

Rassegna del 29/04/2019

Repubblica Affari&Finanza	22	L'ufficio si disconnette: stop a mail e whatsapp fuori orario - Mail e WhatsApp fuori orario? No, siamo disconnessi	Scalise Irene_Maria	1
Stampa Tuttosoldi Messaggero	21	Dalle infrastrutture alle carte di credito le opportunità nel 5G	F.GOR.	3
	14	L'intelligenza è nascosta nel bicchiere: posandolo sullo smartphone si paga il drink	Malfetano Francesco	4
Italia Oggi Sette	22	Il portafoglio si smaterializza	Greguoli Venini Irene	5
Repubblica Affari&Finanza	38	Italia ancora ostaggio del contante	Frollà Andrea	7
Repubblica Affari&Finanza	36	L'analisi - Finanza digitale, la Cina al top il segreto è la piattaforma social	Jadeluca Paola	9
L'Economia del Corriere della Sera	24	Sussurri & Grida - Unicredit e il Cib in Germania Finanziamenti ai ragazzi	Righi Stefano	11
Messaggero	13	Un dirigibile-magazzino per le consegne volanti	Sisti Alessandro	14
L'Economia del Corriere della Sera	45	Capitali & Affari - Ecommerce, 75 mila negozi Usa in pericolo	Ruschena Isabella	16
L'Economia del Corriere della Sera	29	Mail boxes, quanto si cresce con il business dei pacchi	Sottocornola Fabio	17
Repubblica Affari&Finanza	20	Pubblicità, Amazon all'assalto del primato di Google e Facebook - Pubblicità, l'assalto di Bezos al primato di Google e Fb	Pagliaro Beniamino	19
Repubblica Affari&Finanza	39	Startup, l'Europa recupera con gli Usa	Di Palma Sibilla	21
Stampa Tuttosoldi	21	Ripartono gli Emergenti Internet e la Fed accendono Wall Street	Maggi Glauco	22
L'Economia del Corriere della Sera	15	Facebook &co. Mille miliardi nonostante i guai	Cometto Maria_Teresa	23
L'Economia del Corriere della Sera	23	Intervista a Jerry Kaplan - La teoria di Kaplan I robot? Non solo nemici	Sottocorna Chiara	25
L'Economia del Corriere della Sera TrovoLavoro	37	Ora mi reinvento digitale, l'Europa paga i corsi	Cerizza Maria_Adele	27
L'Economia del Corriere della Sera TrovoLavoro	8	I campioni del lavoro - I posti dei «campioni»	Barera Iolanda	30
Sole 24 Ore .casa	15	Il grattacielo smart sarà in legno È la scommessa anche di Google	Voci Maria_Chiera	34
Repubblica Affari&Finanza	21	Auricolari, passione degli italiani ma rigorosamente solo "senza fili"	Romiti Maria_Luisa	36
Stampa Tuttosoldi	23	Linkem si allea con Iren e vuole crescere nella domotica	Grassia Luigi	38
L'Economia del Corriere della Sera	9	Tre partite a cavallo di famiglie e politica	Sacchi Maria_Silvia	40
L'Economia del Corriere della Sera	5	«Italia spa» in vendita? Ora vale 4 miliardi in più	Puato Alessandra	41

Lavoro

L'ufficio si disconnette: stop a mail e whatsapp fuori orario

IRENE MARIA SCALISE ▶ pagina 22

Il caso

Mail e WhatsApp fuori orario? No, siamo disconnessi

IRENE MARIA SCALISE, ROMA

Il nuovo mantra, in uffici e aziende, è staccare la spina stop a capi o workaholic che invadono il riposo ma attenzione c'è chi sogna un lavoro più flessibile e allora si può sdoganare la libertà di organizzarsi

Tra mail del capoufficio alle due di notte, e WhatsApp compulsivi dei colleghi all'ora di cena, sembra sempre più difficile avviarsi verso una "decrecita felice" dei messaggi lavorativi. La comunicazione fuori orario è da anni sdoganata in uffici, studi professionali e aziende.

Ma con qualche eccezione. Succede così, che in giro per il mondo, singole realtà dicono no alla messaggistica workaholic. Qualche esempio? Inviare mail o fare telefonate, per Unicredit, deve essere una pratica effettuata assecondando le norme sull'orario lavorativo previsto dal contratto nazionale. Diritto di disconnessione, una volta usciti dall'ufficio, anche per Findomestic che prevede esplicitamente la possibilità per i lavoratori di non rispondere a mail o telefonate. Per Cattolica Assicurazioni disconnettersi è un diritto dopo le 18,30 e nei fine settimana. E se Deutsche Telecom autorizza i dipendenti a non aprire la casella di posta una volta abbandonata la scrivania anche Volkswagen chiede di spegnere i server 30 minuti dopo la fine della giornata alla scrivania. Va oltre Vetrya, azienda hi-tech con sede ad

Orvieto, che ha introdotto una stanza detox dove i dipendenti possono scollegarsi da tutto. Mentre l'Università dell'Insubria, a Varese, già dal 2017 ha stabilita la non reperibilità extra lavorativa dalle 20 alle 7 del giorno successivo.

LA LEGISLAZIONE

Come siamo messi dal punto di vista legislativo in Italia? «Una legge ad hoc esiste ma è specificamente riferita al lavoro agile - spiega Giorgio Molteni, partner di Trifirò&Partners - cd è la legge 81 del 2017 che obbliga le aziende a prevedere tempi di riposo e misure tecniche di disconnessione dagli strumenti. Una normativa motivata dalla necessità di tracciare una linea di confine, tra la vita e il lavoro, che negli smart worker è più difficile da difendere rispetto a quella di chi segue un orario tradizionale. È nata perché, a fronte della contropartita dell'autonomia, non ci può essere una disponibilità h24». Cosa accade invece nei settori tradizionali? «Tutto ciò che si fa fuori orario diventa automaticamente lavoro straordinario ma se si va oltre il limite della ragionevolezza, o del pregiudizio alla salute, il lavoratore può chie-

dere un indennizzo». La regola auspicata da Molteni è una: «Le tecnologie consentono continue intrusioni nella vita privata quindi i capi devono avere il buon senso di non fare, in orari assurdi, richieste per mail o per messaggio». Ma cosa s'intende, di fatto, con diritto alla disconnessione? «Si va dalle misure tecniche e organizzative sino allo spegnimento dei server aziendali. In determinate fasce orarie non si può sollecitare il lavoratore con mail o telefonate e lui ha il diritto di rifiutarsi di rispondere senza incorrere in sanzioni disciplinari». Cosa succede nel mondo? «A livello legislativo la prima ad aver messo uno stop ufficiale è stata la Francia - fotografa Molteni - con una legge che riconosce, alle aziende con più di 50 impiegati, il



diritto di non leggere email e messaggi sul telefonino inviati fuori dall'orario di lavoro. In alcuni paesi ci sono corsi anche di formazione sulla sensibilizzazione all'uso ragionevole dello strumento digitale». Cosa accadrà domani? «Si è destinati ad una maggiore attenzione alla contrattazione collettiva sotto lo sguardo benevolo del legislatore. Le parti sociali vorrebbero che le regole escano dal perimetro del lavoro agile e siano estese a tutti i lavoratori».

DIVENTARE TUTTI PIÙ FLESSIBILI

«Nel caso dei dirigenti - spiega Marco Morelli, amministratore delegato di Mercer Italia - le aziende si aspettano una disponibilità totale invadendo tempi e spazi, accade ad esempio che nel caso di fusi orari diversi si chieda ai manager di partecipare a riunioni in piena notte. Per chi non ha ruoli apicali invece si creano situazioni dove il

dipendente può scegliere di essere connesso o ci sono momenti di comunicazione trasversali anche grazie a web, social e comunicazioni formali». Ma se creare delle regole rigide fosse un errore? «Lancio una provocazione - aggiunge Morelli - sempre più persone chiedono uno spazio a misura delle loro esigenze che possono essere diverse da quelle tradizionali. Per alcuni è fondamentale l'assoluta libertà organizzativa, c'è chi vuole lavorare la notte, chi 3 giorni sì e 3 no, aumenta insomma la richiesta di coloro che preferiscono diventare imprenditori di se stessi e, soprattutto, scegliere quando essere disconnessi».

NUOVI STILI DI VITA

È dunque saltato il rapporto tradizionale tra individuo e posto di lavoro? «La flessibilità è ciò di cui abbiamo bisogno, si lavora sempre più a progetto e meno a mansio-

ne. Da ciò emerge la necessità di un ambiente creato su misura dell'individuo e cambia anche il sistema di protezione, in altre parole è sdoganata quella che si definisce "diversity e inclusion" che tiene conto di persone molto diverse e del modo in cui le singole peculiarità s'interfacciano con la organizzazione».

Come si può cambiare il modello lavorativo seguendo dunque la provocazione suggerita di Morelli? «Aggiustando il tiro, se c'è un talento che lavora benissimo la notte allora bisogna creare un ambiente notturno. Invece nei mestieri dove ci sono tanti millennial, che spesso sono occupati come creativi, ricercatori o sul web, sono loro stessi a chiedere un paradigma diverso e tante aziende, specialmente nel nord Europa, hanno scelto di assecondare queste richieste di flessibilità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'opinione

Dalle aziende che spengono i server a quelle che fanno riunioni a tutte le ore. Il diritto a spegnere telefoni e pc non ha regole, specialmente per chi ha un ruolo di responsabilità



Marco Morelli
ad di Mercer
Italia



Giorgio Molteni,
partner di
Trifirò&Partners

I numeri

Rischio workaholic
Mai più senza posta elettronica

LO STRESS DA MAIL

- 80%** gli impiegati statunitensi che continuano a lavorare dopo aver lasciato l'ufficio
- 7** sono le ore a settimana passate a lavorare nel tempo libero
- 2 mesi** di retribuzione in più all'anno a cui corrisponderebbe questo lavoro extra

QUANDO SI CONTROLLANO LE MAIL

- 80%** gli impiegati che controllano le e-mail di lavoro prima delle 8 del mattino
- 57%** gli impiegati che controllano le e-mail durante le uscite con la famiglia
- 50%** gli impiegati che controllano le e-mail nel letto
- 38%** gli impiegati che controllano le e-mail a cena

Dalle infrastrutture alle carte di credito le opportunità nel 5G

IL CASO

C'è chi ha paura del 5G, la nuova evoluzione tecnologica della telefonia mobile, capace di trasferire dati più velocemente e in modo più efficiente. Come gli Stati Uniti, che temono che la cinese Huawei, una delle società più attive nella costruzione di reti telefoniche 5G, possa creare problemi di sicurezza nazionale. E poi c'è chi invece vede nell'innovazione portata da tale infrastruttura un potenziale d'investimento. Perché a beneficiare della possibilità di trasferire più dati in minor tempo ci sono vari settori, dal medicale all'informatica, passando per i trasporti.

La prossima rivoluzione tecnologica sarà data dall'introduzione delle reti di telefonia cellulare 5G, che è circa 100 volte più veloce dell'attuale standard 4G. Secondo Hamish Mackenzie, capo dell'unità Infrastrutture di DWS, "la tecnologia è il vero driver dell'innovazione e di una gestione attiva degli asset infrastrutturali, anche quelli di vecchia scuola, sia per migliorare la generazione di ricavi, sia per gestire i costi, rendendo gli attivi più efficienti". E in quest'ottica, spiega DWS, ci sono sviluppi da tenere con considerazione: "Prevediamo maggiori opportunità nelle

infrastrutture di telecomunicazione, in quanto la digitalizzazione continua ad alimentare una forte crescita della domanda di dati, sostenendo i fondamentali delle reti in fibra e le torri di telecomunicazione". E proprio la digitalizzazione, così come la realtà aumentata e l'intelligenza artificiale, potranno trarre benefici dalla nuova rete. Anche perché quella attuale, il 4G, è stata introdotta in modo massivo nel 2011. E dopo 8 anni, è arrivata l'ora di andare oltre.

Due sono i fondi negoziabili come titoli azionari, cioè gli Exchange traded fund (Etf), da osservare con attenzione. Da un lato il Global X Internet of Things Etf, capace di andare a investire nelle società, come Garmin o STM, del cosiddetto internet delle cose, come abitazioni intelligenti, smart TV o biciclette capaci di farci da allenatore personale. Dall'altro, il Pacer Benchmark Data and Infrastructure Real Estate Etf, che invece va a guardare dove ci sono le migliori opportunità sui centri di distribuzione dei dati e sulle torri di comunicazione.

E da non dimenticare sono le due principali società di carte di credito, MasterCard e Visa. Prima il 5G entrerà nelle nostre vite, prima il settore dei pagamenti ne gioverà, con gli investitori che hanno puntato su di esso. F. GOR. —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Con le reti di 5ª generazione cambiano anche gli investimenti



L'idea L'intelligenza è nascosta nel bicchiere: posandolo sullo smartphone si paga il drink

IL RISPARMIO

Smart, ecologico e di design: chiedere di più a un bicchiere sarebbe davvero difficile. PCup è una valida alternativa al cugino di plastica usa e getta appena bocciato e messo al bando dall'Unione Europea, ed è anche italiano.

L'idea di un bicchiere green infatti è di Lorenzo Pisoni e Stefano Fraioli, entrambi 27enni di Savona. I due hanno spiegato come oltre a fornire «un risparmio immediato in termini di costi di pulizia e smaltimento», con PCup offrono anche altri servizi che passano per la loro app: «Dai pagamenti digitali all'analisi dei dati di consumo e di vendita, fino alla gestione della community dei clienti attraverso contenuti esclusivi e push notification». Una piccola rivoluzione pensata soprattutto per grandi manifestazioni, eventi e concerti: il silicone di cui è composto infatti, donandogli flessibilità, permette a PCup di essere in linea con le normative sulla sicurezza italiane (a differenza del vetro e della plastica rigida). Una specie di vuoto a rendere 2.0. All'ingresso dell'evento il cliente riceve un bicchiere smart pagando una cauzione e, scaricata l'app, può ricaricare una somma di denaro PCup.

LA FILA

Un credito attraverso il quale può acquistare la bevanda che preferisce direttamente dallo smartphone in modo che, saltando la fila in cassa, può recarsi al bancone. Inoltre se il cliente-fan dovesse deciderlo, può anche non restituire il bicchiere, portandosi a casa un gadget esclusivo. Una soluzione ecologica che già molti locali, partner e artisti hanno iniziato a utilizzare. La Federazione Italiana di Rugby ad esempio, ha voluto testarli predisponendo diversi stand all'ingresso degli stadi prima delle partite del Sei Nazioni, oppure Marco Mengoni che li ha voluti durante i suoi concerti.

Francesco Malfetano

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IL PROGETTO
A destra, il PCup. Sopra, Lorenzo Pisoni e Stefano Fraioli entrambi 27 anni



Cominciano a diffondersi soluzioni di pagamento hi-tech. Senza dimenticare la sicurezza

Il portafoglio si smaterializza

Si va dallo smartphone fino ai dispositivi indossabili

Pagina a cura

DI IRENE GREGUOLI VENINI

Il mondo dei pagamenti diventa sempre più hi-tech: l'offerta si sta evolvendo e crescono le soluzioni che consentono per esempio di saldare il conto, pure nei negozi, dallo smartphone o utilizzando dispositivi indossabili come lo smartwatch, oppure per pagare il taxi e il parcheggio, o per fare acquisti al supermercato direttamente con il device mobile. In tutto ciò uno dei temi fondamentali rimane la sicurezza con la necessità, tra le altre cose, di rafforzare i sistemi di autenticazione.

