

Rassegna del 27/02/2018

Repubblica	24	Perché lo smartphone non corre più	<i>D'Alessandro Jaime</i>	1
Sole 24 Ore	43	Startup con il Sole - Servizi e reti 5G, opportunità da mille miliardi di dollari	<i>Rusconi Gianni</i>	3
Messaggero Cronaca di Roma	46	Internet mobile super-veloce per mezzo milione di romani	<i>Di Liegro Alessandro</i>	5
Italia Oggi	21	Vodafone: cifre non sostenibili dalle compagnie telefoniche	...	6
Stampa	27	Il punto - Bene Campari e telecom Arretrano Mediaset e Fca	<i>Grassia Luigi</i>	7
Sole 24 Ore	11	Intervista a Carmine Di Noia - «La Capital market union prenda esempio dall'Italia: serve il Tuf della finanza Ue»	<i>Plateroti Alessandro</i>	8
Corriere della Sera	28	Accordo tra Kkr e Qui! Group, la scommessa nel fintech	...	10
Sole 24 Ore	42	Bruxelles rinvia le nuove regole sulle criptovalute	<i>Romano Beda</i>	11
Stampa Torino	52	Effetto Amazon sugli artigiani "Gli affari crescono dell'86%"	<i>Maggio Roberto</i>	12
Manifesto	5	Quei 250 milioni di vantaggi illeciti in Lussemburgo - I 250 milioni di vantaggi illeciti di Amazon in Lussemburgo	<i>Ciccarelli Roberto</i>	14
Messaggero	19	La raccomandata arriva sulla mail privata start up brevettata il servizio, ed è già boom	<i>A.Bas.</i>	16
Sole 24 Ore	42	Intervista a Chris Lehane - «Nel turismo nuovi posti di lavoro grazie all'hi-tech»	<i>Chioda Eleonora</i>	17
Italia Oggi	41	Scudo sul turista via web	<i>De Stefanis Cinzia</i>	18
Sole 24 Ore	2	Doppio «bonus» per formazione 4.0: sì ai tutor interni	<i>Bartolini Marzio - Fotina Carmine</i>	19
Giorno Milano	11	Fondazione Cariplo compra l'Oberdan: sarà digital	<i>Si.Ba</i>	20
Stampa	1	Usa, la rivincita, dei giornali Li compra un americano su due - La rivincita delle news a pagamento	<i>Mastrolilli Paolo</i>	21
ESTERA				
El Mundo	40	I gruppi di telecomunicazioni iniziano un braccio di ferro con Roures	<i>Martinez Victor</i>	23
Expansión	7	Vodafone si unisce a Telefónica e vuole riduzioni di prezzo nei diritti tv per il calcio	<i>I.C. - E.A.</i>	24

Perché lo smartphone non corre più

Dopo 10 anni
il settore fa i conti
con la prima storica
frenata delle vendite
E così i produttori
ora puntano tutto
su intelligenza
artificiale e reti 5G

Dal nostro inviato

JAIME D'ALESSANDRO, BARCELONA

Non hanno più nulla da dire», commenta il blogger inglese scuotendo la testa. Zaino scuro, 30 anni, con reflex e cavalletto, si rigira fra le mani un nuovo modello di smartphone. «E poi sono tutti uguali» aggiunge prima di inoltrarsi in un altro padiglione del Mobile World Congress, la grande fiera dedicata all'universo dell'iPhone e dei suoi fratelli, dove lo aspettano altri modelli con l'immane doppia telecamera e l'inevitabile schermo senza bordi. Che nel magico mondo dei telefoni qualcosa si sia inceppato è chiaro già da qualche tempo. Ora è arrivata la conferma: per la prima volta il settore registra un calo di quasi sei punti percentuali. È accaduto nell'ultimo quadrimestre del 2017, quello natalizio, in flessione rispetto allo stesso periodo del 2016. Non era mai accaduto. Lo certifica Gartner, società di

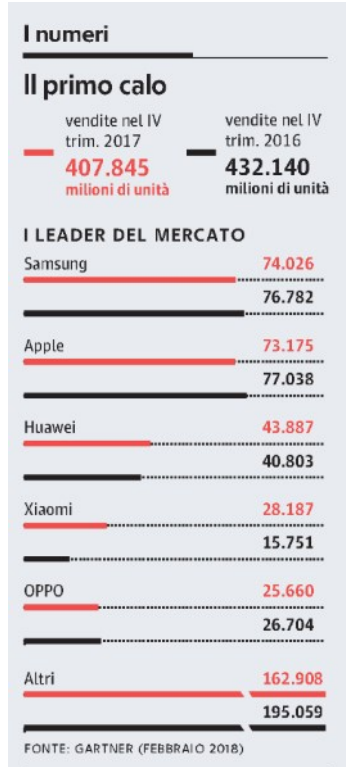
analisi e consulenza americana che dal 2004 tasta il polso del settore. «Sarà un anno difficile, il più difficile in assoluto per gli smartphone», conferma Roberta Cozza, ricercatrice di Gartner. «L'assenza di vere novità, a fronte di aspettative alte da parte delle persone, non ha certo aiutato». Intendiamoci: rispetto al 2016, ne sono stati venduti di più. Ma che in un quadrimestre così importante addirittura si verifichi un calo, anche se non uniforme, è un segno preoccupante. Eravamo abituati male, vien da dire. A ogni stagione una novità sorprendente e funzioni da sperimentare. Schermi tattili più grandi, fotocamere con una qualità che aumentava in maniera esponenziale, milioni di app da provare. Poi, dal 2014, quasi tutti i modelli hanno cominciato ad assomigliarsi e ogni nuova soluzione proposta ha iniziato a essere meno rilevante e comunque subito copiata da tutti. «Stiamo passando da un mondo di dispositivi a uno di servizi» aveva profetizzato sei anni fa Phil Harrison, due metri di altezza e un passato come vice presidente alla Sony e in Microsoft. Insomma il modello di smartphone o di smart tv conterà sempre meno, purché ci permetta di accedere a Facebook, WhatsApp, Netflix, Gmail o Spotify e agli altri servizi in mano ai soliti nomi noti della Silicon Valley.

Anche la tecnologia che fa da tema al Mobile World Congress

2018, l'intelligenza artificiale, viene da quella stessa zona della California. Tutti la sbandierano, tutti sostengono di aver realizzato uno smartphone che la usa. Sono pochi però a produrla. Sorride quindi Scott Huffman, omone sui 45 anni, che ha portato una delle poche notizie di questa fiera. «Per la prima volta il nostro assistente virtuale parlerà trenta lingue diverse, italiano compreso, entro la fine di quest'anno» racconta. È il vice presidente di Google ed è a capo proprio della divisione che si occupa di intelligenza artificiale. «Questo significherà dialogare nella propria lingua per il 95 per cento degli utenti di Android». Il sistema operativo della sua multinazionale è usato da due miliardi di persone e ha l'86 per cento del mercato. Il potere dunque passa dai dispositivi ai servizi, per usare le parole di Harrison. Almeno fino al 2019, quando le reti di nuova generazione ultra veloci, note come 5G, cominceranno a diffondersi. A quel punto un nuovo smartphone compatibile bisognerà comprarlo per forza, anche se per il resto non si differenzierà poi tanto da quello che abbiamo già. «Ma non mi aspetto un boom di vendite. Almeno non subito» conclude Roberta Cozza. Insomma, se i giganti della telefonia non si inventano qualcosa, gli anni difficili rischiano di moltiplicarsi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





I CAMBIAMENTI E LE TAPPE

2007

Apple introduce l'iPhone, Lg il telefono Prada. Sono i primi con uno schermo tattile ampio



2008

Aprè l'App Store di Apple. Subito dopo Google lancia Android, sistema operativo per smartphone, con lo store che poi diventerà Google Play



2011

Samsung lancia il Galaxy Note con display da 5 pollici. Tre anni dopo anche Apple punta tutto sui "phablet" con l'iPhone 6 Plus. I modelli di punta si assomigliano sempre di più



2012

Nel mondo ci sono ormai più di un miliardo di smartphone

2013

Apple lancia l'iPhone 5s con impronta digitale



2014

Htc One (M8) con doppia fotocamera e schermo quasi senza bordi sui lati. Soluzioni poi adottate dagli altri



2016

Ad aprile Apple ha il primo calo nelle vendite dell'iPhone. Ma in generale è tutto il settore che comincia a rallentare



2017

Samsung lancia il primo smartphone da 1000 euro, il Note 8. Apple la supera con l'iPhone X



Online



Il MWC 2018 su Repubblica.it

Notizie, interviste, video e gallerie fotografiche: tutto sul sito dedicato al Mobile World Congress, la più importante fiera del mondo sui dispositivi mobili. Ora per ora Dai nostri inviati a Barcellona

Startup con il Sole

L'OSSERVATORIO NÒVA E FINANZA&MERCATI



Servizi e reti 5G, opportunità da mille miliardi di dollari

Al Mobile World Congress di Barcellona 600 nuove imprese

Gianni Rusconi

■ Una rivoluzione ad elevato impatto. Fra le tante definizioni utilizzate dagli esperti per commentare lo sviluppo sempre più accelerato delle reti di quinta generazione (tema centrale del Mobile World Congress in corso a Barcellona) c'è anche questa, ed è supportata dai numeri. Entro il 2016, infatti (i dati sono di Ericsson), il mercato 5G potrebbe valere qualcosa come 1,23 trilioni di dollari, affermandosi come una delle tecnologie guida per la digitalizzazione di molte industrie, dall'entertainment all'automotive (i sistemi di guida autonoma), dal mondo manifatturiero a quello finanziario. Il prodotto mobile per eccellenza, lo smartphone, è pronto a griffarsi del "marchio" 5G a partire dal 2019, anche se per poterne sfruttare la connettività ultraveloce bisognerà di fatto aspettare l'anno successivo. In quella che in molti hanno già definito "gigabit society", la società delle connessioni ad altissime prestazioni per l'appunto, c'è ovviamente spazio anche per le startup. A Barcellona, nell'ambito dell'evento 4YFN (4 Years From Now, la business community della fondazione Mobile World Capital che aggrega nuove imprese, investitori, istituzioni pubbliche e grandi aziende) ne sono presenti circa 600 provenienti da oltre 150 Paesi, Italia compresa.

