

## Rassegna del 27/08/2018

\*\*\*

<b>Corriere della Sera</b>	<b>23</b>	Le foto hot scambiate tra i minori Pagamenti con buoni acquisto online	<i>Berberi Leonard</i>	<b>1</b>
<b>L'Economia del Corriere della Sera</b>	<b>28</b>	Famiglie & consumi Niente contante: ecco le app per non spendere e risparmiare - Speso troppo? Scegli l'app che ti ferma	<i>Petrucciani Gabriele</i>	<b>3</b>
<b>Messaggero</b>	<b>11</b>	I banchieri centrali lanciano l'allarme: monopolio inedito dei colossi del web	<i>Pompetti Flavio</i>	<b>9</b>
<b>Stampa</b>	<b>19</b>	La nazione virtuale vegana nasce con una criptovaluta	<i>Magri Fabiana</i>	<b>10</b>
<b>Repubblica Affari&amp;Finanza</b>	<b>18</b>	Superano le 10mila le Pmi in "vetrina" su Amazon	...	<b>11</b>
<b>L'Economia del Corriere della Sera</b>	<b>19</b>	Tutto a un euro sul web Jeff & Jack state attenti	<i>Sclaunich Greta</i>	<b>12</b>
<b>Sole 24 Ore - L'esperto risponde</b>	<b>4</b>	Più garanzie per gli acquisti «combinati» sui portali Web	<i>Di Rocco Maurizio</i>	<b>14</b>
<b>Repubblica Affari&amp;Finanza</b>	<b>18</b>	V-tuber il confidente virtuale che piace ai giapponesi - Giappone, gli youtuber virtuali l'ologramma parla con l'uomo	<i>D'Alessandro Jaime</i>	<b>16</b>
<b>L'Economia del Corriere della Sera</b>	<b>23</b>	La console va in soffitta ora si gioca in streaming	<i>Cimpanelli Giulia</i>	<b>18</b>
<b>L'Economia del Corriere della Sera</b>	<b>29</b>	La formula all-in-one - «Oval» punta su Millennial e fondi a tema	<i>Ga.Petr.</i>	<b>20</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>2</b>	L'imposta di soggiorno cresce con Airbnb	<i>Dell'Oste Cristiano - Mazzei Bianca_Lucia</i>	<b>21</b>
<b>L'Economia del Corriere della Sera</b>	<b>22</b>	Eresie digitali Il clamore anti-tech e il silenzio dei competenti	<i>Segantini Edoardo</i>	<b>22</b>
<b>Italia Oggi Sette</b>	<b>42</b>	Guidare il digitale	...	<b>23</b>
<b>L'Economia del Corriere della Sera</b>	<b>17</b>	Copyright: si farà la stretta sui pirati del web Dalla Cina all'elettrico: le spine di Manley - Diritti d'autore, la stretta sui pirati si farà	<i>Ansip Andrus</i>	<b>24</b>
<b>Italia Oggi Sette</b>	<b>13</b>	Giro di vite Ue sulle foto in rete. La pubblicazione da un sito all'altro viola il diritto d'autore - Fotografie in rete, è stretta Ue	<i>Ciccia Messina Antonio</i>	<b>26</b>
<b>Corriere della Sera</b>	<b>43</b>	Ora Dazn corre ai ripari: più soldi per migliorare la distribuzione	<i>Pennisi Martina</i>	<b>29</b>
<b>L'Economia del Corriere della Sera</b>	<b>16</b>	Chi è mister Dazn Produce Coldplay e Pink Floyd ma con il calcio... - Mister Dazn Miliardi, arte, gol e un buco nella rete (web)	<i>Trovato Isidoro - Zanini Maria_Elena</i>	<b>31</b>
<b>Repubblica Affari&amp;Finanza</b>	<b>5</b>	Affari in piazza - Via all'asta per il 5g ma i rilanci saranno pochi	<i>Bennewitz Sara</i>	<b>34</b>
<b>Repubblica</b>	<b>11</b>	Di Maio: "Autostrade torni allo Stato" Ora trentamila concessioni nel mirino	<i>Bennewitz Sara - Pagni Luca</i>	<b>35</b>
<b>Repubblica Affari&amp;Finanza</b>	<b>2</b>	Privatizzazioni, 25 anni e 110 miliardi la lunga ritirata dello Stato-Padrone - Privatizzazioni, ecco come è cambiata in 25 anni l'economia italiana - Telecom e Alitalia un flop annunciato tra capitani e scalatori	<i>Occorsio Eugenio - Bennewitz Sara</i>	<b>37</b>

# Le foto hot scambiate tra i minori Pagamenti con buoni acquisto online

Usati i messaggi privati su Instagram. La società: «Rimuoviamo chi viola le regole»

## Le altre transazioni

A chi non vuole versare soldi capita di sentirsi chiedere immagini: «Ma solo scatti intimi»

Una parola chiave, un profilo, un messaggio privato e un buono regalo o un codice di pochi euro. Tre minuti, al massimo cinque, per avere in cambio foto e video porno. Di maggiorenni e minorenni. Non nel profondo del web, ma su Instagram, il social network fotografico, la vetrina mondiale di vip e di uomini e donne — anche 13enni — che scambiano materiale proibito per 5, 10 o 20 euro. Sfruttando metodi di pagamento creati per altri scopi come i buoni Amazon o Paysafe Card.

È quanto emerge da un'inchiesta che il *Corriere* ha svolto per mesi seguendo l'attività dei profili su Instagram (di proprietà di Facebook e che a giugno ha toccato il miliardo di utenti), raccogliendo testimonianze e seguendo le «transazioni».

«Profilo hot! Video, foto, videochiamate in chat! In scambio per buoni Amazon o altri pagamenti», spiega nella descrizione del suo profilo Francesca (i nomi sono stati cambiati per non renderli riconoscibili, ndr) con account privato, un solo post pubblicato e circa tremila persone che la seguono. Dice di essere 18enne, ma negli scambi privati invia gli scatti di una ragazza 15enne. Quando le si chiede se sono foto sue e se è minorenne il profilo sparisce. Nei mesi di osservazione è successo diverse volte. Anche per un account, con tanto di sito ufficiale, che si presentava così: «Il nuovo social hot per maggiorenni, per divertirsi e guadagnare vendendo foto e video. Pagamenti in buoni Amazon e Paysafecard».

«Nelle foto che invio non c'è mai la mia faccia», racconta Martina che dice di avere 14

anni e di essere campana. Il suo profilo non ha foto postate, ma oltre duemila seguaci. La scarsa attività pubblica sembra essere un elemento comune a questo tipo di profili. Martina si fa pagare in buoni Amazon, soprattutto, e con un tariffario preciso: 5 euro per lei nuda ma con il seno coperto, 10 euro per il seno in vista, 20 euro per nudo integrale. «Ma il buono va mandato in privato su Instagram», avverte, «per non lasciare tracce». Di solito nelle transazioni l'acquirente manda prima la prova fotografica del buono Amazon o del codice Paysafecard con mascherati gli elementi chiave. Poi il «fornitore» invia una prima foto e ottiene il buono o il codice leggibile. A quel punto spedisce il materiale. «E i furbi che non vogliono pagare li smaschero subito», racconta Antonella, una 16enne del Centro Italia che da qualche mese — dice — guadagna scambiando foto. Furbi in che senso? «Gira la stessa foto del codice Paysafecard nascosto con il pennarello nero».

Tra chi ha inviato quel codice fasullo c'è Marco, pugliese 13enne. «Per un po' mi sono fatto mandare un sacco di foto e filmati così», racconta. «Ma ora non è più possibile». Così «non volendo pagare dieci euro in buoni Amazon o Paysafe», gli è stato proposto di scambiare foto sue nude. «Volevano scatti soltanto delle mie parti basse», ricorda. «Qualcuna chiedeva anche la faccia». Lui ha eseguito inviando decine di foto. E si dice certo che dietro a quei profili ci fossero davvero ragazzine.

Le transazioni avvengono all'interno del servizio di messaggistica privata di Instagram. Ma a questo passaggio ci si arriva anche usando semplicemente degli hashtag — le parole precedute dal cancelletto — oppure alcuni termini modificati con una diresis per rendersi conto della quantità di materiale porno. Così come basterebbe seguire

alcune emoji — la melanzana (l'organo sessuale maschile), la pesca (il fondoschiena), le gocce d'acqua (lo sperma) — per ritrovarsi in un mondo di parti intime.

«Condanniamo questo genere di azioni e disapproviamo l'utilizzo improprio di buoni regalo — afferma un portavoce di Amazon —. Inoltre collaboriamo con le forze dell'ordine ove rilevino violazioni di legge da parte degli utenti». «Paysafe controlla attentamente le attività commerciali prima di farle accedere alla sua piattaforma e alle diverse modalità di pagamento», commenta Kate Aldridge, vicepresidente responsabile per la comunicazione aziendale di Paysafe Group. «In aggiunta usiamo una tecnologia di monitoraggio per identificare le operazioni sospette: se qualcosa emerge blocchiamo l'account e lo notificamo alle autorità offrendo la massima collaborazione. Le transazioni illecite non sono tollerate».

È bene precisarlo: Amazon e Paysafe finiscono per essere vittime di queste transazioni.

«Su Instagram non è permesso condividere immagini o video espliciti altrui — dice in una nota un portavoce della società —. Le persone possono segnalare il contenuto o l'account utilizzando gli strumenti a disposizione, in questo modo il team di revisori può agire velocemente per rimuoverli se violano le linee guida della community». Ma quando si chiede se viene effettuato un controllo dei contenuti scambiati nella messaggistica privata la società dice di non avere «una risposta precisa». È uno dei nodi per i colossi digitali, in bilico tra l'esigenza di garantire e rispettare la privacy degli utenti e il rischio che qualcuno di loro violi la legge.

**Leonard Berberi**  
lberberi@corriere.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**Profilo hot!**  
Video, foto, videochiamate in chat!  
In cambio di buoni Amazon o altri pagamenti

**Francesca, 18 anni (nome di fantasia)**



**Cinque euro per la foto nuda con il seno coperto, 10 per il seno in vista**  
Nelle foto che invio non c'è mai la mia faccia

**Martina, 14 anni (nome di fantasia)**

**L'app**

● Le linee guida di Instagram stabiliscono che «non è consentita la pubblicazione di contenuti di nudo su Instagram. Sono inclusi le foto, i video e altri contenuti creati con strumenti digitali che mostrano rapporti sessuali, genitali e primi piani di fondoschiene completamente in vista. Sono incluse anche le foto di capezzoli femminili»

● Ogni giorno sul social network fotografico vengono pubblicate circa 100 milioni di foto da ogni parte del mondo

● La capitalizzazione di mercato di Instagram lo scorso giugno veniva stimata in 85-90 miliardi di euro secondo Bloomberg

**La parola**

**INSTAGRAM**

È un social network che permette agli utenti di pubblicare foto e video, ma anche storie che hanno una durata limitata nel tempo. L'applicazione è stata sviluppata da Kevin Systrom e Mike Krieger che l'hanno lanciata ufficialmente il 6 ottobre 2010. Nel 2012 l'azienda è stata comprata da Facebook per un valore finale di 741 milioni di dollari

**Dentro il social network**

Su Instagram ci sono centinaia di **profili (italiani)** che propongono lo **scambio** o la compravendita di **foto vietate ai minori**



La maggior parte questi account ha **pochi post pubblici** e spiega le **modalità di pagamento**

Per settimane c'è stato anche un profilo che sponsorizzava un **sito web dove caricare il materiale**



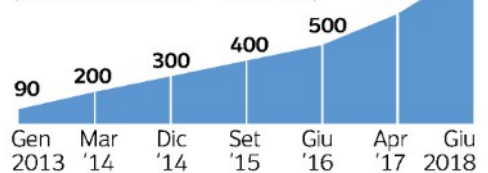
Una volta che la conversazione passa nella **chat di Instagram** avviene lo scambio con **buoni Amazon o codici Paysafe**

Quando la «transazione» viene effettuata con successo **l'utente riceve il materiale** (foto e video) richiesto

Fonti: Instagram, Statista

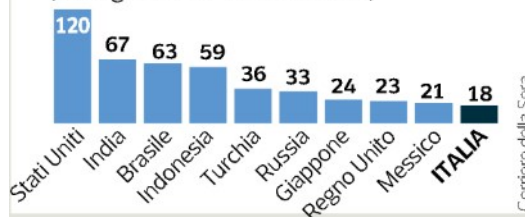
**I NUMERI DI INSTAGRAM**

**Gli utenti unici mensili**  
(a livello mondiale - in milioni)



**I primi 10 Paesi per iscritti**

(nel luglio 2018 - dati in milioni)



Corriere della Sera

**FAMIGLIE & CONSUMI  
NIENTE CONTANTE:  
ECCO LE APP  
PER NON SPENDERE  
E RISPARMIARE**di **Gabriele Petrucciani****28**

# Speso troppo? Scegli l'app che ti ferma

Dai software per il bilancio familiare offerti dalle banche online  
al programma che ti sanziona quando tradisci le buone pratiche

Gli strumenti anti-spreco con (a volte) l'opzione dell'investimento

# 1.300 MILIARDI

La ricchezza delle famiglie italiane  
parcheeggiata sui conti correnti  
e nei depositi vincolati

di **Gabriele Petrucciani**

**N**on necessariamente chi spende troppo, o male, è «ostaggio» dello shopping compulsivo. A volte si subisce semplicemente l'effetto della moneta virtuale, carta di debito o credito. La si usa ormai per ogni tipo di acquisto, nei negozi fisici e negli store online, perdendo la percezione della realtà. E poi ci si ritrova con addebiti spropositati sul conto corrente. Dal mondo digitale, però, arrivano anche gli strumenti per difendersi da se stessi: le app e i programmi che aiutano a tenere sotto controllo il bilancio personale e familiare. Quasi tutte gratuite e in rapida espansione. Dalle proposte delle grandi banche alle ultime novità, come Oval Money, la scelta è sempre più ampia.



## Se lo shopping è impulsivo

Pagare con i soldi di plastica cambia il calcolo mentale. Il nostro cervello tende a sopravvalutare il piacere immediato fornito dall'acquisto e a sottovalutare il costo delle conseguenze finanziarie sul lungo periodo. Che fare? Si può ibernare la carta di credito, come ha suggerito proprio su queste pagine diversi anni fa Matteo Motterlini, filosofo ed economista italiano specializzato in economia comportamentale: «Si prenda un bicchiere, lo si riempia d'acqua e vi si immerga la carta di credito. Quindi lo si metta nel congelatore. Al prossimo impulso d'acquisto non vi resterà che attendere che la carta si scongeli». Parole che ricordano una scena del film *I love shopping* — tratto dal bestseller di Sophie Kinsella — in cui Rebecca, impersonata da Isla Fisher, affetta da manie di acquisto compulsivo rientra frettolosamente a casa e prova con ogni mezzo a scongelare la carta ibernata nel freezer.

