

Rassegna del 27/06/2018

Repubblica	23	Scontro Di Maio-Ue sui diritti d'autore "No alla riforma"	D'Argenio Alberto	1
Stampa	22	Italia-Europa, scontro sul web La riforma Ue del diritto d'autore imporrà una tassa sui link alle news. Di Maio attacca: noi non ci stiamo	Bresolin Marco	3
Messaggero	9	Giochi, addio a spot e sponsor calcio e Tv perdono 200 milioni	A. Bas.	5
Manifesto	15	Di Maio e il copyright. Una lotta giusta	Vita Vincenzo	7
Il Fatto Quotidiano	13	Fatti chiari - Tv contro Internet per colpire i giornali online	Gomez Peter	8
Sole 24 Ore - Focus	15	Addio al contante per gli stipendi a partire da luglio - Da luglio stipendi pagati solo con canali tracciabili	Cannioto Antonio - Maccarone Giuseppe	9
Sole 24 Ore - Focus	15	Opportuno l'adeguamento anche per l'anticipo spese	Cannioto Antonio - Maccarone Giuseppe	11
Sole 24 Ore	35	Rapporti private banking - La tecnologia aiuta la consulenza, non la sostituisce	Gennai Andrea	12
Mf	15	Anche i bond con la blockchain	Peveraro Stefania	14
Mf	15	Il mattone è sempre più tech e attira nuovi capitali	Caiazza Stefano	16
Sole 24 Ore	20	Se l'analfabetismo digitale fa più paura della «gig economy»	Bentivogli Marco	17
Messaggero	25	Farmaci falsi comprati online 2 su 3 contro l'impotenza - Arsenico, gesso e veleni nei farmaci falsi online	Iannello Alessandra	19
Avvenire	23	La rivoluzione digitale dell'e-commerce lascia freddi i nostri brand	D'Agostino Andrea	21
Sole 24 Ore	9	Anie: tecnologia +3,8% nel 2017, vale 78 miliardi - L'elettronica vede rosa grazie al traino 4.0	Orlando Luca	22
Corriere della Sera	31	Le due Italie del 4.0: i Piccoli tagliati fuori	Di Vico Dario	24
Italia Oggi	17	Il dvd, anche se in calo, resiste allo streaming - Home video, ancora posto ai dvd	Secchi Andrea	25
Corriere della Sera	23	Tim Cook: «Le persone stanno troppo sull'iPhone»	...	27
Repubblica	15	Mr Apple si pente "Troppo tempo perso sugli iPhone"	D'Alessandro Jaime	28
Sole 24 Ore .lavoro	29	Quando il manager HR usa i social network - Quando il capo HR incontra i social	Barbieri Francesca	30
Sole 24 Ore	16	Denaro&lettera - Telecom Italia: -2,89% Titolo in caduta in Borsa malgrado la tregua in cda	...	32
Sole 24 Ore	14	Mediaset va in assemblea senza Amber né Vivendi	S.Fi.	33
ESTERA				
Financial Times	12	Critiche all'iniziativa di Google per contrastare la legge europea sul copyright	Garrahan Matthew - Khan Mehreen	34

Web e informazione

Scontro Di Maio-Ue sui diritti d'autore

“No alla riforma”

Il Parlamento europeo la metterà al voto fra una settimana
Il vicepremier: “Imbavaglia la Rete, potremmo non recepirla”

Di che cosa stiamo parlando

Giovedì 5 luglio il Parlamento europeo sarà chiamato a votare la riforma del copyright nell'Unione. Un testo che permetterebbe a editori e produttori di incassare un giusto compenso dai giganti della Rete come Google e Facebook, che oggi utilizzano le loro opere senza pagarle.

Dal nostro corrispondente

ALBERTO D'ARGENIO, BRUXELLES

Lobby, propaganda, pratiche poco trasparenti e improvvisi cambi di casacca. A Bruxelles si gioca la grande battaglia sul futuro dell'informazione in Europa. Tra otto giorni il Parlamento Ue sarà chiamato a votare la direttiva sulla riforma del copyright, testo intorno al quale da mesi si combatte un duro scontro tra l'industria digitale americana, capeggiata da Google e Youtube, e gli editori e le case discografiche del Vecchio Continente. Oggetto del contendere: il diritto appunto in capo agli editori a vedersi riconosciuto il pagamento delle royalties da parte delle piattaforme Internet che oggi sfruttano i loro prodotti guadagnano miliardi di euro grazie a pubblicità e raccolta dati. Il testo che sarà sottoposto alla plenaria di Strasburgo imporrebbe invece ai big della Rete di pagare i diritti senza introdurre alcuna tassa o limitazione per gli utenti, a differenza di quanto fatto circolare dai colossi della Silicon Valley. La proposta di direttiva è stata sfornata dalla Commissione Ue nel settembre 2016. Il suo inter a Strasburgo però è stato travagliato, ma la scorsa settimana la commissione Giuridica dell'Europarlamento ha approvato il testo con 14 voti a favore e 9 contrari, uno scarto mini-

mo. Adesso tocca all'aula, dove i numeri sono ancora più risicati. Gli articoli più controversi sono l'11 e il 13. Il primo crea il diritto che permetterà agli editori di presentarsi con maggior forza negoziale di fronte alle piattaforme Internet e chiedere la remunerazione per l'utilizzo degli articoli che vengono raccolti dai motori di ricerca come Google e dai social come Facebook. Il secondo invece crea la responsabilità legale in capo alle piattaforme attive come Youtube - fino ad oggi considerate mere banche - costringendole a pagare un compenso equo per i contenuti che pubblicano. Ieri Luigi Di Maio - che ha detto di star pensando alla possibilità «di fornire mezz'ora al giorno di rete gratis a chi non se lo può permettere» - è intervenuto sul tema affermando: «Faremo il possibile per contrastare la riforma del copyright, un bavaglio per la Rete. Se dovesse passare potremmo non recepirla». Tesi - che cozza con l'obbligo di adeguarsi alle regole Ue - alla quale ha risposto la Commissione europea, impegnata anche a difendere la tenuta democratica grazie al giornalismo indipendente: «Non c'è nessuna censura o tassa per gli utenti». Per il presidente dell'Europarlamento, Antonio Tajani, «si tratta solo di difendere i diritti di autori e artisti dallo strapotere delle piattaforme che sfruttano le loro opere senza una giusta remunerazione. Mi auguro che questa sia una posizione personale e non del governo, altrimenti a soffrirne sarebbe l'industria italiana a vantaggio dei giganti americani, gli stessi che non pagano le tasse nel nostro continente». Spiega invece Carlo Perrone, presidente dell'Enpa, l'Associazione degli editori europei, e azionista di Gedi: «La divulgazione tra utenti rimarrebbe libera, qui si tratta di ricono-



scere agli editori dei giornali gli stessi diritti di cui già godono l'industria cinematografica e televisiva». Di Maio ha anche parlato di «lobbisti che si muovono all'interno dell'Ue senza dire a nessuno cosa fanno». Accusa che non sembra trovare riscontro con quanto vissuto negli ultimi anni a Bruxelles. L'industria tech dispone di ingenti risorse e ha scatenato una lobby a tutto campo per bloccare le nuove regole: dal finanziamento di atenei pronti a sostenere le loro tesi, a quello di associazioni di diverse categorie fino a promesse di investimenti avanzate ad alcuni governi. Giusto ieri Financial Times parlava di una mail dalla quale emergeva

che Google spingeva alcuni editori da lei sostenuti a schierarsi contro la direttiva. Non solo, negli ultimi giorni gli eurodeputati sono stati bombardati da migliaia di mail firmate da elettori dei loro collegi rintracciati e istruiti dalle multinazionali grazie ai big data che li esortavano, anche con metodi spicci, a votare contro il testo. Si spiega anche così la fake news della Link Tax, la notizia virale dell'arrivo di una tassa a carico degli utenti per fruire o condividere le notizie e i video su Internet. Non stupisce dunque che il voto in aula all'Europarlamento sia in bilico. Capofila dei contrari i Verdi, orientati dalla deputata tedesca Julia Reda eletta

tra i Pirati, partito anti-copyright. In favore della direttiva il Ppe, anche se polacchi e cechi sono in bilico. Spaccato il Pse, con Pd, francesi e spagnoli a favore, il Labour incerto e i tedeschi contro. Idem tra i Liberali e Conservatori, tanto che ago della bilancia potrebbero essere i Tories britannici. Se tra otto giorni il testo dovesse passare, partirebbe l'ultimo negoziato tra Commissione, Parlamento e Consiglio (i governi) per arrivare al compromesso finale. Ma il cambio di casacca italiano potrebbe annacquare visto che Roma, con Madrid, Parigi e Lisbona, era tra le capitali più favorevoli alle nuove norme.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I punti



I giganti del web e i diritti dell'editoria

1 **Nessuna tassa**
Il testo della riforma impone ai big della Rete di pagare i diritti senza introdurre alcuna tassa o limitazione per gli utenti.

2

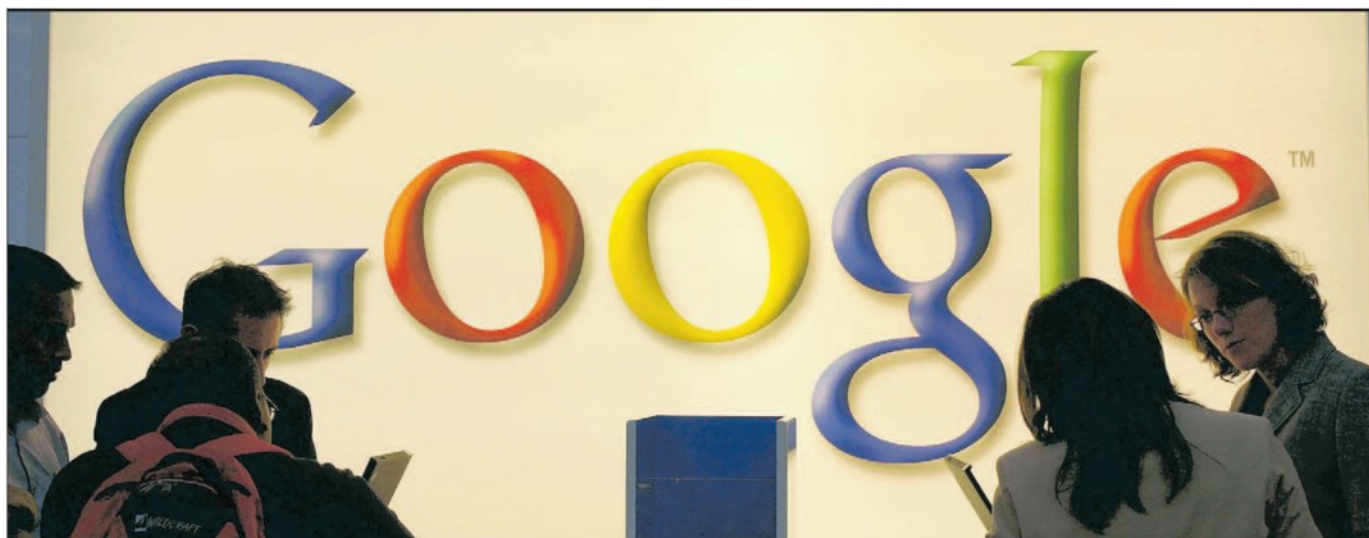
Più forza agli editori

L'articolo 11 crea il diritto che permetterà agli editori di presentarsi con più forza negoziale di fronte alle piattaforme Internet e di chiedere la remunerazione per l'utilizzo degli articoli raccolti dai motori di ricerca come Google e dai social come Facebook.

3

Piattaforme responsabili

L'articolo 13 della riforma crea la responsabilità legale in capo alle piattaforme come Youtube. Dovranno prevedere dei filtri capaci di individuare il caricamento di video o immagini protetti dal diritto di autore. Le piattaforme saranno costrette a pagare un equo compenso per i contenuti che pubblicano.



Italia-Europa, scontro sul web

La riforma Ue del diritto d'autore imporrà una tassa sui link alle news. Di Maio attacca: noi non ci stiamo

Il vicepremier: «Non possono essere le multinazionali a decidere che cosa pubblicare e cosa no». E propone mezz'ora di Internet gratis per chi non può permetterselo

RICARDO FRANCO LEVI
PRESIDENTE AIE



Il diritto d'autore è la base della libertà degli autori e della loro indipendenza economica dai potenti

MARCO BRESOLIN
INVIATO A BRUXELLES

Per l'Europa non c'è più tempo da attendere: le regole sul copyright vanno aggiornate. Non si può continuare con un quadro normativo anacronistico, che non tiene conto dello sviluppo della Rete. Ma sul «come» intervenire per cambiare le regole del gioco è in corso uno scontro tra due visioni diametralmente opposte. Da un lato c'è chi sostiene la necessità di fissare paletti precisi per porre fine all'anarchia normativa che nell'era del web lascia i diritti d'autore senza un ombrello protettivo. Dall'altro c'è chi, nel nome della libertà della Rete, considera questo intervento una sorta di censura.