Oltre alle carte contactless, con cui è possibile pagare avvicinando la carta al pos senza digitare il pin, infatti, sono diversi i sistemi che stanno irrompendo sul mercato. Negli ultimi anni lo smartphone ha abbattuto molte barriere per i pagamenti digitali anche in negozio e in generale in mobilità, grazie ai mobile wallet, ovvero portafogli virtuali che permettono di conservare denaro (moneta elettronica) o strumenti di pagamento (carte di pagamento o conti correnti bancari). In questa direzione vanno Apple Pay, Samsung Pay e Google Pay, con cui si può saldare il conto dal dispositivo mobile, anche nei punti vendita fisici, avvicinando il device al pos. Ma non solo: pure i cosiddetti wearable, vale a dire i dispositivi indossabili, possono abilitare i pagamenti; per esempio gli orologi (come Apple Watch e Samsung Galaxy Watch) e i fitness tracker (Garmin Pay e Fitbit Pay), che sono di solito legati ad applicazioni per smartphone che consentono di ricevere notifiche, cambiare i massimali, bloccare i pagamenti e rivedere lo storico delle transazioni. Senza dimenticare le soluzioni che cominciano a prendere forma dalla collaborazione tra catene della grande distribuzione organizzata e attori del mondo dei pagamenti: è il caso di Jiffy (che è un circuito di pagamenti) che, grazie alla partnership con le banche In-

tesa Sanpaolo e Ubi Banca, è diventato uno strumento di pagamento accettato da Carrefour e Finiper. Oppure c'è AuchanSpeedy che, attraverso l'uso di un'app su smartphone, consente di scansionare i prodotti e di acquistarli nei supermercati dell'insegna con una delle carte registrate nel proprio portafoglio digitale tramite Mastercard (soluzione di pagamento digitale di Mastercard).

Più sicurezza nei pagamenti. Un importante elemento in questo panorama è la nuova direttiva europea relativa ai sistemi di pagamento (PSD2, l'acronimo di Payment Services Directive 2), entrata in vigore a inizio 2018 e completamente operativa da settembre 2019 con l'obiettivo di creare un mercato unico che include anche i pagamenti digitali. Tra le questioni più importanti c'è quella della sicurezza. Per ridurre il rischio di frode la PSD2 prevede l'utilizzo della Strong customer authentication (Sca): si tratta di un tipo di autenticazione che si basa sull'uso di due o più strumenti, classificati nelle categorie della conoscenza (qualcosa che solo l'utente conosce come il codice pin), del possesso (qualcosa che solo l'utente possiede, come lo smartphone) e dell'inerenza (qualcosa che caratterizza l'utente, come l'impronta digitale o in generale i dati biometrici).

Tutto ciò avrà un impatto sul mondo retail, che dovrà adottare una serie di misure per il corretto supporto dei nuovi standard previsti dalla normativa europea. Sulla questione Mastercard (che ha messo a punto Identity Check, che consente di utilizzare sistemi d'identificazione biometrica, come le impronte digitali, l'iride e il riconoscimento facciale) ha avviato un sondaggio in 17 paesi europei, da cui emerge che la gran parte dei retailer del commercio elettronico, ovvero il 75% degli intervistati, non è a conoscenza

delle novità introdotte dalla normativa della nuova direttiva per facilitare nuove tecnologie che rendano più sicuri e semplici i pagamenti digitali. Lo studio mette anche in risalto come solo il 14% degli esercenti supporti già i requisiti previsti dalla normativa, con il 51% di loro che è intenzionato ad adottarlo successivamente al mese di settembre 2019 o di non prevederlo affatto.

Lo scenario in Italia. I pagamenti innovativi stanno crescendo in Italia a un ritmo elevato (+56% per un totale di 80 miliardi di euro), arrivando a rappresentare un terzo dei pagamenti digitali con carta.

Secondo l'ultima edizione dell'Osservatorio Mobile Payment & Commerce della School of Management del Politecnico di Milano, nel 2018 nella Penisola sono state effettuate oltre un miliardo di transazioni senza contatto da parte dei possessori di carte contactless, per circa 47 miliardi di euro di transato complessivo: da un lato i consumatori hanno sempre più dimestichezza con questa modalità, dall'altro è aumentato il numero di carte e pos abilitati, visto che oltre una carta su 2 (60 milioni, +17) e più di 3 Pos su 4 (1,7 milioni, +21%) sono contactless.

Ma si sta facendo anche spazio il cosiddetto mobile proximity payment, cioè il pagamento da smartphone presso i punti vendita, con un +650% e oltre 15,6 milioni di transazioni effettuate; raddoppiano, inoltre, sia il numero di persone che l'hanno utilizzato (un milione a fine 2018) sia la spesa annuale media, che supera i 500 euro per persona.

Chiaramente i dispositivi mobili sono usati sempre di più pure per gli acquisti online, effettuati tramite sito o app (è il mobile remote commerce, in aumento del 40% per un totale di 8,4 miliardi di euro), arrivando a rappresentare oltre il 30% dell'e-commerce, soprattutto per



quanto riguarda i prodotti (per esempio l'abbigliamento). La previsione è che nei prossimi tre anni il mobile remote commerce possa raggiungere una penetrazione che sfiorerà il 50% del commercio elettronico complessivo.

Poi ci sono tutti i pagamenti effettuabili tramite smartphone per comprare ricariche telefoniche, bollette, bollettini, parcheggi, biglietti del trasporto, noleggi di auto, taxi (il mobile remote payment). In quest'ambito sono in aumento soprattutto i servizi di pagamento legati alla mobilità (+53%), quindi relativi a parcheggi, biglietti dei mezzi pubblici, taxi, car sharing e bike sharing: in tutto valgono oltre 180 milioni di euro e sono presenti in oltre 460 comuni, abitati dal 39% circa della popolazione italiana. La componente che pesa maggiormente rimane quella del car e bike sharing con oltre 90 milioni di euro e una crescita del 49%, nonostante il bike sharing faccia registrare una contrazione in termini di numero di città servite a causa della dismissione in diversi piccoli centri del servizio a postazione fissa.

Raddoppiano, invece, i pagamenti delle corse del taxi da app con un valore di 40 milioni di euro, anche grazie a convenzioni aziendali che permettono ai dipendenti il rimborso delle spese, mentre il pagamento del parcheggio via app (per i minuti effettivi di sosta senza passare da un parchimetro) si dimostra il servizio più capillare con oltre 360 comuni in cui è attivo.

—© Riproduzione riservata—■

I pagamenti innovativi in Italia

I pagamenti innovativi nel complesso	Nel 2018 sono cresciuti del 56% per 80 miliardi di euro e arrivano a rappresentare un terzo del totale dei pagamenti digitali con carta
I segmenti che trainano la crescita	<ul style="list-style-type: none"> Le transazioni tramite carte contactless: oltre una carta su 2 (60 milioni, +17%) e più di 3 Pos su 4 (1,7 milioni, +21%) sono contactless Il mobile proximity payment, ovvero il pagamento da smartphone presso i punti vendita: raddoppiano sia il numero di persone che hanno utilizzato questa modalità sia la spesa annuale media

Alcune delle soluzioni oggi disponibili

Apple Pay, Samsung Pay, Google Pay	Permettono di saldare il conto direttamente dal dispositivo mobile, anche nei punti vendita fisici, avvicinando il device al Pos
I dispositivi indossabili	Tra questi ci sono gli orologi (Apple Watch, Samsung Galaxy Watch) e i fitness tracker (Garmin Pay, Fitbit Pay): anche in questo caso basta avvicinare il dispositivo al Pos
I pagamenti digitali nei supermercati	Jiffy è diventato uno strumento di pagamento accettato da Carrefour e Finiper; oppure c'è AuchanSpeedy che, attraverso un'app su smartphone, consente di scansionare i prodotti e acquistarli, nei negozi Auchan, con una delle carte di pagamento registrate nel proprio portafoglio digitale

La situazione

Italia ancora ostaggio del contante

ANDREA FROLLÀ, ROMA

Per l'ennesimo anno consecutivo fa parte del gruppo delle 35 peggiori economie al mondo per il cash in circolazione rispetto al Pil. Ma si moltiplicano le società che propongono la moneta elettronica

Nonostante gli sforzi degli operatori, la spinta della Pubblica amministrazione e alcuni interventi normativi, l'Italia è ancora un Paese fortemente innamorato delle monete e soprattutto delle banconote. Siamo ingabbiati nel gruppo delle 35 peggiori economie al mondo per intensità del contante, continuiamo a prelevare sempre più denaro dagli Atm e faticiamo a stare al passo degli altri big dell'Unione europea in termini di utilizzo delle carte di pagamento. Eppure, per quanto sia ancora difficile parlare di una vera e propria rivoluzione "cashless" in atto nel nostro Paese, i fautori di una società senza contante non hanno alcuna intenzione di mollare la presa. Se non altro perché esistono comunque alcuni trend a cui potersi aggrappare.

A scattare una fotografia della lenta transizione dell'Italia verso l'indipendenza dal contante è l'edizione 2019 del rapporto "Cashless Revolution", elaborato dal think thank The European House - Ambrosetti. Anche quest'anno il nostro Paese si piazza al 23° posto nella classifica europea realizzata tramite il Cashless Society Index, che

monitora il grado di digitalizzazione dell'economia e dei pagamenti sulla base di 16 indicatori. L'Italia mostra un lieve miglioramento nella categoria dei cosiddetti fattori abilitanti, cioè sul doppio fronte delle infrastrutture e dei servizi digitali. Spicca in particolare l'ottimo posizionamento in tema di diffusione dei Pos: i 40,7 dispositivi di pagamento ogni mille abitanti (35% in più rispetto alla media europea) valgono al nostro Paese il 4° posto nella classifica comunitaria. Degna di nota è anche la proliferazione dei servizi, dalla gestione dei conti correnti ai pagamenti elettronici passando per i prestiti online.

La progressione dell'Italia è comunque ancora troppo lenta. Ad abbassare la nostra performance complessiva, spiegano gli esperti del think thank, è il livello di utilizzo degli strumenti di pagamento elettronici da parte di cittadini e imprese. La crescita costante del numero dei Pos installati, la diffusione delle carte contactless e l'espansione dei canali mobile hanno sì permesso al nostro Paese di aumentare il numero di transazioni pro-capite con carta di pagamento, stimate a quota 46,2 nel 2017. Ma questo dato assoluto rimpicciolisce se paragonato alle 135 operazioni a testa della media europea. Non a caso, il rapporto degli italiani con il contante appare tutt'altro che in crisi. Basti pensare che in Italia negli ultimi 10 anni il valore dei prelievi presso gli Atm è salito da 98 a 198 miliardi, registrando il tasso di aumento annuo più elevato (+8%) tra i grandi Paesi d'Europa. E che nel 2018 sono circolate banconote e monete per 205 miliardi di euro.

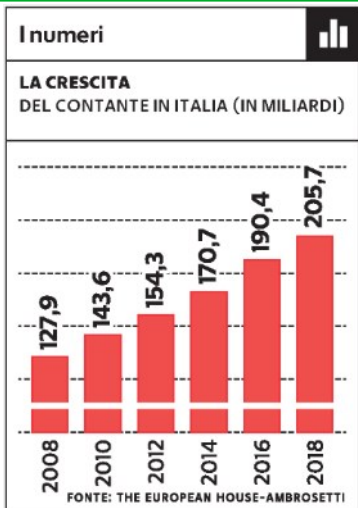
Sempre in tema di dipendenza di un'economia dal contante, si registra un altro dato poco edificante: per l'ennesimo anno consecutivo, l'Italia fa parte del gruppo delle 35 peggiori economie al mondo

per "intensità del contante" (contante in circolazione su Pil): 11,8% nel nostro Paese, quasi un punto percentuale in più della media dell'Eurozona (11%). Staccarsi da monete e banconote, sostengono gli analisti di The European House - Ambrosetti, avrebbe un effetto positivo su vari ambiti, dal contrasto all'economia sommersa (oltre 190 miliardi) all'innovazione digitale del sistema Paese. Sotto questo punto di vista l'Italia non riesce però a ingranare la marcia. E così il gap, tanto con le lepri europee (Svezia, Danimarca e Regno Unito) quanto con gli altri Stati dell'UE, rischia di allargarsi: prendendo in esame gli attuali ritmi di crescita delle transazioni pro-capite con carta, l'Italia raggiungerebbe la media europea nel 2040 solo se gli altri Paesi rimanessero fermi.

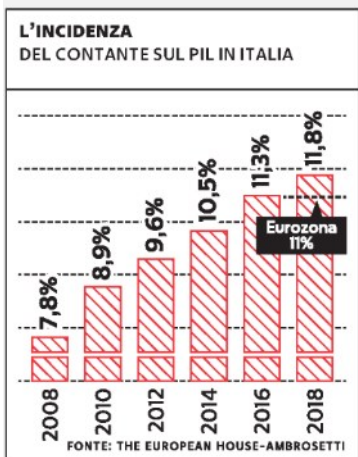
Sicuramente il fuoco amico non manca: la filiera "cashless" italiana conta infatti 1.600 aziende, un fatturato di 11,7 miliardi (+21% nell'ultimo quinquennio) e 21mila occupati (+31%). Urge però un cambio di passo, avverte il think thank. Che mette sul piatto varie proposte: la percentuale minima obbligatoria di spese annue da sostenere elettronicamente per beneficiare della detraibilità fiscale; l'attuazione del regime sanzionatorio per chi non accetta pagamenti con Pos; o ancora l'introduzione di meccanismo cashless per la riscossione degli assegni sociali e a tendere degli assegni pensionistici. Misure che potrebbero dare ulteriore linfa a quelli che l'Osservatorio Mobile Payment & Commerce del Polimi chiama "new digital payment". Una galassia innovativa composta da acquisti online di prodotti e contenuti digitali, versamenti online a utility e PA, pagamenti via smartphone e altri segmenti che, dopo aver toccato quota 80 miliardi lo scorso anno, nel 2021 arriverà a valere oltre 125 miliardi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Il nostro Paese si piazza al 23° posto nella classifica europea



Il prodotto

Il negozio online è su misura così ti offre anche il prestito



Pietro Cesati
Il co-founder e ceo di Soisy

«Abbiamo avuto un successo immediato tra gli investitori privati, con cui abbiamo stabilito un legame che è rimasto solido nel tempo. È stato invece più difficile trovare richiedenti perché ci siamo scontrati con la notorietà delle classiche finanziarie. Siamo stati forse un po' ingenui nel pensare che le nostre idee sarebbero state recepite dal mercato ma sicuramente siamo stati bravi a reagire e a cambiare modello di business, conservando la relazione con gli investitori e cercando una soluzione sul fronte della clientela». A individuare nella resilienza il filo rosso del percorso intrapreso nel 2015 da Soisy è Pietro Cesati. Il co-founder e ceo della startup milanese ne ripercorre così la genesi, individuando nella difficoltà di scaricare a terra l'idea iniziale (prestiti online tra privati) il punto di svolta: «A metà 2017 abbiamo deciso di specializzarci sull'e-commerce, in quanto poco presidiato dalle finanziarie tradizionali. Abbiamo stretto accordi con le piattaforme di vendita online, iniziando dai piccoli store perché cercavamo riscontri immediati per affinare la nostra offerta con feedback continui. Negli ultimi sei mesi abbiamo poi alzato il tiro, raggiungendo intese con alcuni grandi player come Diadora e Sixth Continent. E i risultati ci stanno dando ragione», racconta Cesati. Che cita il tasso di crescita dei volumi mese su mese ormai stabilmente intorno al 20%, alimentato da alcune categorie trainanti (arredamento, casa, sport, viaggi e moda) con un prestito medio di circa 1.000 euro in 10 rate.

