

Rassegna del 29/10/2019

...

Repubblica	32 Unicredit sotto attacco hacker Violati i dati di 3 milioni di clienti	Puledda Vittoria	1
Repubblica	32 Un click sbagliato dietro ogni incursione	D'Alessandro Jaime	3
Repubblica	40 Intervista a Jaron Lanier - "Tanti auguri, web Ma ora paga per i nostri dati"	Luna Riccardo	4
Italia Oggi	33 Fondi alle pmi per Internet delle Cose, I.A., blockchain	Ottaviano Marco	6
Mf	33 Regioni 4.0 Puglia - Exprivia punta al mondo con telemedicina e industria 4.0	...	7
Sole 24 Ore	25 La Germania dà via libera al primo cloud su scala europea - La Germania dà il via libera al primo cloud su scala europea	De Biase Luca	8
Messaggero	21 Poste, più Pos gratis nei Comuni forte spinta ai pagamenti digitali	Di Branco Michele	9
Italia Oggi	33 I pagamenti online? Più sicuri	De Stefanis Cinzia	11
Sole 24 Ore	19 Parterre - Visa tra i soci illustri di TrueLayer	El.D.	12
Sole 24 Ore	12 L'e-commerce in Italia supera per la prima volta i 30 miliardi	E.N.	13
Mf	22 Nell'editoria la strategia di Facebook e Google è quella del divide et impera	Stazi Guido	14
Italia Oggi	20 Vod vetrina per le serie italiane	Secchi Andrea	15
Corriere della Sera	34 Tim, formazione digitale per un milione di cittadini	Sabella Marco	16
Repubblica	33 Tim, scuola digitale in 107 Province	...	17
Sole 24 Ore	17 Progetto Tim per spiegare Internet a 1 milione di italiani	Tucci Claudio	18
Mf	11 Telecom avvia la selezione del partner per Open Fiber - Tim stringe sul partner per OF	Leone Luisa	19

ESTERA

Expansión	2 La Llave - Spotify regge nonostante la pressione di Apple	...	21
-----------	---	-----	----

IL CASO

Unicredit sotto attacco hacker

Violati i dati di 3 milioni di clienti

I fatti risalgono al 2015 ma la banca lo ha scoperto solo la scorsa settimana. Non sono state rubate informazioni relative ai conti correnti né è stata segnalata alcuna attività anomala. Indaga la polizia

di **Vittoria Puledda**

MILANO – Un lungo elenco, tre milioni di persone identificate con nomi, città, numeri di telefono e riferimenti mail. E una cosa in comune: essere clienti italiani di Unicredit. L'ennesima violazione risale a qualche anno fa – i dati sono stati scaricati dal database della banca nell'ottobre del 2015 – ma solo ora (i primi segnali ci sono stati lo scorso giovedì sera) l'istituto ha circoscritto il fenomeno, procedendo alle denunce del caso, polizia compresa, e dando il via a un'indagine interna. Contemporaneamente ne ha dato notizia al mercato e messo a disposizione dei clienti un numero verde (800323285), per chi tema di essere nell'elenco e voglia informazioni. Per evitare che gli autori del furto tentino di mettersi in contatto con i malaugurati clienti, la banca ha reso noto che li contatterà solo attraverso i canali dell'home banking; negli altri casi spedirà lettere. Dal 2018 nel caso in cui vengano "persi" dati, c'è l'obbligo comunitario di informare i clienti.

I conti comunque dovrebbero

essere al sicuro: i dati trafugati non sono in grado di far risalire al conto corrente, né consentire di entrare nell'home banking. E, comunque, sembra che il team antifrodi non abbia segnalato nessuna attività anomala, anche in riferimento ai nominativi trafugati. L'inchiesta è appena partita e la banca non vuole commentare il caso, i cui contorni non sono chiari. C'è anche l'ipotesi che i dati trafugati siano stati trasferiti sul "dark web" (quella parte della rete Internet cui si ha accesso solo attraverso particolari software o autorizzazioni particolari), anche se fonti vicine a Unicredit negano la ricostruzione.

La banca ha ricordato che dal 2016 il gruppo ha investito 2,4 miliardi di euro per l'aggiornamento e il rafforzamento dei sistemi IT e della sicurezza informatica. Non solo, c'è un team di specialisti dedicati, costituito da 500 persone ed altre verranno assunte. «La banca ha sempre avuto un approccio proattivo e decisivo nell'affrontare tematiche di questo genere», ha spiegato il co-chief operating offi-

cer di Unicredit, Ranieri de Marchis.

Evidentemente non è bastato: ad esempio tra settembre e ottobre 2016 – e poi ancora tra giugno e luglio 2017 – sono stati violati i dati relativi a 400 mila clienti che avevano chiesto un prestito personale. E ancora nell'ottobre del 2018 erano stati violati i codici identificativi di oltre 730 mila clienti di Unicredit e stavolta il furto dei dati era stato più grave, tanto che la banca aveva bloccato per precauzione le password di quasi settemila clienti.

Insomma, l'istituto guidato da Jean Pierre Mustier è stato spesso oggetto di aggressioni massicce. «Gli attacchi sono quotidiani, a livello di sistema – chiarisce Daniele Tonella, responsabile del settore informatico di Unicredit – del resto, in un mondo digitale il rapinatore non ha più il passamontagna ma agisce con altri metodi: è un fenomeno sistemico in una società digitale». Abi e Bankitalia sono coinvolte nel contrastare il fenomeno, con Abilab e CerFin.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I precedenti

1 Banche Ue
Da inizio anno in Europa ci sono stati 65 mila casi di violazione dati dagli archivi elettronici delle banche, di cui 610 in Italia

2 Jp Morgan Chase
Nel 2014 furono violati i dati relativi a 83 milioni di clienti Jp Morgan Chase: 76 milioni erano individui, 7 milioni erano società

3 Capital One
La banca, tra le maggiori negli Usa nel settore prestiti e carte di credito, tra marzo e luglio scorso ha subito il furto di dati relativi a 100 milioni di clienti

4 Unicredit
La banca aveva già subito furti di dati relativi alla clientela, tra il 2016 e il 2017 relativi a prestiti personali, e poi ancora nel 2018





▲ **Jean Pierre Mustier**

Nato in Francia nel 1961,
è l'ad di Unicredit

Un click sbagliato dietro ogni incursione

Ogni mese una media
di 126 incidenti
a livello globale
Quasi sempre dipende
da un errore umano

di **Jaime D'Alessandro**

ROMA – Inevitabile, o quasi. Più è grossa e complessa l'azienda, maggiori sono le possibilità che una finestra venga lasciata aperta accidentalmente. Basta l'errore di un impiegato: scarica il documento sbagliato o clicca su un link in una mail che non avrebbe dovuto aprire e il danno è fatto. Il furto di dati di tre milioni di clienti Unicredit, risalente al 2015, non stupisce più di tanto. «Impossibile che non si verifichino incidenti se la società ha tali dimensioni e rilevanza, bisogna però saper limitare i danni», conferma Alessio Pennasilico, membro del comitato direttivo del Clusit, Associazione italiana per la sicurezza informatica.