Tra i primi c'è sicuramente il Parlamento europeo. O meglio, la sua commissione Affari giuridici che la scorsa settimana ha dato il via libera alla nuova direttiva sul copyright.

Un testo che ora dovrà passare all'esame della plenaria per l'approvazione finale, e poi negoziato con le altre istituzioni Ue. Ma il nuovo esecutivo italiano è pronto a dare battaglia. Il vicepremier Luigi Di Maio ha annunciato che gli eurodeputati M5S contrasteranno la direttiva nell'aula di Strasburgo e, in caso di insuccesso, «l'Italia è pronta a non recepirla». Di parere totalmente opposto il presidente del Parlamento Ue, Antonio Tajani: «Mi auguro che l'Italia non segua questa strada. Bisogna difendere gli autori e gli artisti dallo strapotere delle piattaforme che sfruttano le loro opere senza una giusta remunerazione». Anche Confindustria si dice «profondamente stupita e preoccupata» dalle dichiarazioni di Di Maio, «un attacco al cuore dell'industria italiana».

Mentre Riccardo Franco Levi, presidente dell'Associazione italiana editori, sottolinea che «il diritto d'autore è un diritto fondamentale per le persone, è la base della libertà degli autori e della loro indipendenza economica dai potenti». Il primo punto contestato riguarda quella che Di Maio chiama «tassa sui link». In realtà gli utenti non saranno chiamati a pagare alcuna tassa e il provvedimento «non impatterà in alcun modo su di

loro e sulla libertà della Rete» dicono gli eurodeputati Pd.

L'articolo 11, in sostanza, prevede la protezione dei «diritti connessi» legati per esempio ai contenuti giornalistici. Facciamo un esempio: quando si cerca una notizia su Google appare il link di un sito di informazione, sotto il quale ci sono il titolo dell'articolo e un piccolo estratto del testo. Ecco, secondo la direttiva, Google dovrebbe pagare all'editore della testata i diritti per lo sfruttamento di quel contenuto. Le associazioni di editori si battono da anni per veder riconosciuto questo diritto e un quadro normativo europeo è certamente lo strumento migliore per avere maggiore potere negoziale. Dall'altro lato, però, i piccoli editori protestano perché i motori di ricerca portano loro molto traffico e quindi temono che queste norme possano privarli di una «vetrina». Fa discutere anche l'articolo 13, che impone alle piattaforme online di dotarsi di una sorta di «filtro» per intercettare la pubblicazione di contenuti multimediali che violano il copyright. Per Di Maio – che ieri ha anche promesso «mezz'ora di internet gratis al giorno per chi non se lo può permettere» – «non possono essere le multinazionali a decidere cosa può essere pubblicato e cosa no». —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI





GETTY IMAGES

Giochi, addio a spot e sponsor calcio e Tv perdono 200 milioni

ARRIVA IL DIVIETO ASSOLUTO DI PUBBLICITÀ, SQUADRE E CANALI TELEVISIVI I PIÙ DANNEGGIATI SPUNTA LA MORATORIA

LA DECISIONE

ROMA La crociata del governo gialloverde contro i giochi è partita. Il primo tassello di un mosaico che potrebbe nel tempo portare ad un forte ridimensionamento dell'offerta di gioco lecito, è stato inserito nel decreto "dignità". Dal giorno dopo la pubblicazione in *Gazzetta Ufficiale* del provvedimento voluto dal ministro dello Sviluppo Luigi Di Maio, sulle Tv, sui social, su internet, sulla carta stampata, non potranno più passare spot di reclama di Lotto, Gratta & Vinci, scommesse sportive, poker e, nemmeno, della Lotteria Italia. La norma inserita nel provvedimento impone anche il divieto delle «sponsorizzazioni». E in questo caso a risentirne particolarmente, sarà il mondo del calcio, dove dalle reclame sulle maglie alla cartellonistica negli stadi, verrà meno. Un polmone finanziario negli ultimi anni per il pallone. Bwin per diverso tempo ha sponsorizzato il Milan, Intralot voleva addirittura

diventare il brand della Nazionale, salvo poi ritirarsi dopo le polemiche. Eurobet è stato sponsor della Serie B e si è legata poi a diverse squadre di serie A. L'unica concessione fatta dal decreto alle sponsorizzazioni è una sorta di "moratoria".

I NUMERI

A differenza della pubblicità che non potrà più essere trasmessa o stampata immediatamente, il divieto di sponsorizzazione entrerà in vigore il primo gennaio del prossimo anno. Un modo proprio per salvaguardare gli accordi (e i bilanci) dei club. A chi non rispetterà il divieto arriverà una sanzione del 5% del valore della sponsorizzazione o della pubblicità «comunque di importo minimo di 50.000 euro». Gli incassi andranno al fondo per il contrasto al gioco d'azzardo patologico. Restano le sanzioni da 100 mila a 500 mila euro per chi viola il divieto durante spettacoli dedicati ai minori. Ma quanto investe il settore giochi in pubblicità e sponsorizzazioni? Secondo le prime stime dell'agenzia specializzata *Agipro* si tratta di 200 milioni l'anno circa. Di questi, 70 milioni confluiscono nelle tv, altri 10 nei cinema e in internet e giornali. Tra le tv le più punite sarebbero le reti Mediaset, con la metà degli incassi. I residui 120

milioni si dividono in sponsorizzazioni, internet, radio e tv varie. Già oggi, almeno per le tv, esistono dei limiti alla trasmissione degli spot: la legge di Stabilità 2016 (in vigore dal 28 dicembre 2015) e il relativo decreto del ministero dell'Economia (emanato il 19 luglio 2016) vietano le pubblicità sui giochi dalle ore 7 alle 22 di ogni giorno nelle trasmissioni televisive generaliste, vale a dire quelle in onda sui canali da 1 a 9 del telecomando. Proibite anche le trasmissioni indirizzate prevalentemente ad un pubblico di minori. L'orario limitato non si applica ai programmi di Mediaset Premium e Sky.

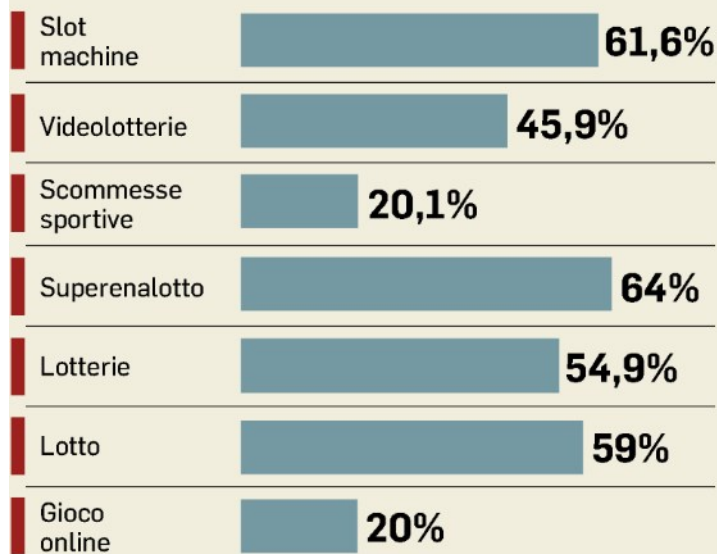
Esclusi anche i canali tematici a pagamento, le tv locali, le radio nazionali e locali. Le limitazioni di orario si applicano alle pubblicità di tutti i giochi, con l'eccezione delle cosiddette lotterie nazionali a estrazione differita. Questo vuol dire che la Lotteria Italia può essere pubblicizzata anche in orario proibito. La norma sul divieto di pubblicità dei giochi è una di quelle finite sotto la lente del ministero dell'Economia per gli effetti che determinerà sul gettito dello Stato. Secondo le stime, nei prossimi tre anni, comporterà una riduzione di entrate erariali di circa 700 milioni di euro.

A. Bas.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Quanto va allo Stato dai giochi



L'incidenza della tassazione è calcolata come il rapporto tra le entrate erariali e la spesa dei giocatori (anno 2016)

Fonte: Sapar

centimetri

Ri-Mediamo Di Maio e il copyright Una lotta giusta

VINCENZO VITA

Il rapporto presentato alla camera dei deputati dall'agenzia Italia e dal Censis sull'universo di Internet e della rete («L'insostenibile leggerezza dell'essere digitale nella società della conversazione», Kundera *for ever*) offre diversi spunti, frutto di un utile lavoro del direttore dell'Agi Riccardo Luna svolto insieme al condirettore Marco Pratellesi e al segretario generale dell'istituto di ricerca Giorgio De Rita.

La diagnosi è chiara: l'età dell'innocenza è finita da un pezzo e cresce la consapevolezza su diritti e doveri. Tuttavia, una parte cospicua degli utenti non considera le indicazioni del recente Gdpr (il regolamento europeo sulla *privacy* e la protezione dei dati personali) e il 15-20% non adotta neppure le cautele minimali come il ricambio delle *password*. Mentre è forte il fastidio per le *fake news* e per i profili coperti dall'anonimato.

Tutto ciò avviene nel contesto di una persistente arretratezza, se è vero che «l'errore più grave degli ultimi 10-15 anni è stato girarsi dall'altra parte».

I mutamenti profondi della società digitale, a cominciare dalla struttura del lavoro, non sono entrati davvero nelle scelte dei gruppi dirigenti e, ancor meno, in quelle della pubblica amministrazione. E permane un

consistente divario nell'accesso alla banda larga (solo un'abitazione su otto dispone di 30 mega).

Varie le voci sentite nella conferenza: dai parlamentari Anna Ascani, Andrea Giarrizzo e Antonio Palmieri che hanno rilanciato l'intergruppo per l'innovazione; ai manager dalla *sharing economy* (da Foodora a Airbnb) inclini alle «sorti magnifiche e progressive» di società attraversate invece da fortissime contraddizioni; al presidente di Confindustria digitale Elio Catania; alle giovani rappresentanti dei due invitati di pietra «cattivissimi» Google e Facebook usi a mostrarsi in pubblico con volti innocenti; al sottosegretario al ministero dell'istruzione Salvatore Giuliano (smartphone in classe sì o no?).

Nei vari *panel* del dibattito hanno preso la parola i due garanti: per la *privacy* Antonello Soro e per le comunicazioni Angelo Cardani; il presidente del Cnr Massimo Inguscio (sui colossali ritardi italiani sul tema dell'intelligenza artificiale, laddove i paesi più evoluti investono mille volte di più); il direttore del Laboratorio nazionale di *Cybersecurity* Paolo Prinetto; il commissario all'agenda digitale Diego Piacentini, che non ha chiarito esattamente che cosa sia successo da quando, in diretta da Amazon, si è seduto a Palazzo Chigi.

Hanno concluso la giornata Stefano Trumpy e Claudio

Roveda - tra i «guru» del settore - e la ministra Giulia Bongiorno.

Ma la parte nuova dell'incontro è stata negli interventi di Roberto Fico, Luigi Di Maio e Vito Crimi. Quasi in una virtuale divisione dei compiti con l'alleato di governo leghista cui pare delegato il Medioevo, gli autorevoli esponenti del Movimento 5Stelle sembrano aver preso la scena del Futuro.

Se il presidente della camera ha insistito sulla cittadinanza digitale citando Stefano Rodotà e la commissione voluta dalla predecessora Laura Boldrini, se il sottosegretario con delega all'editoria ha parlato con pacatezza della necessità di avere trasparenza sugli investimenti pubblicitari nei media, il colpo di teatro è arrivato dal vicepremier. Internet per tutti, anche se a chi non è connesso viene promessa per l'istante solo mezz'ora di navigazione. Curioso limite orario. Soprattutto, però, Di Maio ha aperto lodevolmente una doverosa lotta politica contro la proposta europea sul *copyright*, un testo contro la modernità. Che non rimanga una grida.



FATTI CHIARI

Tv contro internet per colpire i giornali online

» PETER GOMEZ

La libertà di internet non è sotto attacco solo a Bruxelles. Nuvole nere si allungano sulla Rete anche in Italia dove, come ha raccontato *Business Insider*, il garante per le comunicazioni sotto la spinta dei lobbisti di Mediaset e Rai ha aperto un'istruttoria su Audiweb 2.0, il nuovo sistema di rilevazione grazie al quale viene finalmente misurato il numero esatto di utenti dei singoli siti web. Così mentre la Commissione europea tenta di far approvare norme sui diritti d'autore che, se non modificate, finiranno per dare ai gestori delle piattaforme social un enorme potere-dovere di censura preventiva sui contenuti da pubblicare, da noi le tv vanno alla guerra contro i giornali online. A spingerle alla battaglia sono i dati sul numero reale di persone che usano ogni giorno la rete per informarsi.