I negozi online offrono tramite Soisy la possibilità di finanziare l'acquisto di un prodotto. A stabilire la solvibilità del consumatore è un algoritmo che, analizzando in pochi minuti diversi parametri, concede o meno il via libera. Entro 24 ore il negozio online riceve il pagamento della somma totale e si attiva il finanziamento vero e proprio, che può coprire fino a 15mila euro con un orizzonte temporale deciso in tandem con lo store a seconda di prodotti, prezzi e altri indicatori. Da questo processo Soisy incassa trattenendo una commissione sui prestiti concessi, sui ritorni degli investimenti dei prestatori e in alcuni casi sul prezzo del prodotto. Nel mirino della startup, che a fine 2018 ha raccolto 1,25 milioni tramite crowdfunding, è da poco entrato anche il canale offline. «La nostra specializzazione sta incuriosendo anche il retail fisico – osserva Cesati – Il 2020 potrebbe essere l'anno giusto per delineare un business model ad hoc». — a.fr.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'analisi

Finanza digitale, la Cina al top il segreto è la piattaforma social

PAOLA JADELUCA, ROMA

Anche nel 2018 in vetta al Fintech 100, la classifica realizzata da H2 Ventures e Kpmg Fintech, ci sono i gruppi del gigante asiatico. Il Dragone ha battuto i concorrenti occidentali grazie ai network integrati: un report di Cb Insights-McKinsey

Aprire un conto corrente? Non ha la residenza nel nostro Paese, allora no, non si può fare": è successo nel 2018 in un paio delle principali banche tedesche. Ma come, dove la mettiamo con l'Unione dei paesi europei, con l'unione bancaria e finanziaria, con la rivoluzione digitale che abbatte tutte le frontiere? Sulla carta tutti uniti. Ma i confini del Fintech, vuoi per burocrazia, vuoi per incompetenza, nella pratica ancora resistono.

LA CLASSIFICA

Statistiche, indagini e numeri riflettono una realtà molto teorica che ancora si scontra con la realtà dei fatti. Uno specchio di vita quotidiana che aiuta a capire meglio di tanti dibattiti perché, alla fine, l'Europa, e gli stessi Stati Uniti, siano ancora indietro rispetto alla rivoluzione FinTech che ha plasmato un paese come la Cina.

Anche nel 2018 al top del Fintech 100, la classifica realizzata da

H2 Ventures e Kpmg Fintech, ci sono dei gruppi cinesi. Primo Ant Financial, il braccio finanziario di Alibaba di Jack Ma; JDFinance, a sua volta braccio finanziario di JD.com, altro grande portale di e-commerce; al quarto posto c'è Baidu, il Google cinese; al terzo posto Grab, di Singapore; al quinto SoFi. Social Financial, americana.

Ai vertici della classifica si assiste a una rincorsa tra concorrenti di altri Paesi, segno che il settore è estremamente dinamico. Ma globalmente preso il Dragone resta il numero uno. L'ultimo report di CB Insights-McKinsey&Company, *Synergy and disruption: ten trends shaping fintech*, analizza tutte le realtà che operano nel settore, comprese le startup più innovative. Il quadro che emerge è che l'ecosistema cinese del Fintech ha scalato il settore e innovato più velocemente dei concorrenti occidentali, per motivi strutturali.

Il modello di business si caratterizza per una intergrazione verticale: pagamenti, prestiti e lo stesso wealth management contribuiscono a creare un unico network che copre l'intero portafoglio di servizi, sia con società controllate che attraverso alleanze, che contribuiscono ad alimentare il portafoglio dei clienti. Un network che consente poi di espandersi più rapidamente anche in senso orizzontale, conquistando via via nuove aree geografiche del Paese. La leva chiave dell'espansione dei big cinesi è la loro piattaforma tecnologica di base.

Tencent, fondata da Ma Huateng, è il caso esemplare. Tencent è una piattaforma multimediale che copre tutto lo spettro

dei servizi, ma che principalmente opera attraverso WeChat, la piattaforma di messaggi che, attraverso la rete di alleanze, consente di fare tutto, dalle chiacchiere online alle telefonate fino agli acquisti e pagamenti da persona a persona come attraverso istituti di credito.

SINERGIE

Conta un miliardo di utenti, soprattutto nelle città di primo e secondo livello, ma si sta espandendo anche nei centri più piccoli. L'albero di Tencent passa per TenPay, pagamenti, Li Cai e Tong nel wealth management, Wilidai nei finanziamenti, WeSure e Zhong An Insurance nelle assicurazioni, WeBank, nel bancario e infine Tencent Credit per le varie forme di credito.

La stessa filiera ritroviamo in JD.com e nel campione AntFinancial, che fa leva sui siti di e-commerce Tmall e Taobao: AliPay, Yu'e Bao, Ant Check Later, Zhong An Insurance, MYBank e infine Zhima Credit.

Più frammentata, invece, appare la situazione in Occidente. In Usa, per esempio, evidenziano gli analisti di McKinsey, PayPal e Stipe si focalizzano sui pagamenti, mentre Betterment e Wealthfront sono specializzate in wealth management digitale; LendingClub e Affirm, sono specialisti in prestiti con diverse strategie. Gli sforzi innovativi sono tanti. Ma ciascuno, al momento, è ancora focalizzato sul proprio settore. Come Morgan Stanley, che ha lanciato Access Investing, una piattaforma di digitale di wealth management. Innovativa, basata sulle tecnologie del robo-advisory, ma arroccata nel suo fortino.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I numeri

52

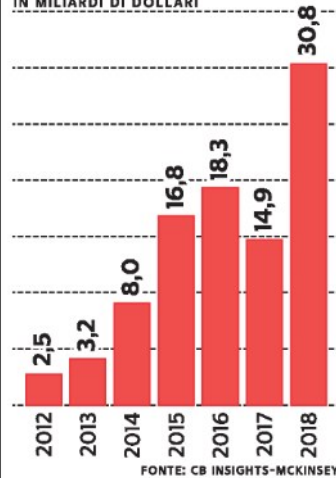
MILIARDI DI DOLLARI

I capitali raccolti dalle imprese del Fintech 100 nel 2018, più del doppio dell'anno precedente; le prime 4 hanno raccolto da sole 1 miliardo ciascuna

I numeri

GLI INVESTIMENTI IL VENTURE CAPITAL NEL FINTECH

IN MILIARDI DI DOLLARI



Il personaggio



Ma Huateng, anche conosciuto come Pony Ma, fondatore di Tencent, la holding multimediale a cui fa capo tra l'altro WeChat

Sussurri & Grida

DENTRO E FUORI IL LISTINO DI PIAZZA AFFARI

Si chiama Sca e dal prossimo 14 settembre cambierà radicalmente il sistema dei pagamenti elettronici. In quanti sono pronti? La tecnologia di Stripe. La Ue finanzia la ricerca

italiana. Ma c'è anche la ricerca che si finanzia da sola

UNICREDIT E IL CIB IN GERMANIA FINANZIAMENTI AI RAGGI X

a cura
di **Stefano Righi**
srighi@corriere.it

Non solo guai dalla Germania per il gruppo Unicredit. Dopo il trader di Hvb che tradì il rapporto fiduciario e che in soli quattro mesi di lavoro ha coinvolto la banca guidata da Jean Pierre Mustier in un'indagine della Commissione europea che rischia di costare salata a Unicredit e ad altre sette grandi banche internazionali, la buona notizia arriva dal comparto *Corporate and investment banking* che è stato *advisor* della cessione di Hermos Ag e Hermos Schaltanlagen a Elevion GmbH. UniCredit ha agito da *advisor* esclusivo per Hermos, che si occupa di automazioni per edifici. Richard Burton, responsabile del *Corporate and investment banking* di Unicredit, ha aggiunto: «siamo orgogliosi del nostro ruolo in questo mandato, dopo aver agito come partner di Hermos per oltre tre decenni, grazie alla nostra rete commerciale di Hvb in Germania. Oggi, molte pmi in Europa richiedono un servizio molto più completo rispetto al passato e Unicredit grazie a un servizio completamente integrato è perfettamente in grado di soddisfare questa domanda».

Colpo grosso di Xnext

Xnext, azienda milanese che opera nel campo della tecnologia applicata i raggi X, ha ottenuto un finanziamento da 3,3 milioni di euro, che sarà sostenuto fi-

nanziariamente per un importo di 2,3 milioni di euro dal Consiglio Europeo per l'innovazione (Eic). Il finanziamento si inquadra nell'ambito del programma Horizon 2020 - Sme Instruments ph. 2 a beneficio delle pmi, con l'obiettivo di sostenere finanziariamente il processo di accelerazione di piccole imprese che si distinguono per l'elevato livello di innovazione. Xnext ha sviluppato una tecnologia innovativa a raggi X per individuare impurità o componenti di piccolissima entità, molto utile per alcune filiere, prima tra tutte quella della produzione alimentare, sia industriale che - ad esempio - mense scolastiche. L'azienda è una *scaleup* sostenuta da Endeavor, il principale network globale che supporta gli imprenditori ad alto potenziale. Fondata da Bruno Garavelli e Pietro Pozzi, Xnext ha investito oltre 5 milioni di euro e 8 anni di ricerca e sviluppo per progettare Xspectra, mettendo insieme fotonica, microelettronica e intelligenza artificiale. «Quello ottenuto da Xnext è un grande risultato, che dimostra ancora una

volta quanto le realtà imprenditoriali italiane si presentino al mercato internazionale con prodotti innovativi e che offrono soluzioni concrete per migliorare la salute e la sicurezza», sottolinea Raffaele Mauro, *managing director* di Endeavor Italia.



«Con questo progetto approvato dalla Commissione Europea Xnext si avvia a diventare player mondiale nel mercato dei controlli a raggi X in linea. Endeavor metterà in campo le proprie competenze e la propria rete per supportare la pmi italiana nel percorso di crescita e sviluppo».

Per pagare si cambia tutto

Il 14 di settembre 2019, la Strong customer authentication (Sca) entrerà in vigore in Europa, cambiando radicalmente il modo in cui le persone comprano e vendono online. Più di 300 milioni di consumatori europei dovranno confermare la propria identità per la maggior parte dei loro acquisti online, utilizzando due dei seguenti dati: qualcosa che conoscono (una password), possiedono (un telefono) oppure qualcosa che presentano fisicamente (impronta digitale). Centinaia di migliaia di commercianti online europei - dai dettaglianti alle aziende di ride sharing, ai servizi di crowdfunding - dovranno aggiornare i loro processi di pagamento per prepararsi alla nuova regolamentazione. Se non lo faranno, le loro transazioni saranno rifiutate su due piedi. La Sca è una bomba a orologeria per il settore dei pagamenti europeo a cui Stripe, da poco presente anche in Italia, sta rispondendo aggiornando le sue «Api» in modo da facilitare a tutti i venditori online la transizione a questo nuovo sistema, con una nuova interfaccia pre-configurata che

permetta ad esempio di creare eccezioni per i pagamenti ricorrenti o al di sotto di un dato importo. Inoltre Stripe ha acquisito la startup TouchPayments, una delle realtà più interessanti nella gestione delle procedure di autenticazione online per le istituzioni finanziarie (già certificata da Visa, Mastercard ecc.) e sta per lanciare Billing, un prodotto che semplifica il processo di fatturazione ricorrente per gli operatori del mondo SaaS e le società che vendono prodotti o servizi in abbonamento.

Biorek ha fatto il pieno

Dal banking alla salute. Marco Mazzucchelli, uno dei più noti *bankers* italiani e uno dei pochi noti all'estero, si è impegnato personalmente, come *financial advisor*, per sostenere l'intuizione di due giovani ricercatori, Alessandra Cinque e Francesco Trevisani, che in seno all'istituto San Raffaele di Milano hanno messo a punto un processo di diagnosi precoce del tumore al rene. Il lavoro, iniziato nel 2017, ha dato significativi risultati utilizzando delle tecniche nuove per l'individuazione della malattia e nel febbraio scorso Cinque e Trevisani hanno fondato Biorek, società che adesso sta cercando di sviluppare l'intuizione sui marcatori di uno dei più aggressivi tipi di cancro, tanto più aggressivo perché asintomatico. Al progetto dei due ricercatori italiani si sono interessati anche lo studio Trotter (come *business advisor*) e lo studio legale Orsinger Ortu, come *legal advisor*. Un primo *round* di finanziamento è stato appena concluso e ha visto la partecipazione di alcune importanti famiglie milanesi impegnate nel settore.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Colpo di reni
Marco
Mazzucchelli:
financial advisor
della milanese
Biorek



A segno
Raffaele Mauro,
managing director
di Endeavor Italia

Unicredit
Come l'attore
Richard Burton, a capo
del Cib del gruppo



Il video che ha spopolato sui social il mese scorso era un fake, ma da almeno tre anni Amazon deposita brevetti volti a creare un centro di distribuzione aerea da cui far partire i droni-postino. Per quelli con base terrestre, positivi i test in Gran Bretagna

Un dirigibile-magazzino per le consegne volanti

CONTINUA IL PROCESSO DI AUTOMAZIONE GIÀ IN ATTO NEI PUNTI DI STOCCAGGIO DOVE SONO I ROBOT A SVOLGERE GRAN PARTE DEL LAVORO IL FENOMENO

Che il gigante dell'e-commerce Amazon abbia rivoluzionato e robotizzato i servizi di logistica e la consegna dei suoi pacchi, è ormai un fatto noto. Nei magazzini dell'azienda di Jeff Bezos piccoli robot dalla scocca lucida arancione procedono alla ricerca dei prodotti da consegnare ai magazzinieri umani. Connessi all'intelligenza artificiale del sistema di gestione del *fulfillment center*, i robot raggiungono gli scaffali seguendo il percorso più breve e consegnano il pod (lo scaffale) con il prodotto a un operatore umano che lo preleva e lo invia all'area di packaging. Ma che la Big Tech di Seattle stesse lavorando alla realizzazione di un magazzino volante, molto simile a un dirigibile, capace di volare e stazionare sospeso sopra le aree metropolitane, va ben oltre ogni immaginazione.