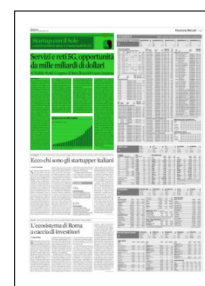
Dieci quelle selezionate (su 300 candidate) per gli 4YFN Awards, che si giocheranno il titolo di startup più innovativa nella finale in programma mercoledì 28 febbraio. Tra queste ci sono specialisti nella gestione del portafoglio assicurativo via app come la spagnola Brokoli, soluzioni per connettere fra loro servizi finanziari di vario genere sempre tramite app utilizzando un singolo dispositivo come quella dell'inglese Combine e piattaforme intelligenti di video-analytics che sfruttano le tecnologie di deep learning e cognitive computing come quella dell'israeliana Viisights. Per tutte l'opportunità di mettersi in mostra in una città che punta a diventare una sorta di laboratorio aperto per le 5G su scala europea, con una serie di progetti dedicati in rampa di lancio a partire dai prossimi mesi.

In cerca di startup tecnologiche impegnate sulle reti di quinta generazione vi sono in prima fila, con iniziative lanciate in Italia, Ericsson e Vodafone. La prima ha appena concluso l'ottava edizione del Programma Ego, dedicato quest'anno ai "5G Pioneers", e fra le quattro startup selezionate ha premiato (ospitandola nel proprio stand di Barcellona) Nm2 - Networking Made Easy, uno spinoff dell'università Federico II di Napoli che ha sviluppa-

to una piattaforma in grado di comprendere via software quello che accade all'interno di una rete ad alta velocità. Per la seconda, invece, dopo aver annunciato la copertura 5G di tre grandi città italiane entro il 2020, ha lanciato nelle scorse settimane Action for 5G, il suo primo bando dedicato a imprese innovative vogliono che vogliono cimentarsi su applicazioni basate sulle reti di quinta generazione. Sul piatto Vodafone ha messo 2,5 milioni di euro di finanziamenti per quattro anni, per un totale di 10 milioni di euro. Le candidature per partecipare al bando sono aperte fino al 31 marzo e sono quattro le startup già coinvolte nelle sperimentazioni sul 5G. Intellitronika, in particolare, è un'azienda romana che ha creato a beneficio delle forze dell'ordine un sistema integrato per accedere a banche dati in mobilità, scambiare messaggi con la centrale operativa e condividere servizi digitali (mappe, foto e video) fra dispositivi mobili diversi. L.i.f.e., invece, è impegnata nel campo delle soluzioni per la salute e il benessere e ha dato vita a una maglia dotata di sensori integrati in grado di rilevare in tempo reale parametri vitali come l'elettrocardiogramma e i bioritmi, inviando notifiche via telefonino a chi la indossa.

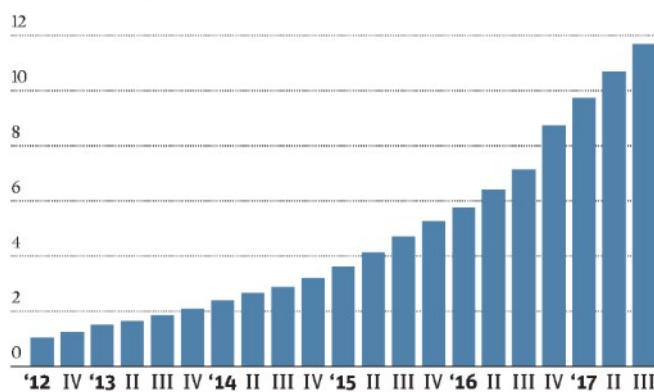
startup@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Quanto cresce il traffico mobile?

Dati in Exabytes per mese



Fonte: Ericsson traffic measurement 3Q 2017

Internet mobile super-veloce per mezzo milione di romani

NELLA CAPITALE LA SPERIMENTAZIONE DI VODAFONE DELLA NUOVA CONNETTIVITÀ CON LA BANDA A 4.5G L'INIZIATIVA

La mia banda va in 4.5G. Roma è tra le prime città italiane a sperimentare la nuova connettività di rete mobile avanzata di Vodafone fino a 1Gb al secondo. Il 15% della città di Roma è infatti connessa alla nuova rete, un passo in avanti verso l'arrivo del 5G, che promette una vera e propria rivoluzione per quanto riguarda le potenzialità della rete, a patto di possedere i terminali adatti: «L'unico, finora, a poter gestire la rete 4.5G fino a 1Gbps è il Samsung S9, appena presentato all'MCW di Barcellona», dice Alessandro Vaccari, Head of Mobile Network Planning and Optimization di Vodafone Italia, che ci ha illustrato, in anteprima, alcune delle possibilità in nuce alla rete. Già da oggi, quindi, almeno 500mila romani possono provare l'ebbrezza della velocità on-line, per scaricare una puntata di una serie tv in circa 25 secondi, un album di 12 canzoni in un secondo e un video su Instagram praticamente

in tempo reale.

LE CARATTERISTICHE

«La sfida è quella di ridurre i tempi di latenza, aumentare il numero di dispositivi connessi contemporaneamente e migliorare la qualità del servizio - prosegue Vaccari - in un'ottica futura d'implementazione di dispositivi connessi all'Internet of Things e sempre più interconnessi tra di loro».

Tra le prove realizzate, la diretta streaming di due webcam a 360°, connesse da Fontana di Trevi e da una vetta alpina in Val d'Aosta, con definizione grafica inedita e latenza ridotta ai minimi storici - con il 4.5G è di circa 12 millisecondi, l'obiettivo è arrivare a 1 millisecondo col 5G - Latenza azzerata anche in una simulazione di coworking, con documenti modificati e inoltrati velocemente e con precisione, e velocità ai massimi di sempre, in uno speed test che si è avvicinato al Gbps che la tecnologia permette. «Vodafone in 4 anni ha investito 255 milioni di euro sulle reti fisse e mobile di nuova generazione - conclude Vaccari - ora ci attende l'asta per il 5G, che promette di essere la prossima rivoluzione della rete».

Alessandro Di Liegro

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La presentazione di Vodafone



Vodafone: cifre non sostenibili dalle compagnie telefoniche

Se qualcuno pensava che le società telefoniche sarebbero state tra i soggetti maggiormente interessati ai diritti tv del calcio, beh, forse dovrà ricredersi. Il numero uno di Vodafone Spagna, Antonio Coimbra, in apertura del Mobile World Congress di Barcellona dice senza mezzi termini che «il prezzo dei diritti tv del calcio ha raggiunto cifre non più sostenibili non solo da parte delle pay-tv tradizionali ma anche per le compagnie telefoniche che offrono il calcio in streaming ai propri abbonati. I conti non tornano (200 milioni di ricavi rispetto ai 240 mln pagati annualmente per i diritti, ndr) ed è meglio perdere tutti i clienti che decidono di abbonarsi solo per seguire le partite in streaming di Liga e Champions League».

La piattaforma streaming di Vodafone ha 1,3 milioni di abbonati sul mercato spagnolo. E, di questi, gli abbonati al solo pacchetto calcio (commercializzato da MediaPro) sono 400 mila. Secondo il ceo di Vodafone Spagna, con questo livello di abbonati, affinché il calcio in streaming possa considerarsi profittevole, gli utenti dovrebbero pagare tra i 50 euro e i 60 euro al mese, rispetto agli attuali 20 euro. E solo «con 800 mila o un milione di abbonati al pacchetto calcio a 20 euro al mese potremmo pensare di rientrare dall'investimento fatto».