In realtà basterebbe tenere traccia di tutte le spese per provare a correggere le proprie abitudini di consumo. E una volta eliminati gli sprechi si potrebbe anche pensare a risparmiare e, perché no, a investire. Tutto con pochi clic, o meglio pochi tap (tocco delle dita sullo schermo del cellulare). Sì, perché oggi per riuscire a frenare lo shopping impulsivo (o compulsivo), e magari a mettere qualche cosa da parte, ci si può affidare alla tecnologia e alle diverse applicazioni scaricabili su smartphone e tablet. Molte sono messe a disposizione dagli istituti di credito, accessibili per i correntisti da internet banking e anche da «mobile». Altre, non di derivazione bancaria, possono essere scaricate gratuitamente, o a pagamento nella versione pro, dagli store di Apple e Google play. Le spese vengono suddivise per categoria e in questo modo si riesce ad avere una visione d'insieme di quanto si sta consumando. Un esercizio che può aiutare a correggere le cattive abitudini, imponendosi magari dei limiti di spesa. Sarà l'applicazione dove avete immagazzinato i dati ad avvisare quando si sta spendendo troppo.

## Il «piano» diventa flessibile

Dopo la spending review si può passare allo step successivo: risparmiare. Con obiettivi di consumo futuro, come un viaggio, oppure per investire. Anche piccolissime somme, per esempio in piani di accumulo flessibili. Un'opportunità offerta da AcomeA Sgr che a fine 2013 ha lanciato Gimme5, l'app gratuita scaricabile su smartphone che permette di fare investimenti in fondi comuni d'investimento della casa a partire da 5 euro. Non sono previsti versamenti ricorrenti; è l'utente che decide, con un semplice tap, se e quanto risparmiare. Una formula che può essere utile proprio per evitare spese impulsive o per ottimizzare i risparmi.

E ora per favorire l'accesso al mondo degli investimenti ai millennial si stanno affacciando sul mercato altre applicazioni. Oval Money sarà la prima. Ma ha progetti ambiziosi anche Satispay.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Gestire i consumi

# Fissa un tetto e la piattaforma ti avvisa quando sei al limite

Il rientro dalle ferie non è mai facile. Ci si ritrova a fare i conti con il ritorno al solito tran tran quotidiano, ma anche con il bilancio delle spese. E il resoconto non è sempre dei più felici. Ecco allora che si corre ai ripari, alla ricerca di un modo per limitare i consumi.

E in soccorso arrivano le app dedicate al bilancio familiare. Nate con l'obiettivo di aiutare il risparmiatore a gestire al meglio le proprie spese, come una sorta di specchietto retrovisore tengono traccia di tutte le entrate e uscite. Da Unicredit a Intesa Sanpaolo, a Banca Generali, fino ad arrivare agli istituti dalla vocazione più digitale, come Hello! Bank, Fineco Bank, o Widiba, ormai quasi tutte le banche offrono un supporto digitale al budget familiare, accessibile da internet banking o tramite app. Nella maggior parte dei casi il servizio è compreso nel canone annuo del conto corrente. Fa eccezione Fineco, che per l'utilizzo di MoneyMap chiede un canone mensile di 1,95 euro, oppure annuale di 11,95 euro, con rinnovo automatico (non sono previste spese per la clientela private). Questi applicativi sono completamente automatizzati. Ogni spesa effettuata con carta o con bonifico, viene traccia-

ta dal software, che poi la categorizza in base alla tipologia: casa, famiglia, salute, bollette, tempo libero, auto e trasporti. Con tanto di grafici. In questo modo si ha una visione immediata di come e quanto si sta consumando, per individuare a colpo d'occhio gli eccessi di consumo, gli sprechi. Le categorie possono essere modificate e volendo se ne possono aggiungere di nuove.

Per educarsi, poi, è possibile fissare dei budget per ogni categoria, impostando delle notifiche, anche al di fuori dell'app, che avvisano quando si supera o si rischia di superare le soglie di spesa mensile. Per esempio, nella sezione bilancio familiare dell'app di Banca Sella (testata dalla redazione de *L'Economia*) si clicca sulla voce budget e si fissano i diversi tetti di spesa. Al raggiungimento del limite, la piattaforma manda delle notifiche. Così il servizio diventa un'assistente virtuale per ottimizzare le spese. E per ritagliarsi una quota mensile, anche piccola, che potrà essere destinata al risparmio grazie ad altre applicazioni di accumulo e investimento, come Gimme5, GoSherpy e Oval Money.

**Ga. Petr.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Imparare a risparmiare

# Il wallet digitale che vi «sgrida» se prelevate i soldi prima del tempo

**A** fare breccia per prime tra i risparmiatori sono state le app di bilancio familiare. Col tempo, poi, si sono aperte un varco anche le applicazioni per favorire il risparmio. L'obiettivo è duplice: «congelare» parte delle disponibilità liquide in giacenza sul conto, così da non cadere in tentazioni, e accumulare capitali, da utilizzare per progetti come la vacanza o la moto.

Negli Usa esistono diversi applicativi di questo tipo, mentre in Italia l'offerta è più limitata. Ne sono un esempio Oval Money, Satisfay e GoSherpy. Il funzionamento è semplice. Scaricata l'app su smartphone (è accessibile anche da desktop) la si collega al conto corrente, oppure alla carte di credito o debito, e si fissa una quota di risparmio mensile, che automaticamente verrà trasferita sul wallet digitale; è possibile anche mettere da parte il resto arrotondato all'euro: se spendo 1,30 il sistema mi accantona 70 centesimi. Oppure mettere via il credito ricevuto dalle campagne cashback (rimborso di una percentuale della spesa legato all'utilizzo dell'app). A offrire quest'ultima modalità è Satisfay. Nella sezione negozi dell'app è possibile vedere tutti gli esercenti che hanno sposato il cashback. I

«rimborsi» partono da un minimo del 2% e in alcuni casi arrivano addirittura al 30%.

Particolare, invece, il funzionamento di GoSherpy, che «multa» i risparmiatori meno virtuosi. Per intenderci, la piattaforma è gratuita. Da smartphone o desktop, si stabilisce l'obiettivo, il target di risparmio e l'orizzonte temporale. Si collega poi una risorsa di pagamento (conto o carta), e si stabilisce il giorno in cui fare i versamenti. Attivando l'obiettivo, la piattaforma preleverà ogni mese l'importo stabilito, accantonandola sul wallet. Il capitale potrà essere ritirato solo al raggiungimento del target. In caso contrario, GoSherpy tratterrà una penale del 3%. Una formula pensata per far sì che l'obiettivo di risparmio sia portato a conclusione.

A fare innovazione c'è anche la start-up Centy, che vuole collocare delle macchinette in prossimità dei supermercati per raccogliere i centesimi di euro e trasformarli in moneta elettronica da indirizzare verso carte di credito o piattaforme di pagamento digitali. Ma il debutto non è proprio dietro l'angolo.

**Ga. Petr.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## La nuova frontiera

# Quando le applicazioni offrono anche polizze, gestioni e previdenza

**È** l'ultima frontiera dell'innovazione digitale: risparmiare e poi investire. Anche con micro versamenti. Le prime piattaforme ad affacciarsi sul mercato sono stati i robo advisor. Consulenti finanziari virtuali che, in base agli obiettivi del risparmiatore e alla propensione al rischio, propongono gestioni patrimoniali su misura o portafogli pre-confezionati, con costi intorno all'1 per cento. Poi sono arrivati applicativi che permettono, a chi ha più familiarità con il mondo degli investimenti, di scegliere in completa autonomia lo strumento in cui investire, versando piccole o piccolissime somme, anche solo 5 euro, come nel caso di Gimme5 di AcomeA sgr, in modo molto flessibile.

Ora stanno arrivando le app all-in-one. Con una sola applicazione è possibile analizzare le proprie abitudini di consumo, individuare la capacità di risparmio, accumulare capitali e poi investirli. Con diverse finalità, anche previdenziali. E tutto con estrema semplicità. La prima piattaforma di questo tipo sarà Oval Money, che nelle prossime settimane partirà con la formula investimenti in versione beta, per poi aprirla a tutti entro la fine dell'anno. Oltre a permettere l'accu-

mulo di capitali, l'app ideata da Benedetta Arese Lucini, ex country manager di Uber Italia, e Claudio Bedino (tra i co-fondatori anche Edoardo Benedetto e Simone Marzola) consente anche di monitorare le spese (vedi servizio a fianco). Quest'ultima funzione, però, è disponibile solo per i correntisti delle banche supportate dall'app. Inserendo i dati del conto, o collegando una carta, è possibile sincronizzare le transazioni per poi visualizzare le statistiche e avere spunti interessanti sulle abitudini di consumo.

Dopo Oval Money, si prepara a debuttare nel mondo degli investimenti anche Satisfay, l'app nata per «favorire» i micro pagamenti in prossimità senza l'utilizzo di carte (il servizio si è poi esteso anche agli acquisti online). La nuova funzionalità dovrebbe diventare operativa in autunno e dare la possibilità di programmare investimenti a lungo termine utilizzando diversi prodotti, come fondi comuni, fondi pensione e piani assicurativi. Un traguardo reso possibile dalle risorse (15 milioni di euro) dell'ultimo aumento di capitale varato lo scorso luglio.

**Ga. Petr.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### Gestire la spesa

Le applicazioni di bilancio familiare possono aiutare il risparmiatore a gestire al meglio le proprie spese. Come una sorta di specchietto retrovisore tengono traccia di tutte le entrate e uscite, categorizzando le spese in base alla finalità e segnalando gli eccessi di consumo. In questo modo è possibile individuare gli eventuali sprechi e ritagliarsi una fetta di risparmio mensile da accantonare o investire

Istituto	Nome	Canali	Costo
Unicredit	Bilancio Familiare	App <sup>(1)</sup> e Internet banking	Gratuito
Banca Sella	Il mio bilancio	App e Internet banking	Gratuito
Intesa Sanpaolo	Gestione spese	App e Internet banking <sup>(2)</sup>	Gratuito
FinecoBank	MoneyMap	App e Internet banking	A pagamento <sup>(3)</sup>
Hello! Bank	Hello! Personal	App e Internet banking	Gratuito
Banca Generali	Bilancio Familiare	Internet banking	Gratuito
Bancaperta (Creval)	Bilancio Familiare	App e Internet banking	Gratuito
Widiba	My Money Widiba	Internet banking	Gratuito

(1) Riservata ai correntisti e ai titolari di Genius Card con Banca Multicanale e Internet banking;

(2) disponibile per la banca online ai titolari dei servizi a distanza, attivabili in filiale con il contratto

My Key; (3) Gratuito per la clientela private; dopo un certo numero di operazioni mensili su carta il canone di 1,95 euro al mese (o 11,95 l'anno) si azzerava



**Al cinema** *I love shopping* (2009) ispirato al bestseller di Sophie Kinsella: la scena dove Rebecca (Isla Fisher) scongela la carta di credito conservata in freezer in un blocco di ghiaccio per evitare di spendere troppo

### La «multa» se non risparmi



#### GoSherry (gratuita) <sup>(1)</sup> <sup>(2)</sup>

Disponibile con app e su desktop consente di configurare un piano di risparmio personalizzato per attivare dei depositi automatici mensili

(1) Si paga una commissione del 3% solo se si preleva prima del raggiungimento; (2) Non trattandosi di investimenti sono esenti dal pagamento dell'imposta di bollo (0,2%)

### Accumulare e investire

Accantonare i risparmi ma non solo. Con queste app gratuite è possibile anche effettuare microinvestimenti in singoli fondi o in portafogli costruiti in base alle proprie caratteristiche

#### Risparmio e investimenti



#### Oval Money

Traccia le transazioni e suggerisce un piano di accumulo ad hoc sulle proprie abitudini di spesa

#### Risparmio e investimenti



#### Satsipay

Debutta in autunno la funzione «investimenti». Risparmio e microtransazioni sono già eseguibili con l'app

#### Solo investimenti <sup>(1)</sup>



#### Gimme5

Permette di investire in fondi piccole somme di denaro, a partire da 5 euro, e disinvestirle facilmente

(1) Con piani di accumulo flessibili

### Accantonare e pagare



#### Satsipay (gratuita) <sup>(1)</sup>

Disponibile con app e su desktop è stata progettata per il trasferimento di denaro, ma anche con la funzione «risparmio»: un salvadanaio virtuale dove conservare il denaro in vista del raggiungimento di uno o più obiettivi

(1) Non trattandosi di investimenti sono esenti dal pagamento dell'imposta di bollo (0,2%)



### Oltre i pagamenti

Alberto Dalmasso, 34 anni, fondatore e ceo di Satsipay L'app per le micro transazioni ha aperto prima al risparmio e ora in autunno debutterà negli investimenti



### L'ex Uber

Benedetta Arese Lucini, 35 anni, ideatrice e co-fondatrice di Oval Money A settembre partiranno i primi test per investire su portafogli tematici

# I banchieri centrali lanciano l'allarme: monopolio inedito dei colossi del web

**I NUOVI GIGANTI HI-TECH  
SONO IN GRADO  
DI REGOLARE TUTTI  
I PROCESSI DI MERCATO  
E DI INCIDERE  
SULL'INFLAZIONE**

## IL FENOMENO

**NEW YORK** Il protezionismo e l'avversione alla libera circolazione delle merci non sono la sola minaccia alla crescita globale. I capi delle banche centrali convenuti nei giorni scorsi per il tradizionale incontro a Jackson Hole in Wyoming, hanno segnalato un nuovo rischio che si sta affacciando all'orizzonte: quello della 'monopsonia'. Il termine di derivazione greca significa: "acquirente unico" e descrive la situazione che si sta delineando nelle moderne economie, nelle quali la concentrazione progressiva tra le aziende sta configurando una dimensione di monopolio inedito. Le moderne multinazionali sono oramai in grado di regolare tutti i processi di mercato, dalla fase della produzione e quindi del controllo degli acquisti, a quella della distribuzione, con la capacità di fissare i prezzi e di aggiornarli in tempo reale, sulla base di algoritmi disegnati per massimizzare i profitti. Questa dinamica, hanno argomentato i capi regionali della Fed, permette loro di sottrarre il mercato alle tradizionali leggi secondo le quali una maggiore domanda di prodotto si traduce in una crescita dei prezzi e dei salari dei lavoratori. E' per questo che negli ultimi anni stiamo registrando in borsa risultati record per la grande industria, mentre pil e salari non tengono il passo, e marciano ad una velocità di gran lunga inferiore. Il potere di acquisito dalle aziende dominanti è ormai tale che il loro operato ha un triplice effetto: vanifica gli interventi delle banche centrali nei loro confronti, ma li rende particolarmente punitivi per piccole e medie imprese, con il risultato finale di rafforzare la posizione di dominio dei primi.

**Flavio Pompetti**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## LA NAZIONE VIRTUALE VEGANA NASCE CON UNA CRIPTOVALUTA

FABIANA MAGRÌ

**S**e tra carnivori e vegani è scontro aperto, i secondi corrono ai ripari e creano «VeganNation», un'utopia alla Tommaso Moro, virtuale ma con ambizioni molto concrete, a partire da una criptovaluta animalista. Il 1° ottobre sul sito [vegannation.io](http://vegannation.io) si aprirà la prevendita Ico di «VeganCoin» (Vcn), la valuta ufficiale della comunità vegana, che consentirà il commercio diretto di prodotti e la fornitura di servizi a consumatori che conducono un stile di vita vegano. L'offerta minima parte da mille dollari, nelle possibili altre valute accettate (euro, BitCoin ed Ethereum). «In fin dei conti – scrive Isaac Thomas, uno dei fondatori del primo ecosistema online 100% vegano – si tratta di creare il paradiso proprio qui, su questa bellissima terra. Mettiamo insieme pace, amore, uno stile di vita vegano e la tecnologia blockchain e costruiamo il vero mondo di domani».