Mentre si aspetta di capire se la falla è stata creata dall'esterno o dall'interno, nella prima parte del 2019 sul fronte della cybersicurezza la situazione non accenna a migliorare. E, del resto, non potrebbe vista la progressiva digitalizzazione della società. Stando al Clusit, sono stati 757 gli attacchi gravi registrati a livello globale, per una media mensile pari a 126, in crescita dell'1,3% rispetto al primo semestre 2018. Le banche, con il 7%, sono la quarta categoria per numero di minacce subite dopo i servizi online e cloud, le strutture governative, militari e dell'intelligence e dopo la sanità,

che negli ultimi due anni è diventata uno degli obiettivi preferiti.

Peccato che da questo conteggio manchi una parte rilevante di aggressioni, quella che non diventa di dominio pubblico o che emerge ad anni di distanza come nel caso di Unicredit, quando la vittima se ne rende conto. Accade soprattutto con gli attacchi più sofisticati. E poi chi è stato colpito spesso preferirebbe non rendere noto l'accaduto, non fosse che una norma del Gdpr impone la comunicazione.

«Molte aziende e molti loro dipendenti non si rendono conto di cosa rischiano scaricando sul computer un documento infetto dai social come dalla mail», racconta Marco Ramilli, a capo della Yoroi, azienda di cyber sicurezza di Bologna. «Nel caso di Unicredit l'entità del danno è relativo, hanno sottratto nomi e mail, ma di massa. Poteva andare peggio». Fra gli esperti del Clusit girano storie dell'orrore su società italiane che si sono accorte troppo tardi di quanto era accaduto: a due o tre anni di distanza dall'intrusione qualcuno ha replicato all'estero i medesimi processi produttivi e rubato chirurgicamente tutti i clienti offrendo prezzi più bassi.

«Sulla crescita degli attacchi cyber nel nostro Paese, bisogna tener presente che quelli mirati sono una minoranza ma i più pericolosi», ricorda Alessio Pennasilico. Il mantra è il solito: non c'è abbastanza attenzione né preparazione. In Germania si calcola che l'industria ha subito cyber attacchi e furti di dati con danni di 43 miliardi di euro. Nel nostro Paese, dove una stima precisa non è mai stata fatta, le cifre sono probabilmente più basse. Ma di poco.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



JARON LANIER

“Tanti auguri, web Ma ora paga per i nostri dati”

Il 29 ottobre 1969 avveniva il primo collegamento tra due computer. Mezzo secolo dopo, il guru di Internet spiega perché è tempo di regole

di **Riccardo Luna**

Il cinquantesimo compleanno di Internet? Quale? Internet ha avuto tanti inizi. Il 29 ottobre 1969 è stato uno di quelli e forse neanche il primo e certo neanche il più importante...». Il guru ha parlato. Ha le trecce rasta fino alle ginocchia, indossa una specie di saio color juta ad avvolgere un corpo monumentale che muove con un certo affanno, ai piedi due ciabatte da spiaggia con cui incontra capi di Stato e amministratori delegati di multinazionali che lo consultano come un oracolo per capire il futuro. Jaron Lanier, 59 anni, pioniere del web, inventore della realtà virtuale quando ancora neanche esisteva la parola, che infatti coniò lui; oggi ricercatore per Microsoft, impegnato da anni a cercare di capire come “aggiustare Internet”: «Credo di sapere come rimediare al casino che abbiamo fatto. C’ero anche io quando è nata e si è sviluppata la rete, ho visto e creduto all’utopia del mondo migliore, pensavamo di costruire uno strumento che ci avrebbe reso automaticamente felici, mi spiace non aver gridato abbastanza forte quando mi sono accorto che stavamo andando nella direzione sbagliata. Viviamo in un capitalismo digitale che si fonda sulla manipolazione delle coscienze delle persone attraverso l’uso dei dati che forniamo spontaneamente per stare in rete».

Il web veniva raccontato come la terra promessa: nel 2009 il magazine “Wired” fece una storia di copertina che si intitolava “Il nuovo socialismo”. Che cosa è andato storto?

«Aziende come Google e Facebook sono nate con una ambivalenza di fondo che non è mai stata affrontata onestamente: dicevano di voler costruire un mondo più aperto e democratico, ed erano guidate da imprenditori che dovevano fare profitti. L’unica soluzione è stata creare un mercato basato sulla profilazione degli utenti per rivendere quei dati agli inserzionisti pubblicitari. La pubblicità non è il male, è una forma di comunicazione. Ma la sorveglianza di massa e la modifica del comportamento delle persone che si possono ottenere quando hai i dati personali sono tutta un’altra storia».

A soffrirne è la democrazia: clicchiamo più facilmente su cose che generano rabbia o paura. Il populismo va a gonfie vele.

«Poteva andare diversamente? Sì, se avessimo avuto mezzo milione di anni in più per evolverci come specie umana. Il concetto di cooperazione fra le persone ha circa duemila anni. L’idea che si possa vivere in pace con gli altri è molto recente, la nostra mente ancora funziona in base al pericolo imminente e all’aggressione. Quindi non è solo colpa delle *tech companies* se Internet non ci ha portato al

socialismo, dipende anche dalla nostra pigrizia mentale. Ma così la specie umana non sopravviverà a lungo».

È un problema di regole?

Servono nuove leggi?

«È difficile definire i confini della manipolazione in maniera efficace. Guardate cosa è accaduto con il GDPR, le regole europee sulla privacy: una cosa giusta ma che risultati ha prodotto? Le grandi aziende riescono a rispettarle agevolmente perché gli utenti cliccano e accettano tutto senza capire bene cosa stanno facendo».

Se cambiare le regole non basta, che cosa dovremmo fare?

«Stabilire un principio per cui le aziende digitali devono pagare per avere i nostri dati personali. Questo costituirebbe un disincentivo al mercato attuale dei dati per fini manipolativi. Naturalmente comporta la fine della gratuità del web e dei social, ma sono convinto che non sia più vero che le persone non siano disposte a pagare per un servizio,



lo dimostra Netflix».

Quindi le persone pagano per usare Facebook e Google che a loro volta pagano gli utenti per il numero di clic che fanno. Funzionerà?

«Manca un tassello importante. I sindacati degli utenti. Servono sindacati in grado di negoziare il valore e quindi il prezzo dei dati personali che altrimenti rischia di diventare zero. In fondo gli utenti non sono utenti, ma lavoratori del capitalismo digitale, coloro che forniscono ai computer le materie prime per funzionare».

Ma in un mercato di questo tipo i ricchi potrebbero comprarsi la privacy e i poveri dovrebbero esporre tutto. Una ingiustizia.