IL FILM VIRALE

Nell'ultimo mese account LinkedIn di esperti di intelligenza artificiale e robotica avevano pubblicato un video virale, con un velivolo aereo a brand Amazon, simile a un aircraft ibrido della Lockheed Martin, con droni volanti in uscita da quattro grossi rotori a elica piazzati sotto la pancia del velivolo. Il video era stato originariamente condiviso da Lad Bible, pagina Facebook con milioni di utenti, spopolando con oltre 50.000 like e 20.000 commenti. L'originario autore, un videomaker asiatico, Zo-

zi009, lo aveva lanciato su Twitter il 31 marzo scorso, postando però anche le immagini del rendering del video, che mostravano inequivocabilmente che lo stesso era un fake prodotto in studio, e non ripreso realmente da un utente con uno smartphone. Il video era stato quindi viralizzato diventando popolare nei social network. In effetti però la distopica visione di Zozi009 non è molto lontana da quella di un brevetto depositato nel 2016 da Amazon al Patent Office americano, chiamato "Airborne fulfillment center" (AFC). Si tratterebbe di un velivolo aereo, molto simile a un dirigibile, da cui piccoli droni uscirebbero per consegnare i prodotti al cliente finale. Ulteriori veicoli (shuttles) riprenderebbero i droni per riportarli al centro per la ricarica.

Vista la partenza da una base volante, il raggio di operatività dei droni sarebbe molto più ampio rispetto a quello possibile da un magazzino terrestre e con un ridotto consumo di energia per via del percorso in discesa, cielo-terra. La posizione mobile del magazzino Amazon consentirebbe inoltre di gestire con più efficienza lo stoccaggio dei prodotti. A solo titolo di esempio, nel brevetto viene riportato un possibile caso di utilizzo dell'AFC in prossimità di uno stadio di calcio, in modo da consentire immediata consegna del merchandising sportivo direttamente fuori l'impianto. La notizia del deposito del brevetto al Patent Office Usa era stata data direttamente dalle public relations di Amazon a dicembre 2016, per poi essere ripresa dalla BBC e da Usa Today. Per ora comunque il progetto è semplicemente un brevetto depositato, e non ci sono indicazioni sui tempi di realizzazione.

LA TORRE MULTILIVELLO

In fase più avanzata di imple-

mentazione è invece la consegna dei pacchi con i droni volanti di Amazon Air. Negli Stati Uniti è in corso la valutazione della Federal Aviation Administration, mentre per i droni terrestri è cominciato il testing in Gran Bretagna. Certo è che Amazon immagina un mondo in cui nei cieli delle nostre città ronzano droni autonomi che trasportano pacchi nelle case dei clienti, continuando a depositare brevetti sul tema. L'ultimo si concentra sulla progettazione di un magazzino, una torre cittadina multilivello per consentire l'atterraggio e il decollo di veicoli aerei senza equipaggio.

Per ragioni di efficienza, è comprensibile che Amazon voglia sperimentare la consegna di droni in un'area urbana, consentendole di raggiungere più clienti in tempi rapidissimi. Tuttavia, l'azienda dovrebbe prima soddisfare le norme rigide delle autorità di regolamentazione per avere così tanti droni che volano in un'area concentrata. L'utilizzo pone sia problemi di sicurezza per le persone a terra che di inquinamento acustico. L'azienda di Bezos continua comunque i suoi piani di automazione dei processi di logistica, anche attraverso dei contest pubblici. La Amazon Robotics Picking Challenge è infatti una competizione che dai primi del 2017 ha permesso alle persone di creare i propri piccoli sistemi robotici per rendere più efficiente la presa dei prodotti dallo scaffale. Con buona pace dei magazzinieri umani, che andranno in pensione molto presto.

Alessandro Sisti

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Pro e contro

1 PACCHI PIÙ RAPIDI E MINORI CONSUMI

Tra i vantaggi della consegna aerea, maggiore rapidità e minore dispendio di energia visto che i droni sarebbero parcheggiati nel dirigibile

2 L'AFFOLLAMENTO DEI CIELI

Nelle aree urbane Amazon dovrebbe innanzitutto rispettare le norme delle autorità per far volare tanti droni tutti insieme

3 LA SICUREZZA E IL RUMORE

Tra i molti problemi da risolvere la sicurezza per le persone a terra e l'inquinamento acustico per chi vive nelle zone in prossimità del dirigibile



IL FALSO Il dirigibile Amazon, rilanciato sui social, era in realtà prodotto in studio. Sotto, un magazzino



Capitali & Affari

a cura di **Isabella Ruschena**
isabella.ruschena@yahoo.it

Ecommerce, 75 mila negozi Usa in pericolo

Negozi a stelle e strisce in pericolo. Secondo una stima di Ubs, 75 mila negozi dovranno chiudere negli Usa a causa del dilagare dell'e-commerce, il cui tasso di diffusione passerà dall'attuale 16% al 25% nel 2026. Entro quella data 21 mila negozi di abbigliamento, 10 mila di elettronica, 8 mila di arredamento e 1.000 di bricolage probabilmente chiuderanno i battenti. Nel mirino anche 7 mila drogherie poiché la diffusione dell'online in questo segmento passerà dal 2% al 10% in un quinquennio. Quest'anno è stata annunciata già la chiusura di 5 mila negozi, coinvolti marchi come Gap e Victoria's Secret.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



MAIL BOXES, QUANTO SI CRESCE CON IL BUSINESS DEI PACCHI

Da piccolo negozio milanese a colosso di spedizioni e micrologistica per l'e-commerce

Il gruppo Mbe si prepara a fare spazio a un fondo di private equity. Per svilupparsi ancora

Possibile un aumento di capitale per fare spazio a un socio finanziario.

L'operazione dovrebbe concludersi entro l'anno

di **Fabio Sottocornola**

Dal negozio milanese aperto in via della Moscova nel 1993 al colosso di oggi, presente in 47 Paesi con 2.540 punti vendita. Un bel salto in alto, internazionale. Risale esattamente al 12 maggio di dieci anni fa la trasformazione mondiale di Mail Boxes Etc (Mbe), catena di negozi, corner e punti di smistamento che offre servizi di imballaggio, spedizione ma anche attività postale. E oggi sempre di più, svolge funzioni di micrologistica per stare dietro al via-vai dei pacchi: una diretta conseguenza del boom che sta vivendo l'e-commerce.

«Nel 2009 dal colosso di trasporti Ups abbiamo rilevato il via libera ad operare in tutto il mondo, tranne che negli Stati Uniti e in Canada, Paesi che rimanevano in esclusiva a Ups. Lo scorso anno il nostro giro d'affari è arrivato a quota 861 milioni di euro», scandisce le cifre una per una Paolo Fiorelli, ceo e presidente di Mbe Worldwide. «Siamo cresciuti molto ma il nostro core business è rimasto lo stesso: aiutiamo i clienti a svolgere quelle incombenze che per loro si tradurrebbero soltanto in una perdita di tempo. E che invece riescono a ottimizzare, grazie a noi».

Il gruppo Mbe realizza la fetta più grande del fatturato, pari all'85%, con le piccole e medie imprese o gli studi professionali, il resto è un'attività che viene incontro alle esigenze dei consumatori finali. «Siamo reseller a valore aggiunto: aiutiamo la persona che deve spedire un pacco regalo agli amici, o le Pmi nel fare marketing e comunicazione».

A dare il via a tutto ci ha pensato Graziano Fiorelli, padre di Paolo e oggi presidente onorario che, all'inizio degli anni Novanta, ha importato in Italia (dagli Usa) il marchio Mbe lavorando da subito su due fronti innovativi: fare concorrenza al monopolio delle Poste e lanciare un sistema di affiliazione come il franchising, terreno sul quale Fiorelli ha mosso i primi passi, insieme alla McDonald's del licenziatario italiano Mario Resca.

L'evoluzione

Per venire a tempi più recenti, nel 2017 il gruppo ha affrontato un'ulteriore sfida: come dare continuità al bisogno di crescere ed entrare in nuovi mercati, anzitutto quello nord-americano? Per l'appunto, gli Usa erano «proibiti» al marchio Mbe, quindi la famiglia Fiorelli ha deciso di investire 70 milioni di dollari e rilevare due aziende storiche a Stelle e Strisce: PostNet e AlphaGraphics, gestite da imprenditori in franchising e attive, la prima nelle spedizioni postali e la seconda in marketing, comunicazione, design e grafica (dalla stampa digitale a quella in grandi formati), nel B2B e nel mondo retail.

Completata la doppia acquisizione americana, oggi Paolo Fiorelli si proietta sul futuro: «Il mercato cambia e si aprono strade un tempo inaspettate. Dobbiamo essere preparati». Basta guardare, dice l'imprenditore, a quanto sta accadendo tra i big del commercio, con Amazon che apre punti vendita fisici e Walmart che tenta la strada dell'online. «Nei prossimi anni dovremo rimanere in questo incrocio e sfruttare al meglio la situazione, trovando nuove soluzioni per rispondere alle necessità dei clienti».

Per questo motivo è partito il progetto PeoplePossible che prevede l'utilizzo sempre maggiore delle nuove tecnolo-

gie per offrire un servizio di consulenza efficiente. Oltre ottomila ore di formazione, migliaia di visite agli imprenditori affiliati ed eventi in giro per il mondo con l'obiettivo di rilanciare la filosofia di gruppo.

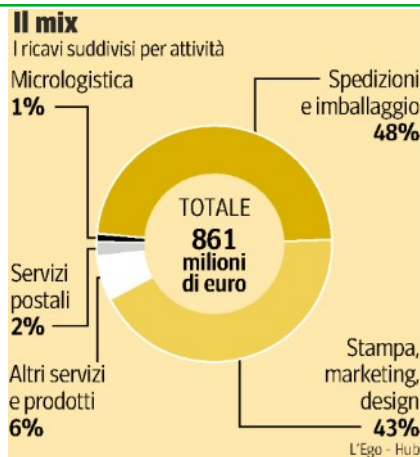
Aperture

Un altro percorso su cui Mbe intende proseguire è l'espansione in Paesi dove cercare nuovi affiliati: ai cinque già annunciati (Finlandia, Hong Kong, Marocco, Romania, Ungheria) il ceo aggiunge l'Olanda come prossimo obiettivo. Ma per l'ultima sfida Fiorelli pensa a una soluzione più radicale. «Il mercato sta andando velocemente, anche nelle sue trasformazioni. La nostra attuale velocità di crociera, anche se è buona, dovrà aumentare, per reggere il ritmo».

Significa, un ingrandimento della società, con l'apporto di nuove risorse finanziarie. «Stiamo pensando a far entrare un fondo di private equity, attraverso un aumento di capitale in una taglia compresa tra 90 e 120 milioni». La famiglia vuole rimanere al comando e tenere il controllo della società. Per questo il nuovo socio avrà un ruolo di minoranza «ma vogliamo sfruttare la sua saggezza per fare crescere il business con soddisfazione per entrambi». Il ceo non fa nomi, anche se la ricerca è in corso: «Per ballare il tango bisogna essere in due», altrimenti niente operazione. Eppure, i tempi non sembrano lunghissimi: Fiorelli vuole chiudere entro la fine dell'anno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Soluzioni

Paolo Fiorelli, ceo e presidente del gruppo Mbe Worldwide che comprende, oltre a Mail Boxes Etc, le americane PostNet e AlphaGraphics. Il fatturato complessivo è di 861 milioni di euro

Multimedia

Publicità, Amazon all'assalto del primato di Google e Facebook
BENIAMINO PAGLIARO → pagina 20

Le strategie

Publicità, l'assalto di Bezos al primato di Google e Fb

BENIAMINO PAGLIARO, ROMA

Le quote di mercato si sono ancora spostate di poco ma è questione di tempo
 Chi cerca un prodotto non lo fa più tramite il motore di ricerca ma sul sito Amazon

Dove hai cercato l'ultimo paio di scarpe da ginnastica che hai comprato online per salutare la primavera? Dietro la risposta si sta giocando il più recente capitolo della storia della pubblicità. I numeri che arrivano dagli Stati Uniti raccontano che Amazon ha scalzato Google: chi cerca un prodotto apre direttamente l'app o il sito di Amazon e utilizza il motore di ricerca interno. Google continua a dominare il mercato: il 32,7% della pubblicità digitale sul mercato Usa è suo. Ma Amazon incalza. Il gruppo di Bezos non fa altro che replicare la famosa "asta per l'attenzione dell'utente" che ha già fatto la fortuna prima di Google e poi di Facebook. Gli inserzionisti scelgono delle parole chiave o delle caratteristiche del cliente ideale, e automaticamente il sistema mostra al consumatore la pubblicità rilevante.

RICAVI RADDOPPIATI

La conseguenza del sorpasso è nei numeri: nel 2018 la sezione "altri ricavi" del bilancio, che deriva per lo più dalla pubblicità online, valeva 10 miliardi di dollari. È solo il 4% dei ricavi totali (232 miliardi), e vale meno della metà dell'unità di servizi cloud Aws (25 miliardi), ma la crescita del segmento pubblicitario (95% anno su anno) vale tre volte quella dei ricavi totali (30%) e più del doppio di Aws (46%). Morgan Stanley stima così che il business pubblicitario di Amazon valga 125 miliardi di dollari, come l'intera Salesforce, o per ragionare su multipli italiani, sei Assicurazioni Generali.

L'anno del sorpasso nella ricerca

per prodotti è stato proprio il 2018, quando le posizioni nella classifica si sono invertite. Secondo una molto citata ricerca di Jumpshot nel 2015, Google aveva il 54% della quota di mercato e Amazon il 46%. Nel 2018 Amazon ha raggiunto il 54% e Google il 46%. L'evoluzione progressiva del colosso dell'e-commerce insegna che il tempo è un elemento chiave, e oltre al tempo servono investimenti e pazienza: la rincorsa di Amazon nel mondo pubblicitario inizia infatti soltanto nel 2008, quando Google ha già ricavi pubblicitari per 21 miliardi. La società di Seattle assume da Microsoft una manager esperta di pubblicità, e le affida la nuova unità. Lisa Utschneider costruisce da zero i prototipi e poi i prodotti che debuttano sul mercato senza troppo clamore.

Oggi il numero uno della pubblicità è uno dei vicepresidenti, Paul Kotas, che riporta direttamente a Jeff Bezos. Ma come da tradizione la società tiene strette le informazioni e anche ora che l'area genera ricavi per 10 miliardi, non è chiaro quanti dipendenti impieghi. A settembre 2018 ha annunciato un brand unico (Amazon Advertising) per i vari servizi che aveva nell'area.

È stato un ulteriore passo nella direzione che ormai è difficile negare: l'ambizione di sfidare i giganti Google e Facebook. Le stime di eMarketer per il 2019 dicono che il motore di ricerca perderà un punto percentuale (da 38,2 a 37,2%) pur mantenendo la leadership, mentre Facebook crescerà di tre punti decimali (da 21,8% a 22,1%) grazie a Instagram. Amazon crescerà di due punti (dal

6,8% all'8,8%).

197 MILIONI DI UTENTI PRIME

La seconda rincorsa - di Amazon e degli inserzionisti - è verso l'efficienza. Sempre più spesso i vincitori di quest'epoca digitale sono gli intermediari, piattaforme in grado di connettere domanda e offerta di beni fisici o servizi. In questo caso, Amazon spera di essere l'ultimo intermediario, l'ultimo prima dell'acquisto. Se Google risponde alle nostre domande di ogni tipo con informazioni e link, se Facebook e Instagram ci propongono contenuti e pubblicità correlati a come abbiamo scelto (più o meno consapevolmente) di raccontarci sui social, Amazon ci conosce in modo diverso. Non solo per i desideri/ricerche, bensì per quello che abbiamo comprato. La cronologia di acquisti ci definisce. Solo negli Stati Uniti, può contare su 97 milioni di membri Prime, che usano il servizio abitualmente per gli acquisti. Quattro americani su dieci (sopra i 18 anni) sono clienti Prime. In media spendono 1.400 dollari all'anno sulla piattaforma.

