere di una volta, di carta velina, e Lehman Brothers. Ogni imprenditore ha una sua personalissima cassetta degli attrezzi con delle esperienze

uniche. E per quanto possa apparire curioso questi sono i due cacciaviti imprenditoriali — un crac, poi risolto, e una banca fallita — con cui Federico Marchetti ha fondato

Yoox, oggi Ynap, di cui è anche amministratore delegato, unico campione digitale italiano in attesa di qualcun altro capace di domare un unicorno. «Ho iniziato la mia carriera lavorativa — racconta oggi Marchetti — come stagista in Lehman Brothers. La sede era in Piazza del Carmine a Milano. Mi ero appena laureato, sarà stato il '93-'94, e andai in banca non perché mi piacesse la finanza (anzi non mi è mai piaciuta) ma come scelta deliberata per svegliarmi. In effetti dopo tre anni Ruggero Magnoni mi aveva svegliato. Lavoravo 90 ore alla settimana e cominciai a usare Internet, al

tempo un perfetto sconosciuto ai più, per uscire dall'ufficio a mezzanotte invece che alle 2 del mattino. Lo rifarei e lo consiglieri: è stato una specie di master dove ho imparato tantissimo, non sulla finanza ma sul metodo».

E le Pagine gialle?

«Era il Natale del '99 e avevo in mano il mio business plan che avevo scritto dopo il lavoro da Bain dal quale mi ero licenziato. Iniziai a cercare degli investitori. Il primo venture capitalist mi disse: che bella idea ma chi è che ha già investito? E uno dopo l'altro mi ripeterono questa storia. Io pensai: ma la vostra missione non è arrivare primi? Ero senza lavoro e con il debito per il master. E arriviamo al febbraio del 2000, due mesi prima dello scoppio della bolla delle dot.com. Leggendo sui giornali di Elserino Piol cercai sulle Pagine Gialle il numero di telefono del fondo Kiwi 1 in piazza Duse. Al primo incontro parlai con un suo collaboratore. Al secondo con lui e in due settimane firmammo il primo contratto. Era fine febbraio. È ri-

masto quello il mio modello per fare le cose».

Con quanto ha avviato Yoox?

«Avevo una prima tranche di 3 miliardi di lire (circa 1,5 milioni di euro, Ndr) per il 33 per cento della società. La seconda tranche, di cui non ricordo l'importo, era prevista solo nel caso fossi riuscito a fare partire tutto in tre mesi. Andai a Bologna e il 21 marzo del 2000 fondai Yoox. Il 21 giugno avevo rispettato le scadenze e dunque Piol mi fece avere la seconda tranche nonostante nel frattempo fosse esplosa la bolla e si fossero chiuse le porte del paradiso. Mi salvò la mia incoscienza».

Oggi sarebbe possibile rifondarla? Cosa manca?

«Elserino Piol una volta disse che i ragazzi dovrebbero avere come modello Marchetti insieme a Balotelli. Per dire che abbiamo un ecosistema arretrato ma i riferimenti culturali sono importanti».

Anni fa il «New Yorker» fece un suo ritratto dove era definito «The geek of chic». Si sente più uno o l'altro?

«Mi cercarono loro. Arrivò John Seabrook a Milano e passò un'intera settimana con me. Credo che quella rimanga la migliore definizione che abbiano dato di me: sono al 50 per cento geek e al 50 per cento chic. Per quanto riguarda il 50 per cento geek posso dire che non lo sono come può esserlo Mark Zuckerberg o Elon Musk. Non ho mai messo le mani nel motore elettrico. Però Steve Jobs sapeva quello che voleva anche se non lo aveva mai sviluppato lui. Appartengo a quella forma di geek che da

cliente finale capisce quello che vogliamo dalla tecnologia. Avevo 19-20 anni, ero in Bocconi e fui uno dei primissimi che aveva preso il telefonino. Ne ero affascinato nonostante fosse enorme. Allora pensai: se in una mano ho un telefono e sull'altra una macchina fotografica non posso fare nulla. Non possiamo inventarci un unico strumento? Non ero ingegnere, ma da cliente volevo una mano libera».

E il 50 per cento chic? Le piaceva già vestirsi elegante prima di fondare Yoox o fu un'intuizione solo di business, una piattaforma di moda nel Paese della moda?

«Andavo da Angelo a Lugo di Romagna dove vendevano abiti vintage dagli Usa con il cappuccio. Li uso ancora adesso solo che sono di Brunello Cucinelli mentre allora erano di «Angelo vintage»... andai a studiare un'estate in Inghilterra e finii in un quartiere che si chiama Hilling a Londra. Girando per le strade vidi un bruttissimo negozio di scarpe con dei saldi pazzeschi. In vetrina c'erano delle scarpe orrende arancioni, alte. Ma costavano così poco che le comprai. Avevo 11 anni, dopo 3-4 anni scoppiò il fenomeno di quelle scarpe, erano Timberland. Mi sono sempre vantato di avere anticipato la moda. La stessa cosa accadde con un piumino rosso da sci ereditato da mio fratello. Era un Moncler. Prima dei paninari a Milano. Da teenager mi interessava la moda come elemento di differenziazione ri-


spetto agli amici di gioco».