Tutto questo accade nel calcio spagnolo: quello dove giocano i due più forti calciatori al mondo (Messi e Ronaldo), in cui El Clasico Barca-Real Madrid è diventato a sua volta un prodotto venduto ovunque, e dove un seggiolino in curva al terzo anello del Camp Nou di Barcellona (stadio da 99.335 mila posti sempre esaurito per tutte le partite) viene venduto a 300 euro con la esotica denominazione di Panoramic Vip. Figuriamoci nel calcio italiano, con stadi mediamente fatiscenti e vuoti, pochissimi campioni in campo e un mercato degli interessati alla pay tv ormai statico da anni (poco più di tre milioni di abbonati) sotto i colpi della pirateria. Di questo e altro parleranno oggi in Lega Serie A, dove il commissario Giovanni Malagò ha convocato tutti i presidenti dei club per un incontro.



il punto

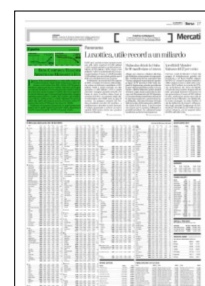
LUIGI GRASSIA

BENE CAMPARI E TELECOM ARRETRANO MEDIASET E FCA

Piazza Affari prudentissima in vista delle elezioni ha concluso la prima seduta della settimana in rialzo lievissimo, con l'indice Ftse Mib +0,15% a 22.706 punti e l'All Share appena più deciso (+0,25%). Sul listino principale in evidenza Luxottica (+1%) in una giornata vissuta in attesa dei conti. Bene anche Campari (+1,20%) che invece approverà i dati di bilancio oggi. Contrastati gli industriali a maggior capitalizzazione (Ferrari +0,29%, Fca -0,55%) e gli energetici, con Enel a -0,19% ed Eni a +0,52%. Mediaset ha perso lo 0,82% alla vigilia dell'udienza sul caso Premium contro Vivendi, primo socio di Telecom che invece fa +0,82%.

Prudenza nel comparto finanziario, sia negli scostamenti positivi sia in quelli negativi: Unicredit -0,24%, Mediobanca +0,20%, Intesa Sanpaolo +0,07% e Generali +0,29%.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



INTERVISTA | Carmine Di Noia | Commissario Consob

«La Capital market union prenda esempio dall'Italia: serve il Tuf della finanza Ue»

«I prospetti di quotazione sembrano degli elenchi telefonici. Mi chiedo chi sia in grado di leggerli e capirli»

di **Alessandro Plateroti**

«**L**a grande sfida per il prossimo Testo unico della finanza? La gestione trasparente e centralizzata dei flussi informativi che provengono dai mercati, dagli intermediari e dagli investitori. Quanto più gli emittenti hanno la possibilità di quotarsi su piattaforme differenti per natura giuridica, regole di vigilanza e obblighi di *compliance*, tanto più cresce il rischio di dispersione e frammentazione di informazioni rilevanti per chi investe. Venti anni fa questo problema nemmeno esisteva. Le Borse di domani, anche alla luce della rivoluzione Fintech appena agli inizi, saranno i grandi gestori di informazioni consolidate, come Bloomberg o Reuters».

Carmine Di Noia, commissario Consob dal febbraio 2016, ricorda ancora, a vent'anni esatti di distanza, l'entusiasmo che nel febbraio 1998 accompagnò il varo definitivo del Testo unico della finanza. Su richiesta di Mario Draghi, allora direttore generale del Tesoro, la legge comunitaria per il 1994, agli articoli 8 e 21, delegava il governo a emanare un testo unico di coordinamento della normativa in materia di intermediazione finanziaria. A tal fine il Governo nominò una commissione tecnica presieduta dallo stesso Draghi: «Il metodo Draghi, che ha coinvolto le migliori intelligenze dell'epoca, le autorità di vigilanza e gli *stakeholder*, ha prodotto - osserva Di Noia - un risultato eccellente, che ha retto nel tempo».

Laureato in Economia e commercio all'Università di Roma La Sapienza, Ph.D. in Economics presso la University of Pennsylvania, Dottorato di ricerca in Teoria economica all'Università di Roma/Tor Vergata, Carmine Di Noia è un «*civil servant*» formato nella comunità dei «*wild spirit*»: entrato in Consob nel 1995, nel 1998 è passato alla Divisione mercati, per assumere poi la responsabilità dell'Ufficio informazione mercati nel 2000. Nel 2001 è entrato in Assonime, dove, dal 2003 al febbraio 2016, è stato Vice direttore generale e Responsabile del mercato dei capitali e società Quotate. È stato nel cda di Borsa Italiana, coordinatore della segreteria tecnica del Comitato per la corporate governance, membro dello *stakeholder group* dell'Esma e *chairman* del Policy committee European Issuers.

Con un tale percorso, la caratteristica di Di Noia nel «*policy making*» nell'era Fintech si può riassumere con il giuramento di Ippo-

crate: primo, non nuocere. Se al Tuf va il merito di aver semplificato, rimodellato e ricorpo la produzione legislativa del decennio precedente, le sfide del prossimo decennio hanno bisogno di risposte creative: la nuova finanza algoritmica, i social network e la comunicazione digitale non erano nemmeno all'orizzonte. «Il dovere di un regolatore - spiega - è il giusto equilibrio tra sicurezza e gestione delle nuove tecnologie: le regole non devono uccidere l'innovazione».

Quale è stato a suo avviso il contributo più importante della «legge Draghi» per il sistema finanziario italiano?

Rispetto a 20 anni fa, il nostro mercato dei capitali ha cambiato volto. Le società quotate in Borsa Italiana sono molto aumentate, anche se l'incremento è dovuto quasi esclusivamente all'Aim; la presenza di investitori esteri è raddoppiata; la partecipazione alle assemblee è oggi incomparabilmente più facile che non in passato. In altre parole, il Tuf ha contribuito non soltanto a far uscire il mercato finanziario italiano dal tunnel della diffidenza internazionale ma ha anche anticipato i contenuti di alcune delle più importanti direttive europee in campo finanziario, dalla Mifid alla Market abuse; dalle regole sulla trasparenza degli stipendi dei manager fino alle nuove riforme in arrivo nel 2018, come per esempio la Shareholders rights II. Il problema, ora, è affrontare le nuove sfide.

Può fare qualche esempio?

Quando nacque il Tuf, certe problematiche legate alla tutela dei risparmiatori neppure esistevano. Non parlo solo delle criptovalute, delle piattaforme digitali di scambio e di vendita di strumenti finanziari, dei *robo-advisor* o del *crowdfunding*, ma degli stessi canali di comunicazione tra emittenti e mercato. Alla fine degli anni 80 eravamo tutti convinti che la sfida più grande dei regolatori riguardasse soprattutto la concentrazione degli scambi sui mercati. Oggi ci rendiamo conto che il vero problema è la concentrazione delle informazioni (*ex ante*) rilevanti e soprattutto dell'informazione *ex post*: social network, grandi agenzie internazionali come Reuters, Dow Jones o Bloomberg, che hanno assunto una rilevanza strategica nella trasmissione dei flussi informativi tra emittenti e investitori. Se a questo si aggiunge la frammentazione dei listini per tipologie di imprese, l'affermazione dei mercati deregolamentati o a bassa regolazione, il risultato è quello di uno scenario in cui la dispersione delle informazioni può rappresentare un rischio o un handicap per gli investitori.

Come giudica il percorso evolutivo del governo d'impresa nell'ambito delle società quotate? Uno degli aspetti più rile-

vanti della modernizzazione del sistema finanziario nazionale sembra essere stato proprio l'avvio della stagione dell'autoriforma della governance...

È vero, negli ultimi 20 anni la Borsa ha fatto progressi straordinari grazie a un quadro di regole più semplici e puntuali, ma la trasformazione della Piazza finanziaria non sarebbe stata possibile senza la determinazione delle stesse società quotate, degli investitori istituzionali e della Borsa nel dare garanzie sul governo societario. Mi riferisco alla nascita dopo il Tuf del Comitato per la governance di Piazza Affari e soprattutto al Codice di autodisciplina delle società quotate. Grazie al mix di Tuf e autoregolamentazione, insomma, il mercato finanziario internazionale ha percepito la serietà e la determinazione del processo di riforma portato avanti in Italia: se oggi non siamo più considerati la patria del capitalismo relazionale, delle scatole cinesi o dei patti di sindacato, lo dobbiamo al Tuf e alle scelte degli emittenti e degli investitori istituzionali sulle regole di governance.

All'inizio degli anni 90, il Financial Times definì la trasparenza mercato italiano «murky water», «acqua torbida».

Era un giudizio duro, ma descriveva una situazione reale. Oggi la realtà è profondamente cambiata. La trasparenza del nostro mercato nel suo insieme non ha rivali in Europa. Detto questo, alcune riflessioni sui benefici e sui limiti dell'informativa continua prevista nella *market abuse* sarebbero opportune: sono regole stringenti, forse troppo rigide, in particolare per le Pmi quotate sull'Aim o per chi emettono mini-bond. Un conto è imporre agli emittenti la *disclosure* dei fatti davvero rilevanti; un altro è costringerli a scrivere comunicati su ogni tipo di evento. Prospetti di quotazione enciclopedici non credo siano utili.

Crede che la scelta di modificare le soglie delle partecipazioni azionarie rilevanti acquisite sia stata opportuna? Alzare le soglie di certo non aumenta la trasparenza...