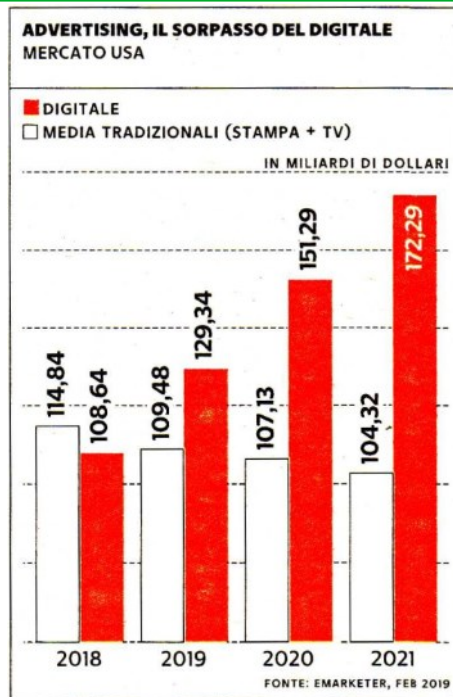
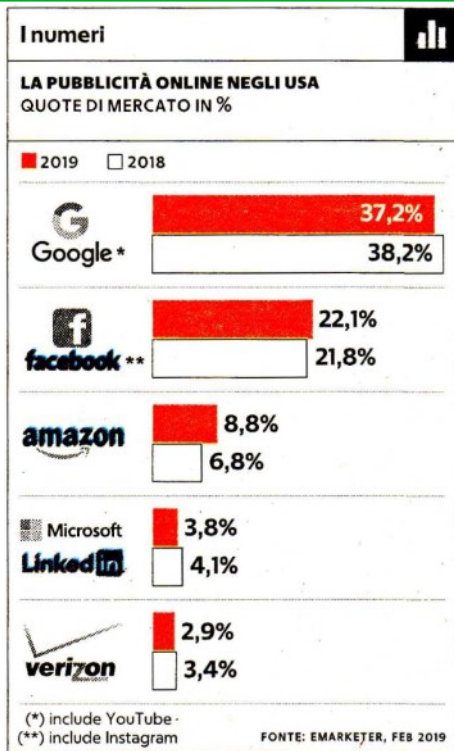
Grazie a tutti questi dati, e alla carta di credito già salvata, l'inserzione è a un clic dall'acquisto, e spesso la con-



segna è già inclusa nell'abbonamento Prime. Non è complicato capire la crescita del settore, tanto che Chad Rubin, ceo di Skubana, software di marketing e gestione dei magazzini, ha definito le vendite su Amazon "pay to play", suggerendo che per essere presenti in buona posizione nelle ricerche un investimento pubblicitario sarebbe più che consigliato. "La loro quota di mercato crescerà, la partita sarà tra Google, Facebook e Amazon", ha aggiunto Rubin. Puntuali, la dimensione e la capacità pervasive di Amazon creano opportunità e scompiglio nel mercato al tempo stesso.

La prossima partita ha a che fare nuovamente con il nostro consumatore e la sua domanda iniziale. Comscore dice che nel 2020, ovvero dopodomani, il 50% delle ricerche online saranno effettuate con la voce. Oggi quattro americani adulti su dieci hanno in casa uno smart speaker con cui dialogano abitualmente. E chi è il primo attore del mercato, con il suo Echo? La risposta è ancora Amazon.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Jeff Bezos
ceo
di Amazon



CGE FOTOGIORNALISMO

Le acquisizioni

Startup, l'Europa recupera con gli Usa

SIBILLA DI PALMA, MILANO

Le operazioni di M&A hanno registrato una crescita sostenuta: nel 2018 sono arrivate a 250, per un valore di 9 miliardi di dollari, il 25% in più del 2017

A fare notizia non è la tipologia di aziende coinvolte, cioè una banca tradizionale e una fintech (come sono definite le aziende che fanno leva sulla tecnologia per innovare il settore finanziario), né tanto meno le dimensioni dell'operazione, che rientra nella fascia medio-piccola. L'acquisizione di Mhb Bank da parte di Raisin, che attende il via libera delle autorità di vigilanza tedesche per l'ufficializzazione, spicca perché è uno dei primi casi in cui un'azienda con 45 anni di storia nel settore finanziario finisce nel portafoglio di una fondata appena sei anni fa. Un'acquisizione resa possibile dalla fiducia riscontrata sul mercato dalla piattaforma di open innovation, che da poco chiuso un round di finanziamento per 100 milioni di euro.

In direzione opposta, invece, i matrimoni sono molto più diffusi, con gli istituti di credito consolidati che spesso investono in società del fintech in modo da accelerare sul fronte dell'innovazione rispetto a quanto sarebbero in grado di fare attraverso la crescita organica. Mettendo a frutto i reciproci punti di forza: da una parte la disponibilità di capitali, fondamentale per gli investimenti; dall'altra le idee innovative e l'agilità operativa.

Così, attraverso la strada delle aggregazioni, gli istituti di credito giocano al tempo stesso in difesa e all'attacco. "Qualsiasi sia la metrica usata, cioè il numero di filiali, i dipendenti o i prestiti in percentuale al pil, il Vecchio Continente ha troppe banche che competono per gli stessi clienti e questo esercita pressione su commissioni e interessi attivi" scrive in un report Jacob Vijverberg, co-gestore del Ka-

mes Global Diversified Income Fund. "Inoltre la competizione arriva da tutta una serie di società fintech il cui impatto finora è stato limitato, ma è probabile che guadagnino posizioni grazie anche ai nuovi regolamenti europei", aggiunge l'esperto.

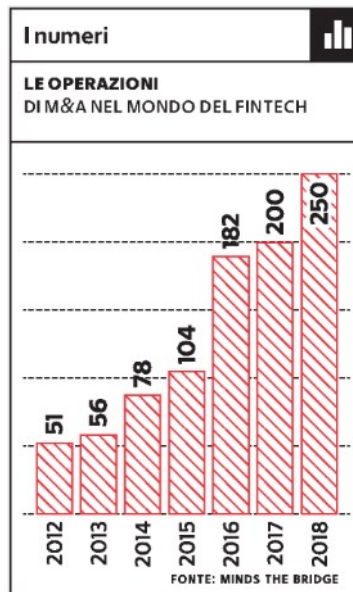
E allora non stupisce leggere lo studio realizzato da Mind the Bridge in collaborazione con L'Atelier Bnp-Paribas Americas da cui emerge che l'm&a in ambito fintech è reduce da una crescita sostenuta da otto anni. Con il 2018 che dovrebbe essersi chiuso a quota 250 operazioni, per un valore di nove miliardi di dollari, vale a dire il 25% in più del 2017. "Oggi il fintech è l'industria più fiorente in termini di capitale raccolto dalle startup in Europa", racconta

Alessandro Promutico, ceo dell'Atelier Bnp Paribas Americas. "Osservando il mercato si nota che il software sta disintermediando le attività bancarie tradizionali rivolte ai clienti, dai pagamenti al know your customer, passando per la gestione patrimoniale e il credito al consumo".

Il divario tra Europa e Stati Uniti rimane enorme, ma il Vecchio Continente sta recuperando terreno, con le startup fintech che fin qui hanno raccolto 5,1 miliardi di dollari contro i 9,6 miliardi registrati sull'altra sponda dell'Atlantico. Il divario era tre volte tanto solo tre anni fa, ma poi ha iniziato a restringersi, complice appunto il crescente interesse dei gruppi finanziari. L'm&a nel fintech, sottolinea lo studio, è guidato dagli Stati Uniti, con la Gran Bretagna che costituisce il secondo mercato, davanti alla Germania e alla Francia, con l'Italia dodicesima. Tra i deal andati in porto, il verticale dei pagamenti è quello che attira più acquirenti (17%), davanti al banking e all'ambito della blockchain.

Infine lo studio si sofferma sul profilo-tipo della fintech acquisita: in media conta 105 dipendenti, è sul mercato da 7,7 anni e può vantare una raccolta di poco inferiore ai 15 milioni di dollari. Il prezzo medio dell'acquisizione si aggira intorno ai 160,9 milioni, anche se poi vi sono profonde differenze tra le operazioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ripartono gli Emergenti Internet e la Fed accendono Wall Street

Azionario in ripresa anche nel resto del mondo
Ma l'Italia è ancora negativa nell'arco dei 12 mesi

GLAUCO MAGGI
NEW YORK

La riscossa della Borsa americana è venuta dal settore high tech e dei social network, che avevano contribuito quattro mesi fa a spingere in territorio «orso» il Nasdaq. A rianimare Wall Street, che si era depressa per il timore di altri rialzi dei tassi dopo quelli del 2018, è stata la Federal Reserve: dopo aver previsto una politica restrittiva anche per il 2019, è tornata sui suoi passi e li ha tolti dall'orizzonte immediato. Ma anche i risultati dei profitti aziendali, che per il primo trimestre dell'anno stanno battendo le attese, hanno contribuito a far tornare l'ottimismo. Così, la settimana scorsa, i pazienti risparmiatori italiani investiti nei fondi azionari, che non avevano smobilizzato in gennaio malgrado i segnali di «boom», hanno ritrovato il sorriso. Da inizio anno, tutte le categorie dei fondi azionari, prese singolarmente, vantano (Indici Fideuram) una performance positiva a due cifre e, in media, hanno fatto un balzo del 15,67%. Anche sui 12 mesi l'insieme dei fondi azionari, in media, è tornato al segno positivo (+2,86%).

La categoria degli Azionari America guida la ripresa, con +17,92% da inizio anno e +12,94% da 12 mesi. Seguono gli Azionari Italia (+17,19% da gennaio ma ancora -3,51% da un anno); gli Internazionali (+15,67% e +6,88%); gli Europei (+14,83% e -0,11%); gli Emergenti (+14,57% e +1,85%); gli Area Euro (+14,27% e -1,92%); e gli azionari Pacifico (+12,47% e +1,63%).

Se le società di Internet

hanno fatto da traino, fra i protagonisti di Wall Street c'è un innovativo criterio operativo che si sta consolidando nella gestione del risparmio. Il Morgan Stanley's Institute for Sustainable Investing (Istituto per gli Investimenti Sostenibili) e Bloomberg L.P. hanno condotto un sondaggio tra 300 professionisti americani della gestione per scoprire come stanno offrendo soluzioni di investimento sostenibili alla clientela e dove vedono possibilità di crescita e nuove opportunità. Dal Rapporto che sintetizza la ricerca emerge che il 75% ha detto di investire oggi con attenzione alla sostenibilità, contro il 65% rilevato nel 2016. Alla domanda se sia possibile massimizzare i ritorni finanziari scegliendo le azioni con l'occhio alla sostenibilità, una netta maggioranza (il 62%) ha risposto di sì. E questo obiettivo è ben presente nei programmi aziendali: l'89% dei manager interpellati ha previsto di dedicare ulteriori risorse nei prossimi uno-due anni all'investimento sostenibile. La crescita dell'interesse in questa pratica va di pari passo con l'aumento delle masse gestite, che dal 2012 è stato del 220%. Il concetto è ormai entrato nella mentalità corrente, ossia «è qui per restare», secondo l'89% dei responsabili dei portafogli.

Ma con quali strategie i manager svilupperanno l'investimento disponibile? Il 41% ha detto che destinerà maggiori risorse all'addestramento dei dipendenti; il 37% che dedicherà un numero maggiore di addetti all'investimento sostenibile; il 34% che assumerà nuovo personale specialista in materia. —

© BY NICHIALE/UNION/RETTI/RESERVAIT



Nel primo trimestre gli indici di Wall Street hanno fatto il pieno di acquisti



FACEBOOK & CO. MILLE MILIARDI NONOSTANTE I GUAI

I giganti tech hanno guadagnato un trilione di dollari a Wall Street, da gennaio ad oggi. Pur con la politica e le authority alle calcagne, macinano utili e ricavi a doppia cifra. Ma è un vero boom o un'altra bolla?

di **Maria Teresa Cometto**

La settimana scorsa gli indici S&P500 e Nasdaq hanno toccato nuovi massimi storici e il merito in gran parte va alle «zanne» di Wall Street, le quattro società il cui acronimo è Fang (zanna in inglese) — Facebook, Amazon, Netflix e Google (Alphabet) — più le due stelle hi-tech Apple e Microsoft.

Dall'inizio del 2019 questi sei titoli hanno guadagnato in tutto quasi un trilione — mille miliardi — di dollari di capitalizzazione, recuperando quasi tutte le perdite subite nell'ultimo trimestre 2018 e guidando il rialzo di tutto il listino: +16% per il S&P500 e +22% per il Nasdaq.

I calcoli

A ispirare ottimismo sul futuro dei giganti high-tech sono i risultati del primo trimestre 2019 e le proiezioni per l'anno. Secondo un rapporto di Goldman Sachs global investment research i fatturati di Facebook, Alphabet e Amazon continueranno a crescere quest'anno del 20% e oltre, molto più della media del 3% delle 500 società dell'indice S&P500. E mentre i margini di profitto di queste ultime sono in media dell'11% quelli di Facebook e Alphabet rimangono stellari, rispettivamente attorno al 40% e sopra il 20%.

Le loro valutazioni, inoltre, non sono irragionevoli secondo Ken Allen, gestore del fondo di T. Rowe Price specializzato su scienza e tecnologia. Le azioni di Facebook costano 23 volte i profitti stimati per i prossimi 12 mesi e quelle di Alphabet sono a 25 volte, lo stesso li-

vello circa dello scorso settembre; più care sono le azioni di Amazon a 60 volte i profitti futuri e quelle di Netflix a 89 volte, comunque meno care dello scorso settembre, quando erano rispettivamente a 84 e 95 volte.

Non tutti condividono questi giudizi positivi. Morgan Stanley, per esempio, raccomanda i clienti di limitare la loro esposizione al settore. Ma le ultime notizie sui Big Tech sembrano confermare le previsioni più rosee.

Facebook, la prima delle «zanne», continua ad avere parecchi guai con le autorità di controllo, sia in America sia in Europa, ma cresce. Per questo le sue quotazioni sono balzate dell'8% dopo l'annuncio dei risultati del primo trimestre 2019, nonostante abbia detto di aver messo da parte 3 miliardi di dollari in previsione della multa in arrivo dalla Federal trade commission, che potrebbe arrivare fino a 5 miliardi. La penale sarebbe per la possibile violazione di un accordo per cui Fb non può raccogliere e condividere dati degli utenti senza il loro consenso. Scontata la multa, Wall Street ha festeggiato gli altri numeri: l'aumento dell'8% degli utenti attivi nel mondo da 1,45 a 1,56 miliardi, con un totale di 2,7 miliardi di persone che usano Facebook, WhatsApp, Instagram o Messenger ogni mese; l'aumento del fatturato per utente da 5,5 a 6,4 dollari; l'aumento del 26% del fatturato trimestrale, da 12 a 15 miliardi di dollari. Unico dato negativo: il calo dei margini di profitto, scesi dal 46 al 42% — escluso l'accantonamento per la multa — per l'aumento degli investimenti nel monitoraggio dei contenuti. Ma a questo livello i guadagni del social

network di Mark Zuckerberg restano comunque molto alti e secondo analisti la controllata Instagram spingerà un'ulteriore crescita.