Milano vive un momento di grande brio culturale. Una società come Yoox-Net-à-porter che è per metà milanese e per metà londinese sente questa energia o siamo lontani dall'idea di una «Milano Valley» per le aziende?

«Per noi Milano è il simbolo della moda e del design ed è stato un grande vantaggio competitivo essere qui. Oggi oltre a Londra abbiamo sedi anche a Dubai, Los Angeles, Tokyo, New York. Io lavoro molto dallo smartphone. Ho chiuso anche l'affare Ynap su Whatsapp. Quindi le radici sono più importanti come simbolo che come radicamento fisico. Ma una Milano Valley secondo me esiste già. Le persone vengono dall'estero per lavorare qui. Non è un caso se abbiamo appena inaugurato il nostro Mirror, il negozio del futuro qui a Milano, e se in autunno apriremo alle porte di Milano il nostro più grande magazzino automatizzato, un gioiello dell'avanguardia della tecnologia. Ora anche Mr Porter partirà dall'Italia e questo per me è un motivo di orgoglio: portiamo gli inglesi qui».

L'uomo più elegante del mondo?

«Il principe Carlo. Quando è venuto a trovarci al Tech hub londinese si è vantato delle sue scarpe molto vecchie ma tenute benissimo».

 @massimosideri

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il segreto è che sono sempre stato il mio primo cliente. Yoox è il «negozio» che avrei voluto



L'uomo più elegante al mondo? Il mio amico, il Principe Carlo. Con noi si è vantato delle scarpe usate



The geek of chic
Federico Marchetti,
50 anni, founder di Yoox

CREDITS: OLAF BLECKER

IN BREVE

LUISS BUSINESS SCHOOL

**Intelligenza artificiale,
Alibaba dà lezione**

Studiare da vicino i segreti dell'intelligenza artificiale utilizzata da Alibaba, il gigante cinese dell'e-commerce con oltre 600 milioni di clienti: è questo l'obiettivo dell'approfondimento organizzato a Shanghai presso il quartier generale della società fondata da Jack Ma dalla Luiss Business School per i suoi studenti del Master in Business Administration in collaborazione con la Fudan School of Management.



L'università La Sapienza di Roma ha aperto LifeSeeder, un sito di equity crowdfunding

finalizzato alla progettazione e alla fase di brevetto di progetti innovativi: mette insieme le competenze

universitarie e le esigenze del mondo imprenditoriale con il coinvolgimento di esperti mondiali

UNA RACCOLTA **FONDI** PER LA RICERCA SCIENTIFICA



Arianna Trettel

Socio fondatore
di Brainsigns

Cuffie e sonori per l'indice di gradimento

Il ballerino della Tim non smette di danzare. Brainsigns è una società di neuromarketing che testa l'indice di gradimento degli spot. «Misuriamo le reazioni istintive (attenzione, emozione, interesse), tutto ciò che avviene a livello inconscio in un consumatore» spiega Arianna Trettel, socio fondatore. «Capiamo se un nuovo spot ha la stessa portata della precedente, ecc. Con Tim abbiamo testato la percezione del ballerino e lavorato sul logo». I tester indossano cuffie con fili e sensori e il sistema traccia i processi cerebrali inconsci che hanno un ruolo chiave nella fase di acquisto. «Con Ied abbiamo finanziato delle tesi per il design delle calotte che intendiamo brevettare, in mostra a Roma a novembre». (ba. mill.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Adriano Cerocchi

Chief executive officer
di Over

Smart energy e la bolletta pesa meno

«Spegniamo quello che le persone dimenticano acceso». Adriano Cerocchi è ceo di Over, società specializzata in sistemi di smart energy. «Abbiamo progettato una modalità di gestione dell'energia per rendere più intelligente il flusso di corrente». In ufficio c'è sempre un dispositivo in stand by, consumi che pesano in bolletta. «Il nostro misuratore cabla i sistemi elettrici dell'immobile e interviene se c'è qualcosa acceso. Ubi Banca, Bnl, Mps e Popolare di Spoleto lo stanno usando con risparmi nell'ordine del 15%. Lazio Innova ha investito un milione di euro con Paolo D'Angelo (business angel) e Intermark sistemi». Un milione e mezzo il fatturato, in crescita. Prossime aperture in Francia ed Eau. (ba. mill.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Guido Gentile