A parità di condizioni, una soglia più elevata può essere anche positiva per il mercato, perché favorisce la contendibilità delle imprese. Una soglia troppo bassa, come era quella del



2% del capitale, aumenta la trasparenza ma diminuisce moltissimo la libertà di azione di una società quotata o di un fondo di investimento. Oggi la prima soglia rilevante è del 3% per le società a più alta capitalizzazione e del 5% per quelle meno rilevanti. Per altro, la soglia del 5% è quella fissata dalla direttiva Ue. Ma il vero problema non sono le soglie, ma la qualità e la facilità di accesso alle informazioni da parte degli investitori: si chiama «Single Point of Entry». Consob ha creato, anche in inglese, questa porta unica sul proprio sito web: per l'Ocse è oggi il migliore del mondo.

Ma ha ancora senso parlare di un nuovo Tuf italiano mentre l'Europa diventa sempre più la fonte normativa primaria?

La questione esiste: il Tuf nasce come *corpus* organico, ma oggi è con l'Europa che dobbiamo confrontarci. Ricordo quando nel 1998, Carlo Azeglio Ciampi, allora ministro del Tesoro, disse all'assemblea dell'Abi che dopo il Tuf sarebbe stato opportuno creare un Testo unico dei Testi unici nazionali di settore: mercati, banche e assicurazioni. Credo che nell'era della Capital markets union, si debba pensare ora a un Testo unico della finanza Ue, che sistematizzi le varie discipline come la Mifid, la Market abuse, la Transparency, la Shareholders rights, la Idd o la Emir. Il passo ulteriore consisterà nel mettere a disposizione del mercato gli "Handbooks", manuali con le istruzioni per l'uso, che spieghino agli operatori e ai risparmiatori la concreta applicazione delle norme.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Commissario Carmine Di Noia

L'alleanza**Accordo tra Kkr e Qui! Group, la scommessa nel fintech**

Il fondo di private equity Kkr ha siglato con la società Qui! Group un accordo di partnership per supportarne la crescita. Nuove risorse per aiutare la società fondata da Gregorio Fogliani a crescere all'estero, oltre al mercato brasiliano dove è già presente. «La partnership va nel solco del rafforzamento e dell'internazionalizzazione fortemente voluti dal gruppo», ha sottolineato Fogliani, presidente di Qui!Group. La ricerca di soluzioni innovative nel settore dei pagamenti elettronici per il gruppo, primo operatore nel settore del welfare privato e dei buoni pasto. L'intesa è finalizzata, spiega Matteo Bozzo, director di Kkr a «supportare il progetto con il nostro investimento e la nostra esperienza nel gestire l'espansione internazionale». Il fondo ha tra i suoi investimenti da Scout24, WebHelp a SoftwareOne. E la sua divisione, esperta nel recupero crediti, ha investito in portafogli di non performing loans.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Al vertice
Matteo Bozzo,
director di Kkr Credit



FINTECH
Bruxelles rinvia le nuove regole sulle criptovalute
 Beda Romano ▶ pagina 42

Fintech. Una decisione non prima del G-20 a Buenos Aires

Bruxelles rinvia le nuove regole sulle criptovalute

Sotto esame l'efficacia delle legislazioni nazionali

«RISCHI SIGNIFICATIVI»

Secondo la Commissione per risparmiatori e investitori il mercato nasconde molte insidie, a cominciare dagli attacchi cibernetici

Beda Romano

BRUXELLES. Dal nostro corrispondente

Le criptovalute, come il Bitcoin, sono un potenziale pericolo per gli investitori e il mercato, tanto che la Commissione europea sta valutando se e come introdurre nuova legislazione per meglio controllare un fenomeno dalle numerose ramificazioni. Una decisione, in un senso o nell'altro, giungerà però solo tra la fine di quest'anno e l'inizio del prossimo, dopo uno scambio di vedute anche a livello internazionale, in particolare al prossimo G-20 finanziario di Buenos Aires.

L'esecutivo comunitario ha organizzato ieri una tavola rotonda a porte chiuse per discutere del tema con i principali protagonisti di un mercato che in Europa pesa ancora molto poco. Le contrattazioni in euro di criptovalute rappresenta il 4-5% del mercato mondiale, secondo le cifre di Bruxelles. Agli occhi del vice presidente della Commissione europea Valdis Dombrovskis, le criptovalute espongono risparmiatori e investitori a «rischi significati-

vi». Ciò detto, poiché il peso di questo particolare settore rimane tutto sommato limitato, l'esecutivo comunitario preferisce per ora avanzare lungo due traiettorie preliminari. In primo luogo, vuole verificare se la legislazione europea e le legislazioni nazionali possano permettere un controllo efficace delle criptovalute. In secondo luogo, poiché il problema è globale, vuole toccare con mano le opinioni degli altri paesi, in particolare nel foro del G-20, il prossimo a livello finanziario è previsto in luglio.

«Non possiamo escludere di dover agire unilateralmente in Europa in assenza di decisioni internazionali - ha spiegato ieri il vice presidente Dombrovskis -, ma ciò dipenderà dalle nostre discussioni», sia a livello europeo che sul piano internazionale. Nel frattempo, Bruxelles ha modificato una direttiva sul riciclaggio del denaro sporco e chiesto alle autorità di vigilanza europee di aggiornare le loro istruzioni rivolte agli attori di mercato e ai consumatori.

Nei fatti, la Commissione è combattuta sul da farsi. Da un lato le criptovalute sono un potenziale investimento pericoloso. Dall'altro rappresentano anche un modo per raccogliere liquidità. La Commissione ha annunciato che in marzo in-

tende presentare un piano d'azione nel campo della tecnologia finanziaria (FinTech in inglese). Il Bitcoin è stato al centro di contrattazioni molto volatili a cavallo dell'anno scorso, con forti oscillazioni.

Secondo un resoconto di un esponente comunitario, i partecipanti alla tavola rotonda si sono trovati d'accordo per notare che la forte volatilità delle criptovalute è un fattore di rischio. Vi sono inoltre evidenti problemi operativi nella gestione di questi mercati, che in passato sono stati oggetto di attacchi cibernetici. Per quanto riguarda l'eventuale necessità di regolamentare il settore in modo più specifico, i partecipanti si sono dimostrati divisi.

Alla tavola rotonda di ieri, che si è svolta qui a Bruxelles, hanno partecipato enti europei (come l'Autorità bancaria europea), organizzazioni non governative (come Finance Watch), associazioni imprenditoriali (come la Federazione bancaria europea), rappresen-

tanti del mondo accademico (come l'Università di Münster), e alcuni paesi membri (dalla Bulgaria all'Austria, dalla Germania alla Francia). Per l'Italia era presente un rappresentante della Consob.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Bitcoin

Controvalore in dollari



Il progetto presentato a Vercelli con il ministro Poletti

Effetto Amazon sugli artigiani “Gli affari crescono dell’86%”

Il piano del colosso per spingere le Pmi vale 3000 posti di lavoro



350
milioni di euro
È il ricavato dalle vendite all'estero delle aziende presenti sul portale

Vendere il riso vercellese, un gioiello di Valenza o un Barolo nelle zone più remote del Vecchio Continente? Da un anno si può fare grazie ad Amazon, che mette a disposizione la sua vetrina mondiale alle piccole e medie imprese piemontesi, soprattutto artigianali. Ieri il colosso dell'e-commerce ha aperto le porte del magazzino di Vercelli a 50 imprenditori provenienti da tutta la regione, che hanno avuto la possibilità di scoprire le potenzialità di sviluppo e vendita del portale «Made in Italy» in Piemonte.

Le regole

Attualmente i prodotti disponibili in questa sezione sono 8.500, molti dei quali certificati dal marchio «Piemonte Eccellenza Artigiana», il programma della Regione a sostegno delle botteghe locali. Dal lancio, nel maggio 2017, è più che raddoppiata la selezione di articoli e il numero di venditori

disponibili sulla vetrina made in: gourmet (34%) e casa (32%) rappresentano oltre il 60% della selezione disponibile sul sito, dove si vendono solo prodotti italiani concepiti e realizzati da artigiani locali, o alimenti a denominazione di origine protetta (Dop, Igp, Docg), o articoli che devono aver subito l'ultima trasformazione sostanziale (ed economicamente giustificata) in Italia.

Distribuzione

La provincia più rappresentata è Torino, con il 38% di prodotti presenti sul portale. Seguono Cuneo (30%), Alessandria (12%), Biella (8,5%), Asti (5%), Novara e Vercelli (ognuna il 2,5%), e Verbania (1%). Le categorie disponibili sono abbigliamento, arte, borse, cartoleria, casa, ceramica, gioielleria, gourmet, prodotti per l'infanzia, scarpe, vini e bevande. Un'altra condizione per sbarcare sulla vetrina sta nella classificazione dell'azienda, che dev'essere Pmi.