Sì, perché i vegani condividono molto più delle semplici restrizioni dietetiche. Il veganismo è un'ideologia e come tale dipende più dalle reti sociali di supporto che dalla forza di volontà o dalla motivazione del singolo. «Una comunità forte e unita – si legge sul sito di «VeganNation» – sarà in grado di avere un impatto maggiore sulle questioni globali più urgenti e renderà lo stile di vita vegano più accessibile e praticabile.» Thomas, vegano da poco più di due anni, ha partorito l'idea di una VeganNation come nazione decentrata sulla blockchain meno di un anno fa, «un martedì

sera dopo una lunga giornata di duro lavoro e un bicchiere di scotch.» Nel blog «Medium» ha spiegato alcuni dei passaggi fondamentali della sua visione. «Per me, la parola più interessante è “decentramento”. Il termine è usato in vari campi tra cui diritto, scienze politiche e tecnologia e la sua definizione varia considerevolmente. Possiamo trovare modelli decentralizzati ovunque sul nostro bellissimo pianeta». Quello preferito da Thomas, ovviamente, è vegano. «I funghi possono creare una rete sotterranea che può raggiungere migliaia di chilometri, sono sapientemente diffusi, senza un'unità centrale che comandi».

La micro-nazione virtuale, che una sede centrale ce l'ha, negli Stati Uniti, ed è sparsa in uffici satellite in Israele, Inghilterra e Russia, si pone come sistema di supporto internazionale per rafforzare ogni singolo membro e come promotore di due rivoluzioni: vegana e tecnologica. Oltre alla criptovaluta cruelty-free, infatti, «VeganNation» racchiude tutto il mondo vegano in una app per smartphone, su cui condividere contenuti, indirizzi e prodotti. Tra blog, pagine web e gruppi Facebook, i vegani sono un perfetto esempio di comunità globale. —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



**[IL RECORD]**

# Superano le 10mila le Pmi in “vetrina” su Amazon

**I**l numero delle piccole e medie imprese italiane che vendono su Amazon ha superato per la prima volta le 10mila aziende. Di queste, oltre un terzo esporta i propri prodotti principalmente in Europa e nel 2017 ha realizzato vendite all'estero per oltre 350 milioni di euro. Per sostenere la propria crescita su Amazon, queste imprese inoltre hanno creato oltre 10mila posti di lavoro. I dati sono stati citati da Sara Caleffi, manager di Amazon.it, durante un incontro sull'innovazione nei servizi digitali alla fine della settimana scorsa nell'ambito del Meeting di Rimini. «Uno dei settori che ha maggiormente e più velocemente colto le opportunità offerte dall'innovazione digitale è certamente quello del commercio», ha spiegato Caleffi. «Per le imprese l'e-commerce rappresenta oggi un eccezionale strumento per raggiungere nuovi mercati e un numero sempre maggiore di clienti».

Per lo più le aziende si servono della “Vetrina del Made in Italy” su Amazon, dedicata alle eccellenze del bel paese. Lanciata nel 2015, la “vetrina” ha visto una crescita delle vendite del 300% anno su anno, soprattutto all'estero. Oggi propone più di 72.000 prodotti italiani realizzati da artigiani locali e piccole aziende italiane.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# TUTTO A UN EURO SUL WEB

## JEFF & JACK STATE ATTENTI

di **Greta Sclaunich**

Wish ha già conquistato 75 milioni di utenti nel settore monopolizzato da Amazon e Alibaba. La sua scelta commerciale «No logo», con merci proposte direttamente dai produttori cinesi, taglia al minimo i prezzi e attira i clienti con poche disponibilità. Bezos ha provato invano a comprarla. Ma i fondatori Szulczewski e Zhang mirano più in alto...

«**A**bbiamo più di mille articoli gratis. Devi solo pagare la spedizione». È scritto, nero su bianco e bene in evidenza, nella email di benvenuto che si riceve iscrivendosi al sito di ecommerce Wish. Uno specchietto per le allodole? Basta fare un giro sulla piattaforma per rendersene conto: qui tutto costa una manciata di euro. Ma anche meno. Tanti, tantissimi prodotti sono offerti a un euro. Il prezzo di partenza, però, è molto più alto: gli sconti arrivano a sfiorare il 99%. E c'è di tutto: scarpe, gioielli, tablet, copridivani, spugnette da trucco, lingerie, cuscini, portasaponi, occhiali da sole. Tutto è di marca (forse), niente ha un logo.

### Il motivo

Ed è questo il segreto del successo della piattaforma, che in soli cinque anni è riuscita a conquistarsi una piccola nicchia all'interno di un settore monopolizzato da big come Amazon e il cinese Alibaba: puntare direttamente sui produttori degli oggetti. Saltando, insomma, tutti i passaggi che ne aumentano il costo: così riesce ad assicurarsi prezzi concorrenziali. Più sono convenienti, più la società ci guadagna visto che intasca una piccola percentuale su ogni oggetto venduto.

Wish, insomma, altro non è che l'intermediario tra le manifatture cinesi e i consumatori occidentali. L'azienda punta in particolare su quelli che non hanno una grossa disponibilità economica e ci pensano due volte prima di fare un acquisto importante. Ma che, invece, non hanno difficoltà a mettere mano alla carta di credito se si tratta di aggiudicarsi un paio di occhiali da sole a 15 euro (scontati del 94%: il prezzo di partenza è 260 euro) o un tablet a 38 euro (anziché 280, lo sconto è dell'86%).

Così, tramite «affari» clamorosi e sconti vertiginosi, Wish è arrivato a ritagliarsi una sua nicchia di mercato.

Oggi ha 75 milioni di utenti unici mensili e un milione di aziende presenti sulla piattaforma, che offrono circa 200 milioni di oggetti. Ancora poca cosa, certo, se paragonato ai risultati dei due pesi massimi dell'ecommerce, i rivali Amazon e Alibaba. L'anno scorso la società guidata da Jeff Bezos ha totalizzato un fatturato di 177,8 miliardi di dollari e un utile netto di tre miliardi (in crescita del 30% rispetto all'anno precedente). Gli utenti attivi sono circa 300 milioni, un terzo dei quali abbonati al servizio Premium Prime. Il colosso cinese fondato da Jack Ma ha portato a casa un fatturato di 22,9 miliardi di dollari (+56% rispetto al 2016) e utile netto di sei miliardi. Ma il primo è stato fondato nel 1994, il secondo nel 1999. Wish, invece, esiste dal 2013.

Sembra la solita storia di successo delle startup americane, con tutte le classiche tappe: fondatori che si incontrano per caso all'università, hanno l'idea geniale, riescono a realizzarla e ci credono al punto di non venderla ai concorrenti. Come da copione i due fondatori, Peter Szulczewski e Danny Zhang, si incontrano proprio sui banchi della facoltà di matematica di Waterloo, nell'Ontario, in Canada, a oltre 4 mila chilometri dalla Silicon Valley, la culla dei big del tech. È proprio a San Francisco, però, che nasce l'idea di Wish: i due, trasferitisi per lavorare a Yahoo, lanciano prima una società di machine learning, ContextLogic, e qualche anno più tardi la trasformano nella nuova piattaforma di ecommerce.


Una gallina dalle uova d'oro, almeno per ora e almeno per loro. Grazie al successo del sito, Szulczewski è entrato nella classifica Forbes dei 40 imprenditori under 40 più ricchi degli Stati Uniti. Il giovane, che di anni ne ha 36 ed è il ceo di Wish (il cofondatore Zhang, invece, è il direttore tecnico), ha un patrimonio stimato di 920 milioni di dollari ed è finito direttamente al 21esimo posto della prestigiosa classifica.

### L'offerta

Se i rumors citati dalla stampa sono veri, avrebbe potuto averne molti di più. Pare che Amazon abbia tentato di acquisire, senza successo, la piccola rivale offrendo ben dieci miliardi di dollari. L'offerta è stata rimandata al mittente, anche perché Szulczewski conta di arrivare a un fatturato molto più alto: «Se conquistiamo i consumatori attenti al denaro di Europa, Sudamerica e Nordamerica, penso che potremmo arrivare a un giro d'affari di mille miliardi in otto o dieci anni al massimo», come ha dichiarato in un'intervista a Recode nel 2015. La strategia di conquista è già partita: da quell'intervista ad oggi la startup ha aperto sedi in diversi Paesi di tutto il mondo.

Intanto la società moltiplica i round di investimento e tra gli investitori fanno capolino ex manager di Google, Palantir e YouTube, tutti ansiosi di assicurarsi una parte della (per ora piccola) fetta che Wish sta sottraendo alla grande torta finora appannaggio di Bezos e Ma. Grazie alla fiducia degli investitori, la startup oggi vale circa due miliardi di dollari.

Ma, alla fine, dietro tutto questo successo c'è sempre lui: Mark Zuckerberg. Per iscriversi a Wish, bisogna collegarsi al proprio profilo Facebook. Un'operazione che in pochi clic assicura alla società i dati personali degli utenti. Base necessaria per proporre prodotti personalizzati ai potenziali clienti.

 gretascl

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**Alibaba**

Il fondatore Jack Ma. Il competitor di Amazon è nato nel 1999 e ha più di 500 milioni di clienti attivi e un fatturato di 23 miliardi di dollari

**Wish**

I due fondatori, Danny Zhang e (sopra) Peter Szulczewski



**Amazon**

Jeff Bezos ha 300 milioni di clienti, un terzo dei quali abbonati a Prime, un fatturato di oltre 177 miliardi e un utile di 3. L'azienda è nata nel 1994

**In rete.** La tutela riservata ai pacchetti turistici è stata estesa anche alle formule online «volo+hotel» o «fly and drive»

# Più garanzie per gli acquisti «combinati» sui portali web

**Maurizio Di Rocco**

**L**a nuova disciplina del Codice del turismo, in vigore dal 1° luglio scorso (come modificata dal Dlgs 62/2018) amplia notevolmente le tutele dei consumatori che organizzano i propri **viaggi** e le proprie **vacanze online**, servendosi di portali specializzati o dei siti delle compagnie aeree che forniscono servizi combinati.

## La tutela estesa

Una delle principali novità, infatti, consiste nell'aver esteso le disposizioni in materia di **pacchetti turistici** anche a soggetti tradizionalmente esclusi dalla categoria delle agenzie di viaggio e dei tour operator, come, per l'appunto, gli operatori online che offrono o vendono servizi turistici.

Si parla di pacchetto turistico quando l'acquisto riguarda una combinazione di **almeno due diversi servizi** turistici, tra quelli di trasporto, alloggio, noleggio e altri non accessori ai primi (ad esempio, una visita guidata o un'escursione). E in base all'attuale normativa tutte le corrispondenti tutele si applicano anche nel caso in cui tali servizi siano stati acquistati stipulando **contratti distinti** con diversi fornitori, attraverso «processi collegati di prenotazione per via telematica, ove il nome del viaggiatore, gli estremi del pagamento e il suo indirizzo di posta elettronica siano stati trasmessi

dal professionista con cui è concluso il primo contratto ad uno o più professionisti e il contratto con quest'ultimi sia concluso al più tardi 24 ore dopo la conferma della prima prenotazione».

## Le nuove garanzie

In questo modo, di fatto, anche le combinazioni «**volo+hotel**», che abbinano il viaggio al soggiorno, oppure le formule «**fly and drive**», combinazioni tra il biglietto aereo e il noleggio auto, comunemente offerte da diversi siti web, possono essere ricondotte nell'alveo dei pacchetti turistici. Con ogni relativa conseguenza, sia sul piano degli obblighi informativi, sia per quanto riguarda la responsabilità del professionista circa la mancata o inesatta esecuzione del contratto.

## Il diritto di recesso

La nuova normativa introduce importanti novità anche per quanto riguarda il diritto di recesso. L'articolo 41, comma 7, del Codice del turismo (Dlgs 79/2011) ora stabilisce espressamente che nei contratti di viaggio negoziati fuori dei locali commerciali il viaggiatore ha diritto di recedere, senza penali e senza fornire alcuna motivazione, entro un periodo di **cinque giorni** dalla data della conclusione del contratto o dalla diversa successiva data in cui gli sono pervenute le condizioni contrattuali e le informazioni preliminari previste dalla legge.

## I casi esclusi



Tale diritto di recesso viene escluso solo in due ipotesi:

- quando vengono proposte tariffe sensibilmente inferiori rispetto alle offerte correnti e l'organizzatore abbia adeguatamente evidenziato tale circostanza;
- quando, come previsto dall'articolo 59 del Codice del consumo (Dlgs 206/2005), l'esecuzione del contratto, stipulato a distanza o fuori dai locali commerciali, sia già iniziata con l'accordo espresso del consumatore e previa accettazione, da parte sua, della perdita del diritto di recesso in seguito alla piena esecuzione del contratto da parte del professionista.

#### I servizi collegati

Rimanendo in tema di contratti turistici stipulati online, va comunque sottolineato che la normativa ha introdotto anche una

**nuova categoria di servizi turistici**, denominata «servizi turistici collegati», nel cui ambito possono esser fatti rientrare numerosi contratti di viaggio, che non hanno le caratteristiche per essere considerati dei veri e propri pacchetti.

L'articolo 32 del Codice del turismo, infatti, stabilisce che per «servizi turistici collegati» si intende la combinazione di almeno due diversi servizi turistici acquistati, ai fini dello stesso viaggio, con contratti distinti presso singoli fornitori: rispetto ai quali vi sia stato, però, un professionista che ne abbia agevolato la selezione e il pagamento da parte del turista, oppure che abbia comunque favorito l'acquisto mirato di almeno un servizio turistico aggiuntivo presso un altro professionista e tale acquisto sia stato concluso entro le 24

ore dal primo.

In queste ipotesi rientrano, ad esempio, gli acquisti effettuati online da clienti che, non volendo procedere all'acquisto da soli e su portali differenti, preferiscono rivolgersi a un unico professionista, o **portale web**, che realizzi la combinazione richiesta pur mantenendo **separate le diverse prenotazioni** (che si dovranno concludere, comunque, nell'arco di 24 ore).

A questi servizi vengono dunque estese le misure di protezione previste per i pacchetti turistici in caso di insolvenza o fallimento dell'organizzatore, nonché gli specifici obblighi informativi a tutela dei viaggiatori, che, se violati, comportano la sottoposizione del contratto alle restanti previsioni in materia di pacchetti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## LE NORME

### • Dlgs 79/2011

Questo decreto riporta il cosiddetto «Codice del turismo». Cioè il codice della normativa statale in tema di ordinamento e mercato del turismo, nonché in attuazione della direttiva 2008/122/Ce, sui contratti di multiproprietà, contratti relativi ai prodotti per le vacanze di lungo termine, contratti di rivendita e di scambio.

### • Dlgs 62/2018

Il decreto legislativo, che recepisce la direttiva direttiva Ue 2015/2302 del Parlamento europeo e del Consiglio, a partire dal 1° luglio 2018 ha modificato il Codice del turismo, estendendo la nozione di pacchetto turistico anche ad alcune tipologie di servizi acquistati online.

### • Codice civile

Gli articoli dal 1453 al 1455 disciplinano la risoluzione del contratto in caso di inadempimento. L'articolo 1227 disciplina invece il concorso del fatto colposo del creditore.

## I SITI

### • [turismo.beniculturali.it](http://turismo.beniculturali.it)

Il sito ha una sezione dedicata al Fondo nazionale di garanzia che consente, in caso di fallimento o di insolvenza dell'organizzatore o dell'intermediario, il rimborso del prezzo versato per l'acquisto del pacchetto turistico.