Co-fondatore
di Sistema Its

Ingorghi in città? Ti devia il software

Fare previsioni attraverso i dati aggiornati sui flussi di traffico. «Produciamo software per le centrali, 5T elabora i dati di traffico in arrivo dai radar» spiega Guido Gentile, docente di Ingegneria dei Trasporti alla Sapienza e co-fondatore di Sistema Its, ex spin off dell'ateneo, acquistato da Ptv e rilevata a sua volta da Porsche Se. «Il software è in uso da Torino al Qatar, tranne Roma». Se, in caso d'incidente è necessario chiudere una carreggiata o bloccare la metro, il sistema capisce immediatamente dove è il problema e come intervenire per decongestionare il traffico in arrivo. Fondata nel 2009 nel dipartimento di Ingegneria della Sapienza, la società fattura 5 milioni e ha 50 dipendenti. (ba. mill.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Paolo Mazzanti

Amministratore delegato
di Nhazca

Strade più sicure grazie a radar speciali

«In Usa, le immagini dei radar satellitari consentono di monitorare strade e viadotti e intervenire in anticipo in caso di rischio frane. In Italia questo tipo di mappature e prevenzioni non si fanno in modo così sistematico». Paolo Mazzanti è ad di Nhazca, spin off della Sapienza, specializzata in analisi dei rischi naturali (frane, alluvioni, vulcani, ghiacciai) e grandi opere (dighe, viadotti). La società (1,5 milioni di fatturato, +30%) monitora le autostrade dell'Anas per capire l'impatto del peso dei tir su terreni franosi utilizzando radar interferometrici, in grado di misurare gli spostamenti della terra. «In Vietnam faremo il primo monitoraggio interferometrico di una frana». Sempre più lontano da noi. (ba.mill.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Roberto Navigli

Co-founder
di Babelscape

Il traduttore intelligente sveltisce il lavoro

I traduttori online, nonostante siano molto migliorati, spesso non traducono con un senso compiuto. I software di Babelscape elaborano i testi in multilingue. «Pensiamo agli studi legali che devono fare ricerche semantiche nei codici o a imprese che indicizzano articoli scientifici» spiega Roberto Navigli docente di Informatica e co-founder di Babelscape, di cui detiene il 65%. Il restante 25% della start up è in mano all'ad, Francesco Maria Pucci, imprenditore e Venture Capital. L'azienda specializzata in Ia, che si è aggiudicata 2 grant Ue di oltre 3 milioni di euro, ha fatturato un milione di euro, il doppio dell'anno prima ed è alla ricerca di manager nel campo dell'elaborazione multilingue del linguaggio naturale. (ba.mill.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Antonio Carcaterra**«LifeSeeder è il sito per spin off e acceleratori»**di **BARBARA MILLUCCI**

Anche la Sapienza ha un proprio sito di equity crowdfunding. Si chiama «LifeSeeder ed è la prima piattaforma di equity crowdfunding interamente dedicata a progetti innovativi di Life Science, riconosciuta dalla Consob», afferma Antonio Carcaterra, presidente di Sapienza Innovazione, un consorzio di cui fanno parte Unicredit La Sapienza e per l'appunto LifeSeeder. Al momento sono stati caricati sul portale di raccolta fondi, fondato dal cluster del Lazio Chico, solo tre progetti, non ancora partirti, che arriveranno presto a dieci, di cui la metà messi a punto nei laboratori scientifici dell'ateneo romano.

«In questo modo vogliamo proporre un modello nuovo capace di animare e gestire l'innovazione», aggiunge Carcaterra. «Tra i nuovi progetti al vaglio e in fase di brevettazione, c'è il lancio di un nuovo farmaco e la progettazione di dispositivi medicali a basso costo, dotati di intelligenza in grado di monitorare il paziente». Nell'ambito dell'health technology e dell'ingegneria biomedica, l'hub romano collabora con la Germania e la Cina, dove sta sviluppando tecnologie innovative per assistere, tramite robot, i pazienti in degenza». Le società che collabora-

no e che potrebbero finire sulla vetrina web della raccolta fondi sono la multinazionale tedesca Basf, la lombarda Vox Gentium (con un progetto di robotizzazione), la napoletana Natura (analisi ambientale), l'inglese Airlite (vernice antismog) e la torinese Telematic Solution (manutenzione nel settore spaziale).

«Come acceleratore tentiamo di mettere insieme le competenze universitarie e le esigenze del mondo imprenditoriale coinvolgendo i massimi esperti a livello mondiale in diversi settori, dall'ingegneria alla psicologia passando dalle tecnologie del food, perché riteniamo che l'interazione disciplinare sia la base di tutti i processi di innovazione. Dietro un'idea deve sempre esserci un motore in grado di produrre ricerca in un contesto internazionale. A oggi abbiamo fatto più di 40 spin off senza nessun brevetto».