Le cifre

Il Piemonte è presente nella sezione con regioni come Tosca-

na, Sardegna, Calabria, Campania, i territori di Firenze, Bergamo e

Vicenza. I mercati di riferimento sono Francia, Spagna, Germania, Regno Unito, Usa e Giappone. Nel 2017 le aziende italiane su Amazon Marketplace, lo strumento che la società mette a disposizione per le vendite conto terzi, hanno totalizzato vendite all'estero per oltre 350 milioni di euro, il 40% in più del 2016. Circa 10.000 posti di lavoro (di cui, stando ai dati forniti ieri, oltre 3.000 nel Nord-Ovest) sono stati creati in Italia grazie alla rete dei portali. Il fatturato del Made in Italy nell'ultimo anno è salito dell'86%. Ieri a Vercelli, prima dei saluti del ministro del lavoro Giuliano Poletti, due imprenditori sbarcati nel 2017 sul sito hanno raccontato le loro esperienze: Torino In, che produce complementi di arredo, e Shopiemonte, portale di vendita di prodotti tipici.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI





Negozio

Attualmente sono 8.500 i prodotti piemontesi disponibili nella sezione del portale Amazon dedicata al Made in Italy, molti con il marchio di eccellenza

Amazon

Quei 250 milioni di vantaggi illeciti in Lussemburgo

La commissione Europea ha pubblicato il documento finale che attesta i vantaggi fiscali illegali concessi dal Lussemburgo all'azienda di Jeff Bezos.

ROBERTO CICCARELLI

A PAGINA 5

I 250 milioni di vantaggi illeciti di Amazon in Lussemburgo

La Commissione Ue ha pubblicato la versione finale della decisione antitrust

Il caso continua a tormentare Juncker, per 18 anni alla guida del Granducato
ROBERTO CICCARELLI

■ La Commissione europea ha pubblicato la versione non confidenziale della decisione antitrust secondo la quale il Lussemburgo ha concesso vantaggi fiscali illeciti per circa 250 milioni di euro a Amazon (ne abbiamo parlato su *Il Manifesto* il 5 ottobre 2017). Il documento sostenuto dalla Commissaria alla Concorrenza Margrethe Vestager, va letto integralmente perché delinea una delle strategie di aggiramento fiscale usate dalle multinazionali del capitalismo digitale in Europa. Inoltre chiarisce il «metodo» della Commissione per calcolare il vantaggio competitivo conferito a Amazon basato sulla differenza fra le imposte pagate e quelle che l'impresa avrebbe dovuto versare senza l'accordo fiscale stretto con il governo del Lussemburgo nel 2003 e rinnovato nel 2011. Tale vantaggio sarebbe pari a circa 250 milioni di euro più gli interessi. Le autorità fiscali del Lussemburgo sono tenute a determinare l'importo delle imposte non pagate sulla base della metodo-

logia della Commissione. **L'INDAGINE, INIZIATA NEL 2014**, ha chiarito il ruolo di due società del gruppo Amazon: la Amazon Eu e la Amazon Holding Technologies, entrambe di diritto lussemburghese, controllata dalla casa madre statunitense Amazon.com, Inc. Amazon Eu è una società di gestione che opera nel commercio al dettaglio in tutta Europa. Nel 2014 occupava oltre 500 dipendenti che selezionavano, acquistavano e vendevano online prodotti. Gli acquisti su un qualsiasi sito web di Amazon in Europa erano acquistati dalla società di gestione in Lussemburgo. Amazon registrava le vendite, e i relativi profitti, in Lussemburgo. Amazon Europe Holding Technologies è una società di accomandita semplice, senza uffici, dipendenti e attività commerciali. Questa società di *holding* - una «struttura vuota» precisa la Commissione Ue - agisce da intermediaria tra la società di gestione e la Amazon negli Stati Uniti. Detiene alcuni diritti di proprietà intellettuale per l'Europa previsti da un accordo di ripartizione dei costi con la casa madre. Stando all'indagine, l'accordo siglato con il Lussemburgo ha permesso di ridurre gli utili imponibili della società di gestione a un quarto del loro reale volume. Quasi tre quarti degli utili si Amazon sono stati indebitamente attribuiti alla so-

cietà di accomandita semplice - la Amazon Europe Holding Technologies - che non poteva essere tassata in Lussemburgo. L'accordo fiscale ha permesso a Amazon di eludere le imposte su tre quarti degli utili dalle vendite in Europa. Questo meccanismo è rimasto in vigore fino al 2014. Da allora Amazon ha modificato la struttura societaria in Europa. L'indagine Ue non riguarda quello adottato successivamente.

IN QUESTA STRUTTURA fiscale - definita «progetto Regolo», dal nome dell'uccello nazionale del Lussemburgo - esiste anche una terza sponda: gli Stati Uniti. Su questo aspetto hanno indagato le autorità fiscali statunitensi. A marzo dell'anno scorso un ricorso dell'Internal Revenue Service è stato tuttavia bocciato. Amazon avrebbe dovuto agli Stati Uniti 1,5 miliardi di dollari di imposte non pagate legate alle società lussemburghesi. Una cifra simile risulta, indirettamente, anche dall'indagine della Commissione Ue che ha calcolato i



pagamenti annuali effettuati dalla società di gestione - Amazon EU - alla società di accomandita semplice - Amazon Europe Holding Technologies - per i diritti di proprietà intellettuale di Amazon usati solo dalla società di gestione. Secondo la Commissione Ue tali pagamenti avrebbero superato in media il 90% degli utili di esercizio della società ed erano superiori all'importo che la *holding* di Amazon avrebbe dovuto versare ad Amazon negli Stati Uniti alla luce dell'accordo di ripartizione dei costi stabilito: circa 1,5 volte tanto.

IL CASO CONTINUA a tormentare Jean-Claude Juncker, presidente della Commissione europea, che dal 1995 al 2013 ha ricoperto la carica di primo ministro del Lussemburgo ed è stato ministro delle Finanze fino al 2009. Juncker ha preso le distanze da decisioni fiscali controverse di questo tipo, sostenendo che il ministero delle Finanze non era coinvolto in queste faccende. La clamorosa inchiesta giornalistica «LuxLeaks», condotta da 80 giornalisti di 26 Paesi nel 2014 ha dimostrato come il Lussemburgo durante i plurimi mandati di Juncker abbia fatto risparmiare miliardi di tasse sui profitti alle multinazionali, pagando anche meno dell'uno per cento di imposte sui benefici d'impresa nel Granducato.

Sinistra rivoluzionaria venerdì a Passo Corese

«Quella di Amazon non è una vicenda aziendale ma l'emblema del capitalismo», così Marco Ferrando della Lista "per una Sinistra Rivoluzionaria". «Confuta il mito dell'innovazione tecnologica come garanzia in sé di progresso sociale, comune a Renzi e Grillo, misura la valenza reazionaria del Jobs Act e descrive il salto dello sfruttamento del lavoro». Amazon è «un luogo simbolico della nuova frontiera della lotta anticapitalistica». La lista terrà uno dei due comizi di chiusura venerdì 2 marzo alle 12 e 30 proprio allo stabilimento di Passo Corese (l'altro il 27 alle 13, 30 ai cancelli Fiat di Cassino).



Al lavoro in uno stabilimento Amazon a Madrid, foto LaPresse

La raccomandata arriva sulla mail privata start up brevetta il servizio, ed è già boom

L'INNOVAZIONE

INPOSTE.IT LANCIA UNA PIATTAFORMA CHE PERMETTE DI ABBATTERE DEL 70 PER CENTO I COSTI POSTALI

ROMA La rivoluzione digitale si affaccia anche su un segmento di mercato rimasto fino ad oggi prettamente analogico: quello della posta raccomandata. Un settore solo scalfito dalla posta elettronica certificata, utilizzata dai professionisti. Da circa un anno è attivo un servizio brevettato da una start up italiana, inPoste.it, garantito da un brevetto valido fino al 2032. Il servizio lanciato in sordina dodici mesi fa, si chiama «Tnotice» e, detta in termini semplici, è la possibilità di inviare raccomandate, con relativa ricevuta di ritorno, dalla propria mail personale, a quella personale del destinatario. Insomma, qualunque sia il provider di posta usato (libero, gmail, yahoo), la raccomandata digitale può essere inviata e ricevuta con pieno valore legale. Non solo. A differenza delle raccomandate cartacee, in quella digitale è possibile certificare non solo la ricezione, ma anche il contenuto. Il servizio ha registrato un piccolo boom. «In tutto lo scorso anno», ha spiegato al Messaggero l'amministratore delegato di inPoste.it, Alberto Lenza, «sono state inviate sulla nostra piattaforma 150 mila raccomandate. Quest'anno ne sono partite circa 150 mila nel solo

mezzo di gennaio».

I GRANDI CLIENTI

Molto dipende dai grandi clienti acquisiti dalla start up, da Vodafone a Tiscali, da Genertel (gruppo Generali) a Italo, da Snaitech fino alla Cassa forense. Società attratte soprattutto dai prezzi competitivi della raccomandata digitale: 1,50 euro per quella con ricevuta di ritorno, un solo euro per quella senza ricevuta. Condizioni che permettono di abbattere il costo delle spedizioni postali di circa il 70 per cento. La raccomandata si invia tramite l'applicazione <http://app.tnotice.com> e la ricezione è completamente gratuita. Può essere usata per molti scopi: disdette contrattuali, comunicazioni condominiali, solleciti di pagamento, e per l'invio di qualsiasi atto diverso da quello giudiziario e di violazione del codice della strada.