«Una obiezione che mi fanno spesso. Potrei rispondere chiedendo a mia volta se qualcuno ha un'idea migliore per far finire la manipolazione di massa delle coscienze. No, evidentemente. E anche adesso, se nasci in una famiglia ricca, magari a San Francisco e New York, e conosci qualcuno a Google e in un fondo di *venture capital* hai molte più probabilità di avere successo di chi nasce in un quartiere povero di un Paese in via di sviluppo. La fine del capitalismo basato sulla manipolazione darà molte più opportunità a chi ha talento indipendentemente da dove nasce».

Questo ottimismo sorprende. Nel 2000 Bill Joy su "Wired" scrisse che il futuro non avrebbe avuto bisogno di noi umani.

«Bill è un amico. La differenza con la mia visione di oggi è che l'intelligenza artificiale di cui tanto si parla è intelligente e funziona davvero solo se noi le forniamo dati da elaborare. Siamo noi esseri umani il motore del mondo futuro, la materia prima dei computer, è ora che ce ne rendiamo conto».

Sembra una nuova utopia, non si capisce come si potrebbe realizzare.

«Nessuno da solo è in grado di imporre questa rivoluzione, sono necessari cambiamenti su vari livelli. Il primo è quello degli ingegneri che lavorano nella Silicon Valley. Se capissero che la strada è questa...».

Finora sono stati parte del problema.

«Negli ultimi tre anni c'è stato un cambiamento netto, un risveglio della coscienza politica. Prima c'era la convinzione che tutto quello che stavano facendo fosse il bene assoluto, adesso quella cosa è morta e sepolta. C'è un nuovo attivismo, un coraggio che prima non c'era».

Gli ingegneri del software ci salveranno dal capitalismo digitale?

«Non da soli. Serve una combinazione di azioni: dai legislatori ai tecnologi, dai consumatori al sentimento popolare. E poi ci sono i cambiamenti che saranno innescati da alcune importanti sfide legali in corso...».

Si riferisce all'antitrust? Che cosa ne pensa della proposta della candidata democratica alla Casa Bianca Elizabeth Warren di separare Facebook da Whatsapp e Instagram e Google da YouTube?

«L'antitrust può avere un senso ma non risolve il problema principale che abbiamo davanti, la manipolazione delle coscienze delle persone. Dobbiamo cambiare il modello di business se vogliamo cambiare Internet».

Facebook e Google faranno di tutto per impedirlo, lo sa.

«L'ironia in questa vicenda è che non ci rimette nessuno, in particolare Facebook potrebbe valere molto di più. Microsoft è molto cambiata in questi anni e vale più di prima. Anche Google e Facebook dovrebbero guardare al cambiamento senza paura. Del resto, ci dicono sempre che non dobbiamo temere il cambiamento: perché non danno l'esempio? Lo faranno, non possiamo restare a lungo in questo assurdo vicolo cieco».

Il libro



L'alba del nuovo tutto
di Jaron Lanier
(Il Saggiatore trad. di A. Vezzoli, pagg 430, euro 27)



*Servono i sindacati degli utenti
Spetta a loro negoziare il valore delle informazioni che lasciamo
In fondo lavoriamo per il capitalismo digitale*

Fondi alle pmi per Internet delle Cose, I.A., blockchain

Oltre alle pubbliche amministrazioni anche le pmi e le start up innovative potranno presentare le domande per l'accesso ai fondi per la realizzazione di progetti di sperimentazione tecnologica, basati sull'utilizzo delle tecnologie emergenti (blockchain, intelligenza artificiale e internet delle cose). Questo è il chiarimento fornito dal ministero dello Sviluppo economico e contenute in una serie di faq redatte nei giorni scorsi sulle modalità di accesso agli incentivi del bando (approvato con determinazione direttoriale 5 agosto 2019 prot. n. 48611) Asse II del programma di supporto tecnologie emergenti del piano investimenti per la diffusione della banda ultra larga.

Oggetto degli interventi. Gli interventi (di enti pubblici, agenzie, enti di ricerca, e università) dovranno, preferibilmente, prevedere lo sviluppo di servizi e soluzioni che ricadano nei seguenti ambiti: tutela e valorizzazione del made in Italy; green economy; logistica; creatività, audiovisivo e intrattenimento. Inoltre, i progetti dovranno essere immediatamente cantierabili, essere progettati per permettere la crescita complessiva dei territori, con un particolare focus sul rilancio dei territori svantaggiati e garantire la sostenibilità e la replicabilità dei risultati.

Tipologia di progetto e importo finanziamento. La dotazione finanziaria complessiva dell'Asse II (progetti di ricerca e sviluppo), è pari a 5 milioni di euro. Il finanziamento a valere sul fondo sviluppo e coesione 2014-2020 potrà essere concesso fino ad un massimo dell'80% delle spese riconosciute ammissibili, e comunque per un importo non superiore ad 1 milione di euro per singolo progetto. L'ammontare del finanziamento sarà rideterminato in ogni caso al momento dell'erogazione a saldo e non potrà essere superiore a quanto stabilito nella convenzione sottoscritta successivamente all'aggiudicazione. Le agevolazioni sono erogate, nella forma di contributo alla spesa, sulla base delle richieste avanzate periodicamente dai soggetti beneficiari, in non più di tre soluzioni, più l'ultima a saldo, in relazione a Stati di avanzamento del progetto (Sal).

Presentazione domanda. La domanda di partecipazione, redatta dal proponente o persona delegata dallo stesso, dovrà

essere presentata entro il termine tassativo delle del 4 novembre 2019 (ore 12,00). La presentazione della domanda costituisce impegno irrevocabile del proponente a dare avvio al progetto cui la domanda si riferisce, fatta salva la facoltà del MiSe di interrompere in qualsiasi momento per ragioni di sua esclusiva competenza il procedimento avviato senza pretesa alcuna da parte dei soggetti che hanno presentato domanda. L'attività istruttoria è articolata nelle seguenti fasi:

- verifica della completezza della documentazione presentata e del rispetto dei requisiti previsti;
- valutazione tecnica della domanda (effettuata dalla commissione di esperti).

La procedura di istruttoria si concluderà entro 60 giorni dalla data di chiusura dell'avviso con una graduatoria approvata dal MiSe e pubblicata sul sito internet dello stesso ministero.