Per le tutele intellettuali bisogna far riferimento direttamente a La Sapienza (che ne detiene circa 350). «Siamo nati dieci anni fa, con un finanziamento di 4 milioni del Ministero dello Sviluppo Economico. Negli anni abbiamo avviato progetti sia con l'Unione Europea (da cui abbiamo ottenuto circa 12 milioni di euro) che con il Miur. Ma solo negli ultimi due anni abbiamo aperto la collaborazione al mondo imprenditoriale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Chi è**

Antonio Carcaterra è presidente del Comitato Spin-off e Brevetti dell'università La Sapienza dove insegna al Dipartimento di Ingegneria meccanica e aerospaziale

Norme & Tech

SE LA MONETA DIVENTA BENE DI «CONSUMO»



di **UMBERTO AMBROSOLI**

Digital disruption è l'espressione che si utilizza per indicare il momento in cui una nuova tecnologia origina il cambiamento di una determinata attività modificandone radicalmente il modello di business.

Pensiamo al mondo dell'industria musicale (dacchè esiste Spotify) a quello della ricettività turistica (dacchè esiste Airbnb), a quello (in alcune città) del trasporto urbano (dacchè esistono servizi tipo Uber). Gli esempi si potrebbero sprecare, magari anche realizzando che i fenomeni sono assai più ampi di quelli che riconduciamo a un singolo marchio.

Il successo di talune innovazioni digitali, anche tra quelle appena citate, poggia spesso su di un sistema normativo fragile e non adeguato ad affrontare il cambiamento intervenuto. A farne le spese sono, così, coloro che soddisfacevano quello stesso bisogno prima che giungesse l'innovazione. Da un mese si parla tanto di Libra, la moneta che Facebook vuole offrire ai suoi più di due miliardi di utenti sparsi nel mondo. L'avvento della valuta digitale sarà evento disruption della moneta sovrana e della finanza per come oggi le conosciamo?

In parte il dibattito è già maturo visto che da un paio d'anni si discute di bitcoin. Quella di Menlo Park, però, pare destinata ad essere una stable coin, cioè una moneta digitale con alle spalle una rete di protezione rappresentata da asset reali, nell'intento di evitare il saliscendi delle quotazioni dei bitcoin. Troppo poco, però, per un contesto non a caso fortemente normato e vigilato. Ecco che, allora, nel documento elaborato dai ministri delle Finanze del G7 la scorsa settimana a Chantilly con i governatori centrali, si affermano le priorità che dovranno rispettare le stable coin: a) osservare al massimo le norme regolamentari ed essere soggette a supervisione e vigilanza prudenziale, b) avere una solida base giuridica in tutte le giurisdizioni, c) gli asset reali sottostanti dovranno essere gestiti in maniera "sicura, prudente, trasparente e coerente con gli impegni assunti" nei confronti degli utenti.

Non ingannino i toni costruttivi del documento: a Chantilly la critica all'annunciata moneta è stata ad alto volume. Il bene moneta è di tale importanza che non si può affidarne facilmente il governo a chi potrebbe pensare, più che a cittadini, a meri consumatori.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL «BLACK OUT» DEI BIG DATA

La gestione delle grandi informazioni e dei supercomputer è il prossimo allarme energetico
Non è un caso se tutte le società Big tech mostrino di investire sull'ambiente e siano alla ricerca
di soluzioni più ecologico per evitare di rappresentare il 14 per cento delle emissioni globali

La nuova spinta verso i green bond verrà dai Big Data di Apple, Google, Facebook, Intel ed Amazon. Ma soprattutto dalle società di Information & communication technology (Ict). Vale a dire Vodafone, Verizon e Telefonica, le compagnie che dovranno «spingere» quei dati lungo le reti e le loro infrastrutture. Già, perché l'Internet of things e l'Intelligenza artificiale — dicono gli esperti — spinge anche a un sempre più forte consumo di energia. Tanto che il settore globale dell'Ict potrebbe arrivare a rappresentare il 3,5% delle emissioni globali entro il 2020 e salire al 14% vent'anni dopo. Superando così il peso delle emissioni dell'intero comparto dell'aviazione e dello shipping. Sono le stime contenute in molti rapporti, primo fra tutti quello dell'International Energy Agency.

Tutte le tech company, soprattutto nell'Ict, si sono quindi impegnate a migliorare l'efficienza energetica per abbattere le emissioni con investimenti importanti che possono, appunto, essere finanziati attraverso l'emissione di obbligazioni verdi, per le quali gli investitori sembrano avere un ottimo appetito. Tra i protagonisti, la spagnola Telefonica che ha fatto da apripista nel primo trimestre con un bond da un miliardo, il primo green nel settore delle telecomunicazioni. È servito a sostenere gli investimenti per la transizione dalla rete in rame a quella in fibra ottica in Spagna che, ha calcolato il gruppo, hanno già prodotto un calo delle emissioni di CO₂ pari a 56.500 tonnellate.