NON APPENA i nuovi sistemi di rilevazione sono entrati in funzione è stato dimostrato che anche nel nostro Paese i siti internet sono ormai competitivi rispetto alle reti televisive. A inizio giugno, per esempio, *repubblica.it* ha registrato una media di 3.068.184 utenti unici al giorno, *ilcorriere.it* 2.359.683 e *ilfattoquotidiano.it* 1.694.330. Numeri da programma di prima serata che nel medio periodo finiranno per far perdere alle emittenti quote importanti del mercato pubblicitario. Per capire le cifre in gioco bastava guardare cosa è accaduto lo scorso anno quando le tv hanno incassato 3,7 miliardi di euro, mentre gli editori online si sono dovuti accontentare di soli 456 milioni, che salgono a 2,4 miliardi se si considerano anche i motori di ricerca e i social (controllati però da multinazionali). Nel resto di Europa, dove internet viene da tempo correttamente

“pesato”, le proporzioni sono invece inverse. Si investe più sul web e meno sulle tv (nelle cinque nazioni più grandi 27 miliardi contro 20). Ovviamente se pure in Italia le risorse pubblicitarie destinate all'online aumentassero, aumenterebbe anche il pluralismo dell'informazione. Perché fare oggi l'editore sul web è un mestiere che rende molto poco in proporzione agli investimenti richiesti. Anzi, per dirla tutta, è un'attività che spesso va in perdita. Un problema che non hanno le vecchie tv nostrane avvantaggiate dalle leggi e dai canali prefissati sui telecomandi (le reti che stanno ai primi posti vengono viste di più). Ecco perché quella che si sta combattendo all'Agcom è una battaglia di libertà che riguarda tutti i cittadini. Formalmente l'autorità per le comunicazioni vuole capire se conteggiando il numero di visitatori venga violata la loro privacy e se non vengano utilizzati illegittimamente i cosiddetti big data. Inoltre l'Agcom vuole verificare se ci si trovi di fronte a clic fasulli generati da robot. Una questione di fatto inesistente visto che i robot sono facilmente individuabili e che i primi a controllare la veridicità del traffico sono proprio gli inserzionisti.

AD AVVIARE L'INDAGINE è stata Benedetta Liberatore, responsabile della direzione contenuti audiovisivi e descritta come particolarmente legata al consigliere Agcom in quota Forza Italia, Antonio Martuscello (*sopra in foto*), ex parlamentare, ex sottosegretario e soprattutto ex dirigente di Publitalia, la concessionaria di pubblicità del Biscione. Da tempo le tv auspicano, nemmeno troppo velatamente, che la misura del traffico internet passi in capo ad Auditel: la società che da anni quantifica tra polemiche e interrogativi quello televisivo. E oggi sperano che l'indagine Agcom diventi il grimaldello per arrivare all'agognata e totalmente illiberale meta.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



TRACCIABILITÀ

Addio al contante per gli stipendi a partire da luglio

Cannioto e Maccarone - pagina 15

Da luglio stipendi pagati solo con canali tracciabili

Resta escluso il lavoro domestico Tutto invariato per la Pa

PAGINA A CURA DI **Antonino Cannioto** **Giuseppe Maccarone**

■ Dal 1° luglio, raccogliere la firma del lavoratore sulla busta paga non costituirà più, per il datore di lavoro, la prova che il pagamento della retribuzione è stato regolarmente effettuato. È questa una delle dirette conseguenze dell'entrata a regime della disposizione contenuta nei commi da 910 a 914, dell'articolo 1, della legge 205/2017 (Bilancio 2018).

L'AMBITO APPLICATIVO

Perseguendo lo scopo dichiarato di voler tracciare tutti i passaggi di denaro contante, si interviene sulla dinamica del pagamento degli stipendi, disponendone il divieto di corresponsione tramite somme di denaro. Pur in presenza di una norma generale che vieta i pagamenti in contanti per importi superiori a 2.999,99 euro, nel contesto delle prestazioni lavorative, si azzerava la soglia e il divieto - dal mese

di luglio - diviene operativo in tutte le circostanze. Con molta probabilità, l'intervento circoscritto all'ambito lavorativo vuole anche favorire l'individuazione di situazioni in cui il datore di lavoro paga compensi che si collocano al di sotto dei minimi previsti contrattualmente.

Devono adeguarsi alle nuove regole i datori di lavoro, per i rapporti di lavoro subordinato; i committenti per le collaborazioni coordinate e continuative; le cooperative per i contratti di lavoro instaurati con i propri soci. Con riferimento al lavoro dipendente, tutte le tipologie contrattuali sono soggette alla nuova regolamentazione; infatti, è la stessa normativa a prevederne l'attuazione stabilendo che le disposizioni si applicano indipendentemente dalle modalità di svolgimento della prestazione e dalla durata del rapporto. Nessun cambiamento, invece, per i dipendenti di tutte le amministrazioni dello Stato, compresi gli istituti e scuole di ogni ordine e grado e le istituzioni educative, le aziende e amministrazioni dello Stato a ordinamento autonomo, le Regioni, le Province, i Comuni, le Comunità montane e loro consorzi e associazioni, le istituzioni universitarie, gli Istituti autonomi case popolari, le Camere di commercio e loro associazioni, tutti gli enti pubblici non economici nazionali, regionali e locali, le amministrazioni, le aziende e gli enti del Servizio sanitario nazionale. Il divieto non riguarda, altresì, i rapporti di lavoro

domestico (ex lege 339/58) e quella cui si applicano i contratti collettivi nazionali per gli addetti a servizi familiari e domestici, stipulati dalle associazioni sindacali comparativamente più rappresentative a livello nazionale.

I SISTEMI CONSENTITI

Secondo le nuove regole, gli stipendi e i compensi potranno essere corrisposti solo con sistemi che garantiscano la tracciabilità delle transazioni. Si tratta di un coinvolgimento, a tutto tondo, del sistema bancario e dei servizi di pagamento che lo stesso mette a disposizione dell'utenza. Si dovranno, quindi, effettuare accrediti in conto corrente bancario/postale ovvero su carte di credito munite di Iban, tramite bonifico bancario. I datori di lavoro e i committenti potranno anche versare somme di denaro ma solo se tali operazioni verranno effettuate presso lo sportello bancario o postale dove il datore di lavoro abbia aperto un conto corrente di tesoreria con mandato di pagamento. È ammesso anche il tradizionale assegno circolare ma anche un assegno di conto corrente consegnato direttamente al lavoratore. Se quest'ultimo si trova in una situazione di comprovato impedimento (per esempio perché ricoverato in ospedale), l'assegno lo può ritirare il coniuge, il convivente o un familiare, in linea retta o collaterale, del lavoratore, sempre che abbiano almeno 16 anni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Addio al cash

DECORRENZA	Dal 1° luglio 2018	LIMITE PREVISTO	Nessun limite; la prescrizione si applica all'erogazione di qualsiasi importo
SOGGETTI OBBLIGATI	Datori di lavoro o committenti	SISTEMI DI PAGAMENTO CONSENTITI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bonifico sul conto identificato dal codice Iban indicato dal lavoratore ▪ Strumenti di pagamento elettronico ▪ Pagamento in contanti presso lo sportello bancario o postale dove il datore di lavoro abbia aperto un conto corrente di tesoreria con mandato di pagamento ▪ Emissione di un assegno consegnato direttamente al lavoratore o, in caso di suo comprovato impedimento, a un suo delegato
RAPPORTI DI LAVORO COINVOLTI	Ogni rapporto di lavoro subordinato di cui all'articolo 2094 del Codice civile, indipendentemente dalle modalità di svolgimento della prestazione e dalla durata del rapporto, nonché ogni rapporto di lavoro originato da contratti di collaborazione coordinata e continuativa e dai contratti di lavoro instaurati in qualsiasi forma dalle cooperative con i propri soci (ex lege 142/2001)	SANZIONI	Sanzione amministrativa pecuniaria che va da 1.000 a 5.000 euro; l'eventuale sanzione irrogata, ove pagata nel termine di 60 giorni dalla contestazione immediata o dalla notificazione degli estremi della violazione, è ridotta alla meno onerosa tra il doppio del minimo o il terzo del massimo (1.666,67 euro)
ESCLUSIONI	<p>Rapporti di lavoro:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Instaurati con le pubbliche amministrazioni ▪ Domestico (ex lege 339/58) ▪ Rientranti nell'ambito di applicazione dei contratti collettivi nazionali per gli addetti a servizi familiari e domestici, stipulati dalle associazioni sindacali comparativamente più rappresentative a livello nazionale 		

La gestione. Trasferite con carte di credito e prepagate

Opportuno l'adeguamento anche per l'anticipo spese

PAGINA A CURA DI

Antonino Cannioto

Giuseppe Maccarone

■ Il comma 912 dell'articolo 1 della legge 205/2017, indica quali sono i rapporti di lavoro rientranti nella previsione legislativa e che, conseguentemente dal 1° luglio, non potranno più formare oggetto di pagamenti in contanti. Vista la previsione normativa, che fornisce un'elencazione dei tipi di contratto, da una prima analisi, si possono ritenere esclusi dal divieto gli altri tipi di rapporto di cui spesso le aziende si avvalgono. In base a tale lettura, potrebbero essere effettuati in contanti i pagamenti a favore dei soggetti che stanno svolgendo uno stage aziendale; le eventuali erogazioni concesse per borse di studio e, analogamente, sembrerebbero fuori dal divieto anche le collaborazioni occasionali.

Oltre a ciò, va dato anche conto del fatto che sia il comma 910 che il 911, nel sancire il divieto di utilizzo di denaro contante, riferiscono la prescrizione al pagamento della retribuzione o a ogni anticipo di essa. Anche in questo caso, l'ermeneutica induce a ritenere che i pagamenti che si effettuano ai prestatori, con titolo diverso dalla retribuzione, possano essere effettuati in contanti.

Una riflessione va anche svolta relativamente agli anticipi erogati ai lavoratori in caso di trasferta. Spesso le imprese - per i dipendenti che, per lo svolgimento della loro attività, si recano fuori della loro sede abituale di lavoro - adottano una regolamentazione endogena tesa a disciplinare la dinamica dell'esecuzione della trasferta. È prassi comune anticipare loro il denaro sufficiente per far fronte alle esigenze di tipo economico collegate alla trasferta stessa. Tra le spese anticipate figurano prevalentemente quelle correlate ai costi necessari per affrontare il viaggio e la permanenza fuori sede. Evitare al lavoratore di anticipare tali spese e, dunque, ricorrere al sistema degli anticipi, risulta essere una delle abitudini più diffuse. Le anticipazioni possono essere erogate sia con sistemi tracciabili, sia attraverso la con-

segna di denaro. Altamente diffuso è, infatti, l'utilizzo di carte di credito collegate a un conto corrente bancario/postale intestato all'azienda. In alcuni altri casi, si ricorre alle carte di credito prepagate: la ricarica viene eseguita dal datore di lavoro. Vi sono, inoltre, realtà in cui l'anticipo di tali spese viene effettuato consegnando al lavoratore denaro contante. Al di là del sistema prescelto, tali dazioni transitano per il cedolino di paga. Così, per esempio, colui che viene inviato in trasferta riceve una somma di denaro; al ritorno presenta la nota spese e, nell'ipotesi in cui l'anticipo non sia stato sufficiente, ottiene un'integrazione; in caso contrario, si dispone un addebito del residuo (se quanto anticipato è superiore alle spese sostenute). Normalmente queste operazioni si eseguono nel cedolino di paga che registra l'acconto erogato, l'eventuale integrazione oppure l'addebito della cifra residuale che è rimasta a disposizione del lavoratore. Come già accennato, stante la lettera della disposizione in rassegna, parrebbe che tali anticipi - non erogati con strumenti tracciabili - potranno continuare a essere considerati leciti anche dopo il 30 giugno 2018.

Va, tuttavia, osservato che la ratio della norma è quella di tracciare tutti i trasferimenti di denaro contante. Ritenere, pertanto, che l'operatività della disposizione resti confinata alla sola retribuzione, potrebbe non essere in linea con la sua finalità. Sembrerebbe possibile attribuire al termine "retribuzione", una valenza atecnica che parrebbe anche suffragata dalla stessa normativa. Si veda, infatti, in tal senso, il comma 911 in cui il legislatore utilizza la parola, "retribuzione" anche con riferimento ai committenti che, in realtà, per le co.co.co., erogano compensi. Forse, prudenzialmente - sia per gli anticipi, sia per l'erogazione dei compensi pagati a soggetti diversi da dipendenti e collaboratori coordinati e continuativi - in attesa di maggiori istruzioni in merito, sarebbe comunque il caso che, dal 1° luglio, tutto sia tracciabile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Rapporti**Private
banking**

Trend. Le innovazioni del fintech nel mondo degli investimenti rappresentano un'opportunità che bisogna saper cogliere

La tecnologia aiuta la consulenza, non la sostituisce

Andrea Gennai

Anche il mondo del private banking deve affrontare la sfida della tecnologia. Le innovazioni del fintech rappresentano un'opportunità per la rete dei consulenti e solo chi sfrutterà al meglio quello che offre il mercato riuscirà a garantirsi una maggiore competitività in termini di costi e servizi.