### • [enac.gov.it](http://enac.gov.it)

Sul portale dell'Ente nazionale per l'aviazione civile è possibile consultare la Carta dei diritti del passeggero, stilata per la prima volta nel 2001 e aggiornata sei volte, l'ultima nel 2009. Il sito offre la carta in duplice lingua, italiano e inglese, e mette a disposizione anche una serie di video informativi.

### • [europa.eu](http://europa.eu)

Il sito contiene una sezione sui diritti dei passeggeri nella Ue, suddivisa in base al trasporto aereo, ferroviario, in autobus e per nave. Disponibile una serie di Faq e soluzioni ai problemi riscontrati in viaggio.

multi  
media**V-tuber  
il confidente  
virtuale  
che piace  
ai giapponesi**Jaime D'Alessandro  
a pagina 18

# Giappone, gli youtuber virtuali l'ologramma parla con l'uomo

**ESPLODE IN GIAPPONE IL FENOMENO DEI "V-TUBER": UNA SORTA DI CARTOON CHE HA LA CARATTERISTICA DI DIALOGARE CON IL PUBBLICO E DI GUIDARLO NELLE SCELTE SULLA BASE DI ALGORITMI E DI APPLICAZIONI DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE. SONO GIÀ MOLTI MILIONI GLI APPASSIONATI SOTTOSCRITTORI**

**Jaime D'Alessandro**

Lei canta in un video, l'altra la guarda mentre ondeggia la testa a ritmo di musica. La prima si chiama Kaguya Luna, la seconda Kizuna Ai. Sono due youtuber giapponesi che come altri colleghi a volte si commentano reciprocamente. Lo fanno in tanti, è pratica comune. Solo che in questo caso si tratta di due personaggi mossi da intelligenza artificiale. Chiamarlo fenomeno di massa è azzardato: Kaguya Luna arriva a 800mila iscritti sul suo canale, Kizuna Ai che è la più popolare delle virtual youtuber o "V-tuber", ha due milioni e 100mila di spettatori su un canale e un milione e 100mila sul suo secondo dedicato ai videogame. Non sono tanti in assoluto, una youtuber come Marzia ha sette milioni di spettatori e il suo fidanzato PewDiePie supera i 65, ma erano appena 200mila un anno fa. E stiamo parlando comunque del mercato giapponese dove, fra le star del web in carne ed ossa, il più popolare è Hajime con sei milioni e mezzo di iscritti.

Il Giappone è spesso paragonato alle Galapagos: isolato, in grado di sviluppare una sua cultura di massa che solo di rado riesce a varcare i confini nazionali. Ma è una verità parziale, vale per la musica pop e molto meno per l'animazione e la tecnologia. Hatsune Miku, la cantante virtuale che tiene concerti sotto forma di ologramma, da noi è passata come una curiosità. Alle vtubers e alle loro sorelle potrebbe andare meglio.

«Quello delle star del web e influen-

cer virtuali sta diventando un fenomeno importante e non solo a Tokyo», racconta Stefano Mongardi, che vive a Los Angeles dove si occupa di marketing digitale con la sua agenzia TheWebMate. «Basti pensare a Lil Miquela, che su Instagram ha già un milione e 300mila follower e contratti con aziende di primo piano. Le hanno anche creato un'amica e un fidanzato». Nelle foto Miquela, che ha lineamenti indefinibile dove si combinano Occidente e Oriente, compare mentre indossa abiti, prende il sole, legge su una spiaggia. L'hanno inventata usando il parere di psicologi ed esperti di social dichiarando da subito che si tratta di una figura digitale. «E funziona piuttosto bene considerando quanto gli utenti commentano le sue foto», sottolinea Mongardi.

Create con software per l'animazione digitale, come la stessa Hatsune Miku, le vtubers interagiscono sulla chat con il pubblico. In video giocano, trattano di temi disparati, dialogano con amici sintetici, si arrabbiano, ridono, fanno battute. Che siano mosse da vera intelligenza artificiale è dubbio, somigliano più a dei cartoni con alle spalle un team che sui social network risponde a fan e spettatori. Secondo il *Japan Times*, il colosso dei videogame per mobile Gree sta pensando di investire in questo settore poco meno di 80 milioni di euro e di guadagnarne altrettanti ad ogni stagione a partire dal 2020. E mentre la Japan National Tourism Organization ha nominato sua ambasciatrice Kizuna Ai, le sue colleghe stanno crescendo i numeri a ritmi vertiginosi. Stando alla agenzia di analisi User Local Inc. queste figure virtuali nate fra fine 2016 e inizio 2017 erano circa duemila tre mesi fa. Ora? Sono più di quattro-  
mila.

«Per voi occidentali la distinzione fra umano e digitale è netta. Per noi giapponesi invece questa contrapposizione non esiste», aveva raccontato tempo fa Ilioshi Ishiguro, direttore dell'Intelligent Robotics Laboratory

dell'Università di Osaka, una delle menti della robotica del Sol Levante.

Per la startup di Nagoya Duo Inc., che ha fondato un'agenzia di youtuber virtuali (da non confondere con l'omonima ditta giapponese che produce articoli per la pesca sportiva), parte di questa popolarità crescente si deve alla saturazione del mondo dei personaggi del web in carne ed ossa dove inventarsi qualcosa di nuovo per conquistare pubblico è diventato complesso. E poi si può attingere ad un bacino di persone molto più vasto. «Mentre facevamo le audizioni per trovare nuovi talenti, ci siamo imbattuti in persone davvero creative ma incapaci di apparire davanti ad un pubblico», ha raccontato Daiichi Tsukamoto, a capo della Duo. «Riescono però a farlo in maniera naturale e divertente attraverso il telefono. Con un po' di aiuto possono trasformarsi in dei veri fenomeni».

Dopo il Giappone le vtubers stanno tentando di diffondersi anche in Occidente. Otonashi Rhythm, che vive in Germania (Germania virtuale, si intende), ha fatto la sua apparizione due mesi fa. Presto vuol iniziare a parlare non solo in inglese ma anche in tedesco e francese: «Perché più di ogni altra cosa voglio unire tutti nel mondo virtuale» ha dichiarato nel primo video. Risultato: ad oggi quattromila iscritti al canale. Poi c'è Mira Pink, che è stata l'apripista. Parla velocissima, si muove altrettanto veloce e in genere tratta di videogame. Tia Sunshine invece passa dal giapponese all'inglese zoppicante, o



finto zoppicante, ed è parecchio più statica. «Il vantaggio è evidente: non bisogna pagarle e puoi costruire un personaggio basandoti sui dati delle interazioni e sull'analisi dei commenti», conclude Mongardi. Insomma, macchine perfette per il marketing che si adattano di continuo ai loro spettatori interpretando i loro gusti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

80

MILIONI

L'investimento (convertito in euro) che ha in programma Gree, un colosso dei videogame (per smartphone), nel settore dei "V-tubers"

**II PIÙ POPOLARI**



**Kizuna Ai**

I suoi canali su YouTube, A.I. Channel e A.I. Games, hanno tutti e due insieme 2,7 milioni di sottoscrittori



**Kaguya Luna**

Qualcuno la chiama "Strong zero" dal nome di una bevanda alcolica perché quando parla sembra un po' ubriaca



**Mirai Akari**

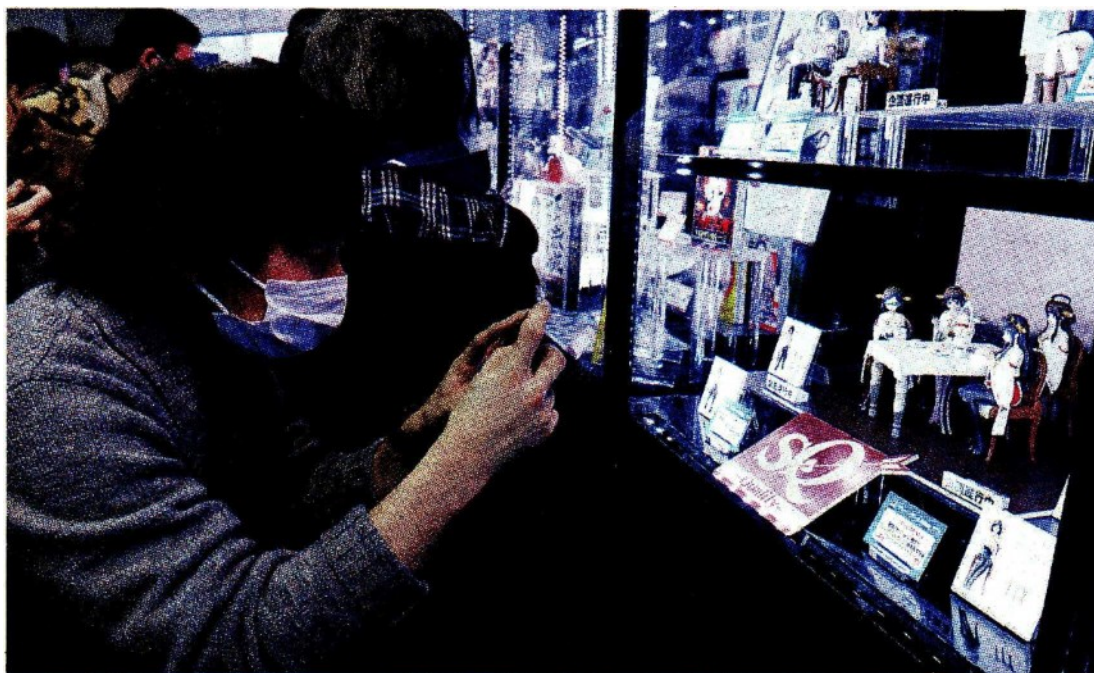
Ha 600 mila spettatori. Una delle prime "V-tubers", nata come semplice animazione che commentava video



**Nekomiya Hinata**

Adora i videogame, soprattutto quelli di azione. Si pensa che a darle la voce sia la youtuber Erko

Quattro fra le più popolari "V-tuber" del mercato giapponese, tutte "ragazze" com'è nella maggior parte dei casi



Un ragazzo giapponese mentre fotografa le "anime", come vengono chiamati i personaggi messi in scena dai "V-tuber"

# LA CONSOLE VA IN SOFFITTA ORA SI GIOCA IN STREAMING

Sony è pronta, Microsoft testa il cloud. E spuntano rivali come Antstream. Modello: Netflix

di **Giulia Cimpanelli**

**Q**uello dei videogiochi è un mercato in costante crescita. Se a fine 2016 ha registrato un valore mondiale di 75 miliardi di dollari, le stime parlano di oltre 90 miliardi entro il 2020 (dati Statista, 2018). Questo nonostante il cambio di paradigma: nuovi modelli di business rivoluzioneranno il settore. A breve, infatti, qualsiasi videogioco sarà accessibile in streaming, dunque via Internet, ovunque e con qualunque dispositivo. L'analista americano del settore Michael Pachter ha dichiarato in un webcast che «il software della console uscirà dalla console entro il 2020».

I consumatori avranno molte più opportunità di giocare senza console. Lo streaming di alta qualità ha già conquistato film e musica con servizi tipo Netflix e Spotify. Ora tocca al calcio, con Dazn. E i videogame non possono mancare. Con il vantaggio di avere sempre a disposizione i giochi più aggiornati, indipendentemente dall'hardware — la «macchina» — che si possiede e su più dispositivi. Giocare in streaming è per molti esperti il futuro.

## Le sfide

In giugno, alla conferenza E3 di Los Angeles, Microsoft ha mostrato le novità sulla sua Xbox e sui videogiochi. Tra queste, l'idea (ancora da definire) di una piattaforma di streaming che porterà su tutti i tipi di schermo la potenza necessaria a giocare gli ultimi titoli in uscita, come sulla console. «Ci saranno due miliardi di giocatori nel mondo e il nostro obiettivo è raggiungerli tutti», ha detto alla conferenza stampa Phil Spencer, a capo della divisione giochi del colosso di Redmond. Microsoft si sta avvicinando al cloud di gioco con i servizi di abbonamento: Xbox Game Pass (9,99

euro al mese) permette ai possessori di Xbox One di esaminare le raccolte di giochi disponibili per gli abbonati, e scegliere quali scaricare. Una sorta di Netflix dei videogame, ma che comporta ancora il download. I giochi vengono scaricati sul disco locale e non giocati in streaming. Il prossimo passo è slegarli del tutto dal supporto per poterne usufruire in streaming indistintamente da pc, portatile, smartphone o tablet.

Consente invece di giocare proprio in streaming PlayStation Now, il servizio in abbonamento lanciato da Sony per PS3, PS4 e pc, tenuto un po' in disparte dall'azienda per non «disturbare» una console di grande successo (oltre 75 milioni di unità vendute). Tanto che in Italia e in altri Paesi non è ancora disponibile.

Origin Access Premier è invece un nuovo servizio in abbonamento particolare: al costo di 14,99 euro al mese o 99 euro all'anno, permette di accedere, con cinque giorni di anticipo rispetto alla data di uscita ufficiale,

## Uno su tre è «scaricato»

a tutti i titoli della società di sviluppo di videogame Electronic Arts. Anche in questo caso, però, i giochi vengono scaricati sul disco locale e non giocati in streaming.

Il gigante hi-tech americano Nvidia, produttore di processori grafici, schede madri e componenti multimediali per pc e console, ha sviluppato GeForce Now, un servizio di cloud gaming che offre lo streaming di giochi per computer a 1.080 pixel di risoluzione e 60 frame al secondo. Il servizio è stato lanciato qualche anno fa per i possessori di Shield tv, il dispositivo di streaming di Nvidia, per poi essere esteso in versione beta a pc e Mac, permettendo di giocare in streaming i titoli di ultima generazione. La versione attuale di GeForce Now è sperimentale e, al momento, gratuita.