Vodafone è attesa ai nastri di partenza, visto che ha appena pubblicato il suo «Green bond framework», ovvero la lista degli obiettivi, visto che «le emissioni di gas a effetto serra delle imprese di Ict raggiungeranno il 2% di

quelle globali, comparabili solo a quelle del settore aereo e Vodafone deve sviluppare strade innovative per mitigare le conseguenze climatiche legate alla crescita del suo business».

Apple, Google, Facebook &c. hanno già affrontato il tema. Tutti i data center di Cupertino — quelli che gestiscono miliardi di iMessages, le risposte di Siri e i download da iTunes — sono al 100% alimentati da energia elettrica da impianti rinnovabili.

È attesa quindi una nuova spinta a un mercato che nel primo semestre dell'anno ha toccato nuovi record. Secondo i dati forniti dalla piattaforma americana Refinitiv nel semestre che si è chiuso a giugno, il volume totale delle obbligazioni verdi ha raggiunto 86,4 miliardi di dollari, in crescita del 26,2%. È salito anche il numero delle società emittenti, in aumento del 14,9%. Ma se si guarda al volume complessivo dei cosiddetti bond Esg, legati cioè a tematiche non solo ambientali ma anche sociali e che toccano i temi di governance, la cifra sale a 110,1 miliardi.

L'Europa fa da traino: banche e imprese hanno raccolto 47,7 miliardi di dollari. In cima alla lista dei Paesi più impegnati nel finanziamento di progetti ambientali c'è la Francia le cui aziende hanno raccolto 11,6 miliardi. Qui la più attiva è stata Engie, colosso dell'energia di Parigi, con due green bond del valore totale di 2,28 miliardi in dollari. Negli Stati Uniti la provvista da parte delle aziende è salita del 60,6% a 9,7 miliardi. Ma il peso della corporate America è ancora limitato. E non certo incentivato a crescere dall'amministrazione del presidente Donald Trump da sempre critico nei confronti degli Accordi sul clima di Parigi.

D.Pol.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SOCIAL NETWORK

Facebook, gli utenti giornalieri crescono a 1,6 miliardi

Nuovo record per Facebook dopo gli scandali sull'utilizzo dei dati. Gli utenti che usano il social network ogni giorno sono aumentati a 1,59 miliardi. Quelli che lo hanno fatto mensilmente sono saliti a loro volta dell'8% a 2,41 miliardi. Sono i dati emersi nella trimestrale del colosso Usa, che hanno registrato ricavi in aumento del 28% annuo a 16,9 miliardi di cui la quasi totalità (16,6 miliardi) è stata generata dalla pubblicità. Facebook ha confermato di essere oggetto di due inchieste antitrust: una con la Federal Trade Commission, con cui mercoledì ha annunciato un patteggiamento record di 5 miliardi di dollari per violazioni della privacy, l'altra con il dipartimento di Giustizia.



Guerra dei Like

I NATIVI DIGITALI NON SI FIDANO DI NOI GENITORI



di **ALESSIA CRUCIANI**

In una società in cui la dimensione digitale della vita privata gioca un ruolo predominante, il cyberbullismo rappresenta per i più giovani una minaccia concreta come alcol e droga. E il primo errore che facciamo noi genitori è di considerare i nostri figli incapaci di stare al mondo in modo normale, definendo patologico il loro modo di agire perché sono adolescenti. Fiduciosi che poi sarà diverso.

Sbagliamo, con il rischio di perdere la loro fiducia. Necessaria, invece, se dovessero trovarsi nei guai, vittime di cyberbullismo.

La premessa da cui bisogna partire è che viviamo in due mondi diversi: noi adulti siamo gli emigrati digitali, loro sono indiscutibilmente nativi digitali. Se noi "usiamo" internet, i giovani "vivono" online. La loro vita si svolge su una piazza virtuale, tutte le loro informazioni arrivano dal mondo digitale, l'unico che conoscono. I nostri rapporti, al contrario, vengono ancora coltivati su un piano più intimo. Quindi i nostri ragazzi stanno e staranno al mondo in modo diverso perché diverso è il loro mondo. E non perché sono adole-

scenti.

Indipendentemente dalle condizioni socioeconomiche, quasi il 100% dei ragazzi è in qualche modo connesso. Una generazione smartphone che ha ribaltato gli schemi della socializzazione: ora sono i giovani a insegnare ai vecchi. Che non fanno altro che giudicarli, criticarli, dando l'impressione di aver perso anche la capacità di saper ascoltare.