Microsoft ha toccato di nuovo, brevemente, il trilione di dollari di capitalizzazione — superando per il momento Apple e diventando una delle tre sole società, proprio con Apple e Amazon, ad aver raggiunto questo traguardo — dopo l'ultimo bilancio trimestrale che ha mostrato quanto forte continui ad essere il business «nella nuvola» e come resista bene anche il «vecchio» software per pc.

Il fatturato dei servizi cloud per le aziende è salito del 60% ed è aumentato del 73%

quello di Azure, il rivale di Amazon web services (Aws). A Wall Street poi piacciono le aspettative per l'anno fiscale (da luglio) annunciate dal ceo Nadella: fatturato e profitti operativi in crescita di oltre il 10% per il terzo anno di fila.

Aws continua ad essere il business più forte per Amazon, dal punto di vista degli utili, raddoppiati nel primo trimestre 2019 rispetto a un anno prima. Ma sta emergendo anche un'altra fonte di



affari e guadagni: la pubblicità digitale, in concorrenza con Google e Facebook. L'unica preoccupazione riguarda la nuova ondata di investimenti nell'infrastruttura di Amazon, attesa quest'anno e destinata a ridurre i profitti.

A proposito invece di un'altra Fang, Netflix, preoccupa l'impatto della nuova concorrenza da parte di tre grandi produttori di contenuti — WarnerMedia (AT&T), NBCUniversal (Comcast) e Walt Disney — che finora avevano concesso i loro film e telefilm alla piattaforma di Reed Hastings. Tutti e tre infatti stanno programmando il lancio di propri servizi in streaming e per questo possono decidere di togliere i loro contenuti da Netflix e tenerli in esclusiva. Il fatto è che, secondo elaborazioni del Wsj su dati Nielsen, nonostante i miliardi spesi nella produzione di video originali gli spettatori di Netflix passano la gran parte del proprio tempo (72% lo scorso ottobre) su Netflix guardando altro. Lo show più visto, per esempio, è il vecchio *Office* di NBCUniversal. Hastings ha dichiarato di essere pronto a rispondere alla sfida della vecchia Hollywood, la più spettacolare.

 @mtcometto

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Sempre più grandi

Cambiamenti nella capitalizzazione di Borsa, dati in miliardi di dollari al 25 aprile 2019

	Perdite ultimo trimestre 2018	Guadagni da inizio 2019	Valore attuale in Borsa
Facebook	- 107,7	+ 144,7	554,8
Apple	- 341,8	+ 215,9	968,0
amazon.com	- 239,5	+ 191,4	936,0
Netflix	- 46,1	+ 47,9	161,0
Alphabet	- 111,8	+ 146,8	879,8
Microsoft	- 98,4	+ 169,8	989,7
Totale	- 945,3	+ 916,5	4.489,3

Fonte: FactSet



LA TEORIA DI KAPLAN I ROBOT? NON SOLO NEMICI

Con l'intelligenza artificiale a rischio le attività noiose e ripetitive. Nasceranno, però, tante nuove opportunità. Ma le persone vanno formate ora, da governi e università



«A rischio i mestieri specifici, come il controllo passaporti. Ma per i servizi personali sarà un'età d'oro»

di **Chiara Sottocorona**

Si chiama SameDayBot e si muove in autonomia nel raggio di 5 chilometri. È il fattorino Federal Express che nei prossimi mesi inizierà le consegne in quasi 2 mila città: un robot per portare nelle case americane le pizze o la spesa *on demand*. Nelle case cinesi invece è entrato un avatar in giacca e cravatta: è il nuovo giornalista tv che presenta le notizie in mandarino o in inglese. L'ha sviluppato l'agenzia di Stato Xinhua con il motore di ricerca Sogou e gli algoritmi di *machine learning*. Il vantaggio è che darà le notizie 365 giorni l'anno, 24 ore su 24.

Lo studio

Uno studio di Accenture indica che l'Intelligenza artificiale (AI) aumenterà del 40% la produttività nelle aziende, diminuendo i costi: significa però perdere migliaia di posti di lavoro? «È vero, secondo le previsioni di diversi istituti di ricerca circa la metà dei lavori di oggi sono destinati a sparire — dice a *L'Economia* Jerry Kaplan, autore del libro *Intelligenza Artificiale-guida al Futuro prossimo* —. Ma non è un fatto nuovo. Il tasso di occupazione

cambia a ogni decade. Il 57% dei lavori del 1960 oggi non esiste più».

All'Università di Stanford, Kaplan insegna l'impatto economico e sociale dell'AI e aveva fatto parte fin dalle origini dell'AI Lab di Palo Alto. È considerato un visionario nella Silicon Valley, dove ha fondato anche quattro startup, tra cui Go Corporation, che ha realizzato il primo tablet della storia e Onsale.com, che ha lanciato le aste online prima di eBay. È stato al Sap Executive Summit di Cernobbio, che ha radunato 200 aziende italiane ed europee di cui oltre la metà stanno introducendo sistemi e servizi basati sull'AI. Tema dell'evento: «Back to human», riportare l'uomo al centro della tecnologia.

L'intelligenza artificiale fa paura perché potrà sostituire gli esseri umani. Nel suo libro *Le persone che non servono lei l'ha definita l'equivalente per il XXI secolo del Progetto Manhattan, il programma Usa per la bomba atomica. Una bomba sociale?*

«Mi riferivo all'obiettivo originale che era scoprire la natura dell'intelligenza e riprodurla in forma elettronica. Ma ci siamo resi conto che non capiamo ancora l'intelligenza umana, come potremmo trasferirla alle macchine? L'Artificial Intelligence di oggi non riguarda affatto l'intelligenza. È una rivoluzione tecnologica basata sul *machine learning*: non è altro che una forma di analisi veloce dei big data. Niente di più pericoloso di un modem».

Ma è appena nella prima fase.

«Quello che facciamo è creare software per risolvere problemi che prima richiedevano l'impiego dell'intelligenza umana. Sono più veloci ed effi-

cienti, ma in settori specifici».

Quali lavori sono più a rischio?

«Tutti quelli basati su obiettivi ben definiti, o su una sequenza precisa di passi da compiere. Prendiamo il controllo passaporti: si tratta di confrontare il documento di ogni passeggero con la lista delle persone non autorizzate ad entrare nel Paese. Oggi le macchine hanno occhi e orecchie, sanno leggere e fare verifiche molto precise».

Ma i lavori ripetitivi o basati su compiti specifici sono moltissimi, tutti destinati a sparire?

«Dipende. Quando si introduce una nuova tecnologia occorrono nuove competenze. Ciò che conta è formare le persone per i nuovi lavori».

Chi deve farlo?

«Vanno coinvolti i governi. Perché se non si individuano prima quali competenze sviluppare per il futuro, la formazione non arriverà in tempo. E le università devono essere più connesse alle imprese per cambiare gli orientamenti. O ci si troverà senza le competenze, un problema che si pone già».

Come possono reagire le persone?

«Per esempio, creando nuovi business. Penso che ci sarà una età dell'oro per i servizi personali, un campo in cui occorrono capacità relazionali e sociali che le macchine non hanno».

Il lavoro non mancherà poi nel settore tecnologico dove sono richiesti data scientist, cloud architect o esperti di cyber-security. Accenture ha annunciato 3 mila assunzioni, di cui il 60% neolaureati. Engineering ha 500 posti da coprire. E Sap col programma Academy invia i giovani prescelti in stage per 4 mesi nella Silicon Valley.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Stanford
Jerry Kaplan
Insegna
l'impatto
dell'«A.I.»

ORA MI REINVENTO DIGITALE, L'EUROPA PAGA I CORSI

L'iniziativa della Commissione europea per incentivare la trasformazione verso la nuova frontiera dell'intelligenza artificiale delle società e delle economie nei paesi dell'Unione

Il programma comunitario prevede 700 milioni di euro per aiutare la trasformazione a vantaggio dei cittadini e delle imprese

Sono cinque i settori in cui l'investimento in progetti innovativi può essere finanziato dai fondi stanziati dalla Commissione Europea

di **Maria Adele Cerizza**

Si chiama Europa digitale il nuovo programma di finanziamento che la Commissione europea ha proposto per sostenere la trasformazione digitale delle società e delle economie dei paesi Ue.

Il programma — dotato di un budget pari a 9,2 miliardi di euro — consentirà di stimolare importanti investimenti nei settori del supercalcolo, dell'intelligenza artificiale, della cybersicurezza e delle competenze digitali avanzate.

Europa digitale rientra nel capitolo «Mercato unico, innovazione e agenda digitale» della proposta di bilancio a lungo termine dell'Ue.

Basato sulla strategia per il mercato unico digitale varata a maggio 2015 e sui risultati ottenuti negli ultimi anni, il suo obiettivo principale è plasmare la trasformazione digitale dell'Europa a vantaggio dei cittadini e delle imprese. La trasformazione digitale ha effetti su tutti i settori dell'economia e trasforma il nostro modo di vivere, lavorare e comunicare.

Come i trasporti, le infrastrutture industriali, l'istruzione e i servizi pubblici di alta qualità hanno garantito la prosperità dell'Europa in passato, così gli investimenti nelle capacità e nelle infrastrutture digitali strategiche, il miglioramento delle competenze e la modernizzazione dell'interazione tra i governi e i cittadini saranno alla base della nostra prosperità futura.

I settori coinvolti

La proposta della Commissione prevede di finanziare progetti innovativi che rientrano nei seguenti cinque settori:

1) Supercomputer: 2,7 miliardi sono destinati a progetti di sviluppo e rafforzamento delle capacità di supercalcolo e trattamento dei dati in Europa, fondamentali per lo sviluppo di molti settori, dall'assistenza sanitaria alle energie rinnovabili, dalla sicurezza dei veicoli alla cybersicurezza.

Il finanziamento assicurerà un uso più ampio ed efficiente del supercalcolo nel settore pubblico e in quello privato, comprese le piccole e medie imprese. Europa digitale mirerà a sviluppare un'infrastruttura di dati e supercomputer di livello mondiale con capacità a «esascala», ossia un miliardo di miliardi di calcoli al secondo, entro il 2022/2023, e strutture di calcolo «post-esascala» entro il 2026/2027, dotando l'Europa di un proprio parco tecnologico autonomo e concorrenziale che le consentirà di conseguire l'eccellenza in applicazioni di supercalcolo ampliandone al contempo la disponibilità e l'uso. Le iniziative previste si baseranno sulla strategia europea nel settore dei supercalcolatori che consentirà al vecchio continente di progredire in molti settori: dall'assistenza sanitaria alle energie rinnovabili, dalla sicurezza dei veicoli alla cybersicurezza.

2) Intelligenza artificiale: 2,5 miliardi di euro sono previsti per contribuire a diffondere l'intelligenza artificiale nell'economia e nella società europee. Questa iniziativa si basa sull'approccio europeo all'intelligenza artificiale, presentato il 25 aprile 2018: lo scopo è stimolare gli investimenti per sfruttare al massimo l'intelligenza artificiale, tenendo conto dei cambiamenti socioeconomici che essa porta con sé e garantire un adeguato quadro etico e giuridico. Il programma Europa digitale permetterà alle autorità pubbliche e alle imprese, soprattutto quelle più piccole, di avere un migliore accesso alle strutture di prova e sperimentazione in intelligenza artificiale negli Stati membri. La Commissione propone di creare «biblioteche europee» comuni di algoritmi accessibili a tutti, per aiutare i settori pubblico e privato ad individuare e acquisire le soluzioni più adatte alle loro esigenze.

3) Cybersicurezza e fiducia: 2 miliardi di euro saranno investiti nella salvaguardia dell'economia digitale, della società e delle democrazie dell'Ue promuovendo la cyberdifesa e la cybersicurezza



dell'industria europea, finanziando attrezzature e infrastrutture d'avanguardia nel settore della cybersicurezza e sostenendo lo sviluppo delle capacità e delle conoscenze necessarie.

4) Competenze digitali: 700 milioni di euro per assicurare che attualmente e in futuro i lavoratori abbiano la possibilità di acquisire facilmente le competenze digitali con corsi di formazione a breve e lungo termine e con tirocini sul posto di lavoro, indipendentemente dal loro Stato membro di residenza. Nel programma Europa digitale, i poli di innovazione digitale svolgeranno programmi mirati per aiutare le piccole e medie imprese e le pubbliche amministrazioni a fornire al proprio personale le competenze avanzate necessarie per poter accedere alle nuove opportunità offerte dal supercalcolo, dall'intelligenza artificiale e dalla cybersicurezza.

5) Garantire un vasto uso delle tecnologie digitali nell'economia e nella società: 1,3 miliardi di euro assicureranno la trasformazione digitale della pubblica amministrazione e dei servizi pubblici e la loro interoperabilità a livello Ue, inoltre faciliteranno l'accesso delle imprese, soprattutto delle PMI, alla tecnologia e al know-how. I poli di innovazione digitale fungeranno da "sportelli unici" per le piccole e medie imprese e per le amministrazioni pubbliche e forniranno l'accesso a competenze tecnologiche e strutture di sperimentazione oltre a offrire consulenza per valutare meglio la fattibilità economica dei progetti di trasformazione digitale.

Modalità di finanziamento

Europa digitale concederà finanziamenti alle PMI sotto forma di appalti - quale forma principale - ma anche mediante sovvenzioni a fondo perduto, premi e strumenti finanziari nell'ambito di operazioni di finanziamento misto. Il Programma Europa digitale integra e affianca una serie di altri strumenti proposti nel quadro finanziario pluriennale post 2020, in particolare con il programma Orizzonte Europa. I due programmi opereranno in modo interdipendente: mentre Orizzonte Europa fornisce investimenti essenziali alla ricerca e all'innovazione, Europa digitale si basa sui risultati per creare le infrastrutture necessarie, sostenere la diffusione e il rafforzamento delle capacità, che, a loro volta, forniranno input alla ricerca futura nel settore dell'intelligenza artificiale, della robotica, del calcolo ad alte prestazioni e dei big data.

Le sinergie tra i programmi permetteranno di realizzare economie di scala, compiere investimenti più coerenti e offrire ai cittadini e agli operatori economici risultati migliori. Aumenteranno inoltre l'incidenza sul campo degli investimenti digitali a livello dell'UE, mentre gli investimenti digitali nazionali e regionali potranno integrare meglio l'azione a livello dell'UE.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA CITAZIONE

«"Lavoro" significa sia quello che si fa per necessità, sia la fonte del prestigio e della ricchezza che tutti cercano e pochi raggiungono. La truffa è già evidente nell'uso della stessa parola in entrambe le accezioni. Non è tutto: coloro che più apprezzano il lavoro – e questo andrebbe sottolineato – sono senza eccezione i meglio retribuiti. E' una situazione accettata. Le retribuzioni basse sono per coloro che svolgono compiti ripetitivi, noiosi, pesanti. Quelli che meno hanno bisogno di essere ricompensati per ciò che fanno, e che meglio sopravviverebbero anche con meno, sono pagati di più. I redditi – retribuzioni, stock options e vantaggi assortiti – sono dispensati con larghezza ai vertici, dove il lavoro è gratificante. Un modo di vedere le cose generalmente condiviso»

John Kenneth Galbraith
«L'economia della truffa»
(Rizzoli 2004)



I CAMPIONI DEL LAVORO
Le aziende che assumono ma faticano
a trovare i profili giusti
di **Iolanda Barera** a pag. 8

Tra i 600 Champions individuati da «l'Economia» e Italtypost, ci sono Vem, il laboratorio LabAnalysis, la metalmeccanica Colosio, tre esempi di eccellenze del made in Italy, che crescono, investono, innovano, esportano e creano lavoro, ma hanno un problema: faticano a trovare le figure di cui hanno necessità.

