

Rassegna del 28/03/2018

Corriere della Sera	27	Amazon, stretta delle authority Il mistero sulle vendite italiane del colosso dell'e-commerce	Fubini Federico	1
Sole 24 Ore	1	L'analisi - Truffe digitali, perdite reali per i piccoli investitori - Finanza digitale con frode reale	Plateroti Alessandro	3
Repubblica Milano	2	La capitale dell'e-commerce ogni mese 650mila pacchi - Quella galassia di 650mila pacchi destinati ai milanesi	De Vito Luca	4
Repubblica Milano	3	La mini Amazon alla milanese punta all'Europa - Glocal e umano l'altra faccia dell'e-commerce	Gallione Alessia	7
Repubblica Milano	2	Intervista a Roberto Liscia - Roberto Liscia "La prossima sfida sarà aggregare in una consegna ordini diversi"	Bonotti Giulio	9
Mf	16	Perché anche tra le banche sarà decisivo trasformare le complessità in opportunità	Fiore Vincenzo	10
Sole 24 Ore	23	Da Bruxelles arriva l'ultimatum a Facebook	Biondi Andrea	11
Italia Oggi	20	Chessidice in viale dell'editoria - Agcom, per Martusciello serve legge su par condicio online.	...	12
Corriere della Sera	27	Wall Street - La caduta dei giganti web: giù Twitter, Facebook e Google	Sabella Marco	13
Il Fatto Quotidiano	17	La nostra vita su Facebook vale 20 dollari - Vite su Facebook 30 cent a clic e 20 dollari a utente: così diventiamo ricavi per il social	Della Sala Virginia	14
Messaggero	16	Abbonamenti in streaming portabili in tutta la Ue	...	17
Secolo XIX	15	Streaming, arriva la portabilità europea	...	18
Sole 24 Ore	24	Huawei diventerà numero uno anche senza gli Stati Uniti»	Salvioli Luca	19
Sole 24 Ore	2	Dai robot alle ibride, la risposta di Pechino alla quarta rivoluzione	Fatiguso Rita	20
Messaggero	11	Tesla crolla in Borsa per troppi debiti - Troppi debiti per Tesla crolla l'auto elettrica Giù Twitter e Facebook	Pompetti Flavio	21
Repubblica Lab	1	Intervista a Jonathan Nolan - "Attenti a quel robot: potrebbe dominarci" - Il Giudizio artificiale - "Noi e i robot: fermiamoci o sarà tardi"	D'Alessandro Jaime	23
Sole 24 Ore	12	«M'illumino di dati» ovvero la nuova luce hi-tech - La luce è il nuovo wi-fi Nei fasci illuminati dati e informazioni	Mancini Giovanna	27
Sole 24 Ore	2	Al via il piano sui Centri 4.0 in ogni Regione - Rete Ue al via, centri 4.0 in ogni regione	Fotina Carmine	29
Sole 24 Ore	2	Spezzatino incentivi, in Italia e Francia mix ricco	C.Fo.	31
Mf	21	Intervista a Attilio Fontana - Regioni 4.0 Lombardia - Più autonomia per crescere	Albricci Pierpaolo - Liuni Floriana	33
Mf	33	Regioni 4.0 Lombardia - Finlombarda, quattro passi avanti verso lo sviluppo	...	37
Sole 24 Ore	24	I sindaci di Telecom: in assemblea le richieste di Elliott - Tim ok dei sindaci alle istanze di Elliott	Olivieri Antonella	39
Sole 24 Ore	24	L'obiettivo resta la rete unica ma ora toccherà al nuovo governo	Fotina Carmine	41
Corriere della Sera	21	Il premio Carli per le eccellenze dell'economia	Ribaudo Alessio	42

Amazon, stretta delle authority

Il mistero sulle vendite italiane del colosso dell'e-commerce

Le indagini

Il faro delle Entrate sulla «succursale» di Milano. Il pressing dell'Agcom sui servizi di **Federico Fubini**

Il più grande mistero dell'economia italiana inizia per A e si pronuncia in sei lettere: «Amazon». Di quello che è diventato il maggiore rivenditore del Paese non un solo numero complessivo dei fatturati, utili o volumi è noto. Uno dei più grandi gestori di dati al mondo ne lascia trapelare pochissimi sui suoi affari nell'ottavo Paese industriale.

Eppure Amazon in Italia è ormai un protagonista tale da attrarre su di sé l'attenzione di realtà più tradizionali: le agenzie di controllo. Nelle prossime settimane l'Agcom prenderà una decisione che si spiega proprio con il carattere imperscrutabile delle sue attività nel Paese. In dicembre l'Autorità delle comunicazioni aveva inviato al gruppo di Jeff Bezos una diffida a «regolarizzare la propria posizione». Il problema riguarda la sua natura di società di servizi postali, dato i volumi di pacchi che fa circolare. Solo il 24 novembre scorso su Amazon in Italia sono stati ordinati due milioni di prodotti, quasi il quadruplo rispetto allo stesso giorno del 2015. Il gruppo di Seattle dovrebbe dunque sottoporsi agli obblighi sui contratti o i contributi indicati dalle leggi nazionali e europee per i servizi postali. La prima reazione di Amazon è stata di non rispondere. Non entro le due settimane indicate dall'Agcom. Poi è partito un dialogo «complesso» - le parti lo chiamano così - che sembra

proprio poter portare a una multa entro un mese, se Amazon non si piegherà.

Questo braccio di ferro è però solo un aspetto della trasformazione che Amazon sta imprimendo al tessuto delle imprese in Italia. Ieri l'agenzia statistica Istat ha mostrato che la fiducia fra i commercianti tradizionali è scesa sotto ai livelli del 2010; le chiusure nette di negozi nel 2017 sono state 10 mila secondo Confesercenti, mentre la grande distribuzione di elettronica di consumo scivola di nuovo nella crisi: giorni fa Trony ha annunciato il licenziamento di 500 addetti (chiude 43 negozi in Italia) e il mese scorso Mediaworld ha aperto una vertenza per l'uscita o il taglio ai salari di 700 dipendenti.

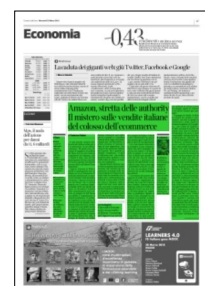
Con i suoi prezzi stracciati e le consegne a casa, Amazon è l'altro lato della medaglia del declino dei negozi. E in buona parte lo spiega. Le sue operazioni in Italia sono partite sul serio nel 2011 ma ora stanno esplodendo, a giudicare dal numero dei dipendenti: erano 1.158 nel 2015, sono 3.500 oggi e potrebbero arrivare a 6.500 nel 2021 con un piano di investimenti che ha già dispiegato 800 milioni.

Un'avanzata del genere presuppone di solito una crescita delle vendite e soprattutto degli utili, ma è qui che si apre la zona d'ombra. Amazon probabilmente fattura in Italia vari miliardi di euro, ma non lo dice. Né dice quanto né, soprattutto, se guadagna. Oppure se invece il suo catalogo da 175 milioni di prodotti, a prezzi spesso scontatissimi, genera perdite e per ora serve soprattutto a aprire il mercato facendo strage di concorrenti. Del resto per Amazon un rosso di qualche decina di milioni l'an-

no in Italia sarebbe del tutto sostenibile: lo può coprire qualche altra area dei ricavi da 177 miliardi di dollari (2017) del gruppo, specie in America e nei servizi «cloud» per computer.

Il gruppo di Seattle in Italia ha cinque fra società e «succursali», ma solo di quattro si conoscono i conti: quelli di Amazon Logistica, City Logistica, i call center di Cagliari e un'altra azienda di servizi. Ma queste sono solo le fornitrici infragruppo. Il cuore è nella «succursale» italiana della lussemburghese Amazon EU S.à.r.l. (ci sono poi le consorelle di Francia, Germania e Spagna) e poiché questa entità non è una società in proprio, i bilanci non sono depositati. Non se ne conosce un solo numero. Si sa solo che Amazon ha versato un'una tantum da 100 milioni di tasse 2011-2015 all'Agenzia delle Entrate a dicembre, dopo un'inchiesta penale. Ma si possono tentare fondate ipotesi: secondo il Politecnico di Milano, l'e-commerce in Italia è esploso del 28% a 12,2 miliardi nel 2017 e in altri Paesi Ue, stima Alessandro Allegri di Ambrosetti Am Sim, la quota di Amazon supera il 60%. Fosse così, i fatturati italiani di Bezos si avvicinano ormai agli 8 miliardi di euro. Eppure il gruppo paga poche tasse in Italia perché, si spiega, «i nostri profitti sono rimasti bassi». La priorità è fare volumi e ripulire il mercato dei concorrenti, grazie agli sconti su qualunque tipo di prodotto. Solo dopo forse si vedrà quanto già annunciato la settimana scorsa solo per il servizio di consegne Amazon Prime: prezzo quasi raddoppiato a 36 euro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il faro

● Nelle prossime settimane l'Agcom, guidata da Angelo Marcello Cardani, deciderà come affrontare la posizione delle società riconducibili ad Amazon in Italia

● Il problema riguarda la sua natura come società di servizi postali, dato il volume di pacchi che fa circolare in tutto il Paese

● Il gruppo fondato da Jeff Bezos, dovrebbe sottoporsi agli obblighi europei sui contratti,

Il colosso

● Jeff Bezos, fondatore e amministratore delegato di Amazon, il gigante del commercio elettronico nato nel 1995 in un garage nella periferia di Seattle, nel Nord Ovest degli Stati Uniti. I dipendenti nel mondo sono più di 150 mila

L'ANALISI**Truffe digitali,
perdite reali
per i piccoli
investitori****Finanza digitale con frode reale**di **Alessandro Plateroti**

Altro che Bitcoin e digital coins. Nascosti dalla confusione creata dal boom delle criptovalute, sembra infatti che gli algoritmi fraudolenti nel trading delle opzioni binarie si siano moltiplicati così velocemente (e pericolosamente) da trasformare i Bitcoin in un gioco da ragazzi. In realtà, sono ancora una volta il web e la finanza digitale a finire sotto accusa.

Dietro lo stop imposta dall'Esma alla vendita di opzioni binarie ai piccoli investitori c'è infatti uno scenario ormai ben noto: le insidie alla sicurezza del risparmio create non solo dall'unione tra finanza e tecnologia, ma soprattutto dall'elusività delle transazioni digitali su piattaforme globali sparse per il mondo. Nel caso specifico delle opzioni binarie, la sfida che affrontano le authority si gioca su un terreno persino più insidioso di quello delle criptovalute: i derivati non sono per loro natura una truffa, ma la loro vendita indiscriminata e fuorviante ai piccoli investitori ha trovato sul web un terreno estremamente fertile, scatenando ogni genere di manipolazione ai danni delle fasce più deboli del mercato.

La prima ad accorgersi del pericolo rappresentato da questo fenomeno è stata peraltro la Consob, che già ben prima della Mifid 2 ha avviato una battaglia informativa e legale per arginare le truffe delle opzioni binarie vendute su internet: tra i vari casi, ha smascherato due frodi condotte su Facebook da operatori senza scrupoli: Innovative Investment Holding and Progetto Apple vendevano opzioni binarie promettendo ricchezza nel giro di una notte. Ma delle perdite e dei rischi non facevano menzione. Chi è caduto nella trappola ha capito troppo

tardi il significato di opzioni "binarie": a differenza di altri derivati venduti sui mercati dei capitali, qui esistono solo due conclusioni, vincita o perdita. In questo schema di pagamento del «tutto o niente», gli investitori che scommettono su un aumento del prezzo delle azioni vanno in contro a due possibili risultati alla scadenza del contratto: se il valore del bene è aumentato nel periodo prefissato ricevono la somma di denaro prestabilita, in caso contrario non ricevono nulla.

Di truffe online si è sempre sentito parlare, ma i truffatori sono dietro l'angolo e la stessa Consob ha denunciato più volte i limiti che hanno frenato finora il lavoro della vigilanza. L'authority dispone nei confronti degli intermediari comunitari di limitati poteri diretti di vigilanza e/o di intervento. In particolare, sulle banche e imprese d'investimento comunitarie o extracomunitarie con succursale in Italia, la Consob è competente a vigilare soltanto sul rispetto delle regole di comportamento da parte della succursale nello svolgimento dell'attività nei confronti dei clienti italiani.

Discorso diverso vale invece per le banche e imprese d'investimento comunitarie che operano in Italia in libera prestazione di servizi, che rimangono direttamente vigilate dalla sola Autorità del Paese di origine, anche per i comportamenti non corretti posti in essere nei confronti della clientela italiana. In aggiunta a ciò, le controversie in materia di Cfd, rolling spot forex e opzioni binarie tra la clientela italiana e le imprese di investimento comunitarie senza succursale in Italia non possono essere portate davanti al nuovo Arbitro per le Controversie Finanziarie. Come se non ba-

stasse, la stessa Commissione ha segnalato come in Italia vi sia la presenza di un elevatissimo numero di operatori abusivi, ovvero di soggetti sprovvisti di autorizzazione ad operare in Italia, che tuttavia propongono comunque questi contratti tramite internet, senza essere sottoposti a vigilanza amministrativa da parte di alcuna Autorità.

Riassumendo, ciò che ha deciso ora l'Esma è di fatto quanto perorato dalla Consob da almeno due anni a questa parte: l'investimento in Cfd, rolling spot forex e opzioni binarie, non è adatto alla maggior parte degli investitori; tale forma di investimento può comportare perdite anche ben superiori al capitale inizialmente investito; occorre procedere ad avviare l'operatività soltanto dopo aver effettivamente compreso e valutato tutti i rischi connessi all'investimento in parola; è necessario accertarsi sempre che il soggetto offerente sia autorizzato ad operare in Italia, consultando gli appositi elenchi tenuti a cura della Consob (per quanto riguarda le imprese di investimento) e della Banca d'Italia (per quanto riguarda le banche), reperibili sui rispettivi siti istituzionali.

Nei prossimi tre mesi, tanto durerà il provvedimento dell'Esma, si potrà verificare se la forza delle regole europee può tener testa alle nuove sfide della finanza digitale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La capitale dell'ecommerce ogni mese 650mila pacchi

In un anno la consegna è cresciuta del 20 per cento. "Aggregare gli ordini prossimo passo

LUCA DE VITO

Tra i primi ad accorgersi che qualcosa stava radicalmente cambiando sono stati quelli di Amsa quando hanno deciso di avviare la raccolta porta a porta dei cartoni: il boom degli acquisti online, per loro, era un problema visto che fino a quel momento le scatole di pacchetti e pacchettini finivano nello stesso bidone della carta. Un bidone che stava diventando sem-

pre più pieno. Ma a certificare la crescita apparentemente inarrestabile del settore delle vendite online sono i numeri degli osservatori e di Netcomm, consorzio che raggruppa le aziende che si affidano esclusivamente alla rete per le loro attività: a Milano ogni mese entrano 650mila pacchetti destinati alle case dei milanesi.

pagina 11

Il caso

Quella galassia di 650mila pacchi destinati ai milanesi

Questi i numeri mensili che raccontano il boom degli acquisti online, con un giro di affari per la regione di 20 miliardi di euro

I numeri

L'impennata delle consegne di merci comprate in rete

650 MILA I pacchi di acquisti fatti online che vengono consegnati ogni mese a Milano. Sono 23mila al giorno

+ 20% I pacchi consegnati crescono ogni anno del 20% ma si stima che potrebbero raddoppiare in 3 anni

9% Le merci che non sono consegnate a domicilio ma ritirate in un punto preciso della città, come un'edicola o un negozio

- 18% Negli ultimi due anni il tempo medio di consegna dei pacchi relativi ad acquisti online si è ridotto del 18%

Amazon la fa da padrone e oltre il 70 per cento delle imprese è nelle mani di pochi operatori della logistica

LUCA DE VITO

Tra i primi ad accorgersi che qualcosa stava radicalmente cambiando sono stati quelli di Amsa quando hanno deciso di avviare la raccolta porta a porta dei cartoni: il boom degli acquisti online, per loro, era un problema visto che fino a quel momento le scatole di pacchetti e pacchettini finivano nello stesso bidone della carta. Un bidone che stava diventando sempre più pieno.