Ecco perché quando i ragazzi sono in difficoltà non riescono a chiederci aiuto. In realtà vorrebbero farlo, ne avrebbero un bisogno disperato. Ma non si fidano degli adulti, non si sentono compresi. Convinti di rischiare più il sequestro dello smartphone che non ricevere un aiuto concreto.

La soluzione migliore, anche se non facile, è sospendere il giudizio. Ascoltiamoli evitando le posizioni estreme, senza cercare di riportarli al passato. Ricordiamoci che in fondo sono adolescenti e di quest'età mantengono la fragilità e le paure. E la rete spaventa anche loro, coscienti di quanto possa essere spietato il cyberbullismo. Dialoghiamo senza pregiudizi, proponendo di cercare soluzioni insieme. Ricordando sempre l'uso corretto e consapevole delle nuove tecnologie. Perché nessun consiglio che un genitore dà ai figli è inutile. Anche quando sembrano non ascoltarci.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

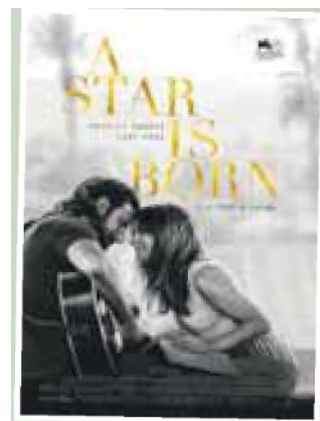
Vivendi, il semestre sostenuto da Universal ma anche dalle quote in Spotify e Tencent

Vivendi chiude il primo semestre di quest'anno con un utile netto pari a 520 milioni di euro, triplicando rispetto allo stesso dato nella prima metà dell'anno scorso a quota 165 milioni, beneficiando della rivalutazione delle partecipazioni in Spotify e Tencent music group. Ma, risalendo a monte del conto economico, cresce anche l'ebit, pari a 645 milioni (+31,2%), mentre i ricavi aumentano del 13,6% sulla soglia dei 7,4 miliardi, grazie ai risultati di Universal music group e all'integrazione dei libri Editis. A fine giugno l'indebitamento finanziario ammonta a 2,133 miliardi rispetto a una posizione netta di cassa positiva per 176 milioni a fine 2018.

Nel dettaglio delle singole attività, la tv a pagamento Canal+ registra un fatturato in calo del 2,2% per 2,5 miliardi di euro, risentendo del calo degli abbonati su scala internazionale e mettendo il segno negativo davanti al suo risultato operativo corrente (-2,5%). Invece il gruppo pubblicitario Havas aumenta il giro d'affari del 3,8%, oltre gli 1,1 miliardi di euro, con un risultato operativo corrente a +5,5%. A spingere i suoi clienti inserzionisti ci sono stati, perlopiù, le aziende americane della sanità ma anche i mercati del Vecchio continente tra cui l'Italia.

Il pilastro del conglomerato guidato da Yannick Bolloré (figlio del finanziere bretone Vincent Bolloré) resta, comunque, Universal music group che porta a casa un fatturato di quasi 3,3 miliardi di euro, in rialzo del 24%. Il suo risultato operativo corrente è a +41,4%. Del resto, l'etichetta ha potuto fare affidamento sui diritti di artisti come Ariana Grande, King & Price e ancora l'eco del film *A Star Is Born* (di e con Bradley Cooper, oltre che con Lady Gaga) e relativa colonna sonora, senza dimenticare alcuni album dei Queen, band che continua a vendere. A proposito della vendita di una quota di minoranza in Universal, già annunciata dai francesi circa un anno fa, indiscrezioni di stampa vedono invece Vivendi impegnata in questi giorni a coinvolgere nell'operazione i consulenti di varie banche, con l'intenzione di cedere fino al 50% dell'etichetta.

— © Riproduzione riservata —



«Vivendi con Gubitosi a sostegno dei piani Tim»

L'AZIONISTA FRANCESE

il ceo De Puyfontaine: «L'ad di Telecom lavora nell'interesse di tutti i soci»

«Sulla rete pronti ad appoggiare progetti di lungo termine»

Antonella Olivieri

Scoppia la pace tra Vivendi e Telecom. La media company transalpina che fino all'inizio della primavera aveva tentato di rimontare nel consiglio in cui era finita in minoranza per l'attivismo del fondo Elliott, al punto da chiedere la revoca di cinque amministratori - tra i quali il presidente Fulvio Conti - ora si professa a pieno sostegno di Telecom e del suo ad Luigi Gubitosi. Una dichiarazione quasi "politica" quella del ceo di Vivendi, Arnaud de Puyfontaine, arrivata ieri da Parigi al termine della conference call chiamata per illustrare i risultati del semestre e che per il resto aveva visto l'interesse degli analisti concentrarsi sul progetto di "valorizzazione" di Universal, per la quale è in corso la ricerca di un partner di minoranza. In qualità di primo azionista, ha ribadito De Puyfontaine, Vivendi ha un «impegno di lungo periodo su Telecom» ed è convinta che «il potenziale» del gruppo sia «molto superiore» a quello che è riflesso nelle quotazioni di Borsa. Sulla rete, ha risposto il ceo della società francese, «abbiamo un approccio pragmatico e, con gli altri azionisti, siamo pronti a sostenere progetti a lungo termine che aiutino Telecom a recuperare valore». Per Gubitosi, che a novembre ha preso il posto dell'ad voluto dai francesi Amos Genish, De Puyfontaine ha avuto parole di forte apprezzamento. «Gubitosi sta svolgendo un lavoro efficiente e sta realizzando una migliore governance - ha sottolineato