Marco Ottaviano



REGIONI 4.0 PUGLIA

Exprivia punta al mondo con telemedicina e industria 4.0

«L'Intelligenza Artificiale si sta diffondendo sempre più nelle nostre vite, negli oggetti che usiamo tutti i giorni, nelle applicazioni dei nostri smartphone, nelle nostre automobili. Sta rapidamente stravolgendo il modo di lavorare e di relazionarci», ha spiegato qualche giorno fa Domenico Favuzzi, numero uno di Exprivia. Favuzzi è ceo del gruppo più rappresentativo del settore Ict in Puglia, diventato ormai leader internazionale dopo aver inglobato l'anno scorso Italtel, dando vita a un gruppo che nel 2018 ha registrato un fatturato di 623 milioni di euro con 42 milioni di ebitda, presente in tutti i maggiori paesi europei, negli Stati Uniti, in Sud America e in Cina, dal 2013. L'intelligenza artificiale è il terreno più recente su cui si sta confrontando il gruppo, che nel luglio scorso ha acquisito una partecipazione di minoranza in Qesit, società senese specializzata in soluzioni di IA. Una buona parte del successo raggiunto da Exprivia è stata generata dall'esperienza fatta in Puglia con i programmi di informatizzazione della sanità regionale, tra cui un programma di diagnostica per immagini, largamente utilizzato negli ospedali pugliesi, che consente di coordinare l'attività di medici di base, infermieri, ospedali, farmacie ottimizzandone l'efficienza con una forte riduzione di costi. Questo know how ha consentito al gruppo di sbar-

care in alcuni grandi mercati mondiali, tra cui Messico e soprattutto Cina. «Ora vogliamo espandere la nostra presenza ai comparti dell'industria 4.0 e della sanità, siamo interessati ad ogni approfondimento che ci consenta di muoverci in un quadro di cooperazione e supporto», ha annunciato Favuzzi, parlando di mercati esteri. «Guardiamo con sicuro interesse alla iniziativa la nuova Via della seta, l'Italia ha bisogno di aprirsi a nuovi mercati e il nostro Made in Italy è certamente elemento di attrattività per la Cina», ha proseguito. «L'Italia ha una posizione strategica rispetto al percorso individuato, un po' la porta d'ingresso all'Europa, non solo a livello logistico, con la connettività stradale e marittima, ma anche a livello manageriale-organizzativo, grazie all'opportunità offerta di svolgere un ruolo di cooperazione per la modulazione della proposta cinese agli standard europei», ha sottolineato l'imprenditore. Per il gruppo pugliese, la Cina si presenta tuttora un mercato in crescita seppur con incrementi minori rispetto al passato a causa della guerra dei dazi con gli Stati Uniti. In un contesto difficile sta mantenendo la propria posizione sul mercato dell'It infrastructure e delle soluzioni Erp specialmente sulle società cinesi appartenenti a gruppi europei. Attraverso Exprivia Asia, basata a Hong Kong, il gruppo opera anche nei mercati strategici dell'Estremo Oriente.



Domenico Favuzzi



RISPOSTA A USA E CINA**La Germania dà via libera
al primo cloud su scala europea**

Luca De Biase — a pag. 25

**La Germania dà il via
al primo cloud
su scala europea****RISPOSTA A USA E CINA****Economia dei dati: oggi
a Berlino il progetto Gaia-X
Coinvolti anche Sap e Dt****Luca De Biase**

Il nome è Gaia-X. E vuole essere la risposta tedesca ed europea alla predominanza americana e cinese nell'economia dei dati, nel cloud. Il progetto è stato studiato dal governo di Angela Merkel, in particolare dal suo ministro dell'economia Peter Altmaier, in collaborazione con tre giganti come Sap, Deutsche Telekom e Deutsche Bank. L'agenzia Bloomberg News ha consultato il documento che descrive l'idea di Gaia-X e ne ha dato notizia ieri.

Le informazioni intorno al progetto sono piuttosto limitate al momento. L'intenzione è chiara: equilibrare il vantaggio conquistato da colossi come Amazon e Alibaba nei servizi in cloud e nel controllo dei dati, vera e propria risorsa strategica dell'economia digitale, necessaria a qualsiasi innovazione nei servizi in rete e nelle applicazioni dell'intelligenza artificiale in materia industriale, commerciale, finanziaria, militare e molto altro ancora.

La descrizione delle vere e proprie azioni che serviranno a raggiungere questo obiettivo è invece ancora scarna: Altmaier ha parlato di Gaia-X come di una piattaforma europea, mentre il documento che descrive il progetto ne descrive la tecnologia come una sorta di standard comune destinato a consentire la comunicazione efficace tra diversi servizi cloud. Si direbbe dunque che l'ipotesi sia quella di rivaleggiare con le dimensioni dei colossi americani e cinesi costruendo una sorta di gigantesca federazione di sistemi europei abilitata dal nuovo standard.

Del resto, l'idea di un simile standard era stata proattivamente prevista anche dal regolamento per la protezione dei dati (Gdpr). Una strategia di questo tipo richiama alla memoria quella che aveva creato le condizioni per il successo del Gsm, lo standard per la telefonia digitale mobile che aveva creato un nuovo mercato e avvantaggiato l'industria europea tra gli anni Novanta del secolo scorso e la prima decade del nuovo millennio. Anche oggi, in effetti, siamo di fronte alla nascita di un nuovo mercato, quello dei servizi a base di intelligenza artificiale e gestione dei dati. E sebbene questa volta gli europei non appaiano tanto tempestivi come erano stati nel caso del Gsm, è pur vero che la maggior parte delle possibili applicazioni soprattutto industriali dell'economia dei dati non sono ancora state sviluppate.

È importante notare la connotazione politica del modo scelto dal governo tedesco per far conoscere il progetto Gaia-X. Una formulazione di questa strategia poteva essere sviluppata in base alla particolare sensibilità tedesca ed europea per la privacy e per i diritti umani nel contesto delle reti digitali: una sensibilità che evidentemente gli americani e i cinesi non condividono. Invece, il governo tedesco ha preferito definire politicamente questa strategia nel quadro delle guerre commerciali dichiarate dall'amministrazione americana contro tutto il resto del mondo dopo l'avvento del presidente Donald Trump. «I dati sono la risorsa del futuro» si legge nel documento che descrive Gaia-X: «Ecco perché la Germania e l'Europa hanno bisogno di un'infrastruttura che assicuri la sovranià dei dati e abiliti lo scambio di dati con un sistema grande e sicuro». Un sistema per il quale le imprese e le pubbliche amministrazioni europee non possono affidarsi soltanto a piattaforme americane e cinesi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Poste, più Pos gratis nei Comuni forte spinta ai pagamenti digitali

►L'iniziativa per i centri con meno di 5 mila abitanti ►Il piano per gli enti minori: arrivano mezzi "green"
Del Fante: «Andiamo incontro alle amministrazioni» per il recapito e cassette smart a tecnologia digitale

L'INCONTRO VOLUTO DAL GRUPPO ALLA NUVOLO DI ROMA CON CIRCA 4 MILA PRIMI CITTADINI DI TUTTA ITALIA

LE RASSICURAZIONI DEL MINISTRO GUALTIERI: «EVITATO L'AUMENTO DEL'IVA SENZA TAGLI ALLE REALTÀ SUL TERRITORIO»

LA STRATEGIA

ROMA Poste italiane apre la campagna elettronica nei piccoli comuni del Paese. L'azienda guidata dall'amministratore delegato Matteo Del Fante, che ieri ha riunito presso la Nuvola di Roma 4 mila sindaci rappresentanti di centri con meno di 5 mila abitanti, punta a dotare i Comuni di almeno due Pos, in comodato d'uso gratuito con commissioni di accettazione gratuita per tutte le carte di Poste Italiane. Una svolta importante, «utile per andare incontro alle esigenze delle amministrazioni locali derivanti anche dall'evoluzione degli strumenti di pagamento». Si tratta com'è evidente, di una scelta strategica in linea con le programmatiche del governo Conte-bis, che si prepara a inserire in legge di Bilancio diverse misure che servono a stimolare l'uso di carte di credito e bancomat. Questa operazione non sarà la sola, sul tema.