Ma non c'è il rischio che chi riceve una raccomandata digitale possa ritenere che si tratti di spam e così non aprirla? «Il tasso di ritiro delle raccomandate digitali», sostiene Lenza, «è dell'82 per cento contro il 76 per cento di quelle cartacee, con un tempo medio di consegna di 1,35 giorni, un tempo medio di ritiro di 2,49 minuti e un tempo medio per avere la ricevuta di ritorno di 45 secondi». Ma c'è anche un altro aspetto secondo Lenza per cui i tassi di ritiro, facendo ovviamente la tara sui numeri ancora ridotti del servizio, sono così elevati. «Noi non consegniamo atti giudiziari, come quelli di Equitalia, e le multe. Per questo», dice, «c'è un minor tasso di "ansia" nel ricevere una nostra raccomandata».

A. Bas.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Alberto Lenza, amministratore delegato inPoste.it



«Nel turismo nuovi posti di lavoro grazie all'hi-tech»

«Prevediamo che nel 2018, in tutto il mondo, gli host guadagneranno 16 miliardi di dollari»

Eleonora Chioda

«Everyone belongs to anywhere. Ognuno può appartenere a qualsiasi luogo. Viaggiando, lasci una parte di te che arricchirà quel luogo. Ma allo stesso tempo porterai via qualcosa che ti renderà migliore». Così Chris Lehane, capo della policy globale di Airbnb, spiega la missione della piattaforma che ha conquistato 300 milioni di ospiti e può contare su 4,5 milioni di alloggi in 8 mila città. C'è di più: l'obiettivo dichiarato il 22 febbraio a San Francisco dal Ceo Brian Chesky è quello di raggiungere un miliardo di ospiti entro il 2028. «Dieci anni fa, i fondatori di Airbnb hanno messo insieme un'idea di business puntando tutto sulla fiducia e la gentilezza delle persone. Tutti dicevano loro che erano dei pazzi e che nessuno avrebbe aperto le case a degli sconosciuti. Non è stato così. Lincoln sosteneva: "non siamo nemici, ma amici". E Airbnb ha dimostrato che tutto questo è possibile». Stratega, ex portavoce di Bill Clinton ed Al Gore, Chris Lehane è passato dalla Casa Bianca al mondo delle imprese («perché in fondo entrambe possono cercare di aiutare la gente»).

Parla veloce, sorride, racconta dei suoi tre nonni siciliani, è innamorato del nostro Paese. «L'Italia è il terzo mercato al mondo per Airbnb. Avete moltissime case di proprietà, tante seconde case. Avete cibo, vino, storia, cultura, città e luoghi bellissimi. E nel vostro Dna c'è l'ospitalità. Chi viene in Italia

vive un'esperienza di viaggio incredibile. E in un'economia in crisi, Airbnb porta lavoro, business e denaro. In questi dieci anni, in tutto il mondo, gli host hanno guadagnato 4 miliardi di dollari. Nel 2018 abbiamo previsto che ne guadagneranno altri 16 miliardi. Le nostre percentuali sulle prenotazioni sono molto più basse rispetto a quelle di altri siti di prenotazione». A questo si aggiunge l'indotto che vale più di sei miliardi di dollari (ultimo anno).

Come giudica la decisione del governo italiano di far operare Airbnb come sostituti di imposta?

«Ho profondo rispetto per le istituzioni italiane e penso che dovremmo cercare insieme la strada giusta. L'Italia è sempre stata capace di avere idee e di trovare soluzioni innovative, diventate poi lo standard per molti Paesi. Tutte le nostre transazioni avvengono online e sono tracciabili. Il Governo dovrebbe favorire questo processo: permetterebbe di avere la massima trasparenza sui ricavi da tassare. Il problema è che, se le imposte sono troppo alte, si favoriscono le transazioni al di fuori di piattaforme controllabili come la nostra. Il risultato? Minori tasse incassate».

Non avete asset reali. Comprerete mai hotel?

«No, non lo faremo. La nostra community è il nostro asset. E su essa stiamo investendo e continueremo a farlo. Il nostro è un modello di business diffuso, partecipativo, in cui tutti collaborano con interessi allineati fra loro. Per crescere abbiamo appena lanciato nuove categorie di alloggi (B&B, boutique hotel, case vacanze, alloggi unici),

nuove esperienze di viaggio, nuovi servizi. E dopo la recente acquisizione di Luxury Retreats, abbiamo sviluppato Airbnb Plus, con cui è possibile prenotare fin da oggi alcune delle più belle case al mondo».

Dalla politica all'impresa. E perché Airbnb?

«Per la visione dei fondatori, per i valori dell'azienda e perché ho la possibilità di fare qualcosa di utile per la gente. Le aziende tech devono prendersi le loro responsabilità. La tecnologia minaccia di rimpiazzare l'uomo: il 47% dei posti di lavoro saranno persi nei prossimi 10 anni. Un robot arriverà a sostituire 6 lavoratori. Il turismo però è in crescita: si sviluppano nuovi posti di lavoro, si vive meglio e si può valorizzare il bello. Con il nostro progetto Borghi italiani stiamo facendo riscoprire ai viaggiatori internazionali aree rurali e piccoli borghi, portando loro lavoro e ricavi».

Dalla Casa Bianca a un'azienda disruptive che ha conquistato il mondo. A lei è ispirato anche il personaggio della serie televisiva House of Cards; Frank Underwood. Per che cosa vorrebbe essere ricordato?

«Sono una mosca nella storia. Riderete di me, ma mi piacerebbe essere ricordato come un buon padre. E un buon marito».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Airbnb Chris Lehane



Ok del Cdm a uno schema di dlgs. Il fallimento non deve ricadere sui clienti

Scudo sul turista via web

Tutele per il viaggiatore. Multe fino a 20.000 €

DI CINZIA DE STEFANIS

Maggiori garanzie per chi acquista pacchetti turistici online. Dal 1° luglio 2018, pene fino a 20 mila euro se l'organizzatore o venditore di pacchetti su piattaforme telematiche violano le norme a garanzia del viaggiatore, in caso di fallimento e di insolvenza. Stessa sanzione se violano le norme per la responsabilità civile a tutela del viaggio. Uno schema di dlgs, approvato in via preliminare dal Consiglio dei ministri l'8 febbraio 2018 (si veda *ItaliaOggi* del 9 febbraio), da attuazione alla direttiva (Ue) 2015/2302 del Parlamento e del Consiglio del 25/11/2015, relativa a pacchetti e servizi turistici collegati. Il provvedimento entrerà in vigore dal 1° luglio 2018, con l'abrogazione della vecchia direttiva 90/314 sui pacchetti turistici.

Nuova definizione di viaggiatore. Nello schema di dlgs entra la parola «viaggiatore» e scompare quella di «cliente». Tale scelta è dovuta

al fatto che con la definizione di viaggiatore si tutelano anche coloro che si muovono per scopi professionali, compresi i liberi professionisti, o i lavoratori autonomi o altre persone fisiche, qualora non definiscano le modalità di viaggio in base a un accordo generale. Spesso infatti non è agevole distinguere tra consumatori e rappresentanti di piccole imprese o liberi professionisti che prenotano viaggi legati alla loro attività commerciale o professionale tramite gli stessi canali usati dai consumatori.

Servizi turistici collegati.

Altra importante novità contenuta nel decreto è quella legata all'introduzione della nuova categoria dei «servizi turistici collegati», consistenti nella combinazione di due diversi tipi di servizi turistici, che però non costituiscono un «pacchetto» e comportano la conclusione di contratti distinti. A tali servizi turistici collegati sono estese le misure di protezione in caso di insolvenza o fallimento. In

presenza di pacchetti turistici, l'organizzatore e il venditore forniscono prima della conclusione del contratto ai viaggiatori un modulo informativo standard, nonché una serie di informazioni – più ampie rispetto all'attuale disciplina – sulle principali caratteristiche dei servizi turistici offerti (ad esempio, sulla lingua in cui sono prestati i servizi ovvero se il viaggio sia idoneo a persone con mobilità ridotta).

Altre tutele. Tra le altre tutele previste per i viaggiatori, vi è la possibilità di trasferire un pacchetto turistico a un altro viaggiatore, una maggiore trasparenza nelle offerte (con la messa in evidenza dei dettagli del viaggio e dei diritti del viaggiatore), il diritto di risolvere il contratto prima della partenza in caso di circostanze straordinarie e di ottenere il rimborso a fronte di un aumento del prezzo superiore all'8%. I venditori di pacchetti turistici potranno annullare un'offerta se non viene raggiunto un certo numero di persone, ma non nel caso di viaggi di meno di 24 ore o di viaggi per motivi di lavoro.