Non solo i big dell'industria cercano persone da assumere, ecco le ricerche di personale di 10 campioni della nostra imprenditoria, sono circa 1.200 le posizioni aperte. Ingegneri, chimici, esperti di marketing digitale, di mecatronica. La richiesta: competenza e passione

I POSTI DEI «CAMPIONI»

di **Iolanda Barera**

INGEGNERI

Teoresi, consulenti per stare nel futuro

Ha l'obiettivo di inserire 1.000 laureati (tra neo e con esperienza) entro il 2021, Teoresi, gruppo torinese di consulenza ingegneristica che oggi ha 12 sedi tra Italia, Svizzera, Germania e Stati Uniti e 800 dipendenti (contro i 226 del 2013). Si "muove" dal ferroviario all'automotive, dall'industrial fino al fintech e alle telecomunicazioni e ha bisogno di ingegneri informatici, elettronici, elettrici meccanici, del-

l'autoveicolo, mecatronici, aerospaziali, biomedici, delle telecomunicazioni, ma anche di informatici e fisici. E di ingegneri con esperienza di progettazione e sviluppo di applicazioni embedded in ambiti legati a intelligenza artificiale, cybersecurity, ausilio alla guida e mobility: figure difficili da reperire sul mercato tanto che l'azienda (sito internet www.teoresigroup.com) ha creato un percorso ad hoc per formare (brillanti) laureandi e laureati in in-

gegneria nel campo: si chiama TTP, Teoresi Training Program, e porta all'assunzione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

1.000

i laureati
che Teoresi mira a inserire entro il
2021



ANALISI**LabAnalysis, chimici ma anche economisti**

Servirebbero più chimici. «Ce li stiamo contendendo» dice Lorenzo Maggi. Insieme al fratello Stefano e ai genitori guida LabAnalysis Group, laboratorio che fa analisi e consulenza in campo ambientale e sicurezza del lavoro, del pharma e dell'agro. Un'impresa di famiglia (nata a Pavia 40 anni fa), dove il 90% dei responsabili è cresciuto internamente. Dagli anni '80 a oggi si è sviluppata in 8 sedi con oltre 600 dipendenti (più di sette su 10 laureati) ed è in crescita: quest'anno inserirà 30 persone principalmente tra Chieti, Pavia e Milano.

Ricerca laureati in economia per l'amministrazione e un responsabile marketing, ma soprattutto laureati in chimica e ctf (che ormai arrivano da tutta Italia) e periti chimici. Inoltre biotecnologi e ingegneri ambientali. Ma servono anche periti e ingegneri informatici: «Negli ultimi anni l'informatizzazione per noi è fondamentale» sottolinea Maggi. E sono figure, per un laboratorio, particolarmente difficili da reperire.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

30

gli inserimenti in LabAnalysis: richiestissimi i laureati in chimica e ctf

FILATI**Manteco, i segreti dei feltrinisti**

Chi non è del settore probabilmente non avrà mai sentito parlare del "feltrinista".

È l'addetto alla preparazione delle miste per la lavorazione di cardatura e filatura, figura fondamentale (e ricercata) nel mondo tessile, dove gli "stracci" si rigenerano e si riportano a materia prima (l'economia circolare è una realtà). «Purtroppo mancano e verranno a mancare queste figure. Noi stiamo formandole all'interno, ma ci possono volere anche diversi anni. Perché sono lavori che hanno bisogno di conoscenza dei materiali, dei colori, di una serie di cose» spiega Marco Mantelassi, al timone con il fratello Matteo, della Manteco di Prato, l'azienda di famiglia, 150 collaboratori in tutto (www.manteco.com), che rifornisce i grandi marchi del lusso e della moda di più di 30 Paesi con i suoi tessuti di alta qualità. E che oggi ricerca uno-due feltrinisti e un coordinatore del marketing con esperienza del settore tessile da inserire nel gruppo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

30

i Paesi dove Manteco esporta i suoi tessuti di alta qualità

BIBITE**Lurisia, mecatronici per l'acqua minerale**

ALurisia (Cuneo) non è facile trovare operai e tecnici pronti a "interagire con la macchina". Lo sa bene Alessandro Invernizzi, direttore generale dell'azienda (https://lurisia.it) di bibite e acqua minerale Lurisia (quella del chinotto con l'agrume del savonese e la gazzosa con i limoni di Amalfi). Ha 50 dipendenti, di cui 30 sulla linea. E proprio qui, ci sarà bisogno di persone "attive nella gestione della macchina", che riescano, attraverso la raccolta e l'analisi del dato, a migliorare il processo, figure da affiancare agli operatori esperti che lavorano nell'azienda già da 10 o 20 anni. Il programma per il 2019 è di inserire sei giovani: periti elettronici, mecatronici, ragazzi con una formazione legata all'industria 4.0. «Ci piacerebbe aprire il dialogo con le scuole sulla formazione - spiega Invernizzi - il giovane durante il percorso scolastico, può essere già addestrato al mondo del lavoro: possiamo portarlo in azienda e valorizzarlo con l'idea di assumerlo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

6

periti elettronici, mecatronici, ragazzi con una formazione legata all'industria 4.0 per Lurisia

UTENSILI**Colosio, cerca montatori meccanici**

Nel Bresciano gli operatori di macchine utensili specializzati e ancor più i montatori meccanici specializzati sono "merce rara". Le aziende letteralmente se li contendono. «Nel nostro settore c'è una grande carenza di alesatori. Noi per disperazione siamo arrivati a prendere il ragazzo appena uscito dalla scuola professionale e formarlo. Il problema è che poi arriva la grossa azienda di turno a cui fa gola l'alesatore già formato e se lo prende» racconta Emanuela Colosio. E' cfo del Gruppo Colosio di Botticino Sera, realtà di 100 persone che fa impianti per pressofusione (www.colosiopresse.it). Ricerca anche 2-3 montatori meccanici specializzati, ma trovarli è «una lotta». Per fortuna esiste la scuola professionale. «E' valido anche l'istituto dell'alternanza scuola lavoro, perché i ragazzi hanno modo di imparare una professione e l'azienda di valutarli (da noi spesso sono poi assunti). Il problema è che non possiamo avere dei reparti interi di persone da formare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

4-5

tra alesatori e montatori meccanici specializzati le ricerche "più difficili"

INFORMATICA

Vem, pronti per la security 4.0



Nel mondo IT oggi non esistono figure facili da trovare, tanto meno gli specialisti della security. «Sopperiamo introducendo giovani ingegneri delle telecomunicazioni e informatica da formare in azienda, oppure anche giovani che escono da percorsi specialistici, perché i neo-laureati non sono sufficienti: la maggior parte delle ingegnerie in Italia sono a numero chiuso, e questo non ci aiuta» spiega Davide Stefanelli, vice presidente e direttore Hr di Vem, uno dei più innovativi ICT player in Italia, sei sedi nel centro-nord, 250 dipendenti. Il gruppo (<https://vem.com>) quest'anno ricerca 45 persone: IT security engineer e analisti di contrasto al cybercrime, figure per assistenza e consulenza tecnica, specialisti network, cloud, collaboration e sviluppatori software (compresi i "quasi introvabili" analisti di big data). Ma anche commerciali con competenze tecniche e figure di staff (acquisti, legal, operation) con una specializzazione nell'IT.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

45

il numero delle assunzioni previste quest'anno dall'innovativo ICT player Vem

CUCINA

Unox, dieci posti per i forni d'autore



Cercate un'azienda innovativa? Guardate anche alle "metalmecchaniche". Il primo produttore di forni professionali per numero di pezzi venduti nel mondo, è una realtà di Cadoneghe, in provincia di Padova (www.unox.com), che impegna più di 50 professionisti, fisici, ingegneri meccanici, chimici e aerospaziali in ricerca e sviluppo: l'obiettivo è sviluppare intelligenza e tecnologia applicabile ai processi di cottura più diversi. Si chiama Unox, conta su un team di oltre 600 persone tra Italia ed estero. E assume. Ha una decina di posizioni aperte in Italia: cerca ingegneri, fisici e informatici per R&D, operations e It, ed esperti di marketing (inteso più come comunicazione) che conoscano l'inglese. Ma ha anche bisogno di uno sviluppatore full stack per il team dedicato alla digitalizzazione (parteciperà a progetti legati a tecnologie Internet of Things, app web e mobile). Ed è una figura particolarmente difficile da reperire.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

50

professionisti, si occupano di ricerca e sviluppo in Unox

PACKAGING

Castagna Univel, grafici e chimici



«**A**bbiamo fatto fatica a trovare chimici e grafici, ma il nostro problema più grosso è trovare giovani che non vedano la fabbrica come un qualcosa di poco qualificato, ma, invece, come un lavoro assolutamente dignitoso» dice Alberto Nicolini. È l'amministratore delegato di Castagna Univel, un'azienda storica del piacentino (www.gruppounivel.com) che produce film stampati in bobine per il packaging per grandi nomi del settore alimentare, farmaceutico e parafarmaceutico non solo italiani (l'export in Europa pesa oggi per l'80%). Ha 150 dipendenti tra Guardamiglio (Lodi) e i due stabilimenti di Crescentino (Vicenza) e Mortara (Pavia), dove vorrebbe inserire otto-nove diplomati (prima con un tirocinio poi in apprendistato con l'idea di assumere infine a tempo indeterminato) da formare internamente: «Cerchiamo 19-20enni su cui investire – afferma l'amministratore delegato – ma i giovani preferiscono lavorare in ufficio».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

150

i dipendenti di Castagna Univel tra Guardamiglio e i due stabilimenti di Crescentino e Mortara

FARMACEUTICA

Labomar, i creativi degli integratori



Ha vent'anni, 200 dipendenti diretti e punta ad arrivare a 300 nei prossimi anni, Labomar, azienda fondata da Walter Bordin, farmacista, figlio e nipote di farmacisti, che ricerca, sviluppa e produce integratori alimentari, dispositivi medici e non solo per conto terzi a Istriana (TV). L'intenzione è di assumere già entro fine anno tre-cinque persone in ambito produttivo che abbiano una minima esperienza nel settore, caratteristica assai ardua da trovare. E subito servono anche un direttore vendite per il mercato estero (inserito nel contesto e con un buon network nell'industria nutraceutica) e un profilo esperto per ricerca e sviluppo. «Siamo molto orientati a persone che hanno esperienza nell'ambito della lean» sottolinea Bordin. Vale anche per due senior (con visione della parte operativa e produttiva e spirito collaborativo) che saranno inseriti in vista di future acquisizioni in Europa e fuori che il gruppo ha in progetto di realizzare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

100

persone entreranno nei prossimi anni in Labomar dove l'approccio «lean» è fondamentale

SPORT

Scarpa, modellisti e cadisti di montagna



Appassionati di montagna? Per Scarpa è (almeno) una marcia in più: è un'azienda che produce scarpe e scarponi da sci alpinismo, trekking, arrampicata (www.scarpa.net). E' stata fondata 80 anni fa ad Asolo (Treviso), ora ha sedi anche in Romania, Serbia e Cina. Presidente è Sandro Parisotto.

E proprio ad Asolo, dove oggi impiega 300 persone (1100 invece a livello globale), sta ricercando profili non semplici da trovare oggi. Come il modellista, figura che crea il prodotto partendo dal disegno. «Avremmo bisogno di due senior, con esperienza nel mondo montagna per formare i giovani al nostro interno» racconta Luca Basso, responsabile delle Risorse Umane. Ma servono anche due cadisti, due tecnici di produzione esperti (team leader, in grado di formare) disposti a trasferte all'estero di 7-15 giorni. E di due giovani che si occupino di digital marketing: in questo caso «praticare la montagna» (climbing, sci alpinismo o trail running) è necessario.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

2

modellisti senior
con esperienza
nel mondo montagna



Architettura. Dal Canada al Nord Europa le tecniche costruttive permettono di ideare edifici sempre più alti senza l'uso di cemento o acciaio - Alphabet punta sulla sostenibilità con il quartiere Quayside di Toronto

Il grattacielo smart sarà in legno È la scommessa anche di Google

Maria Chiara Voci

Si chiama Quayside e sarà il nuovo quartiere smart di Google che sta crescendo sul waterfront di Toronto, dove il gigante di Mountain View costruirà la nuova sede. Una smart city sperimentale e avveniristica, firmata dalla società di trasformazione urbana Sidewalk Labs, controllata da Google Alphabet, in cui la sostenibilità sarà la prima protagonista. Fra le tecnologie che permetteranno di raggiungere l'obiettivo spicca l'uso del legno canadese certificato per la costruzione di edifici multipiano e torri ad altissima efficienza. Materiale locale, che cresce con maggiore rapidità rispetto alle varietà impiegate per le costruzioni in Europa e, per questo, con un'impronta ecologica ridotta.

L'innovativo quartiere pubblico-privato prevede uno sviluppo che supera i tre milioni di mq fra spazi pubblici e torri residenziali multipiano. «La sfida che stiamo affrontando è creare un grande laboratorio di saperi per sfruttare le costruzioni in legno in altezza come mai nessuno ha fatto in precedenza», assicurano gli sviluppatori. È un test per un'industria che, grazie a questa operazione, promette di crescere in competenze e nel rapporto qualità/costi, superando gli attuali limiti di altezza (si dovrebbero raggiungere i 30 piani). «Una delle grandi differenze rispetto ad altri progetti – spiega l'ingegner Franco Piva dello studio trentino Ergodomus, società di progettazione italiana coinvolta al momento in una fase di consulenza preliminare al progetto – è che il legno impiegato nel multipiano sopra certe dimensioni fino ad oggi ha sempre visto anche l'uso di strutture miste in cemento o acciaio. Al contrario, una delle peculiarità di Quayside sarà che le costruzioni saranno al 100% di legno, o quasi». In Canada, del resto, la ricerca sul legno strutturale aveva già portato a tagliare traguardi

importanti. Il Wood Innovation and Design Centre a Prince George, progettato dallo studio Michael Green Architecture e concluso nel 2014, è un edificio di 8 piani che ha limitato al massimo l'uso di calcestruzzo fuori terra. Il sistema di colonne, travi in legno lamellare e pareti in legno massiccio è un esempio di costruzione modulare, replicabile o espandibile a seconda delle esigenze. Ancora, il Brock Commons di Vancouver ospita gli studenti della University of British Columbia: con i suoi 17 piani, il progetto firmato da Acton Ostry Architects usa una struttura mista che consente di ancorare il legno strutturale a due nuclei centrali in calcestruzzo.