«Con l'entrata in vigore delle nuove normative, dal 2020 sarà necessario mettere l'e-commerce nel contratto di servizio di Poste Italiane», ha annunciato il ministro per gli Affari regionali, Francesco Boccia. Nel suo intervento durante il convegno "Sindaci d'Italia, Del Fante ha parlato dell'apertura di una nuova

tappa dell'impegno di Poste sul territorio e nelle piccole comunità. Come promesso, ha rivendicato il manager, «non è stato chiuso nessun ufficio, ma abbiamo preso una strada diversa». Poi l'elenco dei nuovi obiettivi, come l'avvio di programmi di educazione finanziaria e digitale, l'uso di mezzi "green" per il recapito della posta, l'installazione di locker nei Comuni privi di ufficio postale, per semplificare le operazioni di consegna dei pacchi e il pagamento dei bollettini, l'installazione di cassette postali smart a tecnologia digitale, l'attivazione di servizi di informazione per i cittadini e la realizzazione di nuovi eventi filatelici per valorizzare le tradizioni e le realtà del territorio. Quanto al bilancio delle cose fatte nell'ultimo anno, Poste ha installato 614 Atm Postamat, collegato 5.688 spot wifi negli uffici postali di 5.051 Comuni, eliminato 574 barriere architettoniche in 549 Comuni, potenziato 219 uffici postali in 211 centri turistici, installate 3.751 nuove cassette postali e 3.793 impianti di video sorveglianza e attivato 119 servizi di tesoreria.

LE RASSICURAZIONI

Davanti alle fasce tricolori, il premier Giuseppe Conte ha spiegato che «i piccoli Comuni sono un deposito di preziose testimonianze artistiche e culturali e sono ancora oggi centro propulsivo di attività economiche e produttive». Conte non ha tralasciato il rischio spopolamento (indicato come un rischio grave dal presidente dell'Anci, Antonio Decaro) che riguarda i piccoli borghi ma ha garantito: «Il governo non vi lascerà soli».

Entrando più nel dettaglio, il ministro dell'Economia, Roberto Gualtieri, oltre a rassicurare i sindaci che nella manovra «sono previsti 110 milioni di euro per ciascun anno del triennio per il ristoro del minor gettito da Imu e Tasi», ha ricordato che

il governo «si appresta a varare una manovra che fermando 23 miliardi di Iva che sarebbero aumentati dal primo gennaio 2020 senza aver percorso la strada più facile: i tagli agli enti locali». I Comuni sono un'espressione di ricchezza unica, ha rimarcato poi Gualtieri, aprendo su uno dei temi più cari ai sindaci, quello dell'indennità minima.

Dario Franceschini ha avvertito che è sbagliato «fare spending review tagliando le strutture periferiche anziché quelle centrali dello Stato». Secondo il ministro dei Beni culturali, «il futuro è difendere ciò che ha identità evitando le fusioni obbligate fra piccoli Comuni e sostenendo le attività sociali come librerie o empori che formano l'identità di una comunità territoriale e che vanno mantenute». A questo proposito, il ministro ha ribadito anche l'importanza di aver previsto, in manovra, «un bonus facciate, per rifare il look e dare lavoro alle imprese, mettendo insieme cultura e turismo».

Quanto alla situazione degli Enti locali nel Mezzogiorno, il ministro per il Sud e la Coesione sociale, Giuseppe Provenzano, ha avvertito che per ricostruire il futuro dei luoghi, soprattutto di quelli più piccoli, «non basta mettere a bilancio le risorse. Il Piano per il Sud ha come elemento nuovo l'idea di fare un protocollo con i comuni per semplificare le procedure e favorire gli investimenti».

Michele Di Branco

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Matteo Del Fante amministratore delegato di Poste Italiane

Abi e 17 associazioni dei consumatori redigono le linee guida sulla nuova direttiva Psd2

I pagamenti online? Più sicuri

Autentica blindata da impronte digitali e dati biometrici

DI CINZIA DE STEFANIS

Con la Psd2 (acronimo di *Payment services directive 2*) maggiore protezione dei clienti nei servizi di pagamento online e per l'accesso all'internet banking. La maggiore sicurezza si fonda su tre pilastri. Conoscenza (qualcosa che l'utente conosce, password o Pin), possesso (qualcosa che solo l'utente possiede, ad esempio uno smartphone o una chiavetta/token) e inerenza (qualcosa che contraddistingue l'utente, ad esempio la sua impronta digitale o altri dati biometrici). È nella guida congiunta dell'Abi e di diciassette associazioni dei consumatori, diffusa nei giorni scorsi, che si fa il punto legato ai nuovi adempimenti introdotti alla nuova direttiva europea sui servizi di pagamento (c.d. Psd2). Ma andiamo con ordine.

Autenticazione forte. Psd2 prevede l'utilizzo di stringenti standard di sicurezza per l'accesso all'area clienti (*Internet Banking*) e per la disposizione di pagamenti online. Dal 14 settembre 2019, infatti, è obbligatoria l'autenticazione forte (strong customer authentication). L'autenticazione forte è un sistema di sicurezza che permette di identificare e autenticare in maniera univoca il cliente e l'operazione, riducendo i rischi legati all'accesso ai propri conti online e all'esecuzione di operazioni fraudolente da parte di soggetti terzi non autorizzati.

Pagamenti piccolo importo. Non rientrano nelle nuove regole della PSD2 solo i pagamenti di piccolo importo, quelli ricorrenti o destinati a beneficiari di fiducia indicati dall'utente e i pagamenti di parcheggi e trasporti. Per questi, infatti, è sufficiente l'utilizzo

di un solo fattore di sicurezza. I titolari dei conti online, infatti, possono dare a banche o istituti di pagamento - autorizzati dalla Banca d'Italia o da un'altra Autorità europea competente - il consenso ad accedere al proprio conto tramite canali dedicati, per acquisire informazioni su saldo, movimenti e rendiconti, per gestire alcuni servizi per conto dei titolari.

Ruolo delle banche o istituti di credito. In particolare, la direttiva prevede che banche o istituti di pagamento, se espressamente autorizzati dai titolari dei conti, possano offrire:

- **servizi dispositivi** - cioè l'avvio di pagamenti online per conto degli utenti;

- **servizi informativi** - che forniscono informazioni aggregate di uno o più conti online, anche tenuti presso banche diverse e consentono all'utente di avere una situazione finanziaria aggiornata in un unico ambiente (ad esempio, una App);

- **servizi di conferma di responsabilità fondi** - nel caso in cui l'utente abbia una carta di debito emessa da un istituto diverso da quello presso il quale ha il conto.