Ma a certificare la crescita apparentemente inarrestabile del settore delle vendite online sono i numeri degli osservatori e di Netcomm, consorzio che raggruppa le aziende che si affidano esclusivamente alla rete per le loro attività: a Milano ogni mese entrano 650mila

pacchetti destinati alle case dei milanesi, 1,5 milioni in tutta la Lombardia.

Ma cosa c'è dietro a tutto questo lavoro di merce in consegna? Un mondo intero, che si allaccia direttamente a quello della logistica: ovvero corrieri, fattorini, magazzinieri, trasportatori. I numeri, anche qui, parlano di un fenomeno gigantesco. In tutta la Lombardia ci sono 1.500 imprese del settore dei servizi di logistica per un totale di circa 150mila addetti, tra questi 15mila sono gli autotrasportatori. Il giro di affari che per la regione calcola all'incirca 20 miliardi di euro, un quarto di tutto il fattura-



to delle aziende italiane di logistica.

A spingere su questo versante è la richiesta di servizi sempre più accurati che arriva da parte degli utenti. Ci sono le consegne al piano, quelle flessibili, le consegne entro determinati orari o in luoghi predisposti. Ma i primi due elementi che il cliente si aspetta (gratuitamente) sono la possibilità di tracciare l'ordine e quella di restituire scatola e imballaggio. Quello della restituzione è un aspetto chiave che stravolge completamente il settore e che spinge le aziende a offrire soluzioni sempre più competitive. Uno dei casi che gli esperti prendono come esemplificativo è il mercato tedesco, dove i clienti dell'e-commerce sono abituati ad acquistare tre o quattro paia di scarpe o vestiti per volta per poi restituire quelli che non vengono scelti. La sofisticazione ha raggiunto un livello tale per cui alcune imprese arrivano a fare abbo-

namenti con cui mandano un certo numero di prodotti a casa del cliente, scelti sulla base dei suoi gusti ricavati con l'intelligenza artificiale: tra questi l'utente sceglie se vuole acquistare qualcosa o meno. Quello della resa è un dato in crescita anche in Italia dove il numero dei ritiri è cresciuto del 50 per cento rispetto alle consegne.

L'e-commerce in Italia ha comunque ancora strada davanti a sé: qui solo il 16 per cento dei condomini ha un servizio di portineria e la diffidenza delle imprese del settore ad affidarsi alle vendite online è ancora forte, nonostante le profonde trasformazioni che la tecnologia sta predisponendo. Non è un caso che Amazon la faccia da padrone nel nostro paese e che oltre il 70 per cento delle imprese sia nelle mani di pochi operatori della logistica.

Non bisogna poi dimenticare che tutto il mondo che sta dietro agli acquisti fatti con un

click è fatto prima di tutto di persone. Lavoratori che spesso subiscono sulla propria pelle la profondità di queste trasformazioni. «L'economia della connessione cambia a tal punto gli stili di vita da metterci di fronte ad un punto di non ritorno, ad una profonda rivoluzione della distribuzione delle merci fino a modificare le leggi di accumulazione del valore – dice Luca Stanzone sindacalista della Filt Cgil di Milano –. Avere un prodotto a disposizione in meno di un giorno recapitato al proprio indirizzo diventa più importante del prodotto stesso, diventa irrinunciabile. Per questo i lavori che consentono di avere una rete di distribuzione così capillare rappresentano una parte del futuro. È possibile coniugare l'innovazione dei processi con un nuovo umanesimo del lavoro? Questa è la domanda che dobbiamo porci».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La filiera

Nella foto in alto uno dei magazzini di Amazon. In basso, alcuni addetti del servizio di consegne in un'ora di Amazon Prime, una delle sfide del settore dell'e-commerce



Il racconto

La mini Amazon alla milanese punta all'Europa

ALESSIA GALLIONE, pagina III

Il racconto

Glocal e umano
l'altra faccia
dell'e-commerce

Yeppon.it, il portale nato vicino a Milano, ora vuole espandersi in Europa

”

Il 10 per cento delle vendite di tv passa da noi. Tra i nostri bestseller ci sono lavatrici e asciugatrici

Teniamo alla nostra identità e ai nostri dipendenti. Anche il call center lo abbiamo aperto a Meda

“

ALESSIA GALLIONE

Dimenticatevi l'astronave di Castel San Giovanni, nel Piacentino, quella grande come dodici campi da calcio, dove per trovare le merci bisogna giocare a battaglia navale tra gli scaffali e il ritmo è da catena fordista 4.0. Questione di dimensioni. E, forse, di filosofia. Anche se in questa mini Amazon alla milanese, la tecnologia che aiuta a districarsi tra arrivi e partenze, in fondo, non è poi così diversa da quella del gigante globale. Anche qui si fa e-commerce. E anche qui, in questo edificio industriale alle porte di Milano dove un tempo si producevano macchinette per il caffè e che è stato riadattato alle esigenze e ai tempi della new economy, ci sono le pistole scanner in grado di associare i pacchi – un migliaio al giorno le spedizioni – agli ordini. Anche qui, all'imbocco della Tangenziale Nord, arrivano e ripartono i camion da tutta Italia: una decina

al mattino, altrettanti al pomeriggio. Ma i turni sono scritti a mano su una lavagna e al punto ritiro spesso capita di trovare uno dei soci, che quando serve danno anche una mano in magazzino: «E non c'è niente di più utile per chi come me si occupa degli acquisti di parlare con la gente», dice Andrea Bonetti. Perché qui, globale e locale si mischiano. E i clienti li vedono anche in faccia: ordinano con un clic da casa, ma poi qualcuno decide di venire a ritirare direttamente alla sede madre per risparmiare sulla spedizione. «Come quel signore arrivato in bicicletta per portarsi via una stampante enorme». «O come l'altro, ricordi, che ha caricato un frigo sulla cabrio». «Ah, e il 95enne che ha preso una tv e ha chiesto di estendere la garanzia di cinque anni?». Quella di Yeppon.it, il portale di shopping online che da Nova Milanese adesso vuole puntare a espandersi in Europa, non è solo

una storia di Davide contro Golia. Certo, per chi fa e-commerce Amazon rimane un modello. «Ma solo per come mettono il cliente al primo posto, perché quello che c'è dietro e lungo la filiera non è sostenibile», dice Danilo Longo. È stato lui, che di e-commerce si è sempre occupato – «Fin dal 1999, quando in Italia c'era ancora diffidenza ad acquistare online» – e che si definisce un «folgorato dalla Rete» – ad aver fondato questa realtà insieme ad Andrea Bonetti e a Cristian Sacchini. Tre amici di infanzia under 40 che si sono incontrati alle scuole medie e frequentati giocando a calcio

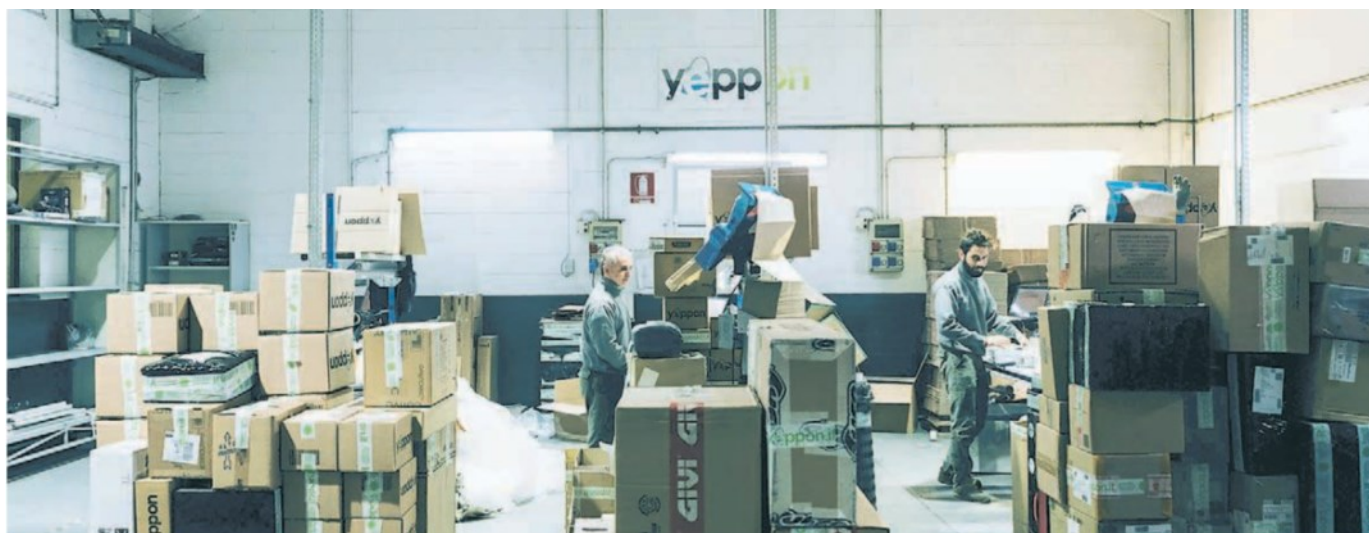


all'oratorio di zona Cenisio e che nel 2011, con 90mila euro di capitale sociale hanno deciso di buttarsi. Era l'anno – e forse non è un caso – in cui Amazon è sbarcata in Italia. «E anche noi abbiamo deciso di cavalcare l'onda. La crisi si sentiva, ma abbiamo cercato di tradurla in un'opportunità. I consumi si erano ridotti, certo, ma la richiesta non poteva essere scomparsa e il web consentiva alla gente di risparmiare», ricorda Cristian, che prima di salire a bordo arrivava dal mondo della moda. Hanno trovato uno spazio «grande poco più di un garage» in questo pezzo di Brianza attaccata a Milano. Sono partiti con 7 dipendenti vendendo solo elettronica e con un fatturato di un milione di euro raggiunto in quel primo anno. Sono arrivati a chiudere il 2017 con 38,5 milioni di giro d'affari, aggiungendo sempre più prodotti: dalle tv – «Abbiamo il 10 per cento del mercato online italiano», alle

lavatrici e alle asciugatrici, «i nostri bestseller tra gli elettrodomestici», dai ricambi per le moto ai giocattoli, dagli oggetti per il bricolage alla profumeria. E oggi, dopo essersi allargati alla Spagna, alla Francia e alla Germania, puntano ad altri Paesi come l'Austria o la Svizzera e, chissà, presto la mappa potrebbe comprendere anche la Polonia o il Benelux. Un'avventura all'estero fatta salendo proprio sulle portaerei della stessa Amazon o di Ebay. Ma «tra due o tre anni potremmo essere in grado di spedire autonomamente anche oltreconfine». Eppure è al territorio che dicono di essere legati. «Perché la nostra casa è questa – racconta Danilo – perché siamo e vogliamo rimanere un'azienda italiana e milanese e perché siamo Amazon, sì, ma in scala locale. Teniamo alla nostra identità e ai nostri dipendenti che sono tutti della zona». Da loro, per dire, non c'è la catena dei

subappalti che ha sollevato le proteste dei sindacati del gigante globale: «Si può fare questo business in modo sostenibile, più umano», rivendicano. «Anche il call center lo abbiamo aperto a Meda – continua Danilo –. Ci costa tre volte di più di un altro servizio esportato in Albania, ad esempio, ma va bene così». D'altronde, aggiunge Andrea, «quello che vorremmo è unire la convenienza del web alla familiarità del negozio sotto casa». E allora eccolo, lo sportello per il ritiro in sede. Ed ecco i clienti che si caricano i frigo sul tetto dell'auto: sono il 15 per cento dei 400mila che hanno all'anno. Gente che arriva da Milano e dalla Lombardia, che comunque rappresentano ancora il 35 per cento del loro mercato. «Ma qualcuno è arrivato anche da Genova». Cose che accadono quando si scala marcia e si naviga nell'e-commerce glocal.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Intervista



Roberto Liscia

“La prossima sfida sarà aggregare in una consegna ordini diversi”

GIULIO BONOTTI

Ma è vero che a Milano si consegnano 650mila pacchi al mese?

«Sì, circa 23mila ogni giorno. Ma presto saranno anche di più».

E da dove arriva questo dato?

«Abbiamo un osservatorio, misuriamo la vendita dei prodotti fisici che vanno sul commercio via Internet, l'e-commerce, e le transazioni on line dei consumatori. In Italia ogni mese contiamo 15milioni di consegne, nella provincia di Milano un milione e mezzo, è il record», dice Roberto Liscia. Ingegnere nucleare, esperto di innovazione tecnologica del consorzio Netcomm, aiuta a inquadrare meglio il flusso incessante di fattorini, furgoni, ciclisti con bagaglio nelle strade di Milano.

Ingegnere Liscia, quanto è forte questo incremento?

«Anno dopo anno, è del 20 per cento. Ma prevediamo che il dato attuale, di 23mila pacchi al giorno per Milano, possa raddoppiare tranquillamente in tre anni».

Senza problemi?

«In effetti, qui si nasconde un altro e più grosso problema. Man mano che gli acquisti on line e off line aumenteranno, le imprese si organizzeranno per spostare da un magazzino all'altro i vari prodotti. Ci saranno magazzini virtuali e non solo fisici, bisogna immaginare gli spostamenti da un punto all'altro della città e il settore alimentare sarà uno tsunami, con Esselunga abbiamo le prime avvisaglie».

Può spiegare meglio?

«Il settore alimentare ha bisogno non solo dei tempi di consegna, ma prevede una logistica con le temperature calde per alcuni prodotti preconfezionati, stesso sviluppo è alle porte per la catena del freddo e semifreddo. E le cifre

delle consegne fuori, tra il 2015 e il 2017 sono raddoppiate. Ormai esiste un nove per cento di merci che non sono consegnate a domicilio, ma ritirate in un punto preciso della città, che sia un'edicola, un negozio o un pick-point».

Ma in Inghilterra la percentuale delle merci che si ritirano fuori casa non è già del 30 per cento?

«Sì, ma anche se in Europa siamo un paese con appena il 16 per cento di abitazioni con portiere, restiamo quello con il più alto numero di consegne a casa perché abbiamo un alto tasso di anziani e di donne che non lavorano. L'amara battuta è che il portiere viene sostituito dalla disoccupazione».

E i nostri tempi di consegna come appaiono?

«Il tempo medio di consegna è diminuito del 18 per cento in due anni e nello stesso periodo è raddoppiato il numero delle consegne in due giorni. A Milano bisogna lavorare sull'aumento dei punti di ricarica elettrica, su furgoncini pensati per l'e-commerce e poi siccome i mercati all'ingrosso perdono valore, perché molte catene hanno un rifornimento autonomo di merci, là si potrebbero organizzare dei centri per riqualificare le consegne, per aggregare in un pacco quello che ho ordinato in posti diversi. Proprio noi di Netcomm siamo riusciti a imporre un nuovo codice a barre che viene messo su tutti i pacchi del mondo, in modo da consentire lo spostamento di un pacco da un corriere all'altro».

Cioè, il discorso e-commerce sembra agli inizi...

«E il 12 aprile invitiamo tutti i paesi dell'e-commerce a Milano, abbiamo parecchio da discutere sul futuro comune».



L'esperto

Roberto Liscia è esperto di innovazione tecnologica del consorzio Netcomm

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Perché anche tra le banche sarà decisivo trasformare le complessità in opportunità

DI VINCENZO FIORE*

Nei prossimi mesi le banche si troveranno ad affrontare numerose importanti sfide. Una di queste deriva dall'evoluzione delle normative e dall'entrata in vigore di specifiche direttive, tra le quali la più attuale e recente è la PSD2, Second Payment Service Directive. Lo scorso 11 dicembre la direttiva è stata recepita dal Consiglio dei Ministri con l'approvazione del relativo decreto legislativo di attuazione, diventando una realtà tangibile e segnando un importante passo nel percorso del digital payment in Italia. Con l'entrata in vigore della normativa, il 13 gennaio scorso, ha avuto ufficialmente inizio quella che può essere definita la digital transformation del mondo bancario, percependo la PSD2 come la chiave di volta nella rivoluzione che sta investendo il mondo dei pagamenti, sia da parte delle banche sia da parte di quei soggetti definiti come fornitori di servizi di tipo bancario. Infatti, con questa normativa, è previsto che i cosiddetti Tpp (Third Party Provider) possano avere accesso alle informazioni dei conti correnti, dei pagamenti e controllare la disponibilità dei fondi dei clienti bancari, previo consenso di quest'ultimi alla banca di riferimento. Ai Tpp verrà così riconosciuta la possibilità di eseguire transazioni, pagamenti in forma digitale, senza l'intermediazione della banca, per offrire ai clienti maggiori servizi e una più ampia scelta. Inoltre, nei prossimi mesi la concorrenza nel mercato dei pagamenti si allargherà ulteriormente, infatti i Gafa (Google, Amazon, Facebook, Apple), per quanto abbastanza limitati nel

breve periodo in termini di compliance, sono pronti a occupare un posto di rilievo nell'ecosistema dei pagamenti. In questo modo, l'ambito del digital payment è incentrato alla trasparenza e a una maggiore competizione agli occhi dei consumatori.