«Il fintech - spiega Emilio Barucci, professore di matematica finanziaria al Politecnico di Milano - è un fenomeno complesso. Vuol dire disintermediazione ma anche machine learning e big data. Applicato al mondo del private banking, non penso che ci sia un rischio reale di disintermediazione. Detto questo le società che sapranno utilizzare al meglio il fintech per valutare i rischi e scegliere i prodotti più adatti alle esigenze dei clienti avranno maggiori potenzialità di crescita. Vince chi si evolve nel campo dei servizi "customizzati"». Gli operatori tradizionali da tempo hanno scoperto e valorizzato le opportunità offerte dall'innovazione. Il fattore umano resta fondamentale, ma oggi sono

necessari anche processi tecnologici sempre più efficienti.

«L'utilizzo di tablet e la firma grafometrica - commenta Alessandro Marchesin, direttore commerciale Banca Patrimoni Sella & C. - consente a tutti i private banker fuori sede, ad esempio, di sottoscrivere contratti. Importante, poi, anche la consulenza a distanza via web, altra modalità attiva nel nostro modello già dal 2012». Infine, il tema del ribilanciamento automatico dei portafogli con i robo advisor. «Nella nostra esperienza - conclude Marchesin - ci permette di riassetare i portafogli in automatico, senza dimenticare che la definizione degli stessi non esclude un'importante componente umana». Ci sono realtà che sono sorte per valorizzare al massimo il fintech. «Noi siamo nati - spiega Stefano Rossi, responsabile della divisione wealth management di Euclidea - in funzione del desiderio/esigenza del risparmiatore di avere più chiarezza, semplicità e trasparenza sui costi di gestione. Con la tecnologia proprietaria analizziamo tutto l'universo investibile disponibile in Italia, 110 mila classi di fondi ed Etf per selezionarne i migliori o quelli che riteniamo con maggiore potenziale». All'aumenta-

re della complessità del patrimonio, la tecnologia può aiutare consentendo anche di razionalizzare i costi.

«Il cliente wealth - conclude Rossi - ha un contatto continuo con noi. Si decide insieme quando sentirci. Di prassi però informiamo sempre tutti i clienti quando movimentiamo i portafogli, sia in termini di asset allocation, sia di fondi. In termini di costi, il cliente wealth ha in media un risparmio del 30-40%. Facciamo infatti vedere il vero costo totale, che è la somma del costo di gestione e il Ter del portafoglio».

Sul mercato c'è movimento anche per offrire al mondo bancario nuove programmi, non solo per il settore private. È il caso del progetto lanciato da Virtual B. «È una soluzione - spiega Raffaele Zenti, partner Virtual B spa - basata su financial data scien-



ce che serve al private banking e, in generale, a tutto il processo di gestione del risparmio». La piattaforma, venduta a banche, assicurazioni e altri intermediari, usa i dati in possesso degli intermediari finanziari relativi ai clienti (questionari, Mifid, storia degli investimenti, ecc), li tratta con algoritmi di machine learning (data science). Estrae del valore: chi sono i clienti come investitori, che bisogni e obiettivi hanno. Fa la stessa analisi sui prodotti, individuando i bisogni da essi soddisfatti, e poi aiuta a mettere insieme i due mondi.

«Il software denominato SideKYC - conclude Zenti - è un esempio di fintech che aiuta la consulenza. Questa la strategia vincente a nostro avviso: l'intelligenza artificiale al servizio della consulenza, non in sostituzione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Anche i bond con la blockchain

La nuova infrastruttura è in grado di semplificare la vita a emittenti e investitori. In sostanza si tratta di immaginare un mondo in cui i titoli obbligazionari si gestiscono da soli. A costi molto più bassi

DI STEFANIA PEVERARO

La blockchain è sbarcata anche sul mercato obbligazionario. Lo scorso autunno è stato lanciato il primo bond denominato in criptovaluta con un processo di emissione liquidazione e regolamento condotto esclusivamente in ambiente blockchain. Mentre lo scorso marzo è stata la volta del primo bond strutturato in sterline e regolato totalmente su blockchain.

In entrambi i casi la piattaforma tecnologica utilizzata è stata quella Nivaura, start-up fintech britannica partecipata dallo studio legale internazionale Allen&Overy che si è avvalsa del servizio cloud-based Azure, sviluppato da Microsoft, per promuovere l'emissione e l'amministrazione di strumenti finanziari da parte di emittenti di piccole e medie dimensioni a costi significativamente inferiori rispetto ai canali correnti.

Nel primo caso LuxDeco, rivenditore online di mobili di lusso e accessori per la casa, ha emesso titoli denominati in Ethereum e strutturati ed emessi attraverso la piattaforma blockchain-based Nivaura che calcolerà via via il totale degli interessi da pagare e curerà le fasi del rimborso del capitale in modo automatizzato. Jonathan Holmes, ceo di LuxDeco, ha dichiarato: «Siamo una pmi in rapida crescita con una base clienti globale. In alcune giurisdizioni i clienti ci hanno espresso l'interesse a pagare in bitcoin o Ethereum. Se iniziamo ad accettare pagamenti in criptovaluta, è ragionevole che si finisca per finan-

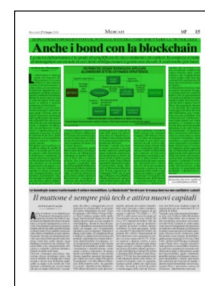
ziare il capitale circolante con lo stesso mezzo».

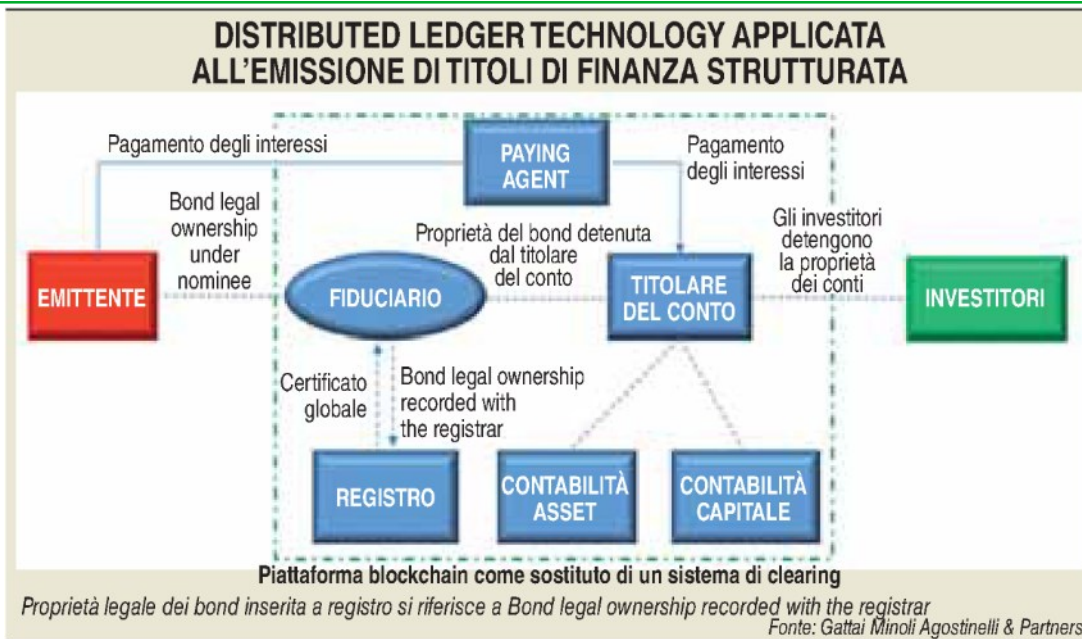
La seconda emissione, quella dello scorso marzo, ha riguardato invece un'obbligazione strutturata in sterline indicizzata al Ftse 100 e a capitale protetto, che è stata registrata, regolata e liquidata sulla blockchain pubblica Ethereum. Strutturata da Marex Solutions in partnership con Chartered Opus, la nota ha utilizzato la piattaforma multi-emittente ResonanceX sviluppata e connessa alla blockchain da Nivaura. Anche in questo caso la transazione si è svolta all'interno dello spazio di innovazione Fuse di Allen&Overy e lo studio è stato advisor legale per la preparazione della documentazione del bond.

Insomma i primi test hanno avuto successo e ora nel mondo numerosi studi legali stanno studiando soluzioni simili da proporre ai clienti. Su questo fronte in Italia è molto avanti lo studio Gattai Minoli Agostinelli. Emanuela Campari, partner dello studio, interverrà al Blockchain Business Case Forum organizzato da Community NdT, che si terrà oggi a Milano (e di cui BeBeez è media partner) per spiegare come la blockchain e gli smart contract possono semplificare la vita a emittenti e investitori. Nella sostanza, ha anticipato Campari a *MF-Milano Finanza*, «si tratta di immaginare un mondo in cui i titoli si gestiscono da soli. Con la collaborazione degli advisor delle varie controparti della transazione, infatti, la blockchain può costituire un'innovativa infrastruttura tecnologica mediante la quale mettere in comunicazione gli smart contract

che automatizzano l'intero ciclo di vita di uno strumento finanziario, inclusa la fase di pagamento delle cedole a ogni singolo investitore e a ogni data prefissata. Ciò significa che l'emittente può direttamente e automaticamente pagare gli interessi e rimborsare il capitale agli investitori in linea con quanto stabilito dal codice inserito nello smart contract, che evidentemente è stato scritto sulla base dei contenuti del regolamento del bond, preventivamente redatto dai legali».

La blockchain funziona come un registro autonomo sul quale nessuna parte ha controllo diretto e che in ogni momento è in grado di indicare in modo inequivocabile chi è il possessore dei titoli e quale è stato il flusso dei pagamenti durante la vita dei titoli. Per facilitare il passaggio dei flussi di cassa sulla blockchain, poi, l'emittente crea una cosiddetta «fiat collateralized stablecoin», ossia token emessi con valore garantito 1 a 1 rispetto a valuta reale (fiat), preventivamente depositata su un conto bancario tradizionale. Al momento della conclusione dell'operazione la criptovaluta in mano a ciascuna controparte viene cancellata e a ogni controparte viene riassegnato il corrispondente valore in euro. L'avvocato Campari ha altresì aggiunto che «la blockchain può avere applicazioni molto interessanti anche sul fronte dell'organizzazione delle assemblee degli azionisti, facilitando il lavoro delle agenzie di proxy e potendo automatizzare anche il calcolo e il pagamento dei dividendi». (riproduzione riservata)





GRAFICA MF-MILANO FINANZA

Le tecnologie stanno trasformando il settore immobiliare. La blockchain? Servirà per le transazioni ma non sostituirà i catasti

Il mattone è sempre più tech e attira nuovi capitali

DI STEFANO CAIAZZO

Anche il mattone si sta digitalizzando. Il fenomeno del property tech (o proptech), termine che indica la trasformazione digitale del settore immobiliare, è cresciuto rapidamente in anni recenti. Il neologismo, più specificamente, include attività che utilizzano blockchain, contratti smart (il cui modello transazionale crittato e distribuito accerta automaticamente che tutti gli adempimenti previsti siano stati effettivamente realizzati), droni, cloud data, realtà virtuale, smart building (costruzioni che sfruttano l'Internet delle cose, energeticamente efficienti e a controllo e gestione ottimali) e fintech in ambito real estate.