Franchigia ridotta e pagamenti non autorizzati.

Un'ulteriore novità introdotta dalla Psd2 è il rimborso dei pagamenti non autorizzati. Parliamo ad esempio di quelli fatti con strumenti smarriti o rubati, entro il giorno lavorativo successivo alla notifica del cliente. Questo vale anche nel caso in cui l'operazione sia eseguita tramite un istituto diverso dal proprio. Sempre riguardo alle operazioni non autorizzate, infine, la franchigia massima a carico dell'utente si riduce, passando da 150 a 50 euro.

—© Riproduzione riservata—



PARTERRE

Visa tra i soci illustri di TrueLayer

«È un grande privilegio poter imparare e lavorare a stretto contatto con chi ci ha ispirato fin dall'inizio». Così Francesco Simoneschi, ceo e co-fondatore di TrueLayer, commenta la partnership commerciale e strategica con il colosso americano annunciata al Money 2020 di Las Vegas. In base a questo accordo l'azienda italiana, principale fornitore europeo di API finanziarie, vedrà la partecipazione di Visa nel round di investimenti da 35 milioni di dollari, conclusosi a giugno e guidato da Temasek e Tencent. «Il nostro obiettivo è creare una nuova era di innovazione che permetta alle aziende di accedere ai dati finanziari dei propri clienti in modo sicuro ed efficiente e consenta pagamenti online sicuri e quasi istantanei», dice Simoneschi. TrueLayer è stata fondata nel 2016 da lui insieme a un altro imprenditore italiano, Luca Martinetti. Ha ricevuto più di 47 milioni di dollari in diversi round di investimenti da fondi che operano nei servizi finanziari e nel settore SaaS. «Per Visa in particolare supporteremo i clienti, cioè le banche, ad accedere ai servizi previsti dalla nuova direttiva europea sui servizi di pagamento, la PSD2, attraverso una tecnologia che risolve le criticità di una infrastruttura ancora frammentata». (E.L.)



L'e-commerce in Italia supera per la prima volta i 30 miliardi

La crescita degli acquisti online è trainata dai prodotti fisici (+21%)

Un aumento in valore di 4,1 miliardi di euro, il maggiore di sempre. Nel 2019 gli acquisti di e-commerce B2c raggiungono i 31,6 miliardi, con un +15% sull'anno precedente ottenuto con uno sprint nell'aumento degli acquisti dei beni fisici. Il valore di questi ultimi tocca i 18,1 miliardi (+21%) con 281 milioni di ordini e uno scontrino medio intorno ai 66 euro. Questi i numeri chiave della 20esima edizione dell'Osservatorio eCommerce B2c della School of management del Politecnico di Milano che fotografa il big bang dello shopping online. Nel 1999 il mercato era da soli cento milioni per buona parte realizzati con la vendita di assicurazioni online e biglietti aerei. «Ora la componente servizi è entrata in una fase di maturità e vale 13,5 miliardi di euro grazie a 60 milioni di ordini e a uno scontrino medio di circa 228 euro - segnala Riccardo Mangiaracina, responsabile scientifico dell'Osservatorio -. La crescita è trainata dai prodotti, dai beni fisici con risultati positivi sia per i comparti storici come l'elettronica e l'abbigliamento sia per quelli emergenti come l'arredamento&home living, food&grocery e bellezza. Quest'anno le spedizioni raggiungeranno il numero record di 318 milioni esclusi i resi». Acquisti sempre più perfezionati con lo smartphone in 4 casi su dieci generando vendite per 12,5 miliardi con un +33% sul 2018.

La data del sorpasso rispetto al tradizionale pc è fissata tra il 2020 e l'anno successivo. Invece il tasso di penetrazione degli acquisti online sul totale del retail passa in 12 mesi dal 6,5% al 7,3%, con i prodotti al 6% e i servizi all'11 per cento. Per quanto riguarda l'export, le vendite da siti italiani verso clienti stranieri, toccati i 4,4 miliardi il 15% del mercato. Certo c'è il comparto turismo, in modo particolare i biglietti per i viaggi mentre tra i prodotti fisici spiccano i tradizionali asset del made in Italy, in primis l'abbigliamento e l'arredamento. I principali mercati di sbocco sono quelli europei e gli Usa mentre restano molto basse, al di sotto del 4%, le quote verso Cina, Giappone e Russia.

Il tutto mentre le vendite nei negozi fisici restano al palo a causa della situazione congiunturale. «Le imprese, il retail sono chiamati a investire sempre di più nelle tecnologie, il cuore della nuova rivoluzione sociale, economica e commerciale cui stiamo assistendo - rimarca Roberto Liscia, presidente Netcom -. L'intelligenza artificiale, per esempio, è l'innovazione tecnologica emergente da guardare con maggiore interesse fra quelle che stanno già ridisegnando tutta la filiera dell'industria. Le sue capacità di analisi predittiva, infatti, sono un elemento chiave sia nella personalizzazione dell'offerta e nell'esperienza di acquisto, sia nel mantenimento della relazione con il cliente».

—E.N.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nell'editoria la strategia di Facebook e Google è quella del divide et impera

DI GUIDO STAZI

Divide et impera è una locuzione latina secondo cui il migliore espediente di una tirannide o di una qualsiasi autorità per controllare e governare un popolo è dividerlo, provocando rivalità e fomentando discordie. *Divide et impera* indica, in informatica, un approccio per la risoluzione di problemi computazionali. Un algoritmo divide un problema in due o più sotto-problemi, fin quando questi ultimi diventino di semplice risoluzione; quindi combina le soluzioni al fine di risolvere il problema dato.

Le due illustrazioni del famoso motto, attribuito come concetto originario a Filippo il Macedone, il re che nel 338 a.C. conquistò la Grecia modulando guerra, politica e diplomazia, sono riprese da Wikipedia, l'enciclopedia digitale online. È interessante notare come il comportamento di due grandi potenze digitali, Google e Facebook, nei confronti del mondo dell'editoria e dell'informazione, sembra ispirarsi alla citata strategia, potenziata dalla loro scienza algoritmica. Google si rifiuta di ottemperare alla legge francese che conferisce agli editori il diritto di chiedere un compenso adeguato per lo sfruttamento online dei propri contenuti. Nella normativa francese si prevede l'obbligo per le piattaforme che pubblicano brevi estratti, foto o filmati a corredo dell'articolo che viene indicizzato in una ricerca, di remunerare con accordi di licenza l'editore. Finora questi estratti, ordinati per via algoritmica, comparivano gratis in Google News: da oggi in Francia (e a seguire in tutti gli altri paesi dell'Ue, una volta recepita la direttiva copyright negli ordinamenti nazionali) non compariranno più; le testate che vogliono continuare a veder pubblicati i loro estratti dovranno dichiarare a Google la rinuncia espressa ai com-