L'apertura a queste nuove frontiere è praticamente obbligata se si analizzano i dati di settore. Secondo il World Payments Report, realizzato in collaborazione da Bnp Paribas e Capgemini, entro due anni i pagamenti digitali nel mondo cresceranno del 10,9%, raggiungendo i 726 miliardi di transazioni per controvalore. Questa crescita deve essere riconosciuta ai New Digital Payment, le più innovative forme di pagamento digitale, che superano complessivamente 30 miliardi di euro.

Di fronte a questo scenario, per mantenere il vantaggio competitivo acquisito nei payment service, le banche dovranno ridisegnare i propri modelli di business, per offrire ai clienti un'ampia libertà di scelta rispetto alle modalità di esecuzione delle transazioni, realizzando l'integrazione tra gli strumenti di pagamento disponibili (carta di credito, di debito e conto di pagamento) e piattaforme per i servizi a valore aggiunto. Per tutte queste motivazioni, siamo convinti che gli istituti finanziari debbano aprirsi ai nuovi scenari di open banking, grazie alla nuova concezione di Bank as a platform attraverso la pubblicazione delle proprie Api, per fare rete con Fintech e Insurtech. In quest'ottica di open banking, un'opzione strategica è rappresentata dalla collaborazione tra banche e Fintech; solo in questa prospettiva si lavorerà in ottica di customer experience per-

sonalizzata e di valore, e si avrà un sostanzioso guadagno dall'utilizzo e dall'analisi dei Big Data.

La parola chiave di questo processo è open innovation, secondo cui gli unici obiettivi sono l'innovazione e l'offerta di servizi con valore aggiunto per i propri clienti, rivisitando il proprio modello di business. Questo avviene anche grazie all'investimento in realtà innovative, quali le Fintech che, attraverso soluzioni tecnologiche all'avanguardia e a continui investimenti in ricerca e sviluppo, possono accompagnare le banche in questo processo di apertura verso i clienti per offrire nuovi servizi su canali differenti.

Le banche, però, hanno ancora molta strada da fare: la ricerca svolta da Microsoft e Efma mostra che quasi la metà delle banche sostiene di non essere tecnologicamente pronta a incorporare la nuova direttiva nei propri sistemi, anche se quasi il 70% dichiara di possedere nel proprio piano l'implementazione di tali sistemi entro i prossimi anni, dimostrando interesse e apertura verso progetti innovativi.

Insieme a chi svolge il ruolo di abilitatore tecnologico, le banche innovative sapranno adattarsi a cambiamenti e alle imposizioni normative, trasformando in opportunità quello che inizialmente può sembrare una complessità e un rischio competitivo. (riproduzione riservata)

*ceo, Auriga



Social network. Due settimane di tempo per i chiarimenti - Zuckerberg comparirà davanti al congresso Usa

Da Bruxelles arriva l'ultimatum a Facebook

L'IMPATTO

Allarme globale dagli investitori pubblicitari. Il titolo Twitter continua a cadere e cede oltre l'11% a Wall Street

Andrea Biondi

■ Due settimane di tempo. Bruxelles dà il suo ultimatum a Facebook, chiedendo al gigante di Menlo Park di rispondere «entro due settimane» ad alcune richieste di chiarimento dopo il Datagate, con l'uso di informazioni sui suoi utenti da parte della società di marketing politico Cambridge Analytica. Tra le domande rivolte, ovviamente, la richiesta di informazioni circa il possibile coinvolgimento di cittadini europei.

Il monito, recapitato dalla commissaria Ue alla Giustizia, Vera Jurova, alla responsabile operativa del social, Sheryl Sandberg, arriva tuttavia nel giorno in cui è emerso che il numero uno del colosso dei social, Mark Zuckerberg, non vuole comparire davanti a una commissione parlamentare britannica, preferendo mandare al suo posto due manager del social network. Potrebbe comparire invece di fronte al Congresso Usa. Il 10 aprile il Congresso ha fissato un'udienza sul «futuro della privacy dei dati e sui social media» cui ha chiamato all'appello Zuckerberg ma anche i numeri uno di Google e Twitter.

Si vedrà. Ma intanto al momento difficile di Facebook, ieri si è aggiunta anche la giornata di difficile di Twitter a Wall Street, con perdite in serata andate anche oltre l'11 per cento. Il sito di microblogging ha pagato le valutazioni di Citron Research, secondo cui tra tutti i social media è Twitter a essere il più vulnerabile a regolamentazioni sulla privacy. «Aspettate fino a quando il Senato scoprirà che quest'anno Twitter ha generato 400 milioni di dollari vendendo semplicemente dati degli utenti, non pubblicità», ha spiegato Citron sul suo sito.

Effetti della propagazione, in-

somma, di uno scandalo che vede sul banco degli imputati Facebook sul tema della salvaguardia dei dati personali e che ieri ha registrato un'altra levata di scudi nel mondo pubblicitario. A chiedere spiegazioni è stata l'associazione dei pubblicitari francesi. L'Uda ha richiesto un incontro immediato a Facebook e, a quanto si legge in una comunicazione dell'unione di pubblicitari francesi, l'incontro con Laurent Solly, Facebook VP Southern Europe, dovrebbe tenersi giovedì.

Su tema l'attenzione è alta anche in Italia. A quanto appreso dal Sole 24 Ore è prevista per oggi una riunione del Consiglio di Audiweb. L'appuntamento era stato fissato da tempo con vari punti all'ordine del giorno. Oggi però sarà centrale la discussione sulla nuova rilevazione «Audiweb 2.0», annunciata a fine anno dalla società e attesa nella prima parte dell'anno. Il Consiglio discuterà e dovrebbe decidere se andare avanti o prendere tempo rispetto alla diffusione della nuova rilevazione. Quale il tema? La metodologia è stata realizzata in partnership con Nielsen ma per chiudere il cerchio il Big data provider scelto è Facebook. In sostanza il big data di Facebook è stato scelto per «colorare» le rilevazioni con indicazioni sociodemografiche.

Quel che è successo con Cambridge Analytica, un impatto evidentemente, quantomeno su ragionamenti generali lo ha generato. «Questi dati - spiega al Sole 24 Ore il presidente Audiweb, Marco Muraglia - sono elaborati con procedure che garantiscono la completa anonimizzazione e la totale privacy degli utenti. Il nostro Panel resta la fonte principale di calibrazione e verifica. Chiarito che si tratta quindi di informazioni funzionali alla profilazione dell'audience, non dell'utente, è evidente che non vi è alcuna similitudine né implicazione rispetto alle problematiche emerse con riferimento alla vicenda Cambridge Analytica».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sotto accusa. Mark Zuckerberg



CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

Agcom, per Martusciello serve legge su par condicio online. «È necessario quanto prima un intervento legislativo volto a disciplinare il settore della par condicio online al fine di tutelare in modo efficace un'autentica formazione del consenso sociale»: è quanto ha annunciato ieri a Trieste il commissario dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni Antonio Martusciello. «L'istituzione del tavolo tecnico per la garanzia del pluralismo e della correttezza sulle piattaforme digitali da parte di Agcom si muove in questa direzione», ha aggiunto Martusciello, «ma è necessario compiere altri passi in avanti». Come Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, sempre secondo il Commissario, «intendiamo redigere un report sull'andamento della comunicazione politica durante la recente campagna elettorale come base per una segnalazione al governo, finalizzata ad aggiornare la legge sulla par condicio alle esigenze dettate dalla rete».



 Wall Street

La caduta dei giganti web: giù Twitter, Facebook e Google

di **Marco Sabella**

Improvvisa virata in negativo di Wall Street e dei principali titoli hi tech della borsa americana a meno di un'ora dalla chiusura delle contrattazioni. Ieri il Nasdaq ha registrato un tonfo finale di oltre 200 punti, con un arretramento del 2,93%, trainato al ribasso dal violento calo di Twitter, in caduta libera con una perdita di oltre il 12%. Seguono a ruota gli altri colossi del web, da Facebook, giù di quasi il 5% a Google, che registra un tonfo del 4,57%. La stessa Amazon arretra del 3,78%, mentre Microsoft, la più «tradizionale» delle società della new economy, su cui pochi giorni fa gli analisti avevano espresso giudizi molto lusinghieri ipotizzando lo sfondamento di quota 100 dollari per azione, scende a 89, con una perdita del 4,6%. Regge meglio all'ondata di vendite l'indice Dow Jones Industrial, che ha chiuso la giornata con un -1,43%, mentre l'S&P500 fa un po' peggio con un calo dell'1,73%.

L'epicentro di questo scossone di Wall Street sono dunque le società hi tech, sotto i riflettori in questi giorni a causa di una molteplicità di fronti di crisi che vanno dal versante reputazionale, con lo scandalo dei dati Facebook trafugati a fini di manipolazione politica, al rischio fiscale, vista la volontà delle autorità europee di pervenire a una qualche forma di tassazione dei giganti del web. La volatilità ha dominato la giornata, accentuandosi nelle ultime ore della seduta e portando l'indice Vix sul Nasdaq, che misura le oscillazioni delle quotazioni, a un rialzo di oltre il 19%, fino al livello assoluto di 29,85.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



AFFARI SOCIAL

La nostra vita su Facebook vale 20 dollari

◦ DELLA SALA A PAG. 16

Vite su Facebook

30 cent a **clik** e 20 dollari a utente: così diventiamo **ricavi** per il social

OLTRE IL DATAGATE Il business del colosso di Menlo Park è offrire pubblicità mirata grazie all'enorme mole di dati. Ecco quanto valgono le nostre interazioni sociali sul web

828 mln

User in Asia Il triplo di quelli Usa ma fanno 1 decimo del fatturato

» VIRGINIA DELLA SALA

Facebook ha un problema: si parla di privacy violata, di dati rubati, di targetizzazione, di uso strumentale a fini politici. Il concetto che il prodotto dei social network sono gli utenti ora è chiaro anche a loro. Gusti e abitudini sono a disposizione degli inserzionisti per permettere alla piattaforma di monetizzare, prassi autorizzata dagli stessi utenti quando accettano le condizioni d'uso. Ma quanto vale per Facebook un suo utente? I numeri ci sono. Precisamente, per Facebook un utente europeo nel quarto trimestre del 2017 valeva 8,86 dollari. Molto meno rispetto a uno degli Stati Uniti e del Canada, dove di dollari ne vale 26,76. Nella regione dell'Asia e del Pacifico, si scende a 2,54 dollari fino a 1,86 nel resto del mondo. In media, quindi, un utente del social network fondato da Mark Zuckerberg vale globalmente 6,18 dollari a trimestre,

circa 20 all'anno.

LA QUASI totalità della cifra deriva dalla pubblicità. Il calcolo viene fuori dalle cosiddette *revenue-generating activities*, le attività che generano ricavi. Per la definizione, bisogna spulciare il rapporto annuale che Facebook invia alla Sec, l'ente federale statunitense che vigila sulla Borsa. "Generiamo sostanzialmente tutte le nostre entrate dalla pubblicità - si legge -. I nostri introiti pubblicitari vengono generati visualizzando i prodotti pubblicitari su Facebook, Instagram, Messenger, siti web affiliati di terze parti o applicazioni mobili". Gli inserzionisti pagano per i prodotti pubblicitari direttamente o attraverso le loro relazioni con le agenzie pubblicitarie, in base al numero di impressioni pubblicate o al numero di azioni, come i clic, prese dagli utenti: "Riconosciamo le entrate derivanti dalla visualizzazione di annunci basati sulle impressioni nel periodo contrattuale in cui vengono pubblicate. Le impressioni sono considerate consegnate quando un annuncio è visualizzato da un utente. Riconosciamo le entrate derivanti dalla pubblicazione degli annunci nel periodo in cui un utente intraprende un'azione per la quale l'inserzionista ha stipulato un

contratto". A seconda del dettaglio e della tipologia dell'inserzione varia il prezzo per l'inserzionista. Le scarse entrate della piattaforma derivano dalle commissioni che ricevono dagli sviluppatori che utilizzano l'infrastruttura di pagamento e dalle commissioni ("che non sono state significative negli ultimi periodi", specifica Facebook) derivanti dalla fornitura di dispositivi con piattaforma di realtà virtuale.

NON ESISTONO numeri ufficiali su quanti annunci pubblicitari circolino sul social network. A metà del 2017 Facebook aveva annunciato di aver raggiunto quota 5 milioni di inserzionisti ogni mese (erano 3 milioni a marzo del 2016, 4 milioni a settembre dello stesso anno). Questo significa che, sempre in media, ogni inserzionista ha investito in pubblicità su Facebook circa 667 dollari al mese, 8 mila circa all'anno. Tra il 2016 e il 2017 la per-



centuale di crescita tra ricavi e utenti non è stata armonica: i ricavi sono saliti di circa il 48 per cento mentre la popolazione online è lievitata del 16 per cento. Se infatti una buona parte dell'efficacia di una pubblicità su Facebook (e quindi del suo costo) dipende dal numero di persone che raggiunge, un'altra buona parte dipende dal livello di personalizzazione di quella pubblicità: più è targettizzata, più costa, più è richiesta, più costa, più è specifica, più costa. Gli utili, invece, seppur in positivo sono cresciuti molto meno rispetto al 2016, anno in cui sono aumentati del 180 per cento. Facebook lo aveva ammesso: era stato raggiunto il numero massimo di inserzioni possibili per non danneggiare l'esperienza degli utenti. E quest'anno lo ha ribadito: le modifiche all'algoritmo che permettono agli utenti di vedere prima di tutto quanto condiviso da amici e familiari produrrà una minor crescita dei ricavi. È inevitabile.

SE SI GUARDA poi agli utenti attivi mensili - pur tenendo conto della possibilità di account fasulli - ci si accorge che nell'ultimo trimestre del 2017 sono meno là dove i ricavi sono maggiori, cioè Usa e Canada (239 milioni, mentre sono 828 in Asia). A influire sul costo delle inserzioni quindi è la loro provenienza, i destinatari e il livello di personalizzazione applicato. Le opzioni di pagamento a Facebook sono comunque diverse: c'è il costo per click, ovvero il pagamento solo se qualcuno interagisce con l'inserzione; il costo per mille, ovvero il pagamento ogni volta che Facebook avrà mostrato la pubblicità a 1000 persone (il più economico); il costo per azione, che dipende da cosa si vuole che gli utenti facciano e il costo per i "mi piace", che si paga solo quando qualcuno mette un "mi piace" sulla pagina. AdE-

spresso, una società che si occupa di ottimizzare la pubblicità online, ha effettuato dei calcoli basandosi sui suoi dati del 2015 e del 2016. In media, il costo per clic a marzo 2016 era di circa 28 centesimi, poco più di 30 quella per i "mi piace", 1,75 dollari per azioni personalizzate, come ad esempio una app installata. Una piattaforma al confine tra il social network e l'agenzia pubblicitaria. D'altronde è la stessa Facebook ad ammetterlo nei suoi rapporti: tra i suoi competitor annovera, infatti, "le aziende che vendono pubblicità".

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL BUSINESS DEI DATI

RICAVI

■ Altre entrate
■ Pubblicità

Valori in milioni di dollari



RICAVI MEDI PER UTENTE



I numeri

-5%

Quanto è calato ieri il titolo di Facebook a Wall Street, a un'ora dalla chiusura delle contrattazioni.