Le novità

Parificazione dei pacchetti turistici acquistati attraverso i canali di distribuzione tradizionali (come le agenzie di viaggio e i tour operator) e i pacchetti turistici acquistati online in termini di garanzie da offrire al viaggiatore

Dal 1° luglio 2018 (con l'abrogazione della direttiva 90/314) i viaggiatori beneficiano della protezione in caso d'insolvenza o fallimento dell'organizzatore o del venditore indipendentemente dal loro luogo di residenza, dal luogo di partenza o dal luogo di vendita del pacchetto. E indipendentemente dallo Stato membro in cui è stabilito il soggetto - incaricato di fornire protezione in caso di insolvenza o fallimento

Introduzione della definizione più ampia di viaggiatore, quindi e non più cliente. Inteso come il soggetto che acquista il pacchetto classico e su piattaforma



Competenze. Il decreto sul credito di imposta del 40%

Doppio «bonus» per formazione 4.0: sì ai tutor interni

Doppia strategia

Oltre a muoversi sulle politiche attive bisogna spingere sugli incentivi in entrata

Marzio Bartoloni**Carmine Fotina**

ROMA

■ Si profila un doppio “bonus” sulle spese di formazione per attività 4.0. Il decreto attuativo della misura inserita nella legge di bilancio prevederà la possibilità di utilizzare il credito d'imposta sia sulle spese relative al personale dipendente che partecipa come “allievo” nella formazione, sia sulle spese relative a dipendenti esperti impiegati come “docenti/tutor” dei loro colleghi.

È l'elemento centrale del regolamento preparato in queste settimane dal ministero dello Sviluppo economico, un rafforzamento inatteso che magari piacerà meno alle società di formazione ma moltiplica il vantaggio per l'impresa che investe in aggiornamento sulle tecnologie produttive digitali. Il decreto deve ottenere il concerto dei ministeri dell'Economia e del Lavoro e il visto della Corte dei conti prima di essere pubblicato sulla Gazzetta ufficiale.

La manovra, che ha stanziato complessivamente 250 milioni, ha indicato tra i beneficiari tutte le imprese, indipendentemente dalla forma giuridica, dal settore economico in cui operano nonché dal regime contabile adottato. Il credito di imposta, nella misura del 40% per spese effettuate nel solo 2018 ed entro un massimo di 300 mila euro per beneficiario, scatta limitatamente al costo aziendale riferito alle ore o alle giornate di formazione. Si intenderà nello

specifico, a quanto si apprende, la retribuzione al lordo di ritenute e contributi, comprensiva dei ratei Tfr, di mensilità aggiuntive, ferie e permessi, maturati in relazione a ore o giornate di formazione. Inclusive anche eventuali indennità di trasferta in caso ad esempio di corsi effettuati in diverse sedi dell'azienda o all'interno di gruppi societari.

Il credito di imposta sulle spese per gli allievi e quello sulle spese per i “docenti” sono tra loro cumulabili, ma chiaramente lo stesso dipendente non può ricoprire contemporaneamente entrambi i ruoli. Inoltre, le spese ammissibili per il personale “tutor” avranno un tetto: si parla del 30% della retribuzione complessiva annua del dipendente. L'impresa può comunque scegliere di far svolgere l'attività di formazione a soggetti esterni accreditati presso la Regione di competenza oppure a università, soggetti accreditati presso i fondi interprofessionali e soggetti in possesso della certificazione di qualità del settore.

Il decreto dovrebbe poi specificare che la definizione di personale dipendente include i rapporti di lavoro subordinato, tempo determinato incluso, e - solo per il ruolo di “allievi” e per l'acquisizione di prime competenze - anche i contratti di apprendistato. Tra le condizioni per accedere al beneficio, come tra l'altro già indicato nella norma primaria, c'è l'inquadramento dell'attività di

formazione in contratti collettivi aziendali o territoriali depositati presso la direzione del lavoro competente per territorio. Oltretutto l'impresa ha l'obbligo di consegnare un attestato ufficiale al dipendente, una sorta di certificato “portabile” anche in eventuali successive esperienze di lavoro secondo la logica del diritto soggettivo alla formazione.

I corsi e l'aggiornamento, per acquisire o consolidare competenze, dovranno ovviamente restare nel perimetro delle tecnologie definite dal piano Impresa 4.0 e dei 106 ambiti previsti dalla manovra relativi a vendita e marketing, informatica e tecniche e tecnologie di produzione. La lista delle tecnologie, successivamente integrabile, comprende per ora undici grandi voci: big data e analisi dei dati; cloud e fog computing; cybersecurity; simulazione e sistemi cyberfisici; prototipazione rapida; sistemi di visualizzazione, realtà virtuale e realtà aumentata; robotica avanzata e collaborativa; interfaccia uomo-macchina; manifattura additiva; internet delle cose e delle macchine; integrazione digitale dei processi aziendali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PROGETTO INVESTIMENTO DA 8,5 MILIONI. NASCE MEET E L'ALLEANZA COL GEORGE BROWN COLLEGE

Fondazione Cariplo compra l'Oberdan: sarà digital



REGIA
Maria Grazia
Mattei
di Meet the
Media Guru
e Giuseppe
Guzzetti di
Fondazione
Cariplo
(Pietrantonio)

- MILANO -

FONDAZIONE Cariplo compra dalla Città Metropolitana lo Spazio Oberdan: sorgerà qui "Meet", il primo centro per la cultura digital. Il cinema però non si tocca: resterà "ospite" (risparmiando i soldi dell'affitto) almeno per i prossimi quattro anni. L'operazione è stata annunciata ieri in occasione del lancio della nuova formula di Meet the Media Guru e Fondazione Cariplo. «Abbiamo acquistato lo Spazio Oberdan per 8,5 milioni di euro e abbiamo già stanziato 500mila euro per le attività», ha spiegato il presidente della Fondazione Cariplo, Giuseppe Guzzetti, sottolineando che l'obiettivo è rispondere anche a una nuova «povertà culturale nei confronti della trasformazione che il digitale ha prodotto e sta producendo». «Il digitale è il Dna del tempo che viviamo, è il sistema di simboli e comportamenti che definisce il nostro presente - ha ribadito il direttore del Centro e fondatrice di Meet the Media Guru, Maria Grazia Mattei -. Con il Meet vogliamo

dare voce alla cultura digitale come un nuovo umanesimo che tiene insieme gli elementi della travolgente trasformazione, senza lasciare nessuno fuori». Nasce così il primo centro internazionale per la Cultura Digitale: via ai lavori di ristrutturazione e alla collaborazione con il George Brown College di Toronto e il suo Institute without Boundaries. Meet sarà un laboratorio creativo aperto ai milanesi, diffonderà il digitale con un focus permanente sull'arte e la cultura e organizzando incontri con esperti. Il centro si svilupperà sui 1.200 metri quadrati nello storico palazzo di Porta Venezia: con Cineteca potranno nascere nuove sinergie.

IN ATTESA dell'inaugurazione dello spazio fisico, Meet ha lanciato una serie di appuntamenti: il 9 aprile al Museo Nazionale della Scienza prima lecture immersiva con il guru statunitense dell'intelligenza artificiale applicata al mondo del giornalismo, Francesco Paolo Marconi. E, già prima, scenderà in campo per Tempo di Libri e la Milano Digital Week.

Si.Ba.



Usa, la rivincita dei giornali

Li compra un americano su due

Aumentano gli abbonamenti online grazie a qualità delle notizie e promozioni

STATI UNITI

La rivincita delle news a pagamento

PAOLO MASTROLILLI
INVIATO A NEW YORK

Le notizie sulla morte dei giornali - per parafrasare la battuta di Mark Twain, quando pubblicarono il suo necrologio mentre era ancora in vita - sono grandemente esagerate.

Questo, almeno, a giudicare da uno studio secondo cui il 53% degli americani paga per ricevere l'informazione, sommato al successo che stanno avendo i paywall tra i media Usa.

La premessa del discorso è nota. Da una parte, con l'avvento di internet la gente si è abituata a leggere le notizie gratis, come se fossero prodotte da robot che non hanno bisogno di mangiare. Dall'altra, i grandi social network si sono presi la pubblicità, lasciando a secco i media tradizionali. La carta, infine, è in via di estinzione, perché nessuno sotto i 40 anni d'età la compra più. Tutto questo crea la tempesta perfetta, in cui i vecchi giornali sono destinati ad affondare. Eppure la loro storia potrebbe non finire così, perché qualche schiarita si comincia a vedere.

Il primo segnale incoraggiante è venuto da uno studio realizzato l'anno scorso dal Media Insight Project, secondo cui il 53% degli americani paga per l'informazione, attraverso l'abbonamento alla versione carta-

cea o digitale di un media tradizionale. E non si tratta solo degli anziani, perché anche il 40% degli adulti sotto i 35 anni d'età lo fa. Non solo, ma il 52% di coloro che non comprano i giornali si considerano utenti dell'informazione, e almeno il 20% dice che sarebbe disposto a comprarla, se nel futuro non riuscisse più a riceverla gratis a causa dei paywall.