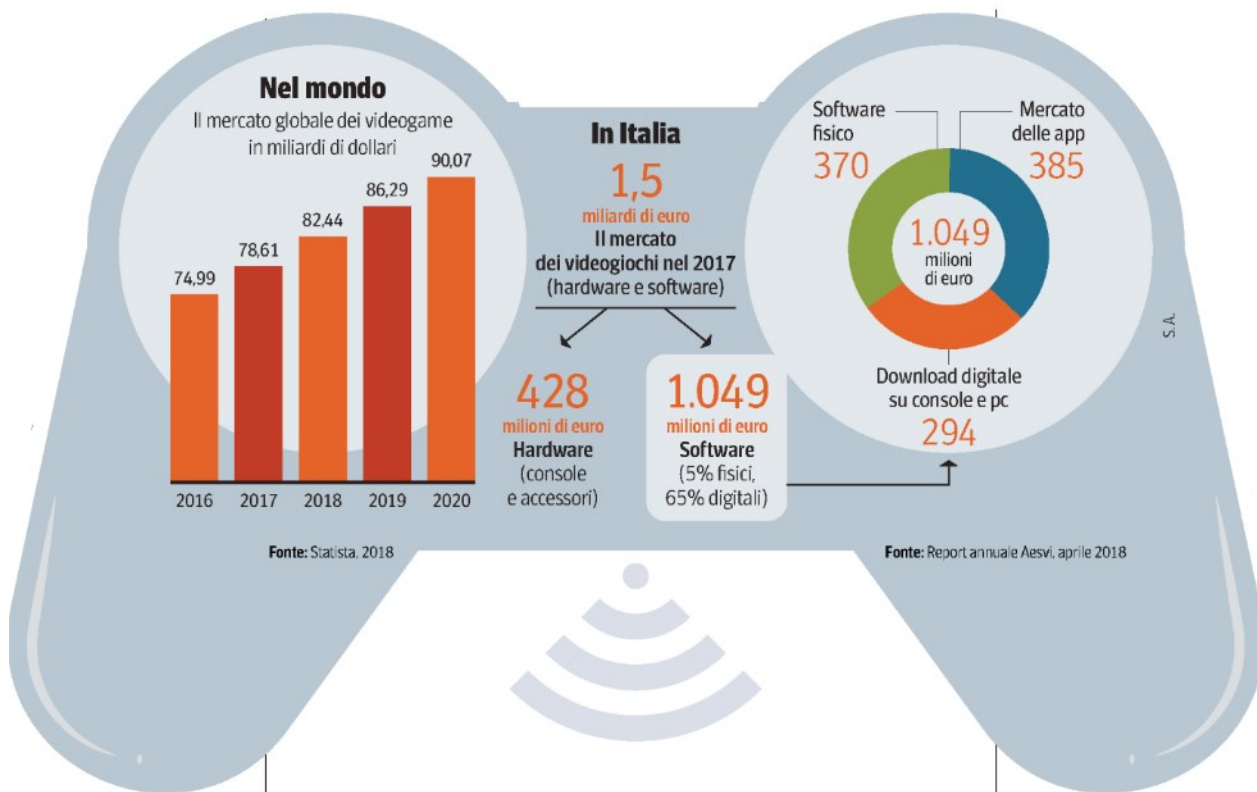
## Ritorno al passato

Infine, il neonato Antstream è un servizio in abbonamento: permetterà agli utenti di riprodurre in streaming una moltitudine di videogiochi «retrò» su pc, tv e dispositivi mobili. Lanciato a luglio senza ancora una data d'uscita né un catalogo di titoli, Antstream sarà una sorta di Netflix dei video-

giochi retrò. «Amazon, Spotify e Netflix hanno reso disponibile in streaming quasi ogni libro, brano o film — dice Steve Cottam, amministratore delegato di Antstream —, mentre la maggior parte dei videogiochi retrò si sono persi con gli ultimi progressi tecnologici. Antstream vuole riportare in vita decenni di giochi, con sfide multi-giocatore, obiettivi, classifiche e un sistema di controllo moderno».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Si stima che nel 2020 il mercato dei game superi i 90 miliardi di dollari, +20% in 5 anni. Trainato anche da Internet

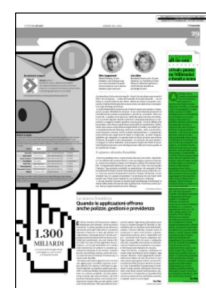
## La formula all-in-one «Oval» punta su Millennial e fondi a tema

**A**ll'origine era un semplice salvadanaio. Ma ora Oval Money vuole imporsi sul mercato come l'app che aiuta i Millennial a investire. La funzione c'è già. Da smartphone la si può trovare nel menu in basso dell'applicazione, contraddistinta da un simbolo con un trend rialzista. Cliccandoci su è possibile registrarsi nella lista dei beta tester per accedere in anteprima alla nuova funzione. Partirà in via sperimentale a settembre. «Ma entro fine anno la apriremo a tutti gli iscritti», assicura Benedetta Arese Lucini, co-fondatrice di Oval Money. Ci saranno diversi portafogli tra cui scegliere, con profili di rischio differenti, focalizzati su un tema specifico, come potrebbe essere la tecnologia o la sostenibilità. «Si tratta di Etn (Exchange traded notes, ndr) che replicano indici tematici creati da Cirdan, società di diritto inglese con licenza di operare in tutta Europa — puntualizza Arese Lucini —. Questi indici sono un insieme di titoli azionari di diverse società, raggruppate per temi specifici, molto vicini ai Millennial. Per esempio, l'indice *Donne al Comando* investe in società in cui la presenza femminile

rappresenta almeno il 20% del cda. Altri temi riguardano l'impatto sull'ambiente attraverso la salvaguardia dell'acqua potabile o l'intelligenza artificiale. Inizialmente lanceremo un numero limitato di portafogli, 3 o 4, che poi si espanderanno fino a 20». Gli indici, spiega ancora la co-fondatrice di Oval Money, offriranno una naturale diversificazione perché con un solo investimento il cliente acquista un'esposizione a diverse società: «In generale ogni indice avrà almeno 20/30 azioni al suo interno». Gli Etn verranno offerti in diversi formati di rischio. Quello più prudente sarà composto per il 30% da azioni e per il 70% da bond; il portafoglio a rischio medio avrà una composizione 60% equity e 40% bond, mentre l'Etn a rischio elevato sarà investito al 100% in azioni». Gli utenti selezionati per la fase sperimentale saranno profilati e dovranno compilare il questionario Mifid relativo all'appropriatezza, così da valutarne il profilo di rischio. Guardando ai costi, l'unica fee è la commissione di gestione, pari all'1% delle masse investite.

**Ga. Petr.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# L'imposta di soggiorno cresce con Airbnb

**Cristiano Dell'Oste**  
**Bianca Lucia Mazzei**

**E**clusa dal blocco dei tributi locali con la manovra di primavera dell'anno scorso (Dl 50/2017), l'imposta di soggiorno comincia a farsi sentire sulle tasche di turisti, trasferti e viaggiatori. Al momento è adottata da oltre mille Comuni e si stima che raggiungerà quest'anno i 509 milioni di gettito totale (463 nel 2017), secondo le previsioni dell'Osservatorio nazionale di Jfc (si veda «Il Sole 24 Ore» dell'11 agosto).

Il ministro del Turismo, Gian Marco Centinaio, nelle scorse settimane si è detto «personalmente contrario» all'imposta. E ha aggiunto: «Se proprio deve esserci, dovrà essere uniforme in tutta Italia e di scopo».

Invocare l'uniformità di un tributo locale può sembrare un controsenso, ma è un fatto che pochi Comuni destinano tutto il gettito alla promozione turistica e ancor meno danno un rendiconto puntuale. D'altra parte, in un contesto di rincari bloccati, l'imposta di soggiorno può facilmente diventare la valvola di sfogo con cui reperire risorse extra per le casse comunali. Almeno nei circa 3.700 centri che, in base al Dlgs 23/2011, hanno la facoltà di istituirla (capoluoghi di provincia, località turistiche e città d'arte).

Da Enna a Cuneo e da Agropoli nel Cilento a Jesi, sono 88 le amministrazioni locali che nel 2018 ne hanno deliberato l'introduzione. E in molte altre il dibattito è in corso o, comunque, sono stati decisi dei rincari.

In Friuli Venezia Giulia la possibilità di adottare l'imposta è scattata a novembre 2017, all'indomani dell'entrata in vigore della regolamentazione regionale. Fra le prime ad approfittarne Grado, dove l'imposta è partita il 1° marzo, seguita, fra le altre, da Aquileia (aprile), Lignano Sabbiadoro (maggio) e Trieste (giugno) che l'hanno adottata in vista della stagione estiva.

Folto anche il gruppo delle *new entry* liguri: a Monterosso a mare, nelle Cinque terre, si paga dal 1° marzo, a Ventimiglia dal 23, e a Camogli dal 1° aprile. Tariffe identiche

a Rapallo, Portofino, Santa Margherita e Zoagli, dove l'imposta è scattata il 1° aprile e durerà fino al 31 ottobre (dal 2019 partirà a marzo). Ma c'è anche qualche Comune che fa marcia indietro. Allassio, in provincia di Savona, dopo aver istituito l'imposta a fine 2017, a inizio estate ha cambiato idea e ha deciso di sospenderla per il 2018, anno in cui avrebbe dovuto essere applicata nei mesi di luglio e agosto.

Uno storico punto debole dell'imposta è la difficoltà di riscuoterla, in caso di mancato versamento da parte dei gestori di strutture ricettive. Comunque, dopo che le Finanze a Telefisco 2018 hanno negato la qualifica di responsabile d'imposta all'albergatore che non riversa il tributo al Comune, la Cassazione ne ha riconosciuto la responsabilità per danno erariale (sentenza a Sezioni unite 19654/2018).

La nuova frontiera per semplificare il prelievo e abbattere l'evasione, però, sono le intese con cui i portali internet per affitti brevi e case vacanze si impegnano a riscuotere il tributo insieme al canone e lo versano al Comune. Dalla sede italiana di Airbnb spiegano di aver «già stipulato accordi per semplificare la riscossione e il versamento del tributo con 15 città», tra cui Milano, Firenze, Torino, Napoli, Palermo, Genova, Bologna, Olbia, Bergamo, Lucca e Rimini.

I risultati sono notevoli: a Milano, ad esempio, nei primi quattro mesi dell'anno il portale ha versato nelle casse municipali 2,2 milioni (se ne stimavano tre per tutto il 2018). E ci sono colloqui in corso con altri centri, tra cui Roma: «Siamo in contatto con gli uffici e speriamo di replicare gli accordi già operativi», confermano da Airbnb. Di certo, aggiungono, una standardizzazione del tributo potrebbe favorire la riscossione da parte del portale, sulla falsariga dell'accordo pilota siglato con Anci Toscana (regione in cui il tributo è applicato da oltre 100 Comuni su 274).

Nei giorni scorsi, inoltre, CaseVacanza.it ha siglato un accordo – operativo dal 1° agosto – per riscuotere l'imposta dagli inquilini di case vacanze a Rimini. Per il portale è la prima intesa del genere in Italia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# Eresie digitali

## IL CLAMORE ANTI-TECH E IL SILENZIO DEI COMPETENTI

di **Edoardo Segantini**

[edoardosegantini2@gmail.com](mailto:edoardosegantini2@gmail.com)

[@SegantiniE](https://twitter.com/SegantiniE)

**S**iamo un Paese che si crede avanzato perché usa gli smartphone e i social network.

Purtroppo li usa, sempre più spesso, per diffondere posizioni retrograde, come dimostra il dilagare (anche in modalità 4.0) di movimenti che sostengono l'antimodernismo. Sono posizioni che rivelano una diffidenza profonda, arcaica e radicale nella capacità della società di gestire con mezzi scientifici, tecnologici e organizzativi i suoi problemi. L'opposizione alla Gronda di Ponente a Genova, di cui tanto si è parlato dopo il crollo di Ponte Morandi, è lì a dimostrarlo. E aggiunge un anello gigantesco alla catena delle opere non fatte. Ma questo non è il solo aspetto che si nota. Quello che più colpisce, a fronte dell'attivismo dei movimenti del no (ai vaccini, ai ponti, alle gallerie, agli oleodotti) è l'inesistenza di un movimento alternativo capace di sostenere le ragioni dell'innovazione, della scienza, dell'organizzazione avanzata. È il silenzio dei competenti che impressiona. Se gli esperti

tacciono, o parlano solo individualmente (scienziati, imprenditori, tecnici, insegnanti), continueremo ad ascoltare soltanto il clamore degli incompetenti. Torno all'esempio di Genova. All'indomani della tragedia, abbiamo ascoltato tutto e il contrario di tutto: approssimazione e improvvisazione nell'analisi delle cause, accuse generiche, demagogia. Spiccavano perciò, su questo sfondo, le parole di Renzo Piano che in un'intervista, senza entrare nel merito del disastro, ha sottolineato l'urgenza di una buona diagnostica. In Italia, ha dichiarato, si producono e si esportano apparecchiature diagnostiche d'avanguardia (ad esempio per la termografia, che determina lo stato di salute dei muri), ma non sono usate sulle nostre costruzioni. Mi chiedo quanti ascoltino parole come quelle del grande architetto e perché non sia ancora nato un movimento delle persone serie. Intellettuali importanti come Massimo Cacciari e Federico Butera si stanno impegnando, su piani diversi, in questa direzione: i loro sforzi meritano di essere sostenuti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



*A Torino il master della Europe business school*

# Guidare il digitale

## Esperti della trasformazione it

**A**l via la seconda edizione dell'executive master in «manufacturing automation and digital transformation», il corso ideato per executive, direttori, manager e professionisti sviluppato per soddisfare la sempre crescente domanda di esperti in grado di gestire processi industriali avanzati e caratterizzati dall'uso di tecnologie innovative tipiche della «Smart factory». Il corso è organizzato da Comau, azienda partner del gruppo Fca dedicata alla fornitura di prodotti e sistemi avanzati per l'automazione industriale, in collaborazione con la Escp Europe business school. Il programma vedrà alternarsi diverse attività: training in aula, moduli di e-learning, esercitazioni in laboratorio e project work. I posti a disposizione saranno 40. È previsto un totale di 260 ore di lezione, che combinano apprendimento pratico con 80 ore di formazione e-learning. Il corso ha una durata di cinque settimane ed è suddiviso nei seguenti moduli: Industry 4.0, Product & process innovation, Scale-up and industrialisation,

Supply chain e People and change. Così come per la prima edizione, l'Executive master è organizzato da Comau ed Escp Europe in collaborazione con università internazionali. Sarà condotto interamente in lingua inglese e basato su una metodologia di apprendimento intensivo. «Grazie alla proficua cooperazione con prestigiose business school, le nostre attività di training altamente specializzato sono sempre più in grado di rispondere alle numerose opportunità professionali», commentano da Comau. Il master sarà tenuto in vari campus selezionati da Comau e Escp, oltre a quello di Torino, in Francia e nel Regno Unito. Gli obiettivi del master, come detto, si fondano sulla necessità di formare professionisti della trasformazione digitale. Questo perché, ormai, sono molto richiesti da ogni azienda manager con solide competenze tecniche e di ingegneri con capacità di gestione e di leadership. Il corso di specializzazione avrà inizio nei primi giorni del prossimo novembre. Le iscrizioni saranno aperte fino alla fine di settembre 2018.





**IL VICE COMMISSARIO UE SPIEGA PERCHÉ LA RIFORMA SUI CONTENUTI DIGITALI È URGENTE (E NECESSARIA)**

# Diritti d'autore, la stretta sui pirati si farà

di **Andrus Ansip\***

**L**a riforma del diritto d'autore europeo si è rivelata uno dei nodi più controversi del progetto di mercato unico digitale a causa dei molti interessi in gioco, delle diverse grandi industrie coinvolte e dell'assuefazione alle norme rimaste praticamente invariate per anni. Non ha aiutato poi il fatto che il processo decisionale dell'Ue non sia sempre chiaro. Per questo provo prima a riassumerlo: la Commissione europea redige e presenta una proposta legislativa, poi il Parlamento e il Consiglio Ue (che rappresenta i governi di tutti gli Stati membri) devono ognuno prendere posizione sulla proposta della Commissione e da qui iniziano i negoziati inter-istituzionali in vista di un accordo a tre su un testo definitivo.

La Commissione ha presentato la proposta di riforma del diritto d'autore a settembre 2016. Su questa proposta i governi dell'Ue hanno trovato un accordo a maggio. Il Parlamento ha invece rinviato la sua presa di posizione a settembre.

Intanto la pressione esercitata dai gruppi di interesse di tutti gli schieramenti è stata straordinaria. Ciascuno sostiene che i rispettivi concorrenti soffocheranno la creatività, o l'innovazione, o Internet... o le tre cose contemporaneamente. Questo non è un sano dibattito ma solo slogan ed esagerazioni.