Occorre comunque specificare che, escluse alcune tecnologie citate, che sono il risultato di sviluppi più o meno recenti e ancora non facilmente applicabili su ampia scala (anche per costi destinati a diminuire ma ancora troppo alti per un'ampia diffusione), la proptech, che oltre a vantaggi porta con sé rischi per la cybersecurity, fa già parte del settore immobiliare da anni. Come ha spiegato a *MF-Milano Finanza* Marco Rota Candiani, partner dello studio legale internazionale Hogan Lovells ed esperto di real estate, ne è un esempio lo smart building. «In tutte le classi di asset, come l'alberghiero (prenotazioni tramite tablet, ad esempio, ndr), il residenziale (domotica, ndr) e la logistica, l'Internet of things è già realtà», ha sottolineato Rota Candiani. Le applicazioni al business del proptech «riguardano la commercializzazione degli immobili e il rendering», ossia la riproduzione tramite realtà virtuale di interni di immobili per poterli visitare virtualmente e interattivamente, anche grazie a droni e telecamere. In questo modo è possibile ridurre i costi, poiché diventa superfluo spostarsi fisicamente per visitare una casa o degli uffici prima di acquistarli. «Un altro utilizzo di business della property tech», ha aggiunto l'avvocato, «riguarda le due diligence». Nell'ultimo decennio le start-up tecno-

logiche operanti nel settore immobiliare sono cresciute a ritmi considerevoli. A livello globale il numero di tali società è salito da 176 (2008) a 1.274 (2017) e nello stesso arco di tempo gli investimenti ricevuti sono balzati da 2,4 a 33,7 miliardi di dollari. Ma chi sta finanziando le start-up proptech? Il capitale di rischio (venture capital) costituisce la fonte principale, anche se, secondo l'Università di Oxford, nel periodo 2011-2016 i finanziamenti da fonti alternative sono aumentati in media a un tasso annuo del 65,7%. Il mix tra mattone e digitale, inoltre, è stato uno dei campi più attraenti negli ultimi cinque anni per i venture capitalist. Da una ricerca di Andrew Baum, professore alla Said Business School di Oxford e chairman della Property Funds Research, il 25% dei loro investimenti totali è stato destinato infatti a tale settore. Le società di property tech, in aggiunta, risultano prede ambite per operazioni di m&a. Secondo la società di analisi e monitoraggio delle start-up Tracxn, esse nel 2016 sono risultate target di acquisizioni per un ammontare di 2,2 miliardi di dollari.

Venendo a una sottocategoria del property tech, cioè l'utilizzo della blockchain (e delle criptovalute, che si basano su tale tecnologia) nel settore real estate, secondo Rota Candiani le criptovalute come mezzo di pagamento di transazioni nel mattone sono destinate ad affermarsi in misura crescente già in un futuro prossimo. Diverso invece il discorso sulla blockchain come registro immobiliare, applicazione testata già in Svezia e Stati Uniti. «In Paesi dell'Europa occidentale come l'Italia, dove i registri catastali e nello specifico i catasti edilizi funzionano già bene e garantiscono in modo soddisfacente le parti, la blockchain, anche per ostacoli politici, legali e strutturali, potrebbe stentare ad affermarsi come registro immobiliare», mentre «può essere una soluzione per tracciare al meglio i dati dei registri immobiliari che non funzionano bene e presentano carenze di efficienza». (riproduzione riservata)



SE L'ANALFABETISMO DIGITALE FA PIÙ PAURA DELLA «GIG ECONOMY»

LA GRANDE TRASFORMAZIONE IN ATTO CI PONE UNA SFIDA SUL DECENTRAMENTO CONTRATTUALE

di **Marco Bentivogli**

Il dibattito aperto da Alberto Orioni su questo giornale, soprattutto per approccio e contenuti è un ulteriore tentativo, spero fruttuoso, per riaprire con connotati post-ideologici il discorso pubblico sul lavoro. Sono già visibili gli effetti della vigilia della grande trasformazione del lavoro, delle produzioni, delle nostre vite. Il combinato disposto di Industria 4.0 e delle infrastrutture di *blockchain* cambierà in maniera profonda l'organizzazione del lavoro. Confinare tali effetti ai lavori dei *rider* e ai relativi "lavoretti" è una lettura approssimativa, anche per il numero dei cosiddetti *Gig worker*, lo 0,04% del mercato del lavoro italiano (si vedano gli studi di Katz and Krueger, 2016).

Il lavoro 4.0 va ben oltre la *food delivery*, e necessita, anche nella produzione industriale, di nuove categorie interpretative e giuridiche che non asfaltino il nuovo lavoro. La grande trasformazione sta cambiando tempi e spazi del lavoro industriale. Lo *smart working* mette in crisi l'idea delle 8 ore, 40 settimanali ma lo fa in modo virtuoso, se contrattate. Abbiamo la prova che in tutti i casi in cui abbiamo contrattato le tutele, è migliorata la conciliazione vita/lavoro e la produttività.

Con il nuovo governo rischiamo l'ottava riforma del mercato del lavoro in 11 anni, in un Paese in cui puntualmente ci si divide su queste norme senza peraltro applicarne le intuizioni migliori (vedi, ad esempio, l'apprendistato, la certificazione delle competenze, che attendiamo dalla legge Treu del '97). Con Pietro Ichino, ho più volte sottolineato che servono norme adeguate ai tempi, ma anche la stabilità di esse, perché la stabilità è un valore. La contrattazione collettiva, su cui insiste la Cisl da anni, più della legge, a tutti i livelli, ha garantito una maggiore affidabilità, stabilità

ed esigibilità delle tutele (soprattutto dopo gli accordi in Fca del 2011).

Nel lavoro 4.0 industriale sono necessari sistemi di inquadramento moderni e intelligenti che descrivano e valorizzino la professionalità in evoluzione dinamica. Se cambiamo solo nomi alle mansioni e non comprendiamo i nuovi ruoli, perderemo l'ennesimo treno. Con una contrattazione efficace si fa crescere contemporaneamente la professionalità di tutti i lavoratori, facendo un bene all'insieme dei lavoratori, la professionalità individuale, facendo un bene al singolo. Dal mio punto di vista, nel lavoro 4.0, una sperimentazione può riguardare dei veri e propri contratti "ibridi", in cui una parte è quella più simile al lavoro subordinato, anch'essa con contenuti sempre nuovi, e una parte "individuale" in cui la persona è coinvolta in progetti, compiti, responsabilità e risultati con caratteristiche quasi simili al lavoro autonomo o meglio "a progetto".

Se il sindacato non riesce a intervenire su questa parte "individuale" del rapporto di lavoro, non solo lascia solo il lavoratore, ma chiude gli occhi, smettendo di essere - come si diceva una volta - "autorità salariale" perché perde terreno di negoziazione su tutti i contenuti della prestazione lavorativa: orari, professionalità, salute e sicurezza. Non voglio correre troppo avanti ma vedrete quante opportunità ci offriranno le nuove infrastrutture di *blockchain* attraverso gli *smart contract*, occasioni storiche che potrà cogliere chi non gira le spalle al progresso.

Una delle applicazioni, tra le innumerevoli, delle infrastrutture della *blockchain* sono gli *smart contract* (contratti intelligenti).

Un contratto intelligente è un accordo che si perfeziona, automaticamente, in presenza di condizioni. Se pensiamo a tutto il mercato del lavoro, non solo alla *Gig economy*, credo che il livello di trasparenza, di fiducia e affidabilità, garantirà semplificazione, e riduzione di abusi.

Certamente le tecnologie *blockchain* permetteranno di avere quelle garanzie di fiducia, affidabilità e sicurezza che nel passato erano necessariamente delegate a una figura "terza". L'esigenza di gestire l'attivazione o disattivazione di un contratto continuativo o saltuario in funzione

di alcune condizioni molto semplici, senza burocrazia, cancellerebbe molti alibi. Il contratto deve far scattare tutte le comunicazioni per avviare le coperture assicurative e contributive e non consentire irregolarità nel riconoscimento dell'orario di lavoro. Ci sono sperimentazioni molto interessanti, in alcuni casi, penso ad app come Strajob (che ha lavorato in collaborazione con la Cisl) che consente al lavoratore di dimostrare la presenza sul luogo di lavoro. Pensate agli *smart contract* collegati ai dispositivi di lavoro anche attraverso le tecnologie *IoT* (*Internet of things*) anche nelle imprese, gli spazi che si aprono sono molti.

Innanzitutto bene fa chi sostiene che serve costruire contratti nuovi, (senza occuparsi subito della loro collocazione gerarchica) aiuta forse più che ricorrere da subito a un'ulteriore delegificazione. Il nuovo lavoro ha sempre più forme inedite e, visti i numeri, a me interessa sempre di più come condizionerà la contrattualistica del lavoratore industriale. Diamo un'occhiata ai dati, molto accurati del mercato del lavoro americano sui *1099rs* (lavoratori indipendenti). La contrattazione e la tecnologia de-zavorrata dalla iper-ideologizzazione del lavoro può fare molto in termini di efficacia e in termini di stabilità. La grande trasformazione ci sfida sul decentramento contrattuale (indicazione che arriva proficuamente anche dalla recente intesa interconfederale) perché è l'unico livello utile a stare al passo con i cambiamenti, come scritto anche nel recente accordo interconfederale sulla contrattazione.

Bisogna puntare a una contrattazione territoriale di ecosistema che migliori l'habitat oggi sfavorevole a imprese e lavoratori. Il 90% dei lavoratori lavora in aziende sotto i 20 dipendenti. Secondo Infocamere 2/3 delle imprese non sono su Internet e 4 imprenditori su 10 dicono che «In-



ternet è inutile» in tempi di rinvio di fatturazioni elettroniche, l'analfabetismo digitale mi preoccupa di più della *Gig economy*. Per fortuna c'è un'«Italia a prescindere» che va fatta crescere, che non chiede rinvii e che è cresciuta lontano dai monitor della rappresentanza e che merita un Paese coraggioso per la sfida del lavoro.

Segretario generale Fim Cisl

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Salute
Farmaci falsi
comprati online
2 su 3 contro
l'impotenza
 Iannello a pag 26

Due terzi dei prodotti acquistati nelle finte farmacie virtuali sono contro la disfunzione erettile
 Campagna degli urologi: «Prima di prendere qualsiasi pasticca è necessaria una vera diagnosi»

Arsenico, gesso e veleni nei farmaci falsi online

L'ANDROLOGO ARTIBANI: «TROPPI PAZIENTI EVITANO IL MEDICO E PREFERISCONO I RISCHI DEL MERCATO NON UFFICIALE»
LA TRUFFA

Non conosce crisi in Italia il mercato dei farmaci falsi. È al secondo posto della contraffazione dopo l'abbigliamento. La Società italiana di urologia (Siu) ha deciso di lanciare l'allarme. Dal momento che i prodotti più acquistati online sono quelli indicati per la disfunzione erettile. Da qui, l'avvio di una campagna di sensibilizzazione, "La tua salute vale di +", (www.siu.it) per spiegare i pericoli di queste scelte ed evitare le cure fai da te.

GLI STUPEFACENTI

Sono state 6,4 milioni le confezioni sequestrate negli 4 anni, secondo i dati dell'Agenzia italiana del farmaco, e ben due terzi sono contro i problemi sessuali maschili. Nel mercato per farmaco falso seguono le tossine botuliniche per i trattamenti invasivi di medicina estetica e gli integratori alimentari spesso utilizzati per nascondere principi attivi che non si possono vendere al pubblico. Secondo il Consiglio d'Europa il commercio di farmaci contraffatti supera di 25

volte quello delle sostanze stupefacenti.

IMBARAZZI

«Sono ancora troppi gli imbarazzi dei pazienti maschi nel parlare al medico delle difficoltà erettile, insieme con l'illusione di poter disporre ad un prezzo molto basso di farmaci altrimenti più costosi», spiega Walter Artibani, segretario generale di Siu. Nel suo recente rapporto "Illicit Trade: Converging Criminal Networks" (Usa 2016) si scopre che il 32% dei prodotti non contiene principi attivi, il 20% ne contiene in quantità non corrette, il 21,4% è composto da ingredienti sbagliati.

LE VERNICI

Quasi sempre i dosaggi sono variabili da una compressa all'altra, si passa da pillole senza principio attivo ad altre che ne possono contenere il doppio del dovuto. «I farmaci contraffatti o falsificati - precisa Vincenzo Mirone urologo responsabile della comunicazione Siu - costituiscono un grave rischio. In molti casi contengono elementi pericolosissimi: nei prodotti sequestrati sono stati trovati anche vernici stradali e gesso, tracce di arsenico e veleno per topi. Nel migliore dei casi questi prodotti contengono un principio attivo senza alcuna efficacia». I

farmaci simil-viagra, hanno spiegato gli esperti, non vengono acquistati attraverso canali non ufficiali solo da maschi adulti e con problemi, ma anche da ragazzi con la chimera della prestazione.

I PUSHER

«Un pusher di fake viagra - dice ancora Mirone - guadagna oggi molto di più di uno spacciatore di cocaina». I farmaci contraffatti, come fa sapere il comandante dei carabinieri per la Tutela della salute Adelmo Lusi, farmaci contraffatti provengono principalmente dall'India, e nello stesso Paese, a Mumbai, è stata trovata la maggior parte dei farmaci oncologici rubati in Italia.