2,1

Miliardi di utenti mensili attivi su Facebook nel quarto trimestre del 2017

1,4

Miliardi di utenti giornalieri attivi su Facebook nel quarto trimestre del 2017



A colpi di mouse

Il fondatore e numero uno di Facebook, Mark Zuckerberg. Così il social guadagna dagli utenti *Ansa*

Abbonamenti in streaming portabili in tutta la Ue

LA SVOLTA

ROMA Dopo l'abbattimento del roaming per le chiamate, nel mercato unico del digitale cade un'altra barriera: dalla domenica di Pasqua, chi è in viaggio in un Paese europeo diverso dal suo potrà guardarsi le partite di calcio o le serie tv preferite come se stesse a casa sua. Grazie ad un regolamento Ue infatti, gli abbonamenti ai servizi che offrono streaming di contenuti (come SkyGo, Amazon e Netflix) diventano portabili ovunque in Europa. Finora, gli italiani in trasferta all'estero per svago o per lavoro, aprendo la pagina del proprio account di Sky Go vedevano comparire un messaggio scoraggiante che li informava della realtà: il contenuto non è disponibile fuori dall'Italia. Una situazione paradossale e ingiusta secondo la Commissione europea, visto che gli abbonamenti sono regolarmente pagati. Per gli utenti di Netflix la situazione è leggermente differente: il servizio offre cataloghi diversi a seconda dei Paesi, ma non oscura tout court l'abbonamento quando si varcano i confini nazionali. In ogni caso, tutte queste distinzioni spariranno a partire da domenica.



I CONTENUTI SARANNO CONSULTABILI ANCHE ALL'ESTERO

Streaming, arriva la portabilità europea

Da domenica stop alle restrizioni per chi ha un abbonamento pagato

BRUXELLES. Dopo l'abbattimento del roaming per le chiamate, nel mercato unico del digitale cade un'altra barriera: dalla domenica di Pasqua, chi è in viaggio in un Paese europeo diverso dal suo potrà guardarsi le partite di calcio o le serie tv preferite come se stesse a casa sua. Grazie ad un regolamento Ue, infatti, gli abbonamenti ai servizi che offrono streaming di contenuti (come SkyGo, Amazon e Netflix) diventano "portabili" ovunque in Europa.

Finora, gli italiani in trasferta all'estero per svago o per lavoro, aprendo la pagina del proprio account di Sky Go vedevano comparire un messaggio scoraggiante che li informava della realtà: il contenuto non è disponibile fuori dall'Italia. La stessa cosa succede agli svedesi quando aprono fuori dalla Svezia il loro account Home Box Office (Hbo), o ai francesi quando tentano di vedere un film su MyTF1 fuori dalla Francia. Una situazione paradossale e ingiusta secondo la Commissione europea, visto che gli abbonamenti sono regolarmente pagati. Per gli utenti di Netflix la situazione è leggermente differente: il servizio offre cataloghi diversi a seconda dei Paesi, ma non oscura *tout court* l'abbonamento quando si varcano i confini nazionali.

In ogni caso, tutte queste distinzioni spariranno a partire da domenica, quando tutti avranno accesso nei 28 Paesi Ue ai contenuti che hanno pagato nel loro Stato. Vale anche per gli e-book e per la musica, e ovviamente non ci saranno costi supplementari. Ma a mettersi in regola dovranno essere, obbligatoriamente, solo i servizi privati. Per quelli pubblici resta facoltativo offrire o meno i contenuti all'estero, quindi non è chiaro se, ad esempio, alcuni contenuti Rai saranno visibili anche fuori dall'Italia.

«L'eliminazione degli ostacoli che a lungo hanno impedito agli europei di fruire dei loro abbonamenti digitali anche quando sono in viaggio è un nuovo successo del mercato unico digitale», ha detto la commissaria al digitale Mariya Gabriel. La quale spiega che la Ue ha dato una risposta alle esigenze sempre crescenti dei "millennials": grazie a loro, tra il 2010 e il 2014 la spesa per lo streaming è aumentata del 113% all'anno, e nel 2014-2015 gli utenti sono cresciuti del 56%. Secondo le stime di Bruxelles, saranno almeno 29 milioni gli europei più felici da domenica, cioè quelli che utilizzeranno la portabilità transfrontaliera: «Cifra destinata ad aumentare notevolmente, per raggiungere i 72 milioni di consumatori entro il 2020», scrive la Ue.



Telefonia. Parla Richard Yu, ceo del colosso cinese

«Huawei diventerà numero uno anche senza gli Stati Uniti»

L'OBIETTIVO

«Il mio target è portare la miglior fotocamera oppure la batteria che dura di più: in questo siamo superiori a Samsung ed Apple»

Luca Salvio

PARIGI. Dal nostro inviato

«Non mi interessa tanto la quota di mercato, ma riuscire a investire sulla tecnologia per portare l'innovazione nei nostri smartphone» dice Richard Yu, ceo di Huawei Consumer Business Group durante le prime battute di un'intervista con alcuni giornali internazionali tra cui Il Sole 24 Ore, unica testata italiana. Yu è appena sceso dal palco dove ha presentato i nuovi P20 e P20 Pro, modelli di punta dell'azienda cinese in vendita da oggi (prezzo dai 679 a 899 euro) che puntano soprattutto sul comparto fotografico: il modello Pro in particolare monta tre diverse fotocamere di cui una da 40 megapixel. «Montare un sensore del genere su una superficie così piccola non è una cosa semplice e soprattutto è molto costoso. Lavoravamo a questi telefoni da circa 2 anni e mezzo».

C'è un cambio evidente nel racconto che Huawei fa di se stessa. Il focus è più sulle tecnologie e il design piuttosto che sui volumi da un paio di anni, ma lo è ancora di più da quando si è spinta sui processori costruiti in casa dedicati all'intelligenza artificiale. Settore in cui se la gioca con Apple, Samsung e produttori di chip come Qualcomm e tecnologie di rete come Google e Amazon. Huawei è oggi il numero 3 al mondo negli smartphone, dietro a Samsung e Apple. Nel primo calo storico

del mercato fotografato da Gartner a febbraio (-5,6% nel quarto trimestre), il gruppo cinese è l'unico della top 3 che ha accresciuto le vendite: secondo gli ultimi dati globali Samsung ha ora il 18,2%, Apple il 17,9% e Huawei il 10,8. «Probabilmente entro la fine del 2019 saremo i numeri 2 al mondo - spiega Yu - ma il mio target non è tanto questo, quanto portare la miglior fotocamera dell'industria ai consumatori, come stiamo facendo con il P20, oppure la batteria che dura di più. In questo siamo superiori a Apple e Samsung, loro hanno solo un marchio più forte. Investiamo oltre 10 miliardi di dollari in ricerca e sviluppo all'anno, con una crescita del 20% rispetto ai 12 mesi precedenti per avere in prodotti migliori».

Il problema del brand a dire il vero non c'è in Italia, dove Huawei è a un passo da Samsung - nei mesi natalizi è stato quasi un testa a testa - e sopra Apple. L'Italia dopo la Cina è il primo mercato per il gruppo cinese. C'è un problema enorme dall'altra parte dell'Oceano, dove Trump, aiutato dagli ammonimenti di Cia e Fbi, ha di fatto quasi bandito gli smartphone di Huawei dal mercato per un tema di sicurezza e presunti legami con il governo cinese. I più grossi operatori locali non vendono i loro smartphone top di gamma e di recente anche Best Buy ha detto che non tratterà più telefoni Huawei. Yu dice più volte che non vuole parlare di questo, ma non è tipo molto capace di tenersi e con tono palesemente amareggiato risponde che «è una vicenda molto difficile. Non è un problema di tecnologia, non è un problema di pro-

dotti. Abbiamo fatto di tutto per dimostrare che siamo attenti alla sicurezza. I consumatori ci amano, anche gli operatori e i retailer. È qualcun altro che... è un tema polico. Detto questo è solo questione di tempo, noi diventeremo numero 1 al mondo anche senza il mercato statunitense».

A proposito di America, parliamo di Facebook. Cosa ne pensa della vicenda Cambridge Analytica, con dati personali degli utenti usati per scopi che andavano ben oltre la loro consapevolezza? «È un tema molto preoccupante. Noi non abbiamo mai condiviso dati degli utenti con terze parti. Credo che una buona risposta sia in arrivo in Europa con la Gdpr (la nuova normativa sui dati personali, ndr). Sono convinto che sia una questione basilare da affrontare con una nuova regolamentazione».

Huawei è ormai anche un produttore di chip, visto che i nuovi telefoni, come anche il Mate 10, hanno al loro interno il Kirin 970 con un modulo dedicato all'intelligenza artificiale. Pensate di vendere i vostri chip ad altri? «Dovrei venderli a Apple o Samsung - scherza - perché dietro di noi ci sarà un consolidamento, altrimenti molti produttori moriranno. Resisterà solo chi avrà la capacità di mercato e finanziaria per fare investimenti e portare nuova innovazione su intelligenza artificiale e 5G».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Huawei.** Il ceo Richard Yu

Made in China 2025. Obiettivo leadership mondiale

Dai robot alle ibride, la risposta di Pechino alla quarta rivoluzione

ACACCIA DI INVESTIMENTI

I primi a essere interessati sono stati tedeschi e inglesi. Trattamento paritario garantito, sulla carta, soltanto nelle zone di libero scambio

Rita Fatiguso

■ Attrazione fatale. La quarta rivoluzione industriale, Industria 4.0, ideata dalla Germania nel segno della tecnologia applicata ai processi produttivi, è piaciuta talmente tanto a Pechino da spingerla, tre anni fa, a lanciare Made in China 2025. Il piano cinese punta a migliorare l'industria nazionale, a renderla competitiva entro il 2035 e a conquistare la leadership mondiale entro il 2049, centesimo compleanno della Nuova Cina.

I numeri sono da capogiro: Made in China prevede un incremento del 70% dei robot industriali, l'80% delle macchine ibride o elettriche, il 70% dei dispositivi medici e l'80% dei componenti per macchinari avanzati. Pechino sa bene che il vero Made in China nel mondo ha un bassissimo indice di gradimento, costi bassi, bassa qualità, nonostante il boom della tecnologia applicata alla finanza - i pagamenti digitali sono pari al 69%, contro il 42% degli Stati Uniti e una media globale del 33%. Nel suo ultimo discorso l'ex Governatore della Banca centrale cinese, Zhou Xiaochuan, non a caso ha profetizzato che in Cina, a breve, non circoleranno più banconote.

Tuttavia, la Cina che produce oltre il 90% dei telefonini, il 60% dei televisori, l'80% dei computer - in pratica, la fabbrica del mondo - ha bisogno di investimenti altamente qualificati. Manco a dirlo, i primi a tendere le orecchie a Made in China 2025 sono stati tedeschi e inglesi, pronti a studiare il piano nei dettagli cercando di cogliere le opportunità e i rischi. Ma come sta andando la strategia in questa fase di aumento del costo del lavoro e dell'aumento di pressioni su ambiente e risorse unite alla competitività di altri Paesi anche in Asia? L'attrazione di nuovi arrivi qualificati da consacrare in joint venture paritetiche si sta rivelando complessa, e la vera zavorra è rappresentata, ben oltre le parole alte di Xi Jinping del famoso discorso di Davos 2017 sulla globalizzazione, dalla lentezza delle riforme cinesi.

Lo State Council ha dettato l'anno scorso linee generali poi diffuse, ancor più in dettaglio, dalla municipalità di Shanghai per spingere sui nuovi arrivi: ben 8.734 aziende straniere figuravano registrate nella zona di pilota di libero scambio a Pudong con investimenti pari a 688 miliardi di yuan (circa 100 miliardi di dollari). È partita la nuova negative list applicabile alle zone più "calde", le 11 Free trade zones autorizzate, a partire dalla prima, quella di Shanghai, inaugurata a fine settembre del 2013.

In contemporanea, è stato

varato anche il nuovo catalogo degli investimenti stranieri in Cina, lo scorso 28 giugno il Ministero del Commercio (MofCom) e la Commissione nazionale per lo sviluppo e la riforma (NDRC) hanno dato il via libera a un nuovo catalogo che contempla un minor controllo sugli investimenti esteri nel settore dei macchinari ferroviari, nei prodotti farmaceutici, nelle assicurazioni, nella contabilità e nell'industria dei trasporti. Nel frattempo, è stato ufficializzato anche il numero di industrie limitate agli investitori stranieri, ridotto di 30 settori.

Eppure, non basta. Il diritto a un trattamento paritario sembra garantito, sulla carta, soltanto nelle zone di libero scambio. Come si possa aderire senza patemi d'animo a Made in China 2025 è ancora un rebus e in Europa, dove i Governi hanno varato misure per l'industria 4.0, in molti storcono ancora il naso. Se le barriere non cadranno per davvero, la prima a soffrirne sarà la Cina di Xi Jinping versione 2.0, il segretario generale è al suo secondo round e dovrà affrontare e sbrogliare proprio queste difficoltà.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Anche Facebook e Twitter in caduta libera a Wall Street Tesla crolla in Borsa per troppi debiti

Flavio Pompetti

Non ce la fa più Elon Musk, l'inventore dell'auto elettrica made in Usa e di tanti altri avveniristici progetti, a cavalcare il sogno che l'ha fatto

volare per gli ultimi quindici anni. La borsa di Wall Street negli ultimi giorni sta punendo il titolo della sua Tesla con un deprezzamento progressivo delle azioni. In caduta libera anche Facebook e Twitter. *A pag. 11*

Panico a Wall Street Troppi debiti per Tesla crolla l'auto elettrica Giù Twitter e Facebook

► Tonfo dell'8,2% per la società di Musk ► Prosegue la serie nera dei colossi social
Paga la crescita vorticoso senza risorse che hanno perso la fiducia degli investitori

**IN UN ANNO IL GRUPPO
AUTOMOBILISTICO
HA ACCUMULATO
UN ROSSO PER 2 MILIARDI
A FRONTE DI 100 MILA
VETTURE VENDUTE**

**LA CADUTA PEGGIORE
PER IL GIGANTE
DEI MESSAGGI BREVI
CHE CEDE IL 12%
E GLI ANALISTI ORA
TEMONO IL PEGGIO**

IL MERCATO

NEW YORK Non ce la fa più Elon Musk, l'inventore dell'auto elettrica made in Usa e di tanti altri avveniristici progetti, a cavalcare il sogno che l'ha fatto volare per gli ultimi quindici anni. La Borsa di Wall Street negli ultimi giorni sta punendo il titolo della sua Tesla con un deprezzamento progressivo delle azioni. Ieri ha perso un altro 8,2%, che aggiunto agli slittamenti dell'ultimo mese sommano un crollo del 20 per cento. Una caduta verticale che segnala una crisi forse irreversibile.

I DETTAGLI

L'elemento che per tanti anni aveva sospinto il volo della sua azienda, la fiducia cieca degli investitori, sta venendo a manca-

re e senza l'entusiasmo che ha drogato le valutazioni del titolo, resta l'amara realizzazione delle tante pecche che hanno affossato la corsa del roadster, l'auto elettrica, per milionari. Il sud africano naturalizzato negli Usa Elon Musk aveva sbalordito il mondo quando nel 2013 aveva trasformato i favolosi profitti realizzati con la vendita del sistema di riscossione online PayPal nella produzione di una vettura sportiva da 100.000 dollari. Quando ancora le grandi di Detroit tergiversavano sul fronte dell'alimentazione alternativa, Musk aveva mostrato con la sua Tesla una vettura di manifattura superiore, perfetta nei dettagli e nella meccanica. I primi fortunati possessori pontificavano sul loro "meraviglioso oggetto", e le stesse case automobilistiche che avevano deriso il gio-

vane costruttore iniziarono a puntare i propri soldi sul titolo dell'azienda.

L'AVVITAMENTO

Nel 2005, in un anno di scarse fortune finanziarie, una delle poche voci di bilancio in attivo per la Daimler era l'investimento in azioni della Tesla. L'avventura è continuata con l'arrivo di due altri modelli: un rifacimento della vettura base, e un cros-



sover, sempre con tiratura limitata e a prezzo molto elevato. A chi lo criticava perché continuava a perdere soldi nonostante il successo delle sue vetture, Musk replicava che il momento della resa dei conti sarebbe arrivato con la produzione della Model 3, il salto dell'azienda verso l'assemblaggio di una vettura dal prezzo accessibile, costruita in grande scala.