pensi e quindi all'applicazione della normativa. È probabile che invece Google continui, come fa da tempo, a siglare accordi commerciali ed elargire finanziamenti per iniziative digitali a singoli editori, giornali online, agenzie giornalistiche, stimati in quasi 600 milioni di dollari, a livello mondiale, negli ultimi dieci anni. Considerati da un'organizzazione non profit americana, Google Transparency Project, parte di un più generale piano lobbistico, che comprende finanziamenti a ricercatori e istituzioni universitarie e di ricerca, nonché a politici in occasione di campagne elettorali. Anche Facebook ha annunciato un accordo commerciale, il primo di una serie, con News Corp, il gruppo editoriale che negli Usa edita *Wall Street Journal* e *New York Post*; il progetto è quello di pubblicare contenuti su una nuova sezione News di Facebook, ordinati da redattori e algoritmi. In un appello promosso dai giornalisti francesi si legge che «Google sta violando la legge. È un nuovo gesto di disprezzo per la sovranità nazionale ed europea: Google vuole dimostrare l'impotenza pubblica di regolamentare le piattaforme. Piegare i media costringendoli ad accettare un modello economico basato sul principio dei contenuti non retribuiti. Sventola magnanimamente la bandiera dei finanziamenti che ha gentilmente concesso per progetti innovativi nel campo dei media: un'elemosina per un gruppo che pesa 140 miliardi di dollari. Chiediamo un contrattacco da parte di chi decide... perché la posta in gioco è la sopravvivenza dei media indipendenti e pluralistici, e in definitiva la vitalità della nostra democrazia». Certo è che nel mondo occidentale negli ultimi 15 anni le entrate pubblicitarie e le vendite dei giornali cartacei sono diminuite di due terzi e i giornalisti dimezzati, la pubblicità online è nella quasi

totale disponibilità delle piattaforme digitali; che occupano quindi gran parte del nuovo spazio informativo ed economico che hanno contribuito a creare; imponendo le loro regole. Spesso si afferma che la rete ha generato una grande frammentazione dell'informazione: è un'affermazione errata, in verità assistiamo a un processo di grande concentrazione dell'informazione, esercitato dai Big Tech tramite la tirannia algoritmica e la profilazione degli utenti ai fini del controllo degli orientamenti pubblicitari, consumeristici, culturali, personali e politici.

Le posizioni monopolistiche delle piattaforme digitali, sfuggite al vaglio antitrust, hanno creato nuovi modelli di business, di grande redditività e con impatti plurimi sulla società. Aprendo spazi alla disinformazione puntuale o organizzata e ad altri fenomeni degenerativi dell'informazione, che non avevano diritto di cittadinanza nei media tradizionali e il cui governo è spesso rimesso alla buona volontà del titolare della piattaforma. La questione è che ci troviamo di fronte a uno dei temi cardine della vita democratica senza disporre di un sistema di regole che possano vigilare un grande potere economico e tecnologico, concentrato ma multiforme e sovranazionale, di straordinaria efficacia e quindi di grande potenziale pericolosità per i nostri assetti costituzionali. È il momento di pensare alla regola. (riproduzione riservata)




Il progetto

Tim, formazione digitale per un milione di cittadini

 di **Marco Sabella**

Dare impulso al processo di digitalizzazione del Paese, favorendo l'adozione delle nuove tecnologie da parte di un sempre più ampio bacino di cittadini. Con questo obiettivo Tim ha dato il via a «Operazione Risorgimento Digitale», un progetto di educazione digitale per l'Italia che raggiungerà 1 milione di persone attraverso corsi di formazione diffusi in tutte le 107 province italiane. L'iniziativa è stata presentata ieri a Roma nel corso di un evento in cui sono intervenuti il ministro dell'Innovazione Paola Pisano, il ministro per la Pubblica Amministrazione Fabiana Dadone, il ministro per gli Affari regionali e le Autonomie Francesco Boccia, il commissario straordinario per l'attuazione dell'Agenda Digitale Luca Attias e l'amministratore delegato di Tim Luigi Gubitosi. «Intendiamo offrire un percorso di inclusione digitale che ha l'obiettivo di estendere la diffusione delle competenze e delle conoscenze necessarie ad usufruire delle opportunità che la trasformazione digitale in atto offrirà sempre di più nella vita quotidiana», ha sottolineato Gubitosi. Il progetto si inserisce in un contesto che vede l'Italia ancora indietro nelle classifiche europee per l'utilizzo dei servizi digitali, con circa 18 milioni di cittadini che non utilizzano internet.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Al vertice


● Luigi Gubitosi, 58 anni, da novembre 2018 ad di Tim, ha presentato ieri a Roma Risorgimento digitale, progetto che prenderà il via l'11 novembre prossimo a partire da Marsala, città simbolo del Risorgimento



Il progetto Tim, scuola digitale in 107 Province

Permettere a sempre più persone di accedere al digitale. È l'obiettivo ambizioso dell'operazione "Risorgimento Digitale", il progetto di Tim per insegnare Internet e nuove tecnologie a un milione di persone con corsi nelle 107 province italiane. Saranno 400 i formatori Tim che impartiranno circa 20 mila ore di lezione entro il 2020. «Vogliamo offrire un grande percorso di inclusione digitale», ha detto l'ad Luigi Gubitosi, definendo il progetto «un bel regalo di Tim al Paese, in occasione del compleanno di Internet», che festeggia i 50 anni.



Progetto Tim per spiegare internet a 1 milione di italiani

NUOVE TECNOLOGIE

Oltre 400 formatori nei Comuni che hanno tra 10mila e 60mila abitanti

Claudio Tucci

Si chiama «Operazione risorgimento digitale», l'ampio progetto di Tim per insegnare internet e le nuove tecnologie a un milione di persone, attraverso corsi di formazione diffusi in tutte le 107 province italiane.

L'iniziativa, presentata ieri a Roma, partirà l'11 novembre da Marsala, in Sicilia, e si svilupperà, lungo lo Stivale, con un tour itinerante che toccherà principalmente i comuni con una popolazione compresa tra i 10mila e i 60mila abitanti. Tim mette in campo oltre 400 formatori che offriranno più di 20mila ore di lezioni, coinvolgendo associazioni, centri di aggregazione ed incontro territoriali, polisportive, centri anziani.

Ad essere coinvolte saranno soprattutto le persone rimaste fuori dall'economia digitale e con maggiore necessità di essere affiancate nel loro percorso di educazione a internet; a costoro verrà insegnato a navigare in rete, comunicare e usufruire dei servizi di cittadinanza digitale, come ad esempio mandare una Pec, cambiare il medico di base con lo Spid e pagare un certificato con il sistema pagoPA. Un'attenzione particolare sarà rivolta alla formazione per le imprese, specie le Pmi, con sessioni dedicate ospitate all'interno delle sedi di Tim Academy.