Sono dati incoraggianti perché in America le sottoscrizioni stanno diventando la ciambella di salvataggio dei giornali, in attesa che i grandi social, utenti gratuiti dei loro contenuti, si convincano a ridistribuire un po' di pubblicità. Ad esempio il New York Times ha appena annunciato che i suoi abbonati sono saliti a 2,6 milioni, generando il 60% dei ricavi nel 2017. Discorso simile per il Washington Post, che ha superato il milione di sottoscrittori.

Questi dati però vanno studiati e interpretati, per capire in quale direzione muoversi allo scopo di tornare a crescere. La prima domanda da porsi è perché la maggioranza degli americani compra i giornali, e le risposte raccolte dal Media Insight Project sono soprattutto tre: primo, perché la pubblicazione che acquistano eccelle nella copertura di soggetti a cui sono particolarmente interessati; secondo, perché amici e fa-

migliari sono abbonati allo stesso prodotto; terzo, perché le promozioni li hanno incoraggiati a farlo. E' interessante poi che fra i lettori più giovani, molti hanno risposto di comprare i giornali perché vogliono sostenere la loro missione. In altre parole, tra le polemiche sulle fake news che hanno condizionato le elezioni del 2016, gli attacchi costanti del presidente Trump all'onestà dei media, e la volontà di capire cosa sta accadendo nel mondo in rapida trasformazione, le generazioni del futuro iniziano ad apprezzare il valore dell'informazione professionale di qualità. Comprendono che produrla costa, e quindi sono disposti a sostenerla. Per attirarli, però, gli editori devono puntare su tre strategie: identificare i temi che interessano ai «creatori» di notizie; pubblicare informazioni specializzate di livello; interagire con i lettori. E' essenziale poi conservare il doppio modello cartaceo e digitale, perché la carta vende tuttora di più, anche se il digitale cresce e i social spesso sono la porta di accesso ai media tradizionali. Magari usare questi elementi per dare già ora la notizia della nostra sopravvivenza sarebbe esagerato, come per la morte di Twain, ma quanto meno offrono una speranza.

BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



**Tutti
i numeri
della
ricerca**

26

per cento

Quelli che pagherebbero
per una testata che oggi
consultano gratis

29

per cento

Sono quelli che affermano
di essere già abbonati
a un giornale

53

per cento

Il numero di americani
adulti che spende denaro
per le notizie

90

per cento

Pensano che il prezzo
del loro giornale sia basso
o almeno onesto

PAYWALL

Con il termine «paywall» si intende un metodo di restrizione dell'accesso ai contenuti di un dato sito Internet. Per fruire dei contenuti, gli utenti devono effettuare una sottoscrizione a pagamento, ad esempio un abbonamento. A volte, il contenuto a pagamento è anticipato da un «assaggio» gratuito, come le prime righe di un articolo di giornale. Il Wall Street Journal è stata la prima testata online ad utilizzare il «paywall» nel 1997

Las 'telecos' lanzan un pulso a Roures

Amenazan con dejar desierta la subasta del fútbol que Mediapro convocará en unos días

VÍCTOR MARTÍNEZ BARCELONA

Las grandes empresas de telecomunicaciones que operan en España se plantan ante lo que consideran un incremento «irracional» y «carente de fundamento» de los precios de los derechos de emisión del fútbol tanto en España como en Europa. Las compañías han redoblado en los últimos días de forma simultánea su presión contra los propietarios de estos derechos aprovechando el próximo vencimiento del contrato para retransmitir la Champions que tienen firmado con Mediapro.

Vodafone asegura que al precio actual no renovará el contrato para las próximas tres temporadas, mientras que Telefónica dice que está estudiándolo y que hay una elevada posibilidad de que tampoco acuda a la firma. Orange, por su parte, remarca que el precio de este servicio es «irracional» pero que lo adquirirá siempre y cuando sus rivales directos lo contraten.

Las *telecos* han comenzado apuntando a la Champions pero no dudan en renunciar también a los derechos de emisión de la Liga española si el coste no se reduce. En las próximas semanas está previsto que se inicie el procedimiento de subasta para adjudicar los derechos de las temporadas 2019-2020, 2020-2021 y 2021-2022, con la que la asociación de clubes de fútbol espera recaudar casi 4.000 millones de euros sólo por la emisión en España.

En relación con la Champions, las empresas proponen a Mediapro – propietaria actual de los derechos tras adquirirlos a la UEFA por una cifra próxima a los 1.100 millones de euros – un cambio en el sistema de pago que cambie la retribución fija

actual por la emisión a una variable en función de los clientes finales que decidan contratar el fútbol. Las operadoras se quejan de que con el volumen actual de clientes que están dispuestos a pagar por ver la Champions no se cubre ni la mitad de los costes que les genera esta actividad. «Nos saldría mejor perder todos los clientes de fútbol antes que seguir ofreciendo este servicio», explicó en un encuentro con medios celebrado durante el Mobile World Congress el consejero delegado de Vodafone España, Antonio Coimbra.

Las empresas señalan que conservar los contenidos del fútbol en equilibrio financiero supondría «elevar de 20 a 50 euros al mes» lo que el cliente paga por el servicio, según Coimbra. La propuesta de las operadoras de telecomunicaciones supondría recortar más de la mitad los costes próximos a los 1.200 millones de euros que actualmente afrontan por incluir la Champions en sus paquetes convergentes. Fuentes de Mediapro vinculan estas declaraciones a una estrategia negociadora de las compañías y aseguran que convocarán un procedimiento de subasta en los próximos días para resolver el contrato de forma rápida.

Las grandes *telecos* han abierto también sus brazos en los últimos días a los conocidos como operadores virtuales de cara a la emisión del fútbol. Las compañías de redes creen que podrían materializar sinergias de distribución o alianzas de otro tipo con grupos como Amazon, Netflix o Facebook si fueran estos quienes, dada su mayor capacidad financiera, decidieran comprar los derechos de emisión en las próximas subastas.

I gruppi di telecomunicazioni iniziano un braccio di ferro con Roures



Vodafone se suma a Telefónica y exige rebajas en el fútbol

Aunque perdiese los 400.000 clientes del fútbol sería más rentable que seguir pagándolo, asegura

IC./E.A. Barcelona

El consejero delegado de Vodafone, Antonio Coimbra, fue extremadamente tajante y claro en la noche del pasado domingo en su negativa a seguir adquiriendo los derechos del fútbol español.

Coimbra señaló que si se mantiene el actual modelo, por el que hay que pagar una cantidad fija a modo de mínimo garantizado, Vodafone no volverá a comprar el fútbol para las próximas temporadas. Y para apuntalar la firmeza de su afirmación y descartar que se trate de un ardid negociador, explicó con bastantes detalles financieros la situación en que se encuentra su compañía y por qué, en cualquier escenario, es mejor no volver a comprar el fútbol que hacerlo en las actuales condiciones.

Coimbra explicó que de los 1,3 millones de clientes de televisión que tiene en España, sólo alrededor de 400.000 son clientes de fútbol y ya se ha llegado al tope. Y desveló con grandes cifras, “no muy alejadas de la reales” el escenario financiero. Estos 400.000 clientes dejan un ingreso medio de 80 euros al mes, y tienen un margen bruto del 50%, es decir, 40 euros por cliente. Así, los clientes del fútbol dejan unos 16 millones de euros de margen mensual, equivalentes a unos 192 millo-

nes de euros anuales.

Y sin embargo, el coste anual del fútbol para Vodafone se encuentra por encima de los 200 millones y cercano a los 250 millones anuales, de forma que, aún en la hipótesis más catastrófica, es decir, en el supuesto de que dejar de tener el fútbol supusiera la pérdida inmediata de toda la base de esos 400.000 clientes, la pérdida para la compañía sería inferior al coste que está soportando por el pago de los derechos del fútbol en TV.

Coimbra se sumó así a las manifestaciones de Ángel Vilá, CEO de Telefónica, que aseguró recientemente que “hay una clara posibilidad” de que no vuelva a comprar los derechos del fútbol.

Subasta inflada

Coimbra también criticó al Gobierno por el diseño de la inminente subasta de frecuencias para el móvil 5G. El Ministerio ha fijado inicialmente un límite máximo de frecuencias que puede acaparar cada operador, de 120 Megahercios (MHz). Coimbra cree que ese límite es demasiado alto –Vodafone proponía 80 MHz– lo que previsiblemente va a alimentar la pelea entre los tres grandes operadores, provocando que las frecuencias se encarezcan, lo que perjudicará, al tener menos recursos, al ritmo de despliegue del 5G.

Coimbra fue contestado ayer por el Ministro Álvaro Nadal, que aseguró que se había tomado una decisión “equilibrada” entre el interés recaudatorio y el desarrollo de las redes.

Coimbra eleva el tono

● El CEO de Vodafone desveló las cifras de su negocio de fútbol para demostrar que es mejor no renovar los derechos de TV.

● Critica al Ministerio de Agenda Digital, al que acusa de diseñar una subasta de espectro para recaudar más dinero.

Vodafone si unisce a Telefónica e vuole riduzioni di prezzo nei diritti tv per il calcio