## L'idea

La proposta della Commissione mette a disposizione gli strumenti necessari per:

- 1) aumentare la quantità di contenuti culturali disponibili a livello transfrontaliero tra gli Stati membri;
- 2) migliorare il compenso di creatori e artisti ed espandere le loro opportunità di mercato;
- 3) sostenere la creatività e l'innovazione digitale,

4) ampliare l'accesso alla cultura online per gli utenti del web;

5) proteggere la libertà di espressione nell'era digitale.

Due punti in particolare hanno alimentato il disaccordo. Il primo riguarda il nuovo diritto per gli editori di giornali di negoziare con le piattaforme digitali le condizioni di utilizzo delle loro pubblicazioni (diritto di cui i produttori discografici, cinematografici e le emittenti godono già) senza però limitare la libertà degli utenti di creare i meme o i link ipertestuali agli articoli sul web, elemento fondamentale del libero dibattito online.

L'altro punto riguarda la protezione degli artisti: nella nostra proposta, le principali piattaforme digitali (che permettono agli utenti di caricare grandi quantità di video, foto e altri contenuti) dovrebbero, insieme ai titolari dei diritti d'autore, individuare il materiale protetto per garantire il giusto compenso agli artisti. Per certi versi è simile a quello che fanno le stazioni radiofoniche quando contano le canzoni trasmesse.

La Commissione non ha proposto modifiche sulla responsabilità delle piattaforme online, ma il Parlamento europeo e i governi dell'Ue hanno voluto un adeguamento. È una loro prerogativa ma allora è necessario evitare il rischio di creare norme che portino all'applicazione di filtri su larga scala, tutelare la libertà di espressione e garantire strumenti contro la rimozione ingiustificata di contenuti leciti e contro qualsiasi monitoraggio generalizzato del web.

## Gli effetti

La riforma del diritto d'autore tocca anche molti altri aspetti:

- 1) agevola la realizzazione, da parte dei musei, di copie digitali di importanti opere non più protette dal diritto d'auto-



re per preservarle e abbassa i loro costi per acquisire i diritti necessari a preservare una singola opera audiovisiva;

2) permette agli insegnanti di utilizzare più facilmente il materiale protetto durante i loro corsi;

3) semplifica l'estrazione di testo e di dati da parte dei ricercatori per analizzare grandi insiemi di documenti;

4) rende disponibili molte più opere audiovisive tra Stati membri dell'UE.

Non proseguire con la riforma del diritto d'autore significherebbe rinunciare a tutti questi aspetti positivi e questo non sarebbe nell'interesse di nessuno.

Oggi il dibattito sembra essersi polarizzato tra proteggere gli artisti o proteggere Internet. Personalmente, non sono d'accordo. Dovremmo proteggerli entrambi: assicurare un equo compenso per gli artisti e, al tempo stesso, proteggere la libertà di espressione e la creatività sul web. Su questi elementi è stata elaborata la proposta della Commissione.

Le reazioni alla relazione del Parlamento, sia all'interno che all'esterno, mi fanno pensare che essa non sia un compromesso accettabile. Spero che il Parlamento si avvicini alla nostra proposta originale per il voto di settembre, perché senza falsa modestia la ritengo davvero solida e in grado di bilanciare gli interessi di tutti.

Spero che potremo avviare i negoziati a tre in autunno. E anche se so che raggiungere un compromesso ragionevole sarà tutt'altro che facile, sono convinto che sia possibile, a patto che ci siano la volontà politica e la flessibilità necessarie per traghettare il diritto d'autore verso l'era digitale.

*\*Vice presidente Commissione Ue  
Single Digital Market*

© RIPRODUZIONE RISERVATA



### **Dibattiti**

Andrus Ansip, ex premier estone e vicepresidente della Commissione Ue e commissario al Digitale. «Nella nostra proposta, le principali piattaforme digitali (che permettono agli utenti di caricare grandi quantità di video, foto) dovrebbero, insieme ai titolari dei diritti d'autore, individuare il materiale protetto per garantire un giusto compenso agli artisti

**Privacy - Giro di vite Ue sulle foto in rete. La pubblicazione da un sito all'altro viola il diritto d'autore**

*Ciccia Messina a pag. 13*

*La Corte di giustizia europea del Lussemburgo introduce il concetto del pubblico nuovo*

# Fotografie in rete, è stretta Ue

## La pubblicazione su siti diversi viola il diritto d'autore

*Pagina a cura*  
**DI ANTONIO CICCIA**  
**MESSINA**

**D**iritto di autore sulle fotografie più protetto in rete. La messa online di una foto su un sito internet, liberamente accessibile su un altro sito internet con l'autorizzazione dell'autore, necessita di una nuova autorizzazione da parte di tale autore. Infatti, con siffatta messa in rete, la fotografia viene messa a disposizione di un pubblico nuovo.

Così ha deciso la Corte di giustizia europea del Lussemburgo (sentenza del 7 agosto 2018 resa nella causa C-161/17), formulando un principio a proposito del concetto di «pubblico nuovo». Se l'autore ha autorizzato la diffusione dell'opera protetta per chi si collega a un determinato sito, la raggiungibilità attraverso un altro sito è una forma del tutto nuova e richiede un rinnovo del consenso. Bisogna distinguere, però, il collegamento cliccabile (che non richiede nuova autorizzazione) e download e poi carico su un sito diverso (richiesta nuova autorizzazione).

**Il caso.** Nel caso specifico un fotografo ha contestato a un'alunna l'utilizzo di una fotografia liberamente disponibile su un sito internet; la ragazza ha usato la foto per illustrare un progetto scolastico pubblicato da tale scuola su un altro sito internet.

La fotografia si trovava sul primo sito senza avvisi di restrizioni finalizzate a impedire che venisse scaricata. Sotto la riproduzione della stessa sul secondo sito, l'alunna aveva inserito un riferimento al primo sito.

Il fotografo ha sostenuto di aver concesso un diritto d'uso solamente al gestore del sito Internet di viaggio e ha af-

fermato che la messa in rete della fotografia sul sito Internet della scuola costituiva una violazione del suo diritto d'autore. Per questa ragione ha chiesto al giudice di vietare la riproduzione della foto e anche il pagamento di una somma di 400 euro a titolo di risarcimento danni.

Il giudice di primo grado ha dato ragione al fotografo. Anche in secondo grado, i giudici hanno affermato che la fotografia fosse protetta dal diritto d'autore e che la sua messa in rete sul sito internet della scuola costituisse una violazione dei diritti di riproduzione e di messa a disposizione del pubblico di cui il fotografo era titolare. Il giudice d'appello ha anche ritenuto che la circostanza per cui la fotografia fosse già accessibile a tutti su internet senza restrizioni fosse irrilevante, in quanto la riproduzione della fotografia sul server e la messa a disposizione del pubblico seguitane sul sito internet della scuola ha comportato uno «sganciamento» con la pubblicazione iniziale sul sito Internet di viaggio.

La vicenda giudiziaria non si è arrestata e il giudice nuovamente investito della vicenda ha sottoposto una questione preliminare di interpretazione del diritto europeo. In particolare il quesito è se l'inserimento in un proprio sito Internet accessibile al pubblico di un'opera, liberamente disponibile su un sito internet di terzi per tutti gli internauti con l'autorizzazione del titolare del diritto d'autore, costituisca una messa a disposizione del pubblico ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, della direttiva 2001/29/Ce, qualora l'opera venga prima copiata su un server e poi caricata sul proprio sito internet.

In effetti si potrebbe dire che non vi è un pubblico nuo-

vo passando da un sito internet a un altro sito internet, entrambi liberamente accessibili.

**Diritto sulle foto.** Una fotografia può essere protetta dal diritto d'autore alla condizione che la fotografia costituisca una creazione intellettuale dell'autore, che ne rifletta la personalità e si manifesti attraverso le scelte libere e creative di quest'ultimo nella realizzazione di tale fotografia.

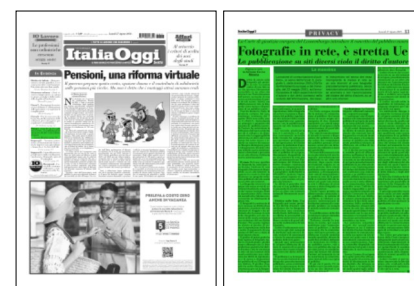
Inoltre l'ordinamento europeo rinvia agli stati nazionali di attribuire agli autori il diritto esclusivo di autorizzare o vietare la comunicazione al pubblico delle loro opere.

Quindi ogni utilizzazione di un'opera effettuata da un terzo in assenza di un previo consenso deve essere considerata lesiva dei diritti dell'autore.

Il problema è se la messa in rete su un sito internet di una fotografia precedentemente pubblicata, senza restrizioni e con l'autorizzazione del titolare del diritto d'autore, su un altro sito Internet, costituisca una «comunicazione al pubblico».

La Corte europea ricorda che la nozione di «comunicazione al pubblico» dev'essere intesa in senso ampio ed è composta di due elementi cumulativi: un «atto di comunicazione» di un'opera e della comunicazione di quest'ultima a un «pubblico».

Per «atto di comunicazione» si intende la messa a dispo-



sizione del pubblico in modo che coloro che compongono tale pubblico possano avervi accesso, senza che sia determinante che utilizzino o meno tale possibilità.

Nel caso della messa in rete su un sito internet di una fotografia precedentemente pubblicata su un altro sito internet, dopo essere stata previamente copiata su un server privato, deve essere qualificata come «messa a disposizione» e, di conseguenza, come «atto di comunicazione»: la messa in rete dà la possibilità ai visitatori del sito internet sul quale tale messa in rete è effettuata di avere accesso a detta fotografia su tale sito internet.

Perché l'opera protetta sia effettivamente comunicata a un «pubblico», la nozione di «pubblico» si riferisce a un numero indeterminato di destinatari potenziali e comprende, peraltro, un numero di persone piuttosto considerevole.

La pubblicazione della foto su internet realizza entrambe le condizioni indicate.

Tuttavia, ricorda la sentenza in esame, per essere qualificata come «comunicazione al pubblico», è inoltre necessario che la comunicazione dell'opera protetta sia effettuata secondo modalità tecniche specifiche, diverse da quelle fino ad allora utilizzate o, in mancanza, sia rivolta a un «pubblico nuovo», vale a dire a un pubblico che non sia già stato preso in considerazione dal titolare del diritto d'autore nel momento in cui ha autorizzato la comunicazione iniziale della sua opera al pubblico.

E qui sta il punto. C'è un pubblico nuovo quando si passa da un sito internet a un altro sito internet?

**La decisione.** La Corte ha risposto affermativamente, con i seguenti passaggi:

1) qualunque atto di riproduzione o di comunicazione al pubblico di un'opera da parte di un terzo richiede il previo consenso del suo autore;

2) gli autori dispongono di un diritto di natura precauzionale che consente loro di frapporsi tra eventuali utenti della loro opera e la comunicazione al pubblico che detti

utenti potrebbero ritenere di effettuare, ciò al fine di vietarne la stessa;

3) il diritto precauzionale sarebbe privo di efficacia pratica nell'ipotesi in cui si dovesse ritenere che la messa in rete, su un sito internet, di un'opera precedentemente pubblicata su un altro sito internet e con l'autorizzazione del titolare del diritto d'autore non costituisca una comunicazione a un pubblico nuovo. Infatti, siffatta messa in rete su un sito internet diverso da quello su cui è stata effettuata la comunicazione iniziale potrebbe avere l'effetto di rendere impossibile o, per lo meno, considerevolmente più difficile l'esercizio da parte del titolare del suo diritto, di natura precauzionale, di richiedere la fine della comunicazione della medesima, eventualmente, rimuovendo l'opera da tale sito internet sul quale quest'ultima è stata comunicata con la sua autorizzazione o revocando l'autorizzazione precedentemente accordata a un terzo.

La sentenza considera quindi che quand'anche nell'ipotesi in cui il titolare del diritto d'autore decidesse di terminare la comunicazione della sua opera sul sito internet sul quale essa è stata inizialmente comunicata con la sua autorizzazione, l'opera resterebbe disponibile sul sito internet sul quale è stata effettuata la nuova messa in rete.

Invece l'autore di un'opera deve poter porre fine all'esercizio, da parte di un terzo, dei diritti di sfruttamento in forma digitale che detenga su detta opera e vietargliene in tal modo qualsivoglia utilizzazione futura in siffatta forma, senza dover previamente affrontare altre formalità.

Inoltre ritenere che la messa in rete su un sito internet di un'opera, precedentemente comunicata su un altro sito internet con l'autorizzazione del titolare del diritto d'autore, non costituisca una messa a disposizione di un pubblico nuovo di tale opera equivarrebbe a stabilire una regola di esaurimento del diritto di comunicazione.

E inoltre annullerebbe la

possibilità di richiedere un adeguato compenso per l'utilizzo della sua opera.

La conclusione dunque è la seguente: la messa in rete di un'opera protetta dal diritto d'autore su un sito Internet diverso da quello sul quale è stata effettuata la comunicazione iniziale con l'autorizzazione del titolare del diritto d'autore deve essere qualificata come messa a disposizione di un pubblico nuovo della stessa opera. Il pubblico preso in considerazione dal titolare del diritto d'autore nel momento in cui ha autorizzato la comunicazione della sua opera sul sito internet sul quale quest'ultima è stata inizialmente pubblicata è costituito dai soli utilizzatori di detto sito, e non dagli utilizzatori del sito internet sul quale l'opera è stata ulteriormente messa in rete senza l'autorizzazione di detto titolare, o dagli altri internauti.

Il fatto che il titolare del diritto d'autore non abbia posto restrizioni alle possibilità di utilizzo della fotografia da parte degli internauti non è rilevante.

Il principio potrebbe essere esteso anche ad altri ambiti (per esempio le opere editoriali) che sono sviate da un pubblico all'altro mediante la riproduzione in rete.

**Link.** Caso diverso è la messa a disposizione di opere protette mediante un collegamento ipertestuale cliccabile che rinvii a un altro sito internet sul quale era stata effettuata la comunicazione iniziale: in questo caso non si verifica comunicazione delle opere di cui trattasi a un pubblico nuovo.

Tra l'altro per giurisprudenza della Corte europea i collegamenti ipertestuali contribuiscono segnatamente al buon funzionamento di Internet permettendo lo scambio di informazioni in tale rete caratterizzata dalla disponibilità di enormi quantità di informazioni.

Inoltre l'autore si può tutelare rimuovendo la foto dal primo sito, rendendo nullo ogni collegamento ipertestuale che rinvia a essa.

—© Riproduzione riservata—

## La massima

La nozione di «comunicazione al pubblico», ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, della direttiva 2001/29/Ce del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 maggio 2001, sull'armonizzazione di taluni aspetti del diritto d'autore e dei diritti connessi nella società dell'informazione, dev'esse-

re interpretata nel senso che essa ricomprende la messa in rete su un sito Internet di una fotografia precedentemente pubblicata, senza restrizioni atte ad impedire che venisse scaricata e con l'autorizzazione del titolare del diritto d'autore, su un altro sito internet

## Ancora difficoltà

# Ora Dazn corre ai ripari: più soldi per migliorare la distribuzione

Buona la seconda? No, ma è andata un pochino meglio. Pare. La formula dubitativa è d'obbligo, perché dati ufficiali sulla prestazione di Dazn durante il fine settimana calcistico non ce ne sono (ancora).