«Con questo progetto intendiamo offrire un grande percorso di inclusione digitale - ha sottolineato l'ad di Tim, Luigi Gubitosi -. Lavorare in un paese migliore è d'aiuto per tutti. Sulla parte banda

larga siamo già avanti, sull'ultra-broadband invece, secondo i nostri calcoli, l'utilizzo dei servizi sulla rete Tim è tra il 20 e il 25%, senza considerare Milano». Insomma, «le strade si stanno facendo - ha aggiunto Gubitosi -. Adesso occorre far sì che la gente le percorra prendendo la patente e guidando in modo sicuro».

Del resto, i numeri ufficiali, Istat e Censis, parlano di un'Italia indietro nelle classifiche europee per utilizzo dei servizi digitali, nonostante l'elevato livello di infrastrutturazione. Circa 11 milioni di italiani tra i 14 e gli 80 anni, 10,8 milioni per l'esattezza, non sono utenti di internet (si sale a circa 18 milioni includendo gli alunni con più di sei anni). Una famiglia su quattro non possiede una connessione: di tali famiglie il 58% dichiara che non è connesso perché non sa usare internet. C'è poi la pubblica amministrazione, in cronico ritardo.

In quest'ottica, il progetto targato Tim, che aderisce al manifesto della Repubblica digitale promosso dal commissario straordinario del governo per l'attuazione dell'Agenda digitale, guarda sia ai cittadini sia alla Pa locale (oltre che alle Pmi).

Ogni tappa del tour itinerante prevede la presenza di un team di formatori per i corsi in aula e di un team di "facilitatori" dedicati alle attività di sportello digitale in piazza, pronti a spiegare al pubblico come il digitale possa migliorare concretamente la vita quotidiana. Qualche esempio? Ai cittadini si insegnerà, tra l'altro, a entrare in rete, trovare informazioni, comunicare online. Si spazierà dalla gestione della casella di posta all'utilizzo dei social network, dai messaggi alle videochiamate. Per i dipendenti comunali, invece, le lezioni in aula tratteranno di trasformazione digitale, diritti digitali, sfide del futuro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



FIBRA OTTICA**Telecom avvia
la selezione
del partner
per Open Fiber***(Leone a pagina 11)***AVVIATO IL PROCESSO FORMALE DI SELEZIONE DEI FONDI PER L'ACQUISTO DI OPEN FIBER****Tim stringe sul partner per OF***Obiettivo: evitare la scure Antitrust
Resta da capire chi avrà il controllo
fra Telecom, Cdp e player finanziari***DI LUISA LEONE**

Inizia a stringersi il cerchio sull'operazione rete unica. Secondo quanto risulta a *MF-Milano Finanza* Tim ha avviato formalmente la selezione di un partner finanziario per l'acquisto di Open Fiber, con l'invio dei non disclosure agreement ai potenziali interessati e, contemporaneamente, ieri mattina il governo è tornato alla carica sul matrimonio tra le due società della fibra. L'esecutivo intende andare avanti «per una rete unica nel nostro Paese», ha ribadito ieri il viceministro allo Sviluppo economico, Stefano Buffagni, aggiungendo: «Non possiamo farci condizionare dagli interessi di singoli manager». E a fargli eco ha pensato la responsabile dell'Innovazione Paola Pisano: «Si parte con l'obiettivo migliore che è quello di creare un'infrastruttura di eccellenza con la collaborazione di tutti gli attori». Insomma il governo continua a spingere per la messa a fattor comune delle reti in fibra ottica di Tim e di Open Fiber appunto, con i buoni uffici anche di Cassa Depositi e Prestiti, azionista al 50% di Open Fiber e al 9%

di Telecom, che dovrebbe agire da regista dell'operazione. L'ex incumbent da canto suo, avrebbe avviato le macchine per la selezione di un fondo alleato dopo la designazione a presidente dell'ex direttore generale di Bankitalia, Salvatore Rossi. L'obiettivo della selezione di un partner finanziario sarebbe quello di evitare anche contestazioni da parte dell'Antitrust (che potrebbe contestare al nuovo soggetto l'assegnazione delle gare sulle aree bianche vinte da Open Fiber). La maggioranza del nuovo soggetto della rete potrebbe invece far nascere nuovi disaccordi. Tim ha infatti sempre sostenuto che ogni operazione avrebbe senso solo mantenendo il controllo della newco della rete, ma anche in Cdp sembra che considerino l'alleanza solo a patto di mantenere il pallino del comando, mentre c'è addirittura chi pensa che la maggioranza potrebbe passare al nuovo fondo individuato. Telecom intanto ha presentato all'Authority per la Concorrenza il nuovo modello che intende adottare per i prossimi investimenti Ftth (fiber to the home). La soluzione passerebbe per il coinvolgimento di altri operatori

interessati a co-investire nella posa dei cavi, con un avviso aperto a tutti i player. Tornando al matrimonio con Open Fiber, una volta che gli investitori potenzialmente interessati si impegneranno sugli accordi di riservatezza, si potrà entrare nel vivo, con l'invio delle informazioni riservate su Open Fiber, che consentiranno ai fondi di fare le valutazioni economiche. Tra quelli già contattati informalmente ci sono soggetti europei, come Antin, Ardian o Allianz Capital ed extra Ue, come Gic o Macquarie. Se la scelta dovesse cadere su uno di questi ultimi è probabile che il governo possa essere poi chiamato a decidere se esercitare i poteri speciali del golden power, visto che la rete è un asset strategico, anche se molto dipenderà dalle quote eventualmente in mano ai singoli player non continentali. Ieri intanto S&P ha confermato il rating BB+/B con outlook stabile per Tim. (riproduzione riservata)





La Llave

Spotify aguanta el envite de Apple

Spotify, el servicio pionero de música en *streaming*, mantiene su liderazgo a pesar de enfrentarse a un gigante como Apple. La compañía cuenta con 113 millones de suscriptores tras sumar cinco millones de abonados entre julio y septiembre, por encima del consenso de los analistas. Apple tenía en junio –últimas cifras disponibles– 60 millones de abonados. El alto ritmo de crecimiento de Spotify, que aumentó un 31% interanual sus suscriptores, certifica la fortaleza de la compañía europea, que sigue logrando convertir en abonados a usuarios de su servicio gratuito financiado con publicidad. Trimestre a trimestre, Spotify reafirma lo acertado de su modelo *freemium*. Aunque la publicidad supone escasos ingresos de 170 millones de euros, frente a los 1.561 millones que generan las suscripciones, dar un servicio gratuito es un buen gancho para atraer abonados. Spotify confía en que el ratio de conversión puede subir gracias a los *podcast*, una de sus grandes apuestas. Es aún un negocio pequeño, porque supone menos de un 10% de los ingresos publicitarios, pero la compañía desvela que está registrando mayores tasas de conversión al servicio de pago entre los oyentes de *podcast*. Además de aumentar un 28% los ingresos hasta 1.731 millones gracias al crecimiento en suscriptores, Spotify presentó un beneficio neto de 241 millones, sorprendiendo a Wall Street. Unos buenos resultados que se reflejaron ayer en una fuerte subida de la acción.

Spotify regge nonostante la pressione di Apple