I PROGETTI

La promessa era sostenuta da un altro enorme progetto: la costruzione di una fabbrica di batterie nel deserto del Nevada, in grado di fornire le 25-30.000 Model 3 che la Tesla si preparava a produrre. Ed è su questi due cardini che le fortune della società hanno iniziato a divergere dal sogno. Nel passaggio dalla piccola alla grande scala, Musk ha mostrato di non sapere amministrare la complessità della nuova sfida. Il debutto della Model 3 l'anno scorso è stato segna-

to da una serie di ritardi e di intoppi sulla linea che hanno lasciato a bocca asciutta i 500.000 clienti che avevano versato 1.000 dollari per prenotarne una. La fabbrica di batterie ha avuto una serie infinita di problemi nelle linee automatiche, al punto che nelle ultime settimane gli operai erano tornati a finire l'assemblaggio a mano. La scadenza del 3 aprile con i risultati della trimestrale finanziaria si avvicina, e la Borsa ora tira le redini.

LE SPIEGAZIONI

Musk difficilmente riuscirà a spiegare come un'azienda che vale sulla carta il doppio della Ford abbia prodotto l'anno scorso 100.000 vetture con 2 miliardi di dollari di perdite, mentre la casa di Dearborn ha registrato un profitto di 7,6 miliardi su 6 milioni di vetture vendute. La caduta del titolo Tesla è aggravata da quella degli indici principali di Wall Street, dove la vo-

latilità resta altissima. Dopo la ripresa con turbo di venerdì, gli indici sono tornati a scendere ieri con la perdita di altri 344 punti del Dow (-1,4%) e di 211 del Nasdaq (-2,9%).

LA POLITICA

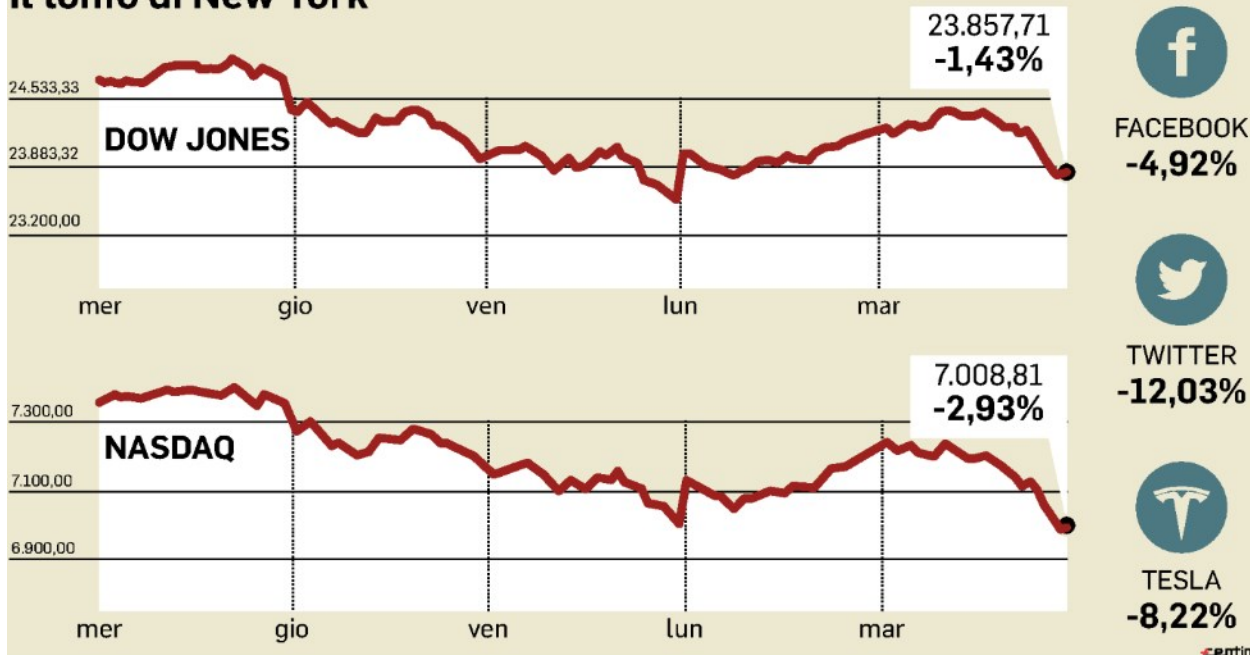
Il timore principale resta quello che la schermaglia in atto nella guerra commerciale tra gli Usa e la Cina possa salire di tono e trasformarsi in una guerra a tutto campo. I dati finanziari delle maggiori aziende sono tutti in arrivo e le difficoltà di Facebook negli ultimi giorni (anche ieri il titolo ha perso il 4,9%) fanno sospettare che l'era della massima libertà per le aziende di Silicon Valley stia volgendo al tramonto. Lo prova il nuovo crollo di Twitter (-12,3%).

Le prossime settimane chiariranno se si tratta di turbolenze temporanee, o di problemi di lungo corso. E gli analisti cominciano a temere il peggio.

Flavio Pompetti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il tonfo di New York



Un momento delle contrattazioni di ieri a Wall Street

“Attenti a quel robot: potrebbe dominarci”

L'autore di "WestWorld" Jonathan Nolan alle prese con il dominio delle macchine "Il futuro è già presente"

E gli algoritmi? Dallo shopping alla sanità, ecco come condizionano la nostra vita

all'interno



L'incontro

“Noi e i robot: fermiamoci o sarà tardi”

Jonathan Nolan svela la seconda stagione della serie tv "WestWorld". E spiega i rischi legati alla Intelligenza Artificiale

dal nostro inviato JAIME D'ALESSANDRO, AUSTIN (TEXAS)

Se l'apocalisse scatenata dall'intelligenza artificiale avvenisse per mano di androidi simili a noi, potremmo considerarci fortunati». Quando in Texas incontriamo Jonathan Nolan e il suo pessimismo lucido, l'uragano "Cambridge Analytica" non si è ancora scatenato. Ma lui ne ha percepito l'arrivo, assieme all'amico Elon Musk. «Viviamo in un periodo di stupidità artificiale e manipolazione dei social media - prosegue -, non serve una super intelligenza per plasmare l'umanità attraverso Twitter e Facebook. Bastano algoritmi molto meno raffinati». Nolan è ad Austin, durante il festival South by Southwest (SxSw), per presentare la seconda stagione di *WestWorld* della Hbo, che Sky Atlantic Hd trasmetterà a partire dal 23 aprile. Il parco a tema del prossimo futuro popolato da robot identici a noi quasi in tutto, dove i ricchi villeggianti umani possono azzar-

darsi a superare ogni limite etico e morale prendendosi una vacanza da sé stessi, verrà scosso da diverse rivoluzioni. Ma è solo una delle sorprese che ha in serbo questo quarantaduenne nato a Londra e cresciuto a Chicago. Fratello minore di Christopher, lo stesso di *The Dark Knight*, *Inception*, *Interstellar*, *Dunkirk* e con il quale ha spesso collaborato come sceneggiatore, è la mente della serie assieme alla moglie Lisa Joy. Personaggio stranamen-



te umano, in un festival popolato di personaggi smaglianti forgiati fra la Silicon Valley e Hollywood.

«C'è un fraintendimento di fondo: stiamo aspettando di veder sorgere la super intelligenza artificiale, quella in grado di spazzarci via - dice Nolan - e invece non serve. Basta molto meno. *WestWorld* si svolge nel futuro, ma i suoi problemi sono già nel presente. Avremmo dovuto fermarci e riflettere come abbiamo fatto con la genetica. Se affronteremo il problema delle AI con la stessa superficialità che abbiamo usato nel campo dei social media, siamo fregati».

Secondo alcuni esperti di intelligenza artificiale come Yann LeCun o teorici come John Searle e Daniel Dennett, l'errore che facciamo con le AI è che tendiamo ad umanizzarle. Se mai l'avranno, non sarà la coscienza che ci aspettiamo.

«Searle e gli altri hanno ragione. L'errore è immaginare l'intelligenza artificiale come dotata di una qualche forma di empatia. Basta guardare AlphaGo o ancor più AlphaZero (le due AI più avanzate di DeepMind di Google, ndr) per rendersene conto: non abbiamo idea esattamente di cosa siano capaci di fare essendo in grado di programmarci da sole. In un certo grado non sono più nemmeno nostre creazioni. Nella serie sono disegnate per suscitare emozioni nei visitatori umani. Nella seconda stagione gli androidi cominciano ad avere una loro coscienza e scoprono di non essere umani. La questione è: quanta umanità decideranno di tenere? Quante di quelle emozioni per le quali sono stati concepiti adatteranno? Se dovessimo iniziare a manipolare i nostri corpi con protesi hi-tech o cambiando il dna, ci dovremmo fare la stessa domanda».

Quando J.J. Abrams venne da voi proponendovi una serie tv basata su "Il mondo dei robot" (WestWorld) di Michael Crichton, voi cosa diceste?

«Dicemmo di no. Poi cambiammo idea perché è il punto di incontro perfetto fra tv e cinema. Trae spunto da un film per diventare serie, superandone i confini. E ad ogni stagione cambia tutto, come fossero film diversi. La televisione sta imparando a correre rischi e le grandi narrazioni hanno sempre un inizio, un punto di mezzo e una fine».

Per Julian Jaynes, nel saggio "Il crollo della mente bicamerale e l'origine della coscienza", la nostra civilizzazione inizia con la nascita della voce interiore. Anche quella degli androidi di WestWorld. Ma è una voce diversa.

«Quando cominciammo a scrivere io e mia moglie con sorpresa scoprimmo quanto sulla coscienza ne sappiamo ancora poco. Abbiamo scoperto dove sono localizzate alcune funzioni del cervello, ma la coscienza è ancora un punto interrogativo. Il collegare la sua nascita con la voce interiore mi ha affascinato. Lo chiamiamo monologo interiore, ma di fatto è un dialogo: due parti diverse della mente che si parlano. Alle teorie di Jaynes abbiamo aggiunto quelle del vostro Giulio Tononi, neuroscienziato che è sta-

to fra i primi a cercare di misurare i livelli della coscienza. Soprattutto in *Phi. Un viaggio dal cervello all'anima*. E poi Douglas Hofstadter di *Anelli nell'io* che descrive l'autoconsapevolezza come conseguenza di un loop meccanico, un costante specchiarsi. Marvin Minsky, il padre delle reti neurali, è stato un altro punto di riferimento. Da lui abbiamo preso l'idea che il libero arbitrio sia nato dal ribellarsi alle pulsioni. Il primo vocabolo di una mente cosciente è un "no". Una persona che non vuole fare quel che gli viene ordinato. È anche il sorgere della coscienza in un androide e l'inizio della sua rivolta».

A chi ha giocato a lungo con i videogame è capitato spesso di immaginare una rivolta dei personaggi digitali, stanchi dell'egocentrismo violento dei giocatori. Lei è un giocatore?

«Purtroppo non gioco più con i videogame, avendo due bambini piccoli e poco tempo a disposizione. Ma una delle idee dalle quali siamo partiti è proprio questa. Lessi un fumetto alcuni anni fa ambientato in *Skyrim* o *Elder Scrolls* (due videogame della Bethesda noti per la vastità e la complessità del mondo digitale che mettono in scena, ndr) e c'erano due personaggi digitali che parlavano male di un giocatore umano appena arrivato: non si fidavano di lui. Il giocatore li ammazza e poi esce dal gioco per ricaricare la partita poco prima che il dialogo fra i due avvenga. In *WestWorld* c'è un riferimento a quella scena. Quando Michael Crichton girò il suo film, i videogame alla *Skyrim* non esistevano. Ma Crichton intuì la direzione che avrebbero preso. Noi abbiamo usato la grammatica dei giochi: quando gli ospiti arrivano alla cittadina di Sweetwater tutti gli androidi cercano di dar loro quel che vogliono. Violenza, amori, relazioni e narrazione cambiano attorno ai loro desideri. Il realismo nei videogame è aumentato in maniera esponenziale, ma non sono ancora verosimili in senso stretto. Cosa succederebbe però se lo fossero? Quali scelte morali il giocatore farebbe trovandosi davanti non più una rappresentazione digitale?»

Nella seconda stagione c'è una migrazione. Sono le tribù di Israele che fuggono dall'Egitto o è la lunga marcia dell'armata rossa di Mao?

«C'è un pizzico di esodo biblico... Vuol dire una cosa sola per gli esseri umani, ma per gli esseri digitali può invece avere tanti risvolti. Del resto ogni civiltà ha avuto i suoi oppressi. Quelli di *WestWorld* potrebbero essere i prossimi».

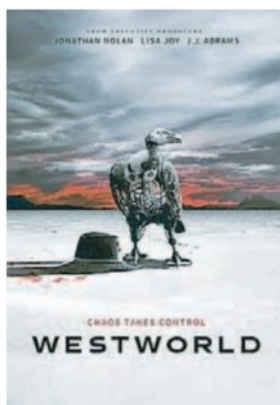
© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'autore sul set

Sopra, Jonathan Nolan durante le riprese della seconda stagione di *WestWorld* della Hbo. Classe 1976, fratello del regista Christopher con il quale ha collaborato come sceneggiatore, firma la serie assieme alla moglie Lisa Joy e J.J. Abrams. Il parco a tema del prossimo futuro dove si costruiscono robot identici a noi (foto qui sotto) verrà attraversato da una rivoluzione. A destra, nella foto grande, l'attore Jeffrey Wright. Nella serie è Bernard Lowe, a capo della divisione software





WestWorld andrà in onda Su Sky Atlantic da lunedì 23 aprile in contemporanea con gli Usa

«M'illumino di dati» ovvero la nuova luce hi-tech

di **Giovanna Mancini**

Fasci di luce sempre più piccoli e sottili, ma altamente performanti, che servono non soltanto a illuminare stan-

ze o ambienti esterni, ma anche a trasmettere migliaia di dati e informazioni. I sistemi di illuminazione diventano infrastrutture e piattaforme per la comunicazione, al posto (o in alternativa)

ai tradizionali sistemi Wi-Fi e Gps. L'Intelligence of Light e l'Internet of Things non sono più solo concetti astratti, ma soluzioni reali che si diffondono sul mercato. ▶ pagina 12

Innovazione. Applicazioni nel retail, nei musei o spazi pubblici

La luce è il nuovo wi-fi Nei fasci illuminati dati e informazioni

Sul mercato i sistemi Li-Fi e Bluetooth

MASSIMILIANO GUZZINI

«Straordinaria opportunità di sviluppo per le aziende dell'illuminotecnica, che fa leva su una visione della luce come infrastruttura»

Giovanna Mancini

MILANO

■ Fasci di luce piccoli e sottili, attraverso cui viaggiano migliaia di dati e informazioni, contenuti in corpi illuminanti sempre più piccoli e performanti, integrati con l'architettura o l'ambiente circostante. Il futuro dell'illuminotecnica e quello della comunicazione viaggiano ormai a braccetto: i sistemi e gli apparecchi di illuminazione non servono più soltanto a fare luce, ma anche a fornire nuovi servizi, basati sull'interconnessione tra gli oggetti, le persone e gli stessi fornitori di servizi.

Da anni se ne parla - ricorrendo a termini e concetti un po' astratti come *Intelligence of Light* o *Internet of Things* - ma ora finalmente le prime proposte arrivano sul mercato, come si è visto durante la fiera *Light&Building* di Francoforte, dove la scorsa settimana 2.700 aziende da 55 Paesi (di cui quasi 250 italiane) hanno presentato le ultime novità.

Il cuore di tutto - reso possibile dalle sorgenti a Led e dalle tecnologie digitali - è l'interconnessione: il trasferimento di dati e informazioni, ora, può sfruttare la luce e i corpi luminosi come veicolo di trasmissione (dunque sistemi Li-

Fi o Bluetooth con l'ausilio di alcuni dispositivi hardware che fungono da "ponte"), al posto dei "vecchi" sistemi come Wi-Fi e Gps. Il vantaggio? Una maggiore precisione nella localizzazione, nella raccolta e trasferimento delle informazioni, ma anche minori interferenze e maggiore sicurezza. Gli svantaggi? I costi, ancora elevati, e la mancanza di una cultura tra i potenziali clienti, tutta da formare.