Alessandra Iannello

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IL DECALOGO

- 1** Prima di prendere farmaci anti-disfunzione erettile accertarsi quali sono le cause scatenanti del disturbo
- 2** Mai terapia fai da te, potrebbe peggiorare il problema
- 3** Controllare se la farmacia online è sulla piattaforma ministeriale <http://salute.gov.it/LogoCommercioElettronico/CercaSitoECom>
- 4** Non acquistare farmaci per i quali occorre la prescrizione presso chi non la richiede
- 5** Diffidare dei foglietti illustrativi con errori di ortografia
- 6** Non acquistare confezioni che imitano il nome del medicinale originale
- 7** Non acquistare confezioni con logo che imita quello originale
- 8** Diffidare di prodotti con un costo diverso da quello del mercato
- 9** Ricordare che molti farmaci contraffatti contengono polveri non ingeribili
- 10** Se ci sente male dopo aver assunto questi prodotti andare al pronto soccorso portando le pasticche



Arredo&design

La rivoluzione digitale dell'e-commerce lascia freddi i nostri brand

ANDREA D'AGOSTINO

Italia fanalino di coda a livello mondiale nell'e-commerce del design. Questa la sorpresa negativa dell'ultimo summit di Pambianco-Strategie di impresa dedicato al settore arredo&design e giunto alla quarta edizione. Dall'analisi su 28 aziende medio-grandi del settore e in salute - fatturato 2017 pari a 2,9 miliardi di euro e in crescita negli ultimi anni - emerge come il nostro Paese sia ancora indietro, soprattutto a confronto con i giganti stranieri come la Cina - che da sola vale il 20% del mercato dell'arredo online, con vendite pari a 58 miliardi di dollari - o gli Stati Uniti, che hanno una quota di mercato del 12% e vendite pari a 33 miliardi. E se l'Europa intera vale tra il 6 e il 7% (26 miliardi le vendite online), l'Italia conta solo per l'1-2% del mercato, con 300 milioni di vendite.

Insomma, "e-commerce non pervenuto": potrebbe intitolarsi così il report presentato ieri da David Pambianco in apertura di convegno. E neanche se si allarga il campione a più aziende, 70, la situazione cambia: soltanto cinque hanno un canale e-commerce nel loro sito web (tutte, però, sono presenti su Facebook o Instagram). E se l'investimento medio di comunicazione sulla stampa era pari al 37% del fatturato nel 2012 e del 3% sull'online, cinque anni dopo la situazione è cambiata: 26% per l'advisory cartaceo e 11% per quello online. Ed è calato dal 42 al 33% anche l'investimento in fiere.

A livello internazionale, invece, i grandi marchi stanno registrando numeri considerevoli: Wayfair è leader negli Stati Uniti con un fatturato 2017 di 4,7 miliardi di dollari solo online, mentre tra i big europei troviamo Laura Ashley e Maisons du Monde, entrambi con il 21% online. Un po' indietro Ikea, per il quale l'e-commerce vale circa 1,6 miliardi di dollari, pari al 4% di fatturato.

Da questa ricerca, conclude Pambianco, risulta che se le nostre aziende «sono all'avanguardia nell'innovazione legata al prodotto, sono indietro nella digitalizzazione e assenti nell'e-commerce. Il digitale non è una parte della comunicazione, ma un approccio che riguarda tutta l'organizzazione e uno strumento evoluto per affrontare la complessità del mercato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ELETRONICA**Anie: tecnologia +3,8%
nel 2017, vale 78 miliardi**

L'industria tecnologica italiana continua a registrare performance in crescita: nel 2017 l'Anie (che riunisce oltre 1.300 aziende) ha registrato un fatturato aggregato di 78 miliardi di euro (58 miliardi per elettrotecnica ed elettronica e 20 per i general contractor). — a pag. 9

L'elettronica vede rosa grazie al traino 4.0

ASSEMBLEA ANIE

Il 57% delle aziende vede ricavi in crescita nel 2018, bene anche l'occupazione

Busetto: «Confermare le misure e rilanciare su edilizia e infrastrutture»

Luca Orlando

MILANO

«C'entra, c'entra eccome. Perché in questo modo otteniamo più qualità e tracciabilità assoluta».

I dubbi sul nesso tra digitalizzazione e gorgonzola spariscono in pochi istanti. Giusto il tempo impiegato dal Ceo di Igor Fabio Leonardi per spiegare i vantaggi dei nuovi processi adottati e snocciolare i numeri del leader nazionale di settore, in corsa a doppia cifra e al nuovo record di ricavi anche grazie al piano di investimenti hi-tech avviato, oltre 35 milioni di euro.

Non un caso isolato quello del gruppo novarese (che ora è in grado di conoscere in tempo reale i parametri del latte conferito da ogni allevatore), piuttosto un tassello che nei numeri di Anie si ricompone in un mosaico sempre più ampio, costruito pezzo dopo pezzo grazie alla massa crescente di investimenti in nuove tecnologie. Concretizzati all'estero ma, finalmente, anche in Italia.

Applicazioni smart dirette al mondo dell'industria, all'energia, agli edifici e alle infrastrutture stanno vivendo una sorta di età dell'oro e la Federazione delle imprese elettrotecniche ed elettroniche (78 miliardi di ricavi, 1300 aziende associate per 468mila addetti) rendiconta

infatti per il 2017 numeri fortemente positivi, che saranno ancora migliorati nell'anno in corso. Sulla crescita del 3,8% dei ricavi dello scorso anno (quasi l'8% per l'elettronica) si innesta un trend in decisa accelerazione, con la maggioranza delle imprese a vedere ancora rosa. Lo scatto nell'acquisto dei macchinari, tradotto nel record storico per il mercato interno tanto nell'area delle macchine utensili che nel perimetro allargato di Federmacchine, trascina ora una sorta di "fase due", dove all'ammodernamento dell'hardware si aggiunge la messa a terra di applicazioni di interconnessione.

Nel primo semestre il 58% delle imprese Anie evidenzia così un progresso dei ricavi (solo il 16% sperimenta un calo) mentre sono più di sei realtà su dieci a segnalare ordini in crescita, in particolare in Italia, situazione sperimentata tanto dai "big" che dalle Pmi. Per la fine dell'anno il 57% del campione prevede così una crescita dei ricavi, sia in Italia che all'estero, con effetti benefici anche sull'occupazione: a prevedere un aumento è infatti il 40% del campione, oltre il 30% lo ha già sperimentato nel primo semestre.

Risultati — spiega il presidente di Anie — legati anche al programma di incentivazione fiscale sulle tecnologie 4.0, che si chiede dunque ora di stabilizzare. «Al nuovo Governo — spiega Giuliano Busetto — chiediamo di dare continuità al piano Impresa 4.0, per proseguire il cammino virtuoso di innovazione che l'industria manifatturiera italiana sta portando avanti. Questa stessa filosofia ci piacerebbe fosse proiettata sul mondo delle costruzioni e auspichiamo che a breve si possa dare attuazione ad un piano per l'Edificio Sostenibile 4.0».

Tra i diversi settori "clienti" delle aziende Anie è in effetti proprio la domanda in arrivo dall'industria a presentare i valori più solidi, con il 61% delle imprese ad indicare domanda in aumento, grazie allo scatto degli investimenti.

E quasi un'azienda su due, nel sondaggio realizzato dalla Federazione, è convinta che proprio il percorso 4.0 possa favorire i processi di reshoring, grazie ad una migliorata competitività dell'output "digitale".

Altri temi chiave per la federazione sono le reti e le infrastrutture, con la richiesta al nuovo Esecutivo di dare piena attuazione alla strategia energetica nazionale lungo le direttrici rinnovabili/efficienza/elettrificazione e di rilanciare con forza gli investimenti in infrastrutture.

«Una seria politica di investimenti in infrastrutture e in una collaborazione tra pubblico e privato — ha spiegato nelle conclusioni dell'assemblea annuale Anie il presidente di Confindustria Vincenzo Boccia — è ciò che serve al Paese per avviare una nuova stagione di crescita inclusiva. Le infrastrutture, infatti, servono a collegare periferie a centri, città tra loro e l'Italia al mondo. E sono indispensabili per rafforzare la posizione geo-economica di un'Italia centrale tra Europa e Mediterraneo, aperta ad est e ovest. Senza contare che un Paese come l'Italia, con una forte vocazione all'export, ha tutto l'interesse a sostenere la vitalità delle proprie imprese, mettendole in condizione di competere alla pari con le concorrenti di tutto il mondo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Innovazione Le imprese associate Anie chiedono di dare continuità agli incentivi per gli impianti hi-tech 4.0


I numeri Ucimu

Le due Italie del 4.0: i Piccoli tagliati fuori

di **Dario Di Vico**

«**C**i sono due Italie del 4.0». A sostenerlo è il presidente di Ucimu-Confindustria, Massimo Carboniero, che ieri ha reso noti i dati di un'indagine sull'utilizzo degli incentivi di Industria 4.0 da parte delle imprese italiane. Un'indagine che ha un buon timing perché si presta a diventare un documento di lavoro per il nuovo ministro Luigi Di Maio che dovrà decidere se e come portare avanti i programmi del suo predecessore Carlo Calenda. Ma veniamo ai dati elaborati per Ucimu da Renato Mannheimer e frutto di interviste alle figure di vertice di 200 imprese metalmeccaniche. Il 46,5% del campione dichiara di aver usufruito degli incentivi di super e iper-ammortamento, in testa il comparto automotive e per area geografica il Nord Ovest. La distribuzione tra iper e super è sostanzialmente alla pari ma è interessante sottolineare come chi ha investito in tecnologie digitali (coperte dall'iperammortamento) ha poi fatto anche un altro tipo di investimento. La maggioranza relativa (il 38%) ha speso tra i 100 e i 500 mila euro e il 48% ha trovato la motivazione nell'aumento della capacità produttiva. Al secondo

posto un obiettivo di competitività, infine il 32% si è limitata a sostituire macchinari obsoleti. Chi ha già investito ha intenzione di bissare (51%) e per lo più si tratta di aziende grandi e medie.

Questa è dunque la prima Italia. E la seconda? È costituita dal 53,5% di imprese metalmeccaniche che non è stata toccata dalla possibilità di usare gli incentivi. Per lo più micro-imprese e comunque aziende del Sud e delle isole. Questi imprenditori non solo non hanno ravvisato la necessità di comprare nuovi macchinari ma una buona fetta (38%) non ha intenzione di farlo nemmeno in futuro. «C'è il rischio di un allargamento del digital divide — commenta Carboniero — Pochi campioni sempre più forti e molte aziende ferme al passato e destinate a uscire dal mercato. Per questo chiediamo al nuovo governo di considerare questi dati e di prolungare gli incentivi magari rivedendo i coefficienti ma comunque garantendo continuità al piano 4.0». Un'ipotesi sostenuta da Ucimu è quella di rendere strutturale almeno il super-ammortamento, a misura di Pmi. Carboniero ha anche chiesto al governo di allargare il credito di imposta per la formazione 4.0 sempre con l'obiettivo di coinvolgere le piccole imprese e non lasciarle nei vagoni di coda della ripresa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ZOCOLO DURO

**Il dvd, anche
se in calo,
resiste
allo streaming**

Secchi a pag. 17

Il settore cala del 10,8% a causa dei supporti fisici, che però hanno uno zoccolo duro

Home video, ancora posto ai dvd

Noleggi e acquisti digitali a +10%, un quarto del mercato

DI ANDREA SECCHI

È calato del 10,8% il fatturato dell'home entertainment in Italia nel 2017: 340,2 milioni di euro in totale, con il supporto fisico che subisce un decremento ma resta comunque la parte predominante del mercato (75% del totale, 255 milioni di euro) e un digitale che arriva a coprire un quarto dei ricavi, in crescita a 85,2 milioni. Gli acquirenti, invece, lo scorso anno sono stati 5 milioni, 3,5 milioni hanno acquistato prodotti fisici e 2 milioni digitali (c'è anche chi li ha comprati entrambi).

Sono i dati del rapporto annuale di Univideo realizzato da GfK, che misura la spesa nel mercato audiovisivo fisico in dvd, blu ray e 4k, così come quella sul digitale per il noleggio e l'acquisto dei singoli titoli (ovvero il transaction video on demand e l'electronic sell-through, cresciuti del 10%). Nel perimetro, per intenderci, ci sono servizi come quelli di Chili o di iTunes di Apple, non le piattaforme su abbonamento come Netflix (subscription video on demand).

Come accade per la stampa, anche l'home entertainment ha subito un duro contraccolpo dall'avvento del digitale e negli ultimi anni ha continuato a calare (con l'eccezione del 2015). Il digitale che fa parte di questo settore, infatti, ancora non è riuscito a bilanciare la perdita dei formati tradizionali: lo scorso anno il mercato fisico, fra edicole, noleggio e vendita, ha subito una flessione del 17,2%. Le edicole sono arrivate a 50 milioni di ricavi (-16,7% sul 2016) quando erano a 164 milioni nel 2010; il

noleggio ha registrato un calo del 10,7% a 25 milioni (erano 90 milioni otto anni fa), mentre la vendita, il canale più importante, nel 2017 ha registrato un valore di 180 milioni, in flessione del 14,7%.