- e sta portando avanti l'implementazione di una strategia con un approccio che va nell'interesse di tutti gli azionisti». Dopo l'assemblea di fine marzo, anticipata per la richiesta di revoca di Vivendi, che poi l'ha ritirata, l'ad di Telecom ha sollecitato un miglior clima a sostegno dei piani della compagnia. «Noi siamo allineati», ha chiosato De Puyfontaine, aggiungendo che si aspetta che la governance evolva nella direzione auspicata: «Ci aspettiamo dal consiglio trasparenza e che supporti le diverse iniziative, confidando che siano di successo per la compagnia».

Sul fronte Telecom non sono attese nuove svalutazioni dopo quelle, pesanti, già sopportate, ma la vera gallina dalle uova d'oro del gruppo che fa capo a Vincent Bolloré si chiama Universal. Nel semestre appena concluso la major Usa della musica ha contribuito per 481 milioni (+47,3%, +43,8% su base organica) all'Ebita di gruppo che è stato di 718 milioni (+32,4%, +27,6% su base organica), registrando una crescita dei ricavi dell'ordine del 24% (+18,6% a parità di cambi e perimetro) a 3,258 miliardi rispetto ai 7,353 miliardi del consolidato (+13,6%, +6,7% su base organica). Vivendi ha selezionato gli advisor per l'operazione (i nomi non sono stati resi noti) e ha fatto sapere che PwC sta curando la vendor due diligence. «L'apertura del capitale di Universal per l'acquisizione di una quota di minoranza da parte di uno o più partner sta progredendo», ha comunicato il gruppo che ha precisato come siano già stati stabiliti «diversi contatti con potenziali partner strategici», senza aggiungere altri dettagli.

Il primo semestre dell'anno per il gruppo Vivendi si è concluso con utili contabilizzati più che triplicati, da 165 a 520 milioni, con un progresso del 40,8% sugli utili adjusted, saliti da 393 a 554 milioni. Meno entusiasmanti le performance della pay-tv Canal+ che nel periodo ha registrato ricavi in flessione del 2,2%.



Azionista. La sede di Vivendi a Parigi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PARTERRE

Tim-Open Fiber, meglio coinvestire per JP Morgan

Per Telecom «l'opzione più conveniente» nel dossier Open Fiber «sarebbe quella di coinvestire piuttosto che di acquistare». Curiosamente, il suggerimento arriva da JP Morgan che in partita è uno degli advisor delle joint Cdp-Enel per la rete in fibra, ma in questo caso sono gli analisti, divisi dai "muri cinesi", a parlare. In un report che analizza le ipotesi di combinazione, JP Morgan stima che, evitando la duplicazione delle reti, sarebbero sprigionabili 2 miliardi di sinergie. Gli analisti della casa Usa individuano però molte insidie nello scenario di integrazione tra le due reti, che potrebbe essere ostacolata dalle autorità regolatorie italiana e europea, mentre aleggia incertezza sul valore e la struttura dell'operazione. Il coinvestimento invece - indica il report - permetterebbe ai due gruppi di dividersi i costi della costruzione nella nuova infrastruttura in fibra, «mitigando le potenziali implicazioni finanziarie negative derivanti da una completa fusione». Quanto al valore di Open Fiber - un nodo tuttora irrisolto - JP Morgan lo colloca ancora in un range piuttosto ampio, compreso tra 2,5 e 6 miliardi. (A.Ol.)