Tuttavia, un'opportunità di sviluppo importante per le aziende dell'illuminotecnica, che fa leva su una visione della luce come infrastruttura, come piattaforma di comunicazione, spiega Massimiliano Guzzini, presidente di Assil (l'associazione aderente ad Anie, che rappresenta il 60% dell'illuminotecnica italiana). «Le tecnologie, che continuano ad evolversi, stanno creando nuovi servizi, che hanno svariati ambiti di applicazione», osserva Guzzini. A cominciare dai sistemi di controllo attraverso la luce (*Light Management System*), che un tempo viaggiavano attraverso l'impianto elettrico, mentre oggi sfruttano Bluetooth o modalità wireless, consentendo una più efficiente gestione dei consumi, ma anche una migliore qualità dell'illuminazione di ambienti interni ed esterni.

Tramite Li-Fi e Bluetooth possono inoltre viaggiare informazioni utili a chi si muove in uno spazio retail, o all'interno di un museo, e vuole conoscere i prodotti o le opere che ha davanti. Ma

anche dati per servizi di "Indoor Positioning" o "Space Management", volti a localizzare oggetti e persone, suggerire percorsi, e organizzare al meglio gli spazi e il loro utilizzo.

«Gli ambiti di applicazione sono numerosi - conferma Massimiliano Guzzini, -. Dal retail ai beni culturali, dagli spazi pubblici alle infrastrutture. Le tecnologie e le proposte cominciano a diffondersi. A Francoforte abbiamo visto alcuni progetti pilota». Quello su cui ora le aziende dovranno lavorare è la creazione di modelli business e servizi che soddisfano le esigenze dei diversi clienti. «Per noi cambiano anche gli interlocutori - aggiunge Guzzini -. Prima ci confrontavamo con architetti e progettisti, ora dobbiamo parlare anche con chi gestisce le infrastrutture tecnologiche delle aziende. Il processo decisionale, per sistemi di questo genere, è più complesso: serve l'avallo di chi ha una visione complessiva e una responsabilità del business».

Tutto questo richiede investimenti consistenti, ma apre anche grandi opportunità per le aziende



italiane dell'illuminotecnica. Un settore che nel 2016 ha raggiunto i 4,2 miliardi di euro (dati Anie), in aumento dell'1,2% rispetto all'anno prima, mentre nel 2017 registra una stabilità. L'innovazione investe non solo i prodotti, ma anche l'organizzazione e la struttura delle società: è in atto, spiega Guzzini un interessante processo di concentrazione, che interessa non soltanto i grandi gruppi, ma anche le aziende medie e piccole, con sempre più numerosi casi di acquisizioni, integrazioni o aperture all'ingresso nel capitale di fondi di investimento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**INNOVAZIONE
DIGITALE****Al via il piano
sui Centri 4.0
in ogni
Regione**

La Commissione europea progetta di coprire ogni Regione dell'Europa, oltre 300, con un Digital innovation hub entro il 2020. Gli «hub» forniranno servizi alle imprese impe-

gnate nella digitalizzazione di Industria 4.0. Sono disponibili 300 milioni. Allo studio anche un Fondo di investimento europeo per la digitalizzazione. Lucilla Sioli, a capo della direzione europea per l'Industria digitale, annuncia inoltre che entro aprile sarà lanciata un'iniziativa della Commissione sullo sviluppo dell'intelligenza artificiale per rispondere a Cina e Usa.

▶ pagina 2

Rete Ue al via, centri 4.0 in ogni regione

Il progetto europeo: una mappa di Digital innovation hub, allo studio un Fondo sul digitale

Il «sistema» europeo

Il traguardo è il 2020: una nuova politica di Bruxelles per avvicinare le Pmi all'innovazione tecnologica

Supporto alle imprese

A disposizione 300 milioni per finanziare i centri o direttamente le aziende

A CAPO DEL TEAM EUROPEO

Lucilla Sioli: «Servizi di consulenza, formazione, trasferimento tecnologico. Ad aprile un'iniziativa Ue sull'intelligenza artificiale»

Carmine Fotina

ROMA

■ Nella competizione tra i sistemi economici di Europa, Cina e Stati Uniti la trasformazione digitale dell'industria sta diventando l'asso vincente. Ne è certa anche la Commissione europea che sulla digitalizzazione della manifattura mette ora in campo un insieme di iniziative, con il coordinamento della Direzione generale Connect e della persona che in seno alla Dg ha assunto alla fine dello scorso anno la responsabilità dell'Industria digitale: un'italiana, Lucilla Sioli.

Ieri e oggi, nel corso del «Digitising European Industry» Forum organizzato a Parigi, si discute del piano d'azione europeo. «Entro il 2020 - anticipa Sioli - ogni Regione dovrà avere

almeno un Digital innovation hub (Dih), ovvero un centro di supporto per le Pmi impegnate nella trasformazione digitale». Si lavorerà poi a migliorare l'accesso ai finanziamenti con un Fondo di investimento europeo per la digitalizzazione, da varare forse nell'ambito del piano Juncker. «Su questo punto è allo studio uno strumento di supporto alle imprese che hanno progetti nel campo del digitale, tradizionalmente più «rischiosi» e quindi con maggiori difficoltà nell'intercettare finanziamenti bancari». Alla formazione di nuove competenze digitali, invece, mira l'iniziativa dei tirocini dei giovani in grandi aziende tecnologiche con un progetto pilota di 10 milioni di euro fino al 2020 per 5-6 mila studenti. E c'è ovviamente il delicatissimo fronte delle regole. Nella cornice del Mercato unico digitale la Commissione ha già proposto diverse misure per aggiornare la regolazione, ad esempio nel campo della cybersecurity (con un ruolo rafforzato dell'agenzia Enisa) e della li-

bera circolazione dei dati non personali per facilitare un vero mercato competitivo dei servizi cloud. «Ma la nuova frontiera - dice Sioli - è l'intelligenza artificiale - e alla fine di aprile la Commissione presenterà un'iniziativa su questo tema, per creare un ecosistema forte e capace di competere con Cina e Stati Uniti. Tutelando i principi etici e gestendo in modo efficace gli impatti sul mercato del lavoro».

Ciò di cui è certa la Commissione è che l'industria digitale si costruisce dal basso, dalle competenze e dagli strumenti accessibili alle piccole imprese. Per questo i Dih sono stati messi al



centro del piano. Oggi ne sono già operativi circa 210 in una trentina di paesi - 11 in Italia - ma ci sono grandi sproporzioni tra uno Stato e l'altro, soprattutto ci sono territori scoperti e altri con un'elevata concentrazione. Non tutti hanno le caratteristiche che la Commissione vorrebbe consolidare, quindi la mappa va aggiornata, e c'è da estendere la rete geografica perché l'obiettivo è la capillarità nelle oltre 300 Regioni europee: gli Hub devono essere vicini alle aziende. «È essenziale che in ogni Regione una piccola impresa possa rivolgersi a un centro in grado di fornire servizi per la formazione, per il trasferimento tecnologico e il testing delle soluzioni digitali. In futuro anche per l'accesso ai finanziamenti. Molti Dih hanno una loro specializzazione - dalla microelettronica alla fononica ai supercomputer - vogliamo che ci sia uno scambio continuo di best practice e che ogni centro indirizzi gli imprenditori verso altri Hub nel caso di progetti sviluppati in ambiti diversi dal proprio». L'idea sullo sfondo è consolidare una rete che faciliti anche progetti transfrontalieri nel campo di Industria 4.0 e in settori di altissima tecnologia come i supercomputer e i semiconduttori.

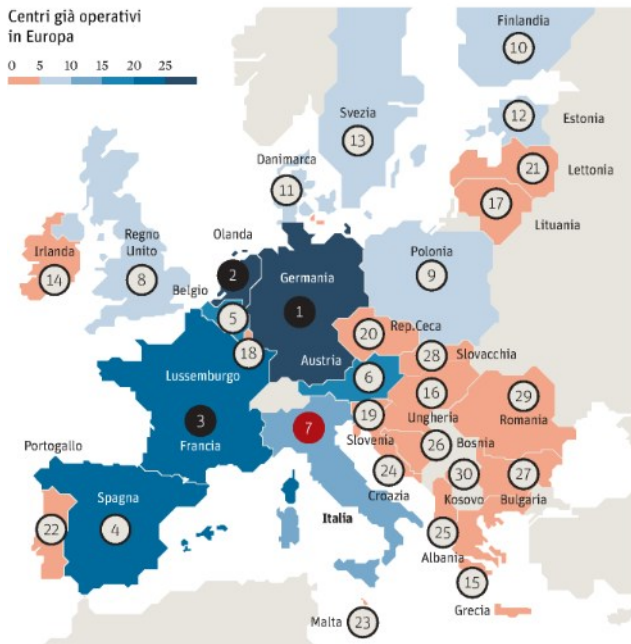
Per i Dih la Commissione mobilerà 300 milioni tra il 2018 e il 2020. L'Italia è tra i paesi che hanno ideato un sistema misto, con i Competence center (ancora da costituire) che dovranno affiancare gli Hub. Finora, i Dih italiani hanno ricevuto finanziamenti Ue da "Horizon 2020" per circa 9 milioni: circa il 50% è destinato allo sviluppo e alla fornitura di servizi dei centri alle Pmi mentre l'altra metà va direttamente alle aziende, che testano tecnologie digitali nei processi o per lo sviluppo di nuovi prodotti.

 @CFotina

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La mappa dei Digital innovation hub

Centri già operativi in Europa



1	Germania	28
2	Olanda	25
3	Francia	22
4	Spagna	22
5	Belgio	17
6	Austria	16
7	Italia	11
8	Regno Unito	8
9	Polonia	7
10	Finlandia	6
11	Danimarca	5
12	Estonia	5
13	Svezia	5
14	Irlanda	4
15	Grecia	4
16	Ungheria	3
17	Lituania	3
18	Lussemburgo	3
19	Slovenia	3
20	Repubblica C.	2
21	Lettonia	2
22	Portogallo	2
23	Malta	2
24	Croazia	2
25	Albania	1
26	Bosnia Erz.	1
27	Bulgaria	1
28	Slovacchia	1
29	Romania	1
30	Kosovo	1

IL SUMMIT EUROPEO

Il Forum di Parigi

■ Si è aperto ieri a Parigi il «Digitising European Industry Stakeholder Forum 2018», in corso anche oggi. L'Italia è rappresentata da Stefano Firpo, direttore generale del ministero dello Sviluppo economico per la politica industriale, la competitività e le piccole e medie imprese.

■ Il commissario europeo per la Digital economy and society, Mariya Gabriel, ha ufficializzato l'obiettivo di creare almeno un Digital innovation hub (Dih) in ogni Regione europea entro il 2020. Oggi infatti i Dih sono molti concentrati tra i Paesi più industrializzati della Ue e in poche regioni

■ Gli altri quattro pilastri individuati dalla Ue per la digitalizzazione dell'industria sono: «coordinamento delle iniziative nazionali, investimenti con il partenariato pubblico-privato, aggiornamento della regolamentazione, formazione per creare competenze adeguate».

■ Lo scorso dicembre l'italiana Lucilla Sioli (*nella foto*) è stata nominata a capo della direzione Industria digitale della direzione generale Connect della Commissione Europea. Oggi, al Forum di Parigi, interverrà sul tema di un'alleanza europea per lo sviluppo dell'Intelligenza artificiale



Il confronto sulle agevolazioni. Dai maxiammortamenti ai crediti di imposta: ogni Paese ha la sua strategia

Spezzatino incentivi, in Italia e Francia mix ricco

LE DIFFERENZE

Parigi e Berlino hanno puntato su un Fondo nazionale innovazione. In Italia, previsto dalla manovra, non è ancora partito

ROMA

■ Solo un'azienda su cinque nell'Unione europea è altamente digitalizzata. E quasi il 60% delle grandi imprese e oltre il 90% delle Pmi è in ritardo nell'innovazione digitale. Nel primo bilancio firmato dal commissario per la Digital economy and society, Mariya Gabriel, due anni dopo le prime iniziative targate "Digitising european industry", c'è tutta l'ansia di mettere l'industria europea rapidamente in carreggiata. Finora sono 15 i Paesi che hanno capito questa esigenza in modo profondo, varando una loro piattaforma nazionale per Industria 4.0 con policy specifiche per la digitalizzazione.

Dal confronto stilato dalla Commissione sulle tipologie di incentivi messi in campo, l'Italia si distingue per una buona varietà di strumenti di politica industriale. Ai più noti super e iperammortamenti fiscali, che si sono rive-

lati decisivi per la risalita degli investimenti privati nel corso del 2017, si affianca il credito di imposta (per investimenti incrementali in ricerca e sviluppo), la policy a supporto degli investimenti in startup e Pmi innovative, la detassazione per le spese relative alla proprietà intellettuale (nota come "patent box"), e un Fondo di garanzia del credito (sebbene sia in realtà generalizzato e non specifico per tecnologie 4.0).

Solo la Francia e la Polonia presentano un mix più articolato. Parigi non ha il "patent box" ma ha previsto un sistema di voucher e un vero Fondo nazionale per l'innovazione. La Polonia, invece, non è mai intervenuta sugli ammortamenti, ma ha puntato su tutti gli altri strumenti varati in Italia aggiungendovi anch'essa i voucher e un Fondo nazionale. In Germania, antesignana di tutte le politiche «4.0», sono invece in vigore solo voucher, aiuti alle startup e "patent box" oltre - ancora una volta - a un Fondo ad hoc. Vale la pena ricordare che anche l'Italia, con l'ultima legge di bilancio, ha provato a lanciare un Fondo per il capitale immateriale e il trasferimento

tecnologico, che però non è ancora operativo e almeno fino ad oggi sembra impantanato nelle complicazioni dell'iter attuativo.

La Commissione sottolinea che almeno altri cinque Stati stanno preparando iniziative su Industria 4.0. Anche loro entreranno così a pieno titolo nella strategia "Digitising european industry" che mobiliterà tra il 2016 e il 2020 cinque miliardi di investimenti a valere sul fondo Horizon 2020, con l'obiettivo di fare da leva per 50 miliardi ulteriori tra impegni statali, regionali e dei privati.

Secondo le prime valutazioni di Bruxelles, il livello di investimenti già attivati su base nazionale dal 2016 lascia sperare di poter raggiungere l'ambizioso obiettivo. La Dg Connect intende monitorare tutte le iniziative perché gli sforzi non si disperdano in obiettivi che non siano coerenti con la strategia Ue. C'è un limite invalicabile: «Condividere le migliori pratiche, stringere collaborazioni per spingere co-investimenti, fissare approcci comuni su competenze, lavoro, regolazione».