Ciò non toglie che in Italia si acquistano circa 17 milioni di supporti all'anno e anche i numeri degli acquirenti mostrano l'esistenza di uno zoccolo duro nel consumo di prodotti fisici. GfK ha realizzato anche un'indagine qualitativa da cui si evince come anche i giovani apprezzino i supporti tradizionali.

In sostanza per molti consumatori, passata la sbornia del digitale, non c'è una logica di esclusione: chi acquista prodotto fisico è guidato prevalentemente dalla passione per il contenuto e dal desiderio di collezione e possesso. Il digitale, viceversa, è più legato al divertimento di tutti i giorni.

«Il digitale ormai ha stravinto», ha detto **Edmondo Lucchi**, media and communication insight strategist di GfK, «ma non sostituisce qualsiasi cosa: il consumatore non vede l'opposizione con il fisico. C'è un limite del mondo digitale, è il corpo. Noi siamo fatti di corpo non solo di mente e qualunque esperienza positiva noi viviamo è ricondotta al corpo. Inoltre il digitale ha un altro limite: ha tutto e il contrario di tutto, trovare un percorso e fare una scelta non è uno scherzo. Anche il sistema dei media è stato devastato dal digitale, eppure quando si chiede quali siano le fonti di notizie più affidabili la risposta è: i tg e la stampa, i riferimenti fisici».

Di fatto il digitale è ormai

entrato anche in questo settore sebbene ancora non lo sorregga. Come accennato si tratta di servizi differenti rispetto a quelli di Netflix o Amazon (svod), che offrono una fruizione all you can eat a pochi euro.

Chili (che fa parte di Univideo) e simili sono esattamente il corrispettivo dei dvd: si noleggia o compra un singolo titolo (anche Timvision, per esempio, ha un catalogo a pagamento oltre a quello compreso per gli abbonati) che si può trovare nella piattaforma già 105 giorni dopo essere uscito al cinema, nella prima finestra di distribuzione. Su questi servizi, inoltre, si trova praticamente tutto ciò che viene distribuito, cosa invece non vera per i svod che, anzi, stanno sempre più puntando su produzioni proprie.

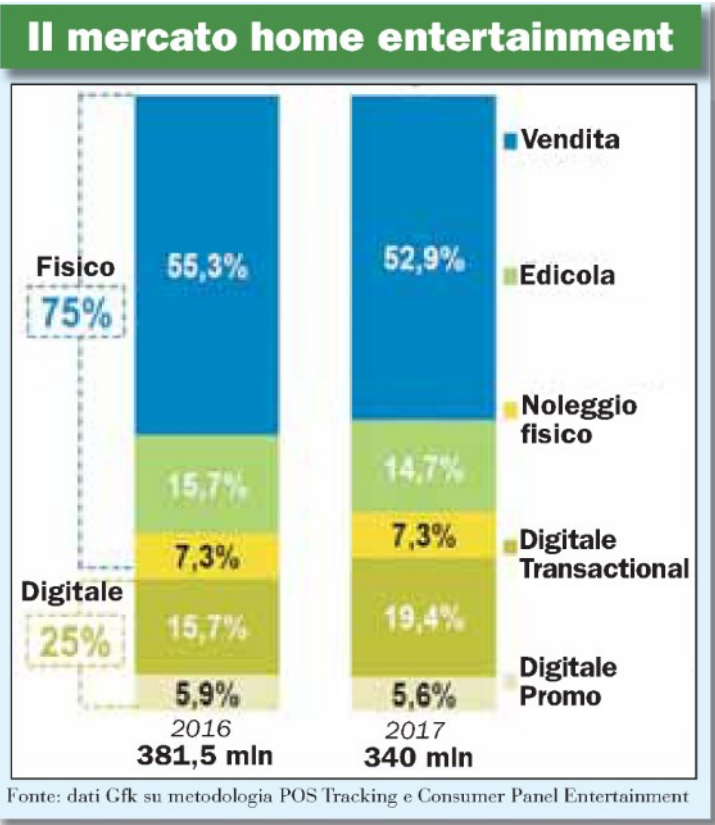
«Netflix è bellissimo, io stesso sono abbonato», ha detto l'a.d. di Chili **Giorgio Tacchia**. «Ma quanti titoli che sono là dentro si conoscono? Il consumatore vuole i personaggi delle major e noi li abbiamo tutti, per questo Netflix non è nostro concorrente. Però sette consumatori su 10 si rivolgono ancora alla pirateria. Ma per una spesa di 5 euro ha senso fare consumo illegale?». Chili, ha detto Tacchia a *ItaliaOggi*, sta rispettando il piano previsto per quest'anno (si veda il quotidiano del



15/3/2018): ha aperto a inizio giugno in Uk e ha raggiunto nel complesso 1,75 milioni di utenti sui 3 milioni pianificati, mentre dovrebbe arrivare ai 31 milioni di fatturato dai 13 milioni dello scorso anno, con una perdita che salirà a 15 milioni (3,5 l'anno scorso) in seguito agli 11 milioni di investimenti pubblicitari di qui a febbraio.

Tornando a Univideo, l'iniziativa sul digitale di maggio con una settimana di film a prezzo speciale, i Digital Movie Days, ha dato i suoi frutti: +30% di incremento sui noleggi online e +200% sulle vendite (quelle più scontate), ha annunciato **Alessandro Caccamo**, vicepresidente di Univideo e a.d. di 20th Century Fox He. La prossima mossa, ha invece detto il presidente dell'associazione, **Lorenzo Ferrari Ardicini** (CG Entertainment), sarà una festa simile per il supporto fisico, mentre l'impegno è a spingere perché si riducano le finestre, riuscendo a far uscire supporti fisici e digitali più vicino alle uscite dei cinema.

— © Riproduzione riservata — ■



Lorenzo Ferrari Ardicini



Giorgio Tacchia

 **L'ad di Apple**

Tim Cook: «Le persone stanno troppo sull'iPhone»

La dipendenza da smartphone rischia di non essere più gestibile. E a lanciare l'allarme è il capo di uno dei colossi che produce gli smartphone. «Penso sia ormai chiaro che alcuni di noi spendono troppo tempo sui nostri dispositivi», dice Tim Cook, ad di Apple, durante un evento di *Fortune* a San Francisco. «Abbiamo cercato di riflettere su come possiamo aiutarli e onestamente non abbiamo mai voluto che le persone esagerassero con l'utilizzo dei nostri prodotti». «Noi vogliamo che le persone siano spinte dai loro telefoni a fare cose che non potrebbero fare altrimenti — ha spiegato Cook —. Ma se passi tutto il tempo sul telefono, vuol dire che stai spendendo troppo tempo al cellulare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

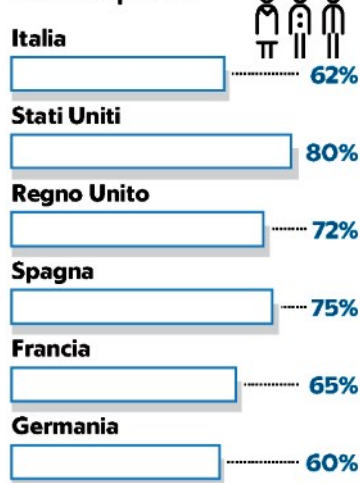


Mr Apple si pente “Troppo tempo perso sugli iPhone”

Il mea culpa di Tim Cook: non volevamo che le persone esagerassero, le aiuteremo

I numeri

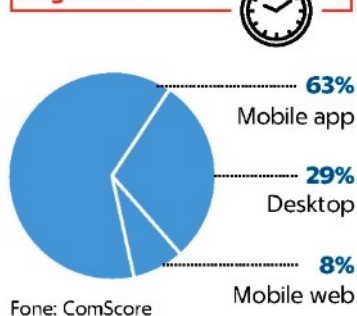
Popolazione che naviga in Internet con lo smartphone



Tempo speso dagli italiani al cellulare



Tempo speso online dagli italiani



“Lo smartphone ha invaso anche la mia vita. Se ci passi tutte quelle ore significa che le stai sprecando”

JAIME D'ALESSANDRO, ROMA

Tim Cook ci ripensa. Anzi, si pente. Il gran capo di Apple aveva già detto a inizio giugno di essersi reso conto di quanto lo smartphone avesse invaso la sua vita. Ora, durante una conferenza organizzata dalla testata *Fortune* a San Francisco, torna sul tema: «È diventato chiaro che alcuni di noi spendono troppo tempo sui nostri dispositivi (iPhone, ndr). Abbiamo cercato di riflettere profondamente su come possiamo aiutarli. Onestamente, non abbiamo mai voluto che le persone esagerassero con l'utilizzo dei nostri prodotti. Per noi era importante che fossero arricchite, diventando capaci di fare cose che altrimenti non avrebbero potuto fare. Ma se passi tutto il tuo tempo sullo smartphone significa che ne stai sprecando troppo».

La riflessione arriva dopo l'annuncio da parte di Apple di aver introdotto la funzione "ScreenTime" proprio per controllare le ore che trascorriamo guardando lo schermo del telefono. Anche Google ha presentato, per la nuova versione del sistema operativo Android, la stessa idea. L'allarme non è nuovo, nuova casomai è la cautela che la Silicon Valley ha cominciato a

usare quando parla in pubblico, sottolineando, oltre alle meraviglie della tecnologia, anche i pericoli insiti in un uso non appropriato. E, a volte, assumendosi delle responsabilità.

Da quando l'accesso alla Rete è passato dai computer ai telefoni, sorpasso avvenuto su base mondiale nel 2016, abbiamo assistito all'aumento progressivo del tempo trascorso digitando sui display tattili che sono sempre con noi.

Apple, a gennaio, aveva ricevuto una lettera aperta dagli investitori preoccupati degli "effetti collaterali negativi indesiderati" nell'utilizzo degli smartphone da parte di bambini e adolescenti. "C"è la chiara esigenza da parte di Apple - si leggeva nella lettera - di offrire ai genitori più opzioni e strumenti per aiutarli".

Ma non è l'unico problema sul tavolo. Secondo la ComScore, che monitora il traffico online e il consumo di dati, solo in Italia siamo arrivati a poco meno di tre ore al giorno spese online ed è quasi sempre da mobile che accediamo al web. Ma rispetto agli Stati Uniti, dove l'accesso alla Rete da smartphone ha raggiunto l'80 per cento della popolazione, da noi siamo ancora al 62. La concentrazione però è la stessa quasi ovunque. Il 50 per cento delle ore passate su smartphone o tablet in Italia si trascorre navigando tra le app e le pagine di Facebook (33 per cento) e Google (17 per cento). Il nostro tempo è letteralmente nelle loro mani, più che in quelle di Apple.

Tim Cook non è persona che parla a caso né che si lascia andare a confidenze personali. Ha più volte attaccato Facebook negli ultimi mesi e velatamente anche Google in fatto di privacy e trattamento dei dati degli



utenti. A San Francisco è tornato a sottolineare la differenza che distinguerebbe la sua Apple dagli altri colossi promuovendosi come guida di una multinazionale coscienziosa. «Parliamo solo di quel che conosciamo», ha detto, scoccando un'altra frecciata alla concorrenza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I dubbi di Cupertino

Tim Cook, alla guida di Apple dal 2011. Negli ultimi mesi ha spesso parlato dei rischi della tecnologia

Quando il manager HR usa i social network

— a pagina 29

Strumenti. LinkedIn, Facebook, Twitter, Youtube sono il biglietto da visita delle aziende e sono ritenuti molto credibili: sono usati per comunicazione interna, coinvolgimento, recruiting e web reputation

Quando il capo HR incontra i social

Francesca Barbieri

social media sono ormai il biglietto da visita delle aziende: una recente ricerca dell'agenzia di relazioni pubbliche Edelman evidenzia come siano ritenuti credibili quasi il doppio (63%) rispetto all'immagine veicolata dalla pubblicità (37%). E i direttori del personale attivi in Italia sembrano esserne ben consapevoli, con l'utilizzo sempre più assiduo dei social network. Tra questi il più diffuso è LinkedIn (uno strumento di lavoro nel 92% dei casi), seguono poi le applicazioni di instant messaging come Skype o altre chat (71%) e Facebook (34%), Twitter (19%) e Youtube (22 per cento). Inoltre, quasi il 40% degli hr director usa le intranet interne alle aziende.

A snocciolare questi numeri è Aidp, l'associazione italiana dei direttori del personale sulla base di una survey condotta su tutti i propri tremila associati.