L'ACCORDO POTREBBE VALERE ALMENO UN MILIARDO DI DOLLARI

5G, Apple vuole comprare il settore dei microprocessori di Intel

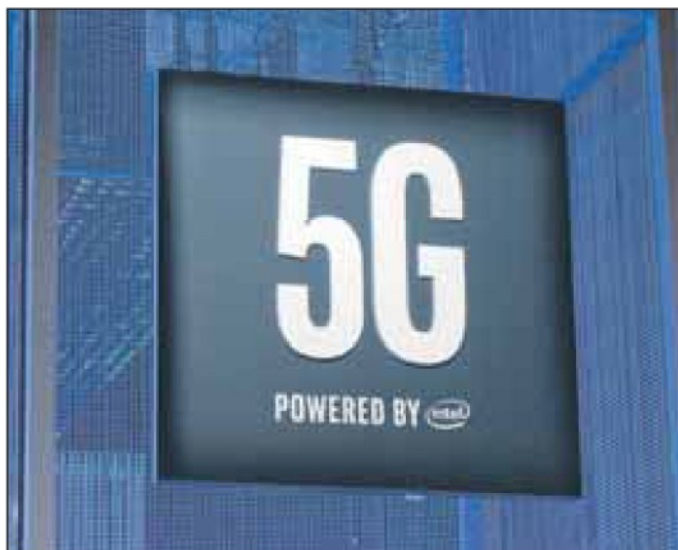
L'eventuale accordo potrebbe valere 1 miliardo di dollari. Quello che si sa di sicuro è che Apple è in fase di trattative avanzate con Intel per l'acquisto dell'attività di chip per smartphone 5G: un prezioso portafoglio di brevetti e di tecnici.

È raro che il gruppo guidato da **Tim Cook** faccia acquisizioni esterne di questa ampiezza, segno che la posta in gioco è altissima. Il mercato della prossima generazione di smartphone 5G rappresenta la nuova ondata di crescita per i produttori. Il colosso di Cupertino non è particolarmente in vantaggio rispetto a Samsung e Huawei e la concorrenza è molto agguerrita. Aggiudicandosi gli attivi di Intel, Apple potrebbe guadagnare qualche anno di ricerca e sviluppo e dipendere meno da terzi per l'acquisto di questi componenti chiave degli smartphone.

Per costruirsi i propri chip, il colosso di Cupertino ha cominciato a reclutare, da due anni a questa parte a San Diego, una squadra di cui faranno parte in totale 1.200 ingegneri.

Tutti i grandi attori del settore smartphone sono impegnati nella battaglia dei microprocessori. Il leader mondiale Samsung ha annunciato recentemente un piano di investimenti da 116 milioni di dollari per i prossimi dieci anni per sviluppare chip destinati a supportare intelligenza artificiale e 5G. Gli sbocchi sono numerosi, a cominciare dal mercato assai promettente dell'auto a guida autonoma: un settore nel quale Apple, come noto, ha grandi ambizioni.

—© Riproduzione riservata—



Apple è in fase di trattative avanzate con Intel per l'acquisto dell'attività di chip per smartphone 5G



EDITORIALI

La flemma di Salvini sul 5G

Il ministro dell'Interno ha una lunga lista di priorità prima della sicurezza delle reti

Dopo la recente decisione governativa di non convertire in legge il decreto “golden power” in seguito a contestazioni dalle cinesi Huawei e Zte per le restrizioni loro imposte il ministro dell'Interno, Matteo Salvini, non risolve l'ambiguità della posizione italiana verso le potenziali interferenze della Cina nello sviluppo delle reti di nuova generazione 5G. Le aziende cinesi sono già bandite negli Stati Uniti per ragioni di sicurezza nazionale sulla base del rischio di furto di dati della popolazione e della Pubblica amministrazione. “Il decreto dà più tempo per analizzare un eventuale rischio. Se non ci sono evidenze di criticità è chiaro che non puoi chiudere il mercato a uno o più soggetti”, ha detto Salvini al convegno “Frequenze strategiche: il 5G e l'impatto sulla sicurezza nazionale” dell'associazione Fino a prova contraria. “Quindi o ci sono delle risultanze in merito al fatto che alcuni soggetti extra europei potrebbero travasare dati recuperati in maniera potenzialmente pericolosa oppure valgono le leggi”. Il decreto “golden power” poneva restrizioni temporali nella fornitura di apparecchiature a “soggetti esterni all'Unione europea” a fornire strumenti per le nuove reti, colpendo sia soggetti cinesi sia americani (Cisco) e coreani (Samsung). Per Salvini l'Italia deve valutare ma “non restare in mezzo al guado” mentre altri paesi si tutelano – per esempio la Francia ha appena approvato una legge che assegna al primo ministro la facoltà di fermare il dispiegamento della rete 5G per motivi di sicurezza nazionale senza l'obbligo di motivare la decisione – tuttavia per il vicepremier la questione non è una priorità né un'emergenza al momento, da qui il rinvio del decreto per proporre un disegno di legge organico. “Tutti si muovono, anche in senso dirigista come i francesi”, ha detto. “Per quel provvedimento non c'erano i tempi necessari [per la conversione in legge] e valuteremo. A proposito di emergenze che ti impongono di intervenire presto, io passo dalla difesa cibernetica al fatto che c'è il campeggio dei No Tav in Val di Susa”. Della postura strategica italiana se ne parlerà dopo i No Tav e dopo l'estate.