C.Fo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Horizon 2020

● «Horizon 2020» è il programma quadro di ricerca e innovazione dell'Unione europea che conta su circa 80 miliardi di euro di fondi disponibili in 7 anni (dal 2014 al 2020). Il programma è finalizzato allo sviluppo dell'innovazione, con il trasferimento dei progetti dal laboratorio al mercato. Da Horizon 2020 derivano i 300 milioni messi a disposizione fino al 2020 per i Digital innovation hub



Le 15 «piattaforme» europee per Industria 4.0

Misure a sostegno dell'Innovazione previste dalle legislazioni nazionali

	 Austria	 Belgio	 Rep. Ceca	 Germania	 Danimarca	 Spagna	 Francia	 Ungheria	 Italia	 Lituania	 Lussemburgo	 Paesi Bassi	 Polonia	 Portogallo	 Svezia
INCENTIVI INVESTIMENTI		●	●	●			●	●		●			●	●	
Voucher all'innovazione		●	●	●			●	●		●			●	●	
Maxi ammortamenti					●		●	●							
Misure investimenti diretti esteri	●		●											●	●
Agevolazioni fiscali e credito di imposta	●	●			●	●	●	●	●	●		●	●		●
FINANZIAMENTI						●	●	●	●			●	●	●	
Fondo di garanzia						●	●	●	●			●	●	●	
Fondo nazionale per l'innovazione		●	●	●	●		●	●			●	●	●	●	●
Sostegno a venture capital e start up	●			●	●	●	●	●	●			●	●		●
Patent box e incentivi alla proprietà intellet.	●	●		●					●	●	●		●		



Parla il presidente della Regione, Attilio Fontana

PIÙ AUTONOMIA PER CRESCERE

Attilio Fontana è nato a Varese il 28 marzo 1952. Laureato in Giurisprudenza all'Università degli Studi di Milano, è avvocato. Sposato, padre di tre figli, ha incominciato la carriera politica nella Lega, quando, nel 1995, è stato eletto sindaco di Induno Olona, provincia di Varese. In carica fino al 1999, nel 2000 è stato eletto nel consiglio regionale, che ha presieduto per due volte. Nel 2006 si è candidato sindaco di Varese, dove è stato eletto con il 57% dei consensi, successo che ha replicato cinque anni dopo, nel maggio 2011 prevalendo con il 54% dei voti. Nel 2009 è stato nominato presidente dell'Anci Lombardia, e nel direttivo dell'Anci nazionale, dove si è distinto per la protesta contro i tagli ai Comuni decisi da Giulio Tremonti nell'ultimo governo Berlusconi 2008-2011. A fianco dell'attuale ministro Graziano Delrio, allora sindaco di Reggio Emilia e presidente dell'Anci nazionale, si è battuto contro i tagli al bilancio delle amministrazioni locali. Nel 2016 è tornato a fare l'avvocato per ricandidarsi alla guida della regione - alle elezioni di marzo dove ha prevalso con il 49% dei consensi

DI PIER PAOLO ALBRICCI
E FLORIANA LIUNI

«Non c'è dubbio che sarà più facile spingere dolcemente in discesa». Attilio Fontana, 66 anni, avvocato di Varese, neogovernatore della regione Lombardia, è consapevole che i risultati dell'amministrazione uscente siano un viatico eccellente per il suo prossimo lavoro. Il 50% in meno di spesa regionalizzata per abitante, 1.300 euro, rispetto alla media nazionale di 2.500 euro, a parità di servizi offerti, rappresenta un target di eccellenza difficile di migliorare. Soprattutto se accompagnato da un buono stan-

dard di servizi e dal fatto che la ragioneria regionale paga i fornitori a scadenza, con poche eccezioni. «Se i 13 miliardi di euro che la Lombardia risparmia rispetto alla media dei costi nazionali, 1.300 euro per i 10 milioni di cittadini lombardi, fossero disponibili per fare investimenti, riusciamo a immaginare quanto potremmo migliorare la nostra offerta», ha calcolato Fontana.

Domanda. Sulla base della sua esperienza di amministratore dove indirizzerebbe le risorse in più?

Risposta. La Regione ha la necessità di assumere centinaia di medici e di infermieri, avrebbe le risorse economiche ma non può farlo.

D. Perché?

R. C'è una legge nazionale che impone il non superamento di alcuni limiti di spesa riferiti al tetto delle assunzioni dell'anno 2004 (decurtata dell'1,4%). La finanziaria del 2018 ha previsto rispetto a questo obiettivo una tolleranza dello 0,1% che per la Lombardia vale circa 5 milioni. Regione Lombardia, oltre all'assistenza dei lombardi, rende 150 mila prestazioni all'anno a cittadini che provengono da fuori regione. Non stupisce che poi la gente si lamenti perché le liste di attesa si allungano.

D. Con la riforma sulle autonomie regionali, promessa dal governo per alcune regioni, tra cui Lombardia, Veneto ed Emilia-Romagna, cambierà qualcosa?

R. Sono stato un grande so-

stenitore di questa riforma. La ritengo fondamentale per la Lombardia, ma anche per far capire ad altre regioni che un progetto di sviluppo economico fondato sull'inefficienza e l'assistenzialismo non da nessun risultato a lungo termine.

D. Far capire in che modo?

R. È uno stimolo a emergere per la parte buona del paese. Non è con il reddito di cittadinanza che si propizia la crescita del paese. Se la somma investita per mantenere in servizio 25 mila forestali fosse utilizzata per migliorare le infrastrutture, stimolare le aziende a crescere e ad assumere, anche i conti e i servizi dell'amministrazione regionale migliorerebbero.

D. In un'economia che tira, come quella lombarda, quale può essere il ruolo della regione per incentivare il trend anche a vantaggio della piccole e medie imprese?

R. Aiutare di più l'internazionalizzazione, perché sono convinto che ci siano enormi spazi di mercato che possono essere affrontati dalle pmi lombarde che hanno subito di più i contraccolpi della crisi degli ultimi anni.



D. Affrontati come?

R. In modo più strutturato. Quando arrivano da noi gli imprenditori dall'estero per investire sono accompagnati da banche, tecnici, avvocati, spesso da politici. Anche noi dovremmo incominciare ad agire in questo modo quando si punta su un mercato estero.

D. Quale altro aspetto ritiene strategico per aiutare le imprese?

R. La riqualificazione digitale e la formazione del capitale umano. In questi ultimi anni la regione ha realizzato politiche di formazione molto importanti che vanno nella direzione di una qualificazione sempre maggiore del capitale umano. Bisogna continuare a investire e insistere in queste politiche.

D. Che cosa intende con riqualificazione digitale?

R. Implementare la legge regionale sull'innovazione, varata molti anni prima di quella dell'industria 4.0, fatta dall'ultimo governo, e spingere il grande investimento che la regione sta effettuando sulla banda larga e ultra larga.

D. A che punto è?

R. I cantieri sono stati aperti, uno dei nostri obiettivi prioritari è controllare che vengano rispettati i tempi di consegna dei singoli lotti. La connessione è fondamentale perché nella regione ci sono delle realtà industriali eccellenti ma periferiche, che hanno bisogno di avere le stesse condizioni operative dello hub milanese, per competere sui mercati.

D. La Finlombarda, la finanziaria regionale, che ruolo dovrà avere in questi progetti?

R. È una grande risorsa che finora è stata utilizzata troppo timidamente. Ha grandi possibilità di diventare un mezzo di sviluppo dell'economia.

D. In che modo?

R. Finanziando quello che le banche oggi si rifiutano di fare, con una visione prospettica, di lungo periodo, sia sul tema

dell'innovazione, e penso in particolare alle startup verso le quali Finlombarda deve sviluppare capacità di selezione e di aiuto, e a quello dell'internazionalizzazione.

D. I fondi europei di sviluppo regionale sono uno strumento efficace e sufficiente?

R. Sono fondamentali ma bisogna saperli spendere bene, la Lombardia ne ha fatto finora buon uso e su questa base bisogna cercare di ottenere di più per fare investimenti e non sussidiare incentivi fin a se stessi.

D. Investimenti dove, soprattutto?

R. Nelle infrastrutture, tenendo conto che si tratta di un tema delicato che va sviluppato soprattutto in accordo al territorio per essere sostenibile. Nelle decisioni di sviluppo, occorre spiegare bene a tutti gli interlocutori vantaggi e motivazioni di un'infrastruttura di sviluppo.

D. A quali infrastrutture si riferisce?

R. La rete regionale del trasporto su ferro è molto arretrata.

D. Come mai?

R. Il problema è che la rete non è della regione ma delle Ferrovie dello Stato. Presto incontrerò l'ad di Rfi perché voglio capire se c'è un progetto di sviluppo nella regione, un piano di industriale a dieci anni per recuperare il gap tecnologico e strutturale. Se non ci fosse dobbiamo rivedere la governance.

D. In pratica?

R. Farci restituire la rete regionale e investire direttamente. La Regione ha la possibilità e i conti in ordine, eventualmente anche per finanziare un piano di investimenti ricorrendo ai mercati finanziari. Non dobbiamo averne paura se gli investimenti sono studiati con cura.

D. È favorevole a una politica di incentivi, anche fiscali, per attirare nuovi investimenti?

R. Le Zone economiche spe-

ciali sono una buona opportunità, sperimentata e consolidata anche in altri paesi europei, ma non nascondo le difficoltà sia con Roma che con Bruxelles. D'altra parte nella mia provincia sto assistendo a un fenomeno inimmaginabile anni fa. Tanti imprenditori sono attratti dalla Svizzera e trasferiscono le loro aziende nel Mendrisiotto, cioè nella regione confinante del Canton Ticino, il che è inaccettabile.

D. Per quali motivi?

R. Sostengono di risparmiare sui costi complessivi dell'attività, di avere più certezze nelle pratiche, soprattutto fiscali, con l'amministrazione e di fruire di un livello di servizi, a livello generale, migliore. Creare le condizioni per farli ritornare in Italia deve essere una preoccupazione per tutti.

D. Sul tema dell'efficienza, che cosa ha in mente di fare?

R. Il giorno dopo l'insediamento aprirò dei tavoli tematici con le singole categorie, per affrontare il tema della semplificazione. Non bisogna andare dall'avvocato per interpretare un bando, e, a proposito della Svizzera, lì le risposte su quanto si può o non si può fare arrivano in modo tempestivo e chiaro. Non è possibile operare in una situazione, anche in Lombardia, dove ci voglia non meno di un anno per avere i permessi per costruire una villetta in periferia. A Varese la pratica di un parcheggio multipiano ha richiesto sette anni per essere approvata.

D. Che cosa le ha insegnato in nuce la sua esperienza di amministratore pubblico?

R. Il rispetto della legalità fino alle virgole, ma per servire bene il proprio mandato occorre che le norme siano semplici, chiare e che responsabilizzino chi le applica. Se poi si scopre che chi le ha applicate ne ha approfittato, il responsabile paga, subito con le dimissioni, e se c'è un reato, va a giudizio.

La ricetta per migliorare l'offerta di servizi sanitari e aiutare lo sviluppo delle imprese

FLASH SULLA CONGIUNTURA

7,5%	l'aumento dell'export regionale
4%	l'aumento del fatturato nei servizi avanzati nel 2017 il doppio del 2016
47%	l'aumento dell'export nel settore energie e trattamento rifiuti
30%	l'aumento dell'export verso la Russia
6,1%	tasso di disoccupazione
14,8%	l'aumento dei depositi delle imprese in conto corrente
7%	il tasso di interesse sui prestiti a breve alle pmi, il doppio che alle medio-grandi
13,5%	del totale nazionale le imprese lombarde di imprenditrici under 35
23%	del totale nazionale le startup della Lombardia, prima regione in Italia

Fonte: Banca d'Italia, novembre 2017. I dati si riferiscono al primo semestre del 2017, se non altrimenti specificato

Un rating migliore di quello italiano

Merito di credito superiore a quello dell'Italia per la Regione Lombardia. Secondo Moody's, che ne ha confermato il profilo Baa1, la sola ragione per l'outlook negativo è legato al possibile peggioramento del rating nazionale. Per il resto, la Lombardia esprime parametri economici e finanziari al di sopra della media delle altre regioni. Secondo l'agenzia, il sistema sanitario è efficiente, e, con i suoi 20 miliardi di spese dedicate nel 2016 (circa l'82% del totale) riflette sì uno sbilanciamento importante delle spese regionali, ma anche la capacità della Lombardia di far fronte alla riduzione dei contributi statali in questo settore. I tempi di pagamento delle strutture sanitarie si sono, infatti, ridotti in quattro anni da 90 a 60 giorni e lo scambio di informazioni tra strutture sanitarie si è fatto molto più efficiente, il che

depone a favore della tutela della salute. I margini operativi lordi del bilancio a cavallo del 3% dal 2012 al 2016, e addirittura vicini allo zero nel biennio 2014/2015 indicano una sostanziale stabilità dei conti, mentre progressi sensibili sono stati fatti sotto il profilo della lotta all'evasione fiscale. Le tasse evase recuperate sono infatti salite nel 2016 a 403 milioni di euro, dai 264 milioni del 2012. A ciò si aggiunga un risparmio sui costi delle risorse umane regionali, scesi del 10% tra il 2012 e il 2016 con un risparmio di 18 milioni di euro.

Infine, il debito della Regione ammonta all'8,6% delle entrate operative nel 2016, ovvero a circa 1,9 miliardi di euro, il che è un livello basso e previsto stabile per i prossimi anni dal momento che la Lombardia non prevede emissioni di bond.

Il bilancio è in buona salute

I dati a consuntivo del 2016, in attesa di quelli relativi all'anno appena concluso, indicano un avanzo di gestione, in linea con quanto previsto dalla manovra dei prossimi anni. Nel 2016 le entrate per competenza pari a 36,4 miliardi di euro, di cui 28,7 miliardi provenienti dalla gestione sanitaria, si sono fronteggiate a spese di competenza per 35,3 miliardi di euro, di cui oltre 19 miliardi relativi alla tutela della salute, a fronte di circa 168 milioni di euro dedicati allo sviluppo economico.

Il bilancio di previsione vede per il prossimo triennio entrate stabili e dati sostanzialmente in linea con gli anni passati. Per quanto riguarda il 2018 sono previsti introiti per competenza per circa 37,4 miliardi di euro,

oltre 63,5 miliardi le entrate previste per cassa, che si stabilizzeranno intorno ai 34,5 in ciascuno dei due anni successivi. Di questi, per tutti i tre anni, oltre 20 miliardi sono previsti provenire da tributi e contributi vari. Il totale delle spese previste, invece, per l'anno 2018 è pari a circa 36,4 miliardi di euro per competenza (oltre 60,2 miliardi di euro le spese autorizzate per cassa), di cui circa metà, ovvero 18,6 miliardi di euro, saranno destinati alla tutela della salute. 34,7 miliardi di euro sarà l'ammontare delle spese per l'anno successivo e 34,5 miliardi quello per il 2020. Per finanziare gli investimenti, infine, nel 2018 la Regione ha autorizzato, tra i vari strumenti, debiti per 60,5 milioni di euro con ammortamento trentennale.



Attilio Fontana



Inaugurato nel 2011, il grattacielo della Regione Lombardia, 160 metri per 39 piani, troneggia sulla nuova city milanese.



FINANZA PER LE IMPRESE

Finlombarda, quattro passi avanti verso lo sviluppo

Per potenziare lo sviluppo dell'industria e dei servizi in Lombardia, Finlombarda, la finanziaria regionale presieduta dall'aprile scorso da Michele Vietti, avvocato, ex vicepresidente del CSM, ex sottosegretario al ministero della Giustizia, ha messo a punto, di concerto con il sistema bancario, un pacchetto di iniziative rivolte alle imprese del territorio, per un valore di 800 milioni di euro. «Il sostegno alle imprese è mirato in base a settori d'intervento, tipologie d'impiego, dimensione e merito creditizio, per assicurare un'allocatione efficace delle risorse a valere sul proprio patrimonio», ha spiegato a MF Federico Favretto, responsabile della direzione Sviluppo Prodotti e Servizi della finanziaria, «l'obiettivo è garantire alle imprese risorse finanziarie aggiuntive rispetto a quelle bancarie». I prodotti di Sviluppo Lombardia possono essere combinati con altre agevolazioni pubbliche e rispondono alle esigenze, tra le più sentite, di finanziare gli investimenti produttivi, il circolante e l'innovazione e di essere più competitive anche sui mercati internazionali.

La prima misura, Credito Adesso, risponde al fabbisogno di capitale circolante delle imprese lombarde con meno di 3 mila dipendenti, in particolare dei settori manifatturiero, costruzioni, commercio all'ingrosso, servizi alle imprese. Questo strumento prevede la concessione di finanziamenti con piani di rimborso fino a 36 mesi e di contributi in conto interessi erogati un'unica soluzione dopo la firma del contratto. Per contributi fino a 200 mila euro è previsto un accesso semplificato per le aziende.

La seconda misura, Al Via, mira a finanziare i nuovi investimenti in beni strumentali nuovi e usati e in opere murarie per chi opera nei settori manifatturiero, costruzioni, tra-

sporti e servizi alle imprese, e lo fa con la concessione di finanziamenti abbinati a contributi a fondo perduto. Anche questi contributi sono erogati in un'unica soluzione alla fine dell'investimento, e vi si aggiunge una garanzia gratuita sui finanziamenti. Il finanziamento è cumulabile con i già esistenti incentivi fiscali per la cosiddetta Industria 4.0, con in più un contributo in conto capitale anche per l'acquisto e la ristrutturazione di immobili esistenti.