Trapela solo un leggero sollievo per aver arginato i singhiozzi nel corso del big match di sabato sera fra Napoli e Milan, per cui era lecito attendersi un pubblico più consistente di quello che ha seguito le partite nel difficile esordio della piattaforma britannica di streaming in serie A. Il picco comunicato (e mal gestito) dalla società erano stati i 440mila dispositivi connessi contemporaneamente all'84' di Sassuolo-Inter.

Sui social non sono mancate lamentele anche questa volta: c'è chi ha fatto fatica a entrare nel suo profilo, chi si è perso la zampata di Bonaventura al 15' del duello fra Ancelotti e Gattuso e chi si è dovuto arrendere a qualche rallentamento o blocco di troppo. «Clienti di Dazn, Spal-Parma è finita 1-0. Adesso», ha poi

ironizzato ieri qualcuno su Twitter.

Come detto, la sensazione diffusa è che comunque ci sia stato un miglioramento. Non avrebbe a che fare con l'intervento di Tim di cui si era parlato la scorsa settimana: l'operatore non avrebbe ancora fornito alcuna Content delivery network (Cdn) a Dazn per aiutarla ad avvicinarsi alle abitazioni. Al netto dei problemi di connettività dei singoli utenti, la croce ed eventuale delizia futura rimane però questa: le Cdn, reti di server speciali per rendere più capillare la distribuzione.

Se Dazn, acquistati i diritti a ridosso dell'inizio della competizione, aveva sottovalutato il carico, potrebbe aver «modificato gli accordi che aveva già con i suoi distributori Cdn, anche se non è facile intervenire sulle infrastrutture in una sola settimana», spiega il docente di Computer Science del Politecnico di Milano Paolo Cremonesi.

In soldoni: i britannici avrebbero messo mano al

portafoglio in corsa per poter contare su un'infrastruttura migliore. Cremonesi sottolinea inoltre come Dazn potrebbe aver sottostimato quanto sarebbe poi accaduto in fase di iscrizione e login: «Tipicamente i tifosi si collegano tutti nello stesso momento e il sito può andare in crash. Risolvere questo problema è relativamente più facile, basta affidarsi a un sistema più potente».

Si è trattato soprattutto di difficoltà di rodaggio, dunque? Saranno le prossime partite, e soprattutto i prossimi anni, quando vedremo altre piattaforme all'opera anche in altri mercati, a rispondere.

Per ora colossi dalle spalle tecnologiche più larghe come Amazon o Facebook hanno preferito iniziare a giocare con Nfl o Champions League senza chiedere alcun abbonamento. E adesso abbiamo capito tutti perché.

**Martina Pennisi**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Il debutto**

● Dazn è la piattaforma di streaming online del gruppo britannico Perform: ha acquistato per tre stagioni i diritti in esclusiva per tre match di serie A per ogni giornata. La sua offerta comprende anche serie B e campionati esteri fra i quali Liga e Ligue 1.

● L'avvio delle trasmissioni in Italia è stato segnato da difficoltà: Dazn è corsa ai ripari e la situazione è migliorata durante la seconda giornata di campionato.

● I primi trenta giorni sono gratuiti, dopo si pagano 9,99 euro al mese.

● Il picco di ascolti si è registrato durante Sassuolo-Inter con 440 mila dispositivi connessi in simultanea.

● Dazn è visibile su pc, smartphone, tablet, console e smart tv. Solo in hotel, bar e ristoranti la trasmissione avviene via satellite.



**Volto** Diletta Leotta conduttrice per la piattaforma Dazn (Ansa)

**CHI È MISTER DAZN  
PRODUCE COLDPLAY  
E PINK FLOYD  
MA CON IL CALCIO...**di **Isidoro Trovato**  
e **Maria Elena Zanini****16**

# MISTER DAZN MILIARDI, ARTE, GOL E UN BUCO NELLA RETE (WEB)

L'oligarca ucraino che offre in streaming un pezzo di Serie A italiana

produce i Coldplay, Ed Sheeran e Pink Floyd

Ma ha sottovalutato i problemi di connessione tricolore. E adesso...

**Tutto parte  
con l'energia  
Alluminio,  
carbone e  
petrolio danno il  
via al patrimonio  
di uno degli  
uomini più ricchi  
del pianeta**

**Il pallino del  
mecenatismo:  
ha donato  
grandi cifre a  
National  
Gallery,  
Metropolitan  
Museum e  
Oxford**

di **Isidoro Trovato**  
e **Maria Elena Zanini**

**P**ur non essendo laziale, Leonard Blavatnik sabato sera era probabilmente uno dei più furiosi per l'esito di Lazio-Napoli. Quella infatti era la gara di esordio di Dazn sul territorio italiano e Blavatnik è il maggiore azionista di Perform, proprietaria di Dazn. Al ricco magnate ucraino non saranno di sicuro piaciuti i buffering e gli inciampi che hanno fatto steccare la prima italiana della «Netflix dello sport».

Eppure il rischio era evidente: l'Ita-

lia possiede una tra le reti meno veloci (e più a macchia di leopardo) del continente, ma anche il pubblico calcistico più accanito. Malgrado tutto, al quartier generale londinese devono aver sottovalutato il problema se è vero che solo adesso sono in corso le trattative con Tim per rafforzare la capillarità del servizio.

Per carità, piccoli inciampi ancora rimediabili ma di sicuro fastidiosi come un granello di sabbia in un ingranaggio perfetto. Blavatnik infatti è abituato a fare le cose in grande e nel suo universo Dazn è solo l'ultima galassia. Si perché l'oligarca

ucraino nel suo palmarès può vantare proprietà come la Warner Music, acquisita nel 2011 per circa 3,3 miliardi di dollari aggiudicandosi un colosso che produce Madonna, Ed Sheeran, i Coldplay e i Pink



Floyd, giusto per citarne alcuni.

tori del personaggio.

## La scalata

La «corsa all'oro» di Blavatnik inizia nel 1978 quando il giovane Leo arriva a Brooklyn insieme alla sua famiglia in cerca di fortuna. Il destino, dopo una laurea alla Columbia e un Mba ad Harvard, cambia radicalmente (in meglio) quando Boris Eltsin dà il via al piano di privatizzazioni che crea una pattuglia di neo miliardari destinati a stravolgere il mercato dell'energia, tra cui Blavatnik. La sua ascesa infatti inizia con l'alluminio che lo porta a diventare uno dei maggiori player del mercato russo nel settore, per poi passare al carbone accumulando una fortuna grazie a una miniera in Kazakistan. Per approdare infine a Tnk, colosso petrolifero russo, dalla cui vendita a Rosneft, nel 2013, Blavatnik ha ricavato 7 miliardi di dollari. Negli anni successivi però Leo decide di diversificare radicalmente il business. Arrivano allora gli investimenti in moda (con marchi come Tory Burch), Real Estate (a Manhattan ha comprato un intero isolato) e media (con la creazione di Perform).

Però l'uomo con un incredibile fiuto per gli affari, quello sempre al posto giusto nel momento giusto, decide che vuole essere ricordato per qualcosa in più. E da diverso tempo Blavatnik si distingue per la sua inclinazione alle donazioni e alle iniziative benefiche. Con la Blavatnik Family Foundation infatti da oltre 25 anni supporta istituzioni culturali come la National Gallery, il Metropolitan Museum, la Royal Academy of Arts. L'Università di Tel Aviv ha ricevuto una donazione di 20 milioni. Spiccioli rispetto ai 117 milioni donati dal magnate ucraino alla Oxford University per la creazione della Bsg, la Blavatnik School of Government, suscitando anche qualche perplessità da parte dei detrat-

## L'impero

Con un patrimonio stimato in oltre 15 miliardi di sterline (16,7 miliardi di euro) Leonard Blavatnik è il terzo uomo più ricco del Regno Unito, il cinquantesimo al mondo. La sua cassaforte è Access Industries (fondata nel 1986) che a oggi conta quattro principali rami: risorse naturali e petrolchimico; tecnologia (con Snapchat, Yelp, Zalando, Spotify, Deezer...); Real Estate (con un portfolio di hotel e residenze di lusso in Usa, Europa, Sud America e Caraibi). E media e telecomunicazioni, area che comprende iniziative su vasta scala. Per esempio, in Israele il gruppo possiede un terzo di Rge, cui fanno capo Channel 10, Noga Communication e Sport Channel. In Russia controlla la maggioranza di Amedia società che possiede i diritti esclusivi per Hbo (che ha prodotto la serie cult *Games of Thrones*).

## La scommessa

In Inghilterra dal 2014 controlla Perform, il media group completamente dedicato allo sport che nel 2016 ha lanciato Dazn, catapultando gli sportivi nella visione live streaming dei match. È qui che parte la sfida più recente di Blavatnik. Ed è qui che cominciano anche i guai. Quando Dazn arrivò in Canada due anni fa, la reazione degli spettatori canadesi fu la stessa di quelli italiani. Rabbia, per lo più. Si verificarono molti problemi tecnici e nonostante le scuse, le partite dell'Nfl (National Football League) della domenica, tornarono per qualche tempo in televisione. I problemi in Canada non sono ancora del tutto risolti: basta fare un giro su Twitter sull'account DaznSucks (la traduzione è superflua) per rendersi conto della lunga strada che la piattaforma deve anco-

ra percorrere.

Ai tifosi italiani non basteranno le dichiarazioni dell'amministratore delegato, James Rushton, che ha minimizzato gli inconvenienti del debutto affermando che «l'effetto buffering ha riguardato solo il 10% degli utenti per una ventina di minuti». E non basterà a Blavatnik scegliere Cristiano Ronaldo come «Global ambassador» di Dazn. Bisognerà fornire servizi adeguati agli standard qualitativi europei. Anche perché, a conti fatti, l'avvento di Dazn ha comportato un aumento dei costi per chi vuole vedere l'intera serie A. Non a caso sono in tanti (Codacons e Usigrai in testa) a sospettare un «cartello» tra Dazn e Sky per fare lievitare i prezzi e abbattere i costi con la libera circolazione di risorse e volti (Diletta Leotta è il caso più eclatante). Ecco perché nelle prossime settimane ci si attende un colpo d'ala da parte della piattaforma inglese che adesso dovrà tappare le falle del sistema, investendo in tecnologia e non solo in marketing. I colloqui con Tim vanno in questa direzione se è vero che (come ha detto Rushton) la colpa dei disguidi è tutta da attribuire a un Cdn (la rete di server che veicola i contenuti video) che non ha funzionato a dovere.

Se invece la «terribile rotellina» dovesse ripresentarsi, trasformando le partite in lunghi fermo-immagine, non basteranno Ronaldo, Maldini e Shevchenko a placare l'ira dei tifosi. Anche perché per ora ogni inconveniente pesa meno visto che nessuno sta pagando (il primo mese di abbonamento a Dazn è gratis) ma tra poco la scelta varrà molto di più e per tenere i 400 mila device finora collegati servirà una connessione stabile.

In fondo, l'unica cosa che i tifosi chiedono è di non intuire il gol dal grido del vicino di casa che ascolta la radio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**1957**

La nascita

Nasce il 14 giugno a Odessa nell'allora Unione Sovietica da una famiglia ebrea. Senza completare gli studi in ingegneria, emigra negli Usa nel 1978

**1986**

I primi passi

Mentre studia alla Harvard Business School, nel 1986 fonda la investment company Access Industries. Nel 1989 Blavatnik, consegue l'Mba, dopo la laurea alla Columbia University

# 2004

La crescita

Dopo aver diversificato il proprio business, Access Industries si concentra nel settore dei media

# 2011

La musica

Blavatnik acquisisce il 100% di Warner Music Group, dopo una scalata cominciata nel 2004. È l'ingresso del magnate nel mondo dello spettacolo

# 2014

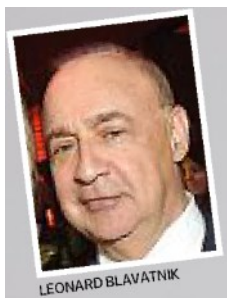
Lo sport

Quota dopo quota nel 2014 arriva a possedere la maggioranza di Perform, gruppo inglese nato nel 2007 dalla fusione di Inform e Premium Tv. Nel 2015 nasce Dazn

# 2018

Nuovi mercati

Dopo lo sbarco nel 2016 in Regno Unito, Austria, Germania, Svizzera, Canada e Giappone, Dazn arriva in Italia. Prossima tappa, gli Usa



## Media

James Rushton è il ceo di Dazn, piattaforma di video streaming di proprietà di Perform Group. Rushton è entrato in Perform nel 2003 ed è stato membro del Cda di Apac

## AFFARI IN PIAZZA

Via all'asta  
per il 5g  
ma i rilanci  
saranno pochi

### Sara Bennewitz

Anche le società di telefonia, esclusa la Iliad di Xavier Niel a cui è riservata già una frequenza privilegiata, hanno fatto le vacanze corte. In Tim, Vodafone, Wind 3 sono tutti rientrati dopo ferragosto per lavorare all'asta delle licenze 5g. La busta con le offerte per i lotti migliori come quelli a 700 megahertz, e per quelli meno pregiati, va consegnata entro il 10 settembre. Pur essendo tutti convinti che la quinta generazione sia quella che cambierà l'industria, dato che segnerà il boom dell'Internet delle cose che farà proliferare il numero di Sim, le risorse delle società di tlc sono contingentate, perchè il mercato è il più competitivo, ai sempre. Nessuno si aspetta infatti rilanci milionari. Detto ciò la prudenza è d'obbligo. Tim, per non sbagliarsi ha convocato un cda proprio il 10 settembre per decidere il da farsi: ovvero su quali frequenze puntare, e quanto puntare per non farsele rubare dai concorrenti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Vittorio Colao**, ceo di Vodafone



# Di Maio: “Autostrade torni allo Stato” Ora trentamila concessioni nel mirino

Non solo grandi  
opere, anche  
ambulanti e spiagge  
L'affido ai privati  
fa incassare  
1,4 miliardi, ma  
aumenta la voglia  
di nazionalizzare

SARA BENNEWITZ  
LUCA PAGNI, MILANO

Sembrava una iniziativa sopita, messa da parte per evitare divisioni nella maggioranza. Ma la tregua è durata solo qualche giorno: dal governo si levano nuove ombre minacciose nei confronti dei concessionari pubblici. In un caso particolare, Autostrade per l'Italia, si affaccia addirittura l'ipotesi “nazionalizzazione”, come ha ribadito ieri il vicepremier e ministro dello Sviluppo Economico Luigi Di Maio: «Non nazionalizzare significa ridare le autostrade italiane ai Benetton, e io non voglio», ha avvisato l'esponente Cinquestelle. Per tutte le altre, invece, si prospetta la possibilità che ogni contratto venga rivisto, anche prima della naturale scadenza, ipotesi confermata solo pochi giorni fa anche dall'altro vicepremier, il leghista Matteo Salvini. Con tutta una serie di ricadute che andranno a inficiare i rapporti con le associazioni industriali - che già non hanno digerito il decreto Dignità - e che avranno ripercussioni in Borsa, visto che molte società concessionarie sono quotate a Piazza Affari. I prossimi passi del governo saranno monitorati con molta attenzione ad alto livello. Perché una buona parte delle concessioni sono intestate a famiglie di primo piano dell'economia italiana. A partire da quel Silvio Berlusconi che teme interventi sulle frequenze tv, non solo per

eventuali ricadute su Mediaset e - di conseguenza - su Fininvest, ma anche come arma politica per fare pressione su Forza Italia, finora non proprio scatenata all'opposizione in Parlamento. Oltre ai Benetton e a Berlusconi, ci sono poi i Boroli-Drago, Gavio, Garrone, Zoppas, preoccupati e già pronti a dare battaglia per la gioia degli uffici legali. Certo, la revisione potrebbe richiedere tempo. Secondo uno studio della società di consulenza Kempen, in Italia ci sono circa 30mila concessioni: un numero che da solo basta a spiegare quanto potrebbe complicato il compito per il governo.