Le ragioni principali di utilizzo dei social riguardano la comunicazione e il coinvolgimento delle persone (78%), la campagna acquisti di profili qualificati (73%), l'inserimento di nuovi assunti (24%). Tutte operazioni svolte con un occhio di riguardo alla web reputation dell'azienda.

«L'opportunità che quasi tutti individuano nell'utilizzo dei social network - spiega Isabella Covili Faggioli, presidente nazionale Aidp - viene vanificata, anzi può diventare un boomerang, se non si è attenti a quello che viene comunicato e a come questa operazione

viene messa in pratica».

L'attenzione alla web reputation riguarda soprattutto la fase di ricerca e selezione di nuove figure da assumere (per il 59% circa dei direttori del personale interpellati) e per costruire un'immagine aziendale positiva in termini di attraction e di engagement. «Con l'affermarsi dei social media - precisa Fiorella Passoni, general manager di Edelman in Italia - le funzioni hr acquisiscono un nuovo mandato all'interno dei propri compiti: quello di creare dei brand ambassador, asset fondamentale per una comunicazione organica ed efficace tra i pubblici interni ed esterni all'azienda». L'utilizzo dei social che includa anche il coinvolgimento dei dipendenti è quindi strategico per la reputazione aziendale a 360 gradi, ma anche per attrarre i migliori talenti sul mercato.

«La famiglia hr - commenta Andrea Barchiesi, Ceo di Reputation Manager, società che si occupa dell'analisi della reputazione dei brand -, pur essendo da sempre tra le categorie più resistenti al cambiamento, comincia a capire il valore strategico dell'informazione online soprattutto per rendere appetibile l'azienda e mantenere a un buon livello la reputazione. Oggi i candidati si informano preventivamente sull'azienda a cui intendono mandare il curriculum; va da sé che i migliori talenti punteranno verso quelle società che offrono loro le garanzie più alte anche in termini di immagine e reputazione».

Oltre il 76% dei direttori del personale interpellati da Aidp, inol-

tre, utilizza i social network come strumento di informazione professionale e per fare rete con gli altri manager e professionisti delle risorse umane. «Il mondo dei social network - sottolinea Moreno Ferrario, sales manager di LinkedIn Italia - è per certi versi più democratico: è aperto e accessibile a tutti, anche alle aziende più piccole che possono così più facilmente fare networking e sviluppare le proprie conoscenze».

Rispetto, infine, alla messa a punto di policy aziendali sull'utilizzo del social network, dall'indagine di Aidp emerge che nel 36% dei casi ci sono regolamenti ben definiti che dettano linee guida e "indirizzi" di comportamento, in circa il 10% dei casi ci sono policy che incoraggiano i dipendenti ad aprire un proprio profilo social, mentre il 9% dei direttori del personale segnala la presenza di un divieto esplicito di accesso ai social esterni da parte dei dipendenti durante l'orario di lavoro.

Invece, nel 36% dei casi non esistono ancora regole messe nero su bianco in merito (e il resto degli intervistati non risponde), come dire che in oltre un'azienda su tre non ci sono regole predefinite. Una situazione «che può portare le persone ad autogestirsi nell'utilizzo dei social - avverte Covili Faggioli - e tra i rischi possibili c'è anche quello di perdere informazioni, belle esperienze e storie positive, che rappresentano un patrimonio anche per il business aziendale».

©@EffeBarbieri

© RIPRODUZIONE RISERVATA



AVIVA

Motivazione e appartenenza



ASSICURAZIONI

La compagnia con 30mila dipendenti nel mondo assume il 30% dei candidati tramite social network

«La partecipazione è alta - commenta Gambardella - ed è anche uno strumento per aumentare il coinvolgimento in attività di social responsibility a livello di gruppo, con effetti positivi sulle motivazioni e sul senso di appartenenza dei nostri collaboratori».

Recruiting, employer branding, social responsibility. Tre «missioni» che Aviva, compagnia assicurativa con 30mila dipendenti nel mondo di cui 600 in Italia, porta avanti sempre di più attraverso i social network.

«Il peso delle assunzioni tramite i social network è del 30% - spiega Enrico Gambardella, people lead di Aviva -, con un trend che rispetto a qualche anno fa risulta in forte crescita».

Oltre alla piattaforma «lavora con noi» a livello di gruppo (attiva da una decina di anni), è stata messa a punto una pagina Facebook riservata ai dipendenti.

Più recente è invece l'avanzata dell'employer branding che si affianca al recruiting. «Abbiamo un team che segue la comunicazione esterna (Twitter, LinkedIn, Facebook) - sottolinea Gambardella -, ma poi è lasciata ai manager la possibilità di fare employer branding. Ci sono delle policy in merito alle informazioni su cosa si può fare e quello che non si può fare, il resto è lasciato al buon senso delle persone».

— Fr. Ba.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

FATER

Più visibili a chi cerca lavoro



LARGO CONSUMO

L'azienda di Pescara nel 2017 ha reclutato il 60% dei candidati tramite il web

candidature gestite, trasformando il recruiting da push (con ricerca diretta continua sul territorio di candidati) a pull (gli interessati ed i candidati ci cercano e si candidano)». E oggi circa il 60% degli inserimenti in azienda passano attraverso i social network (60 su 100 nel 2017). Ma non solo. «Abbiamo investito molto - conclude Nardone - per realizzare e promuovere una nuova intranet aziendale che funzionasse alla stregua dei principali social network, capace di coinvolgere quotidianamente il 100% della popolazione aziendale, senza filtri. Oggi la intranet è uno strumento chiave per favorire la collaborazione e il lavoro di squadra, ricca di contenuti prodotti direttamente dai dipendenti, che si sentono parte sempre più attiva della nostra social community».

«Il nostro ecosistema online consta di quattro strumenti social collegati alla pagina

Careers: Facebook, LinkedIn, Twitter e Youtube che si affiancano al sito web e alla sezione «lavora con noi». A parlare è Gianluca Nardone, direttore delle risorse umane di Fater, il gruppo di Pescara leader nella produzione di assorbenti per la persona (tra i marchi Pampers e Lines) e detersivi per la pulizia della casa (Ace). «I social network - spiega Nardone - ci hanno permesso di amplificare la nostra visibilità sul mercato del lavoro e di incrementare significativamente il numero di

— Fr. Ba.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

TELECOM ITALIA: -2,89%

Titolo in caduta in Borsa malgrado la tregua in cda

Telecom Italia sotto i riflettori all'indomani del cda che ha visto il ceo Amos Genish fare un "mea culpa" dopo le recenti dichiarazioni contro l'operato di alcuni componenti del board. Il consiglio, comunque, si è chiuso con un messaggio rassicurante in cui si conferma che il consiglio «intende confermare l'unicità di visione e di obiettivi di tutti i suoi membri ed il sostegno al management» ma i titoli ieri si sono mossi ancora in negativo (-2,89%).

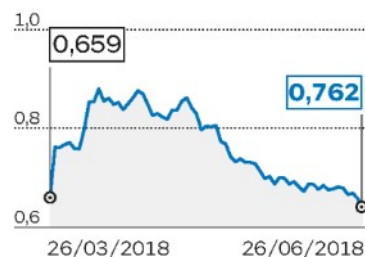
La scorsa settimana Genish ha accusato «alcuni membri» del board di remare contro il suo operato e contro l'implementazione del piano industriale, diffondendo «congetture e voci». Dichiarazioni che avevano innescato molte polemiche sfociate poi in un consiglio di amministrazione molto teso. Dopo il confronto il board ha però deciso di dare sostegno al management. Si tratta di capire, a questo punto, se i rapporti interni siano definitivamente ricomposti oppure solo in attesa di una nuova verifica. Verifica che, secondo diversi osservatori, potrebbe essere testata a fine luglio, quando il

gruppo Tim dovrà comunicare i dati trimestrali.

Nell'attesa gli analisti di Mediobanca continuano a raccomandare di acquistare le azioni di Telecom ("Outperform"), stimando un target di prezzo a 1,2 euro. «Le azioni hanno uno sconto rispetto ad altri competitor che va dal 30 al 50%, secondo i parametri che si prendono in considerazione», hanno sottolineato gli esperti della banca d'affari. Mediobanca ritiene che i timori per l'ingresso nel mercato delle tlc da parte di Iliad siano esagerati e che invece le quotazioni di Telecom potrebbero beneficiare della separazione della rete e dell'eventuale cooperazione della società con Open Fiber, nonostante le schermaglie avvenute in cda non supportino la storia dell'azienda. «Riteniamo che sia nell'interesse dell'azienda avere stabilità nel management, nel board e nell'azionariato - hanno aggiunto - la conclusione della riunione di ieri del cda sembra andare in questa direzione».

Intanto ieri Tim, in merito alla gara del 5G ha puntualizzato che «qualsivoglia strategia di partecipazione è assolutamente prematura».

Andamento del titolo a Milano



Mediaset va in assemblea senza Amber né Vivendi

Si noterà più per le assenze che per le presenze, l'assemblea 2018 di Mediaset. All'incontro annuale, infatti, non parteciperanno due attori di peso: Vivendi e il fondo attivista Amber. Per i francesi, l'assenza non è una novità. Non si erano presentati in assemblea nemmeno l'anno scorso,

freschi della tentata scalata al cuore dell'impero di Silvio Berlusconi. Nemmeno all'altro appuntamento, più importante, a Natale 2017, Vivendi si fece vedere e allora lo snodo riguardava un cruciale cambio di statuto che blindava Mediaset da ribaltoni in Cda. Il finanziere Vincent Bolloré ha dunque scelto il disimpegno sulla partita Mediaset. Si noterà di più, invece, l'assenza di Amber, che proprio un anno fa, con un esordio a sorpresa a Cologno, contestò la gestione di Mediaset e il presidente Fedele Confalonieri. Oggi Mediaset dovrà rinnovare il consiglio di amministrazione e con l'ingombrante Vivendi al 29% si temevano trappole, ma proprio il cambio di statuto di sei mesi fa ha sterilizza-

to ogni possibile blitz. Gli occhi del mercato saranno, dunque, tutti puntati sul tradizionale discorso di Confalonieri: nel 2017 tirò fuori il «Si vis pacem, para bellum» riferito a Vivendi. Ma ora la guerra è finita e l'ha vinta Mediaset.

—S.Fi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Mediaset. Oggi in assemblea attesa la chiusura della «battaglia» con Vivendi



Technology

Google push on copyright law hits flak

The likes of Twitter would be required to gain a licence to show news snippets – dubbed a ‘link tax’

Blast from critics as news publishers are pressed to lobby against EU changes

MATTHEW GARRAHAN — LONDON
MEHREEN KHAN — BRUSSELS

Google has sparked criticism by encouraging news publishers participating in its Digital News Initiative to lobby against proposed changes to EU copyright law at a time when the sector is increasingly turning to the search engine for help.

Google opposes the copyright directive, which it said would impede the free flow of information, and in a recent email to publishers suggested they contact members of the European Parliament to express their views.

The group has close ties with publishers via its DNI programme, which provides support for digital journalism as well as innovation grants from a €150m fund.

In the email to the members of the DNI working group – and which has been seen by the Financial Times – Madhav Chinnappa, Google’s director of strategic relations, wrote that the “timing is urgent” and provided a link to a directory of MEPs. “If you feel strongly about this, please consider contacting the MEPs,” he said.

Jason Kint, chief executive of Digital Content Next, said: “It’s outrageous that Google would once again be using a

forum it publicly convened to help the publishing industry as a vehicle to lobby on behalf of Google’s own interests and confuse the market.”

The update to the European Commission’s copyright directive, first conceived in 2015, has split EU governments and been the subject of intense lobbying from publishers – who want fair pay for their content – and online campaigners who argue it would curb internet freedoms.

Under the planned changes, big internet groups and social platforms such as Twitter would be required to gain a licence to show news snippets of content – what critics have called a “link tax”.

Google said the email was sent to publishers in response to a request from them for information about the EU copyright directive.

“We’ve said before that innovation and partnership are the best way to sustain the overall news ecosystem for both publishers and consumers, not this legislative proposal,” Mr Chinnappa said.

“The purpose of the DNI Working Group is to exchange views and improve collaboration between the news industry and Google. The group asked us to send them our views on Europe’s copyright reform, and we were happy to share our position and a summary of the views of others.”

Angela Mills Wade, executive director of the European Publishers’ Council, said Google was trying to preserve the status quo.

“It seems to be arguing for the news eco-system of today to continue,” she said.

The proposed law changes will need to be approved by all MEPs next week, with some lawmakers already promising to reject the reforms.

Helen Smith, executive chair of Impala, a lobby group for the music industry that favours the copyright reforms, said Google was engaged in the “blatant manipulation of newspapers”.

Critiche all’iniziativa di Google per contrastare la legge europea sul copyright