Il terzo strumento, Linea Innovazione, finanzia gli investimenti in innovazione di prodotto o di processo delle imprese lombarde con meno di 3 mila dipendenti con la concessione di finanziamenti abbinati a contributi in conto interessi fino al 2,5%, anche in questo caso erogati in un'unica soluzione alla fine dell'investimento. I contributi, cumulabili con gli incentivi per l'Industria 4.0, serviranno all'acquisto di beni strumentali nuovi e usati e a coprire le spese per il personale e per le eventuali opere murarie. Per accedere ai due ultimi strumenti descritti (Al via e Linea Innovazione), le imprese possono usufruire del servizio Confrontaincentivi, che le aiuterà a scegliere la misura che meglio si attaglia alle esigenze di investimento.

Infine, il Progetto Minibond finanzia i piani di sviluppo delle imprese lombarde di tutti i settori in forma

di società di capitali, con la sottoscrizione, assieme ad altri investitori istituzionali, di prestiti obbligazionari (minibond) e la concessione di contributi a fondo perduto per abbattere i costi di emissione. Per la quotazione del minibond Finlombarda offre assistenza gratuita.

Oltre a queste linee di servizio, Finlombarda ha attivato recentemente anche una possibilità di finanziamento denominata Credito PPP, rivolta alle imprese lombarde di ogni dimensione che si sono aggiudicate contratti di concessione di lavori e servizi, affidati anche tramite finanza di progetto e contratti di disponibilità per la riqualificazione energetica di impianti di illuminazione e di edifici pubblici, l'impiantistica sportiva, i parcheggi, l'edilizia scolastica e sanitaria. I finanziamenti, di importo minimo di un milione di euro, prevedono rimborso a tasso fisso o variabile e una durata fino a 20 anni per la quota Finlombarda in caso di project finance.



Capitale circolante

- La modalità di accesso ordinaria prevede la presentazione di uno o più ordini o contratti di fornitura di beni e/o servizi aventi un importo complessivo minimo pari a 22.500 euro al netto di Iva.
- Potrà essere finanziato fino all'80% dell'ammontare degli ordini o dei contratti di fornitura ammessi secondo i seguenti massimali:
 - da 18.000 a 750.000 euro per le pmi
 - da 18.000 a 1.500.000 euro per le mid-cap, cioè le imprese che non rientrano tra le pmi e presentano un organico inferiore a 3 mila dipendenti

Avvio di Impresa

- Per tutte le micro imprese e pmi, per i liberi professionisti in attività da non più di 24 mesi, attivi in Lombardia, per aspiranti imprenditori e liberi professionisti,
- finanzia progetti di avvio e/o sviluppo di Mpmi e progetti di avvio e/o sviluppo di attività di lavoro libero-professionale della durata massima di 18 mesi con spese totali ammissibili per almeno 41 mila euro,
- fino al 60% della spesa complessiva, elevabile fino al 65% in caso di under 35 anni o over 50, da un minimo di 25 mila euro a un massimo di 65 mila euro, di cui 90% a rimborso e 10% a titolo di contributo a fondo perduto.

Sviluppo aziendale

- per micro imprese e pmi della Lombardia, anche di nuova costituzione,
- Gli interventi agevolati potranno essere concessi con:
 - Finanziamento a medio termine
 - Leasing
 Per entrambe le forme tecniche è previsto l'intervento, in cofinanziamento al 50%, degli intermediari finanziari aderenti.

La durata è prevista da un minimo di 3 anni a un massimo di 7 anni.

Il tasso di interesse applicato sarà pari alla media ponderata tra:

 - il tasso fisso dello 0,50% nominale annuo
 - il tasso variabile (Euribor) o fisso (IRS) + spread.

R&D e Innovazione

- per progetti presentati da singole micro e pmi che comportino attività di ricerca industriale, sviluppo sperimentale e innovazione (intesa come brevettazione) in queste aree: aerospazio, agroalimentare, eco-industria, industrie creative e culturali, industria della salute, manifatturiero avanzato, mobilità sostenibile
- I progetti devono comportare spese totali ammissibili per almeno 100 mila euro.
- finanziamento fino al 100% della spesa complessiva ammissibile e in ogni caso non potrà essere superiore a 1 milione di euro. Il tasso nominale annuo di interesse applicato è fisso e pari allo 0,5%.



Michele Giuseppe - Vietti



Federico Favretto

TLC

I sindaci di Telecom: in assemblea le richieste di Elliott

Carmine Fotina e Antonella Olivieri ▶ pagina 24

Tlc. Il collegio ha disposto l'integrazione dell'odg dell'assemblea: ai voti la revoca e la nomina di sei consiglieri

Tim, ok dei sindaci alle istanze di Elliott

Depositata in Agcom la richiesta per separare volontariamente l'infrastruttura

LO SPIN OFF

Il vice-presidente Bernabè: «La societizzazione della rete Tim è una garanzia che un asset importante per l'Italia resti sotto controllo italiano»

Antonella Olivieri

■ Sulla separazione della rete d'accesso di Telecom il dado è tratto. La compagnia telefonica ha notificato ieri all'Agcom - ai sensi dell'articolo 50 ter del Codice delle comunicazioni elettroniche - la volontà di separare volontariamente l'infrastruttura-rete di accesso, dalla centrale alla casa dei clienti, nonché gli edifici, gli apparati elettronici e i sistemi IT, specifica una nota - con la creazione di un'entità legale, «dotata del personale necessario per fornire servizi all'ingrosso in maniera indipendente». «Grazie a un unico punto di accesso "one-stop shop" per i servizi wholesale regolati e non regolati per tutti gli operatori, inclusa Tim, il modello garantirà l'assoluta parità di trattamento tra gli operatori», aggiunge il comunicato che precisa che la creazione della società della rete «manterrà invariato il perimetro del gruppo» e avverrà in conformità e nel rispetto delle disposizioni sul golden power. La Netco dovrebbe diventare operativa nell'arco dei prossimi 18 mesi. I tempi, comunque ora, sono nelle mani dell'Agcom che dovrà rivalutare gli obblighi che gravano sull'incumbent alla luce della notifica e tenerne conto nell'analisi di mercato che sta conducendo e che dovrebbe concludersi entro l'estate. «La societizzazione della rete Tim è una garanzia che

un asset importante per l'Italia resti sotto controllo italiano», ha osservato a Otto e mezzo il vice-presidente Tim Franco Bernabè, sottolineando che teneva a quell'obiettivo e glissando su futuri incarichi alla guida della compagnia telefonica («ho già dato due volte», ha risposto).

I sindaci ammettono Elliott

Se la notifica all'Agcom era attesa, il vero colpo di scena è arrivato ieri in serata con la decisione, presa all'unanimità dal collegio sindacale, di aggiornare autonomamente l'ordine del giorno dell'assemblea del 24 aprile, ammettendo sia la richiesta di revoca di sei amministratori del fondo Elliott sia la nomina dei suoi sei candidati. Con ciò ponendo il dubbio che il consiglio in carica possa essere fatto resuscitare in vita, con il rimpiazzo dei consiglieri di Vivendi. Giovedì scorso le dimissioni di Giuseppe Recchi, che erano state comunicate al presidente Arnaud de Puyfontaine con giorni d'anticipo e efficaci da subito, sono state seguite dalle dimissioni di altri sette consiglieri in quota francese, a valere dalla mattina del 24 aprile, prima che cominci l'assemblea. A maggioranza il board aveva quindi convocato nuovamente i soci il 4 maggio per procedere al rinnovo dell'intero consiglio, ad appena un anno dall'insediamento. Domani quindi il cda, che era stato già riconvocato in via straordinaria, avrà delle belle gatte da pelare.

Il nodo compensi

Tra le altre questioni spinose che avrà sul tavolo ci sarà anche quella del «piano di incentivazione basato su strumenti finan-

ziari», che - a quanto risulta - non è mai stato approvato nei consigli precedenti perché rinviato direttamente all'esame dell'adunanza plenaria dei soci. Il piano si basa sullo strumento delle cosiddette performance share, con l'assegnazione gratuita di azioni Telecom ordinarie fino a un massimo di 85 milioni di titoli (pari allo 0,559% del capitale, quasi 70 milioni di euro ai corsi attuali), di cui 30 milioni di azioni riservate all'ad Amos Genish e 55 milioni a dirigenti del gruppo da identificare. La proposta di delibera già contemplava l'estinzione dell'incentivo in caso di «mancato rinnovo» di Genish nella carica di ad «in sede di rinnovo del consiglio di amministrazione in carica» e in altri casi. La formula verrà perciò portata in consiglio domani per essere sostanzialmente confermata.

Consob acquisisce i verbali

La Consob, ha esercitato azione di vigilanza ai sensi dell'articolo 115 del Tuf (che consente di chiedere informazioni, convocare dirigenti e amministratori, eseguire ispezioni al fine di vigilare sulla correttezza delle informazioni fornite al pubblico), acquisendo ieri - a quanto risulta - anche i verbali del consiglio di giovedì scorso, teatro delle dimissioni di massa. Non sono esclusi



esposti da parte di Elliott e piccoli azionisti Asati.

La strategia di Vivendi

Vivendi ha rinunciato a "difendersi" dall'assalto del fondo Elliott arruolando banche d'affari o proxy advisor. La strategia resta quella già delineata: «Massima fiducia nell'ad Amos Genish e nel suo piano che è stato approvato all'unanimità». Se l'intervento dei sindaci non cancellerà l'assemblea del 4 maggio, Vincent Bolloré riproporrà il manager israeliano. Anche il ceo di Vivendi sarà in lista, insieme probabilmente all'ex ceo di Sfr Stéphane Roussel. Non viene invece avvalorata da Parigi l'ipotesi che possa esserci anche Yannick, il figlio di Bolloré, che è alla guida di Havas.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Telecom

Andamento del titolo a Milano



La politica. Calenda: buona notizia, avanti a prescindere dagli azionisti

L'obiettivo resta la rete unica ma ora toccherà al nuovo governo

LA POLITICA DEGLI APPALTI

La replica di Genish alle lettere sul taglio dei costi ai fornitori: rinegoziazione secondo le regole e scegliendo i partner migliori

Carmine Fotina

ROMA

■ Rispettando una sorta di tabella di marcia stilata nel segreto degli incontri precedenti, ieri il ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda e l'amministratore delegato di Tim Amos Genish hanno chiuso il cerchio sulla separazione societaria della rete. La notifica all'Authority per le comunicazioni conclude un percorso iniziato con il primo incontro tra i due, lo scorso ottobre.

Il primo obiettivo del governo è preservare l'italianità dell'infrastruttura e la societizzazione in prospettiva è una sorta di garanzia. L'obiettivo a lungo termine, invece, resta la quotazione in Borsa e la creazione di un'unica rete nazionale per la banda ultralarga mediante l'integrazione con Open Fiber. Ma si tratta di un governo uscente, la cui attività è limitata alla gestione degli affari correnti ed è ovvio che d'ora in avanti i vertici di Tim cercheranno di tessere un dialogo con chi faticosamente, al termine di questo lungo stallo post elettorale, siederà a Palazzo Chigi e al ministero di via Molise. Né Lega né M5S, anche nel recente passato, hanno nascosto il sostegno a un presidio pubblico nella rete da mettere possibilmente in sinergia con l'infrastruttura di Open Fiber.

«È una buona notizia la comunicazione ufficiale all'Agcom - ha commentato Calenda -. Dopo anni di discussioni il progetto è formalmente avviato. Una rete, sicura, neutrale e moderna è un presupposto fondamentale per la crescita dell'Italia». Calenda ha significativamente fatto riferimento all'importanza del progetto «come fondamento del

piano industriale, con qualunque compagine azionaria». Un modo per smarcarsi dalle interpretazioni dei giorni scorsi a proposito di un suo «endorsement» a favore del fondo Elliott. Per il titolare dello Sviluppo il progetto del Fondo - autonoma quotazione o parziale vendita della società della rete, a seguito di scorporo - «coincide con quello che noi intendiamo fare per l'interesse pubblico». Ma - aveva aggiunto - «mi pare che anche Tim fosse orientata in questo senso».

Non c'è a quanto pare la contemporanea chiusura di un'altra partita che si trascina da mesi: la sanzione a Tim per la violazione delle regole relative al «golden power» sulle aziende strategiche dopo l'arrivo di Vivendi. Non se ne sarebbe parlato durante l'incontro di ieri e la decisione sull'ammontare della possibile multa non arriverà entro questa settimana come inizialmente ipotizzato.

Il ministro e l'a.d. hanno invece parlato della rivisitazione delle condizioni economiche tra l'azienda e i fornitori di apparati e dei servizi di call center. In due lettere inviate a inizio marzo Calenda aveva espresso preoccupazione per gli impatti occupazionali delle politiche sugli appalti volte a una riduzione dei costi. A quanto risulta al Sole 24 Ore, Genish avrebbe illustrato brevemente il contenuto della risposta inviata nei giorni scorsi nel tentativo di tranquillizzare il ministro. Si fa cenno alla rinegoziazione in corso con ogni fornitore nel rispetto delle regole e all'intenzione di continuare ad avere come partner le aziende migliori nei loro rispettivi campi. Una risposta questa, in particolare, al timore espresso dal titolare dello Sviluppo sul coinvolgimento di «fornitori stranieri (es. francesi e cinesi) non operanti in questo settore e senza dipendenti in Italia».

 @CFotina

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il 10 maggio

Il premio Carli per le eccellenze dell'economia

In memoria

La Fondazione nata a luglio ha l'obiettivo di incoraggiare i talenti a restare in Italia

Oggi avrebbe compiuto 104 anni e chissà come avrebbe giudicato la Brexit. Guido Carli, scomparso 25 anni fa, è stato uno dei protagonisti assoluti della firma del Trattato di Maastricht nel 1992. Prima era stato ministro del Commercio internazionale; poi governatore della Banca d'Italia; presidente di Confindustria e, infine, ministro del Tesoro.

Per ricordare la sua figura — il 10 maggio sul palco della sala della Regina a Montecitorio a Roma — si svolgerà la nona edizione del premio a lui dedicato dalla nipote Romana Liuzzo che presiede la Fondazione intitolata proprio a Carli, nata nel luglio dello scorso anno.

Durante l'evento, che gode dell'alto patronato della presidenza del Consiglio, saranno assegnate 14 onorificenze, coniate dal Poligrafico e Zecca dello Stato, a esponenti del mondo dell'imprenditoria e alta finanza. La giuria è guidata da Gianni Letta, presidente onorario della Fondazione e ne fanno parte, tra gli altri, Ornella Barra, co-Ceo di Walgreens Boots Alliance; Urbano Cairo, presidente e amministratore delegato di Rcs Mediagroup; Fedele Confalonieri, presidente di Mediaset; Monica Maggioni, presidente della Rai; Giovanni Malagò, presidente del Coni; la giornalista Barbara Palombelli; Antonio Patuelli, presidente

dell'Associazione bancaria italiana; Giuseppe Recchi, vicepresidente di Telecom; Francesco Starace, ad e direttore generale di Encl.

Con la nascita della Fondazione, le attività in memoria del governatore non si esauriranno con il premio ma vivranno tutto l'anno grazie anche al supporto di un comitato scientifico che sta mettendo a punto un calendario fitto di eventi, presentazioni di libri, convegni, incontri internazionali che spaziano dalla geopolitica alla geoconomia programmati in collaborazione con l'università Luiss-Guido Carli di Roma.

L'obiettivo primario della Fondazione, sarà quello di incoraggiare le «eccellenze italiane» a rimanere nel nostro Paese. Non soltanto quelle già affermate, ma anche i giovani che possono potenzialmente spingere il «nuovo inizio» italiano. Diffondendo e praticando i valori per cui si è battuto Guido Carli.

«Non era questa l'Europa che sognava mio nonno — spiega Romana Liuzzo, presidente della Fondazione — quando firmò il Trattato di Maastricht. Io ero una ragazza e dai suoi racconti avevo netta la sensazione che qualcosa di epocale stesse accadendo. Per lui l'unione monetaria era una rivoluzione, il suo modello europeista non contemplava opportunismi; l'adesione al mercato unico significava condividere un destino. Camminare insieme, non sgomitare».

Alessio Ribaudò

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Chi era

● Guido Carli
(28 marzo 1914 - 23 aprile 1993)
è stato economista, ministro, presidente di Confindustria e governatore di Bankitalia



Ministro e Governatore

L'ex ministro del Tesoro e governatore della Banca d'Italia Guido Carli (a destra), in una foto degli anni 80 con un giovane Mario Draghi (Photorola-Ansa)