Di sicuro, dopo quanto successo a Genova, il primo a doversi preoccupare potrebbe essere il gruppo Gavio, il secondo concessionario in Italia dopo i Benetton: giusto lo scorso 2 agosto hanno ceduto il 40% delle loro attività nelle autostrade, al fondo di investimento francese Ardian. Ma, in realtà, fino a quando non sarà chiaro come vorrà procedere il governo, chiunque gestisca strade, porti, aeroporti, dighe, acque minerali, giochi, frequenze digitali in teoria da domani potrebbe essere chiamato a spendere qualcosa in più per il suo canone di concessione.

Il punto è trovare quei casi in cui la sproporzione tra quanto il privato realizza dallo sfruttamento di una risorsa pubblica rispetto all'incasso dello Stato è eclatante, per quanto spesso ci si dimentichi di quanto il privato abbia investito per lo sviluppo del business. Questo vale soprattutto per le aziende di telefonia, le quali fatto salvo per Open Fiber (50% di proprietà di Enel e 50% Cdp) e una quota di minoranza (il 5%) di Telecom Italia in mano Cdp, sono tutte controllate da imprenditori esteri (inglesi, francesi, svizzeri, cinesi e russi). Tuttavia altri colossi dell'industria, come Nestlé - che solo imbottigliando l'acqua che esce dalla fonte della San Pellegrino realizza oltre un miliardo di ricavi l'anno - hanno però investito costantemente non solo in stabilimenti personale e marketing, ma anche a livello



locale per rilanciare i luoghi dove si trova la sorgente, facendo dei marchi italiani griffe globali dell'alimentazione salutista. Restando nel settore idrico, il caso riguarda anche le dighe. Sebbene la prima concessione importante in scadenza riguardi gli impianti idroelettrici gestiti dall'utility lombarda A2a (nel 2020), tutti sono in allerta. Non solo le ex municipalizzate e le utility (dalla romana Acea a Edison ed Enel) ma anche la Erg della famiglia genovese dei Garrone, che ha un 20% della sua redditività nell'idroelettrico. Nella distribuzione dell'acqua potabile, la società di consulenza finanziaria Equita stima che la più esposta sia Acea (43% della redditività), seguita da Hera (23%) e dall'ex municipalizzata Iren (19%). Nei giochi, dove la Lottomatica delle famiglie Boroli-Drago è leader di mercato, c'è da aspettarsi interventi alle prossime scadenze di lotterie, slot machine e Gratta e vinci. Nel digitale, la vicenda interessa Mediaset, ma anche Persidera (70% Telecom e 30% Gedi - la società della famiglia De Benedetti partecipata dagli Agnelli che edita *Repubblica*), e anche alla Cairo Communication di Urbano Cairo. I multiplex digitali - e i loro canoni - scadranno nel 2032 quando è già previsto che il numero si dimezzerà. Inoltre, nel caso delle concessioni a piccoli commercianti, spesso il biglietto più oneroso è quello per rilevare da un altro privato l'attività-licenza, come nel caso degli ambulanti. Piccole attività, ma che coprono il grosso degli incassi per lo Stato: su 1,4 miliardi di incassi dalle concessioni di prossima scadenza, 850 milioni vengono da concessioni balneari e ambulanti, categorie che Lega e M5s in campagna elettorale hanno promesso di difendere dalla scure della normativa europea Bolkestein.

## I numeri

**Oltre trentamila contratti dalle dighe alle spiagge**

**220**

Sono in regime di concessione anche la

prospezione, la ricerca l'estrazione e lo stoccaggio di petrolio e di gas

**529**

Sono 225 le concessioni che riguardano scommesse sportive e ippiche, mentre sono 202 le sale bingo

**21.390**

Regime diffusissimo negli stabilimenti balneari e per le concessioni marittime, le cui regole la Ue ci chiede di rivedere

**502**

Nel settore della distribuzione dell'acqua molte concessioni sono scadute e 50 sono in regime di proroga



MASSIMO LOVATI/AGF



### La famiglia

Da sinistra, Luciano, Giuliana e Gilberto Benetton. La loro holding, Edizioni, controlla una galassia di società

# Privatizzazioni, 25 anni e 110 miliardi la lunga ritirata dello Stato-Padrone

**NELL'ESTATE 1993 COMINCIÒ LA VENDITA DELLE AZIENDE PUBBLICHE CULMINATA NEL 2000 CON LA FINE DELL'IRI. IL DEBITO PUBBLICO SCESE DAL 120 AL 103% MA POI ARRIVÒ LA GRANDE CRISI**

**N**ell'estate del 1993, 25 anni fa, iniziò la stagione delle privatizzazioni che ha cambiato il volto dell'economia ita-

liana e che è andata avanti fino ai giorni nostri. Addio a Iri, Efim, Gepi, nomi diventati simbolo di clientelismi e corruzione, e via libera a un'infinità di "padroni" privati, italiani e stranieri. Qualcuno ha fatto bene, altri meno. Per lo Stato è andata benissimo, con oltre 110 miliardi di incassi e il debito pubblico abbattuto dal 120% del 1993 al 103% del 2006, all'epoca del secondo governo Prodi. Poi la crisi economica e una serie di

errori l'hanno riportato al 132%. Anche i consumatori hanno da ridire. Il gap più visibile, specie dopo la tragedia di Genova, è quello delle authority che dovevano vigilare sulla liberalizzazione del servizio e sul rispetto di vincoli e regole.

**Bennewitz, Pagni, Patucchi e Puledda**  
alle pagine 2 e 3

## Privatizzazioni, ecco come è cambiata in 25 anni l'economia italiana Telecom e Alitalia un flop annunciato tra capitani e scalatori

**LA CARENZA DI CAPITALI E I TROPPI DEBITI HANNO APPESANTITO LA GESTIONE. POSTE ED ENAV MOSTRANO RISULTATI MIGLIORI**

**Estate 1993. Esattamente 25 anni fa inizia la stagione delle privatizzazioni dell'economia italiana, che ne cambierà totalmente il volto. È una scelta ideologica di modernità, portata avanti da personaggi del calibro di Carlo Azeglio Ciampi e Romano Prodi, ma soprattutto è una scelta obbligata. L'Italia, finito il tormento del terrorismo ma imboccato il tunnel di Tangentopoli, è allo stremo dal punto di vista finanziario. I fondi di dotazione elargiti a quei carrozoni che sono diventati l'Iri - ma specialmente l'Efim e la Gepi - in modo ormai legato da qualsiasi logica economica, sono nel mirino di Bruxelles che li identifica (a ragione) con la quintessenza dei vituperati "aiuti di Stato". La speculazione rampante colpisce senza pietà il nostro Paese già da molti mesi: il 1992 infatti era stato l'anno dell'attesa angosciosa del referendum francese sull'euro (vinto di misura dal sì) e come sempre quando c'è incertezza e tensione sui mercati ne fa le spese il "socio" più debole, cioè noi. E non ci siamo ancora ripresi dalla decisione di George Soros (settembre 1992) di vendere lire allo scoperto comprando dollari che aveva costretto la Banca d'Italia a dilapidare 48 miliardi di dollari di riserve per sostenere il cambio e ha portato a una svalutazione della lira del 30% con l'inevitabile perdita dell'aggancio al marco e quindi l'estromissione (in nobile compagnia con la sterlina) dal Sistema monetario europeo (Sme) che era il progenitore dell'euro. Vi rientreremo nel '96 a costo di indicibili sacrifici. Ma nel frattempo, in quei mesi terribili fra il '92 e il '93 i tassi sul mercato monetario arrivano a sfiorare il 40%. Il governo è costretto a varare una delle più pesanti manovre finanziarie della storia, quasi 100 mila miliardi di lire (tra l'altro ci fu il debutto dell'imposta sulla casa chiamata Ici). E a decidere di vendere i beni di famiglia. Nel giro di pochi mesi, dopo il celeberrimo "boat-show" sul Britannia per illustrare ai rappresentanti delle banche d'investimento anglosassoni le intenzioni dell'Italia, vengono attivate tutte le procedure necessarie, a partire dalla trasformazione degli enti di gestione in società per azioni, e poi appunto nell'estate di 25 anni fa si comincia con la vendita di banche, aziende, società di servizi e quant'altro. Un'operazione di portata analoga a quella inglese, dove Margaret Thatcher aveva creato l'idea della fine dello Stato padrone, superiore a quella analoga intrapresa negli stessi anni dal Giappone. La fase più calda dura fino al 2000, quando viene liquidato l'Iri, ma l'opera proseguirà fino ai giorni nostri. In tutto, calcola il ministero dell'Economia, frutterà 110 miliardi di euro, che vanno direttamente a riduzione del debito pubblico. Solo le operazioni Eni ed Enel, peraltro da completare, portano quasi 60 miliardi di euro. In alcuni casi, va detto, la privatizzazione è imperfetta perché realizzata attraverso la "vendita" di quote (Poste, Eni, Terna) a Cdp. Ma nella maggior parte si tratta di vendita vera e propria, con acquirenti spesso stranieri. Semmai recenti tragedie inducono a riflettere sull'efficacia delle authority che devono vigilare sui servizi pubblici privatizzati, anch'esse sul modello inglese. Però difficilmente si tornerà indietro, anche perché ora si rischia anziché di ricreare il modello virtuoso dei primi tempi dell'Iri, come dice Giorgio La Malfa, di cadere nel modello Atac. (eugenio occorsio)**

**Sara Bennewitz**

**Milano**

**F**orse è il fatto di avere l'Italia nella denominazione sociale, fatto sta che Alitalia per un verso e Telecom Italia per un altro, sono due delle peggiori privatizzazioni di sempre, sia dal lato del socio pubblico, sia dal lato degli azionisti privati che si sono avvicendati alla guida di entrambe le aziende. Peraltro, del rilancio di Alitalia e Telecom si sono fatte carico alcune delle più blasonate famiglie del capitalismo tricolore, senza riuscire a cambiargli le sorti. In alcuni casi peraltro, figure come i Benetton, Marco Tronchetti Provera, Roberto Colaninno hanno subito il doppio smacco di investire su entrambe con ritorni perfettibili. Stesso discorso per le maggiori banche tricolori, Intesa Sanpaolo e Unicredit, che a vario livello e con varie protezioni - non hanno solo finanziato le due aziende - ma sono anche state chiamate a partecipare all'av-



© RIPRODUZIONE RISERVATA

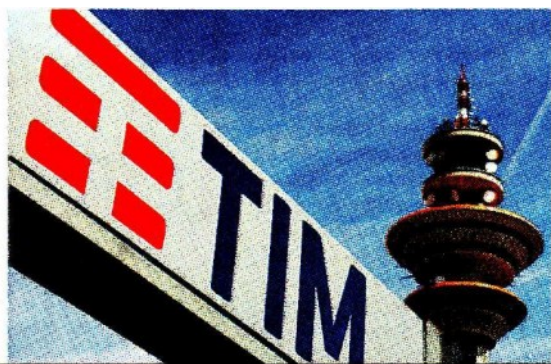
ventura con capitali propri.

C'è solo una magra consolazione che può alleviare il disastro tricolore, ed è che anche i più illustri Paesi europei quanto a aerolinee e telecomunicazioni hanno spesso fatto errori pagando un prezzo salatissimo. France Telecom ha persino cambiato nome in Orange, Lufthansa ha meditato di fare lo stesso diventando German Wings, Swiss Air è addirittura fallita. Ma il disastro di Alitalia e di Telecom, dal punto di vista finanziario, grida vendetta perché prima di passare dalle mani pubbliche a quelle "private", entrambe le società erano all'avanguardia del servizio e della tecnologia. Solo che, con i lenti tempi di reazione del nostro capitalismo, Alitalia e Telecom sono tracollate quando la competizione di aziende - nate al 100% da iniziative private e con organizzazioni e processi decisionali più agili - hanno fatto concorrenza su voli e tlc erodendo i grassi margini di aziende che fino ad allora operando in regime di oligopolio avevano una struttura di costi inefficiente. Con queste privatizzazioni il cittadino ha beneficiato di prezzi più bassi, ma ha avuto spesso infrastrutture e servizi scadenti perché per stare al passo con la concorrenza mentre si cerca-

va di tagliare i costi, si è lesinato sugli investimenti. Contare sulla rete in rame e sugli aerei vecchi è una strategia difensiva di breve, che nel lungo periodo, come si vede, tende a non pagare. Senza contare che per fare scala e crescere all'estero è imprescindibile sostenere costi fissi importanti, ma anche in questo caso servono capitali. Quelli che hanno creato Vodafone dal nulla vent'anni fa, che non a caso è nata in un paese come l'Inghilterra, che da anni campa di servizi perché la manodopera - come in Italia - costa troppo e vale solo se è molto qualificata. «Siamo stati meno capaci di stare al passo della concorrenza con aziende come Alitalia e Telecom - spiega Carlo Gentili di Nextam Partners - anche perché alcuni imprenditori, italiani e non come Bolloré, che hanno investito in queste realtà hanno pensato spesso al proprio tornaconto privato, spolpando le aziende per far fare l'affare alle loro controllate». Nel caso di Telecom, poi l'errore è stato quello di quotarla con la rete e senza un socio forte a difenderne l'interesse. Nel '97 tra i soci di Telecom c'era la famiglia Agnelli, che alla prima occasione ha fatto cassa. C'è di buono che, a giudicare dalla quotazione di Enav e delle Poste, lo stato ha dimostrato di aver imparato la lezione. La società che gestisce il traffico aereo, che è consi-

derata l'avanguardia nel suo settore, è stata l'unica Ipo di successo del 2016, anche se è sbarcata a Piazza Affari subito dopo il referendum sulla Brexit. Prima di Enav, anche il collocamento delle Poste Italiane aveva riscosso un discreto successo piazzandosi a metà della forchetta e debuttando a 6,75 euro (ma la seconda tranche di Poste non è andata in Borsa finendo dritta dritta in mano alla Cdp). Nel frattempo alla guida del gruppo Francesco Caio ha lasciato le deleghe in mano a Matteo Del Fante, ma a dispetto dei risultati anche a causa dell'effetto dell'argomento spread dopo le ultime elezioni, le quotazioni del gruppo sono scivolote sui livelli di tre anni fa. «Le ultime privatizzazioni, ma in generale quelle degli anni 2000 - conclude Gentili - sono andate meglio sia perché l'azionista pubblico ha mantenuto un forte presidio sul capitale, sia perché le ultime società ad essere quotate a Piazza Affari erano anche gli ultimi gioielli della corona, e non si poteva correre il rischio di svenderle».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



#### Telecom/Tim

La vendita, iniziata nel novembre 1997, fruttò 11,2 miliardi di euro, più 1,5 per la cessione di un'ulteriore quota nel 2002



**Amos Genish**, ceo di Telecom (1); **Roberto Colaninno** (2) che guidò la cordata di imprenditori che la privatizzò