Dal Canada al Nord Europa. Il grattacielo verde Mjøstårnet a Brumundal, in Norvegia, è stato inaugurato a marzo, ospita appartamenti, un hotel, ristoranti e aree comuni e (con i suoi 85 metri per 18 piani complessivi) guida la classifica delle altezze degli edifici in lamellare a strati incrociati. Colonne, travi e diagonali (così come i vani interni) sono completamente in legno: l'immobile è stato realizzato per fasi, quattro piani per volta. Dal progetto alla realtà ci sono voluti poco più di due anni. Il complesso ha conquistato un record che in passato è stato via via raggiunto da altri edifici: fra questi, la torre HoHo di Vienna (struttura però mista, con vani scala e ascensori in cemento armato), il già citato Brock Commons e, prima ancora, il Treet (“albero” in norvegese) di Bergen, torre di 14 piani dove la struttura in X-lam per superare una difficoltà connessa all'esposizione al vento è stata integrata, sul tetto, con una piattaforma in cemento, che ha la doppia funzione di creare un carico per rendere più solida la costruzione e, al tempo stesso, di integrarla con una terrazza fruibile da tutti i condomini. Fra le torri in legno più recenti firmate dallo studio Waugh Thistleton Architects – che in Inghilterra la-

vora allo sviluppo del legno lamellare americano commercializzato da Ahec (American Hardwood Export Council) – spicca a Londra la Dalston Works. Dieci piani per 121 unità in Clt che pesano un quinto rispetto a un edificio in cemento e rappresentano uno dei casi più spinti di prefabbricazione in Europa. Alle spalle, per i progettisti, una lunga esperienza nel settore: fra le realizzazioni, la Murray Grove Towers (piano terra in cemento e struttura in X-Lam) è uno degli edifici che hanno scritto la storia della prefabbricazione in legno. «Al tempo la tecnologia era sconosciuta – racconta Andrew Waught – e gli sviluppatori avevano timore che nessuno avrebbe acquistato un appartamento in legno. Al contrario, il primo investimento è andato sold out a poche ore dalla diffusione della notizia sui materiali impiegati».

Parlando di sviluppi urbani complessi, il quartiere Masthamnen di Stoccolma pensato da Anders Berensson prevede, addirittura, lo sviluppo di multipiano in legno che poggia su un tessuto costruito. Sotto, edifici a uso misto; sopra, una serie di torri sottili, leggere e, naturalmente, in legno. Progetto di nicchia – che vanta una paternità italiana – è l'immobile che Holzius (gruppo Rubner) sta realizzando in Germania, a Stoccarda: l'edificio conta appena sei piani fuori terra, ma la peculiarità è che viene realizzato in massello a incastro senza l'uso di colle e chiodi. Una nuova sfida arriva infine dal Giappone: a Tokyo, la Sumitomo Forestry ha in progetto per il 2041 la costruzione di un palazzo di 350 metri. Il nome in codice è W350: è previsto l'uso di acciaio solo per il 10% dell'edificio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

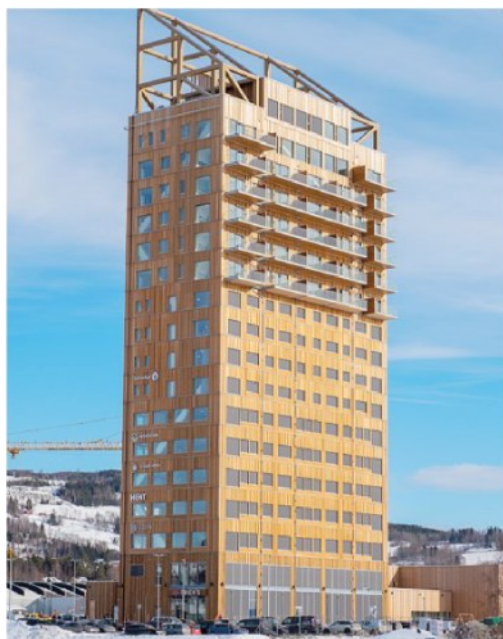


30

PIANI IN LEGNO

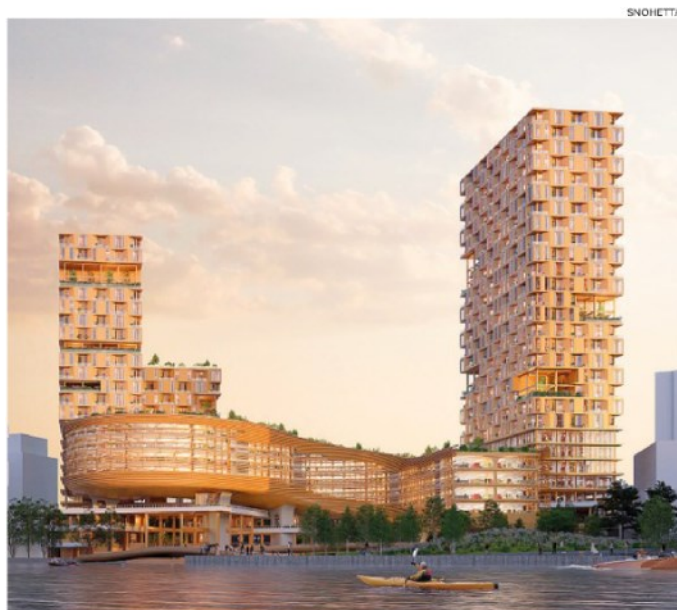
È l'altezza massima che dovrebbero raggiungere i

grattacieli di Quayside, il nuovo quartiere smart che Google sta progettando a Toronto, in Canada



Rivoluzionari

Sopra, un rendering di Quayside a Toronto, quartiere smart di Sidewalk Labs, società per l'innovazione urbana di Google; a lato, i 18 piani del Mjøstårnet, inaugurato a marzo a Brumunddal, in Norvegia



La ricerca

Auricolari, passione degli italiani ma rigorosamente solo “senza fili”

MARIA LUISA ROMITI

Piccoli, ergonomici con tanta carica per l'uso mentre si fa sport e anche impermeabili. In questi primi mesi del 2019 stanno vivendo (intenzioni di acquisto) una crescita di quasi il 50 % rispetto al 2018

Momento d'oro per gli auricolari. Ma attenzione: devono essere rigorosamente wireless perché il “filo” non è più trendy. E poi anche piccoli, ergonomici, con tanta carica per l'uso mentre si fa sport e magari anche impermeabili. In pratica abbiamo fatto il ritratto dei modelli cosiddetti in-ear e, sopra tutti, gli Apple AirPods.

A dirlo è “Idealo” (idealo.it) che ha analizzato il mercato online delle cuffie, settore che in questi primi mesi del 2019 ha fatto il botto e sta vivendo nelle intenzioni di acquisto una crescita pari al 48,4% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Anche nel 2018 l'interesse era stato molto alto, con un incremento del 77,4% rispetto al 2017.

Secondo “Idealo”, gli Apple AirPods, fin dal loro arrivo sul mercato, hanno catturato l'interesse di tantissimi consumatori e tuttora l'attenzione è in costante crescita: le ricerche online nel 2018 sono cresciute del 151% rispetto al 2017 e in questa prima parte del 2019 si as-

siste a un ulteriore incremento del 188,6 %, a dimostrazione del fatto che il futuro degli auricolari è decisamente wireless e Bluetooth.

Gli **AirPods** - seconda generazione - hanno una nuova custodia di ricarica wireless compatibile con lo standard Qi e una maggiore autonomia: oltre 24 ore con la custodia di ricarica, più di 5 ore di ascolto con una sola carica e con 15 minuti di carica si hanno fino a 3 ore di ascolto. Inoltre permettono di attivare Siri con la voce. Il prezzo è di 179 euro per il modello con base di ricarica “tradizionale” e di 229 euro per quello con custodia di ricarica wireless, che si può anche acquistare a parte (89 euro).

Degni avversari degli AirPods, i **Samsung Galaxy Buds** (149 euro) con audio ottimizzato da AKG e funzionalità Ambient Sound per sentire i rumori dell'ambiente circostante. Il doppio microfono adattivo utilizza un microfono interno e uno esterno in ogni auricolare, in modo da trasmettere chiaramente la voce con qualsiasi livello di rumorosità. Supportano fino a sei ore di streaming Bluetooth e fino a cinque ore di chiamate. Inoltre, il case garantisce fino a 7 ore di ricarica (2 ore con ricarica rapida da 15 minuti).

In gara anche i **Jabra Elite 65t** (da 169,99 euro) compatibili con Amazon Alexa on-the-go e accesso integrato one-touch a Siri e Google Now. La presenza di quattro microfoni, combinata con un setting acustico ottimizzato, consente l'eliminazione totale del rumore. L'autonomia arriva a 15 ore - con relativa base inclusa - e a cinque ore di ascolto con una carica. In base all'analisi di Idealo tra i brand, i cui prodotti hanno vissuto un vero

e proprio boom, c'è anche **Bose** (+150% rispetto al 2018). Da citare gli auricolari in-ear **SoundSport Free** (199,95 euro). Pesano 18 grammi, sono resistenti all'acqua e al sudore e offrono fino a 5 ore di riproduzione. La custodia di ricarica garantisce due ulteriori ricariche complete per un massimo di 10 ore di autonomia. In più una ricarica rapida di 15 minuti offre 45 minuti di riproduzione.

Boom anche per il marchio **Marshall** (+40,2%) che ha recentemente presentato i **Minor II** (129 euro), modello in-ear con Bluetooth 5.0 e tecnologia APTX per migliorare la qualità audio. L'autonomia è di 12 ore di riproduzione musicale e bastano 20 minuti di ricarica veloce per ottenere 2 ore di riproduzione.

Secondo Idealo, anche **JBL** sta andando bene (+31,2%). Tra i prodotti wireless più economici troviamo i **Reflect Contour** (99,99 euro). Si tratta di intra-auricolari con gancio esterno all'orecchio combinato con un inserto sagomato per una maggiore “indossabilità” e doppia batteria per un'autonomia in riproduzione audio di 8 ore.

Sempre sulla stessa linea di prezzo (99 euro) i **Jabra Elite Active 45e** con design “a orecchio aperto” che lascia filtrare i suoni ambientali, impermeabilità e un'autonomia di 9 ore. Comandi vocali tramite Alexa, Siri o Google Assistant. Si possono trovare anche auricolari intorno ai 50 euro come i **Cellularline Petit** (59,95 euro): un modello in-ear con completo isolamento dal rumore esterno e Bluetooth 5.0. La custodia di ricarica consente di estendere la carica fino a 3 volte, assicurando 13 ore di ascolto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





1 Apple AirPods
 Hanno catturato da subito l'interesse di tanti consumatori. In questa prima parte del 2019 si assiste a un ulteriore incremento del 188,6%

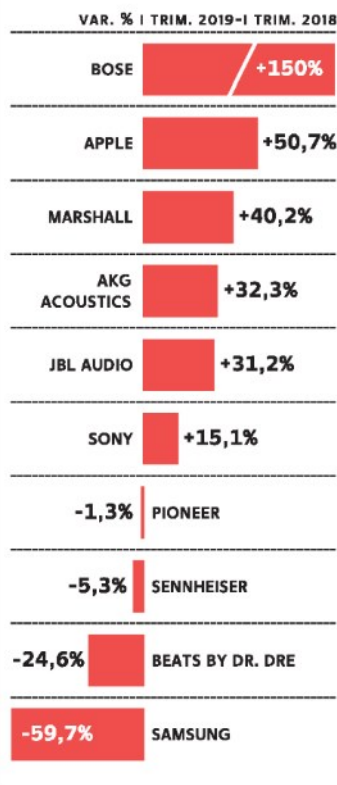
Samsung Galaxy Buds

Con audio ottimizzato e funzionalità Ambient Sound per sentire i rumori dell'ambiente circostante. Il doppio microfono adattivo utilizza un microfono interno e uno esterno in ogni auricolare, in modo da trasmettere chiaramente la voce con qualsiasi livello di rumorosità. Supportano fino a sei ore di streaming Bluetooth e fino a 5 ore di chiamate

I numeri



CRESCITA ESPONENZIALE I BRAND CHE REGISTRANO PIÙ INTERESSE



DOPO L'INVESTIMENTO DI BLACKROCK LA SOCIETÀ DI BANDA LARGA VALE UN MILIARDO

Linkem si allea con Iren e vuole crescere nella domotica

L'ad Rota: da noi solo assunzioni a tempo indeterminato, niente precari

LUIGI GRASSIA

La società Linkem di Roma è uno dei rari «unicorni» italiani, cioè una start-up valorizzata più di un miliardo (nel suo caso da Blackrock, al momento dell'ingresso nel capitale) senza essersi ancora quotata in Borsa. Fondata nel 2001 dall'attuale amministratore delegato, Davide Rota, ora è posseduta in massima parte da tre fondi d'investimento stranieri che l'hanno aiutata a crescere iniettando nel capitale 500 milioni di euro. Offre servizi Internet a banda ultralarga (si prepara anche al 5G) alle famiglie e alle imprese con il «fixed wireless access», cioè la connettività fissa senza fili; si tratta di collegare le case e i luoghi di lavoro con la rete in fibra ottica superando gli ultimi 500 metri non attraverso altri cavi ma usando un'antenna. In casa o in ufficio viene installato un commutatore, e così la connessione è realizzata senza bisogno di scavare.

Spiega Rota: «In questo modo si abbattono i tempi e i costi. Abbiamo coperto tutta Roma in 9 mesi. Se avessimo dovuti stendere cavi ci avremmo messo anni, spendendo 30 o 40 volte di più». Il modello è stato sperimentato dapprima in una città di medie dimensioni, Brescia, e poi esteso a tutta Italia. Adesso Linkem ha più di 600.000 clienti. Erogare i propri servizi di connettività su frequenze licenziate in

banda 3,5 GHz, individuata a livello internazionale quale banda prioritaria per lo sviluppo delle reti 5G.

Nel 2018 la società ha fatturato quasi 125 milioni di euro (+22%) con un Cagr (tasso annuo di crescita composto) del 25% negli ultimi 4 anni. I fondi d'investimento che ci hanno creduto sono Jefferies, Cowen in partnership con Armavir, e (come detto) Blackrock. Quanto alle origini, Rota le racconta così: «Abbiamo cominciato facendo la copertura delle reti wireless negli aeroporti. Ma era un settore di nicchia. Perciò nel 2008, grazie al primo finanziamento di un fondo, abbiamo partecipato a un'asta per l'assegnazione di frequenze, in vista della nuova attività che avevamo in mente».

Linkem ha creato quasi 900 posti di lavoro, più di metà dei quali occupati da donne. Ma il fatto davvero singolare, quello che rende sul serio Linkem un «unicorno» nel panorama aziendale italiano, è che tutti i dipendenti sono stati assunti fin dall'inizio con contratto a tempo indeterminato. Dice Rota: «C'è chi mi guarda in modo strano per questa scelta. Ma a me sembrano miopi gli imprenditori italiani che preferiscono assumere precari o esternalizzare funzioni strategiche. Noi invece abbiamo tutte le funzioni al nostro interno e tutte affidate a lavoratori fissi. Non capisco come si possa esternalizzare, ad

esempio, il «customer care», affidandolo per di più a dei precari. È la peggiore stupidità che si possa fare» (Rota usa un termine più incisivo). «Le persone a contatto con i nostri clienti - continua - non possono essere dei precari incompetenti e demotivati, come capita in tante aziende, che magari fanno rispondere a un centralino in Azerbaigian». Più in generale, Davide Rota ritiene che in Italia troppe aziende abbiano perso «infinite occasioni di sviluppo, decine di migliaia di posti di lavoro e miliardi di fatturato per aver investito poco e aver perseguito politiche miopi di presunti tagli dei costi».

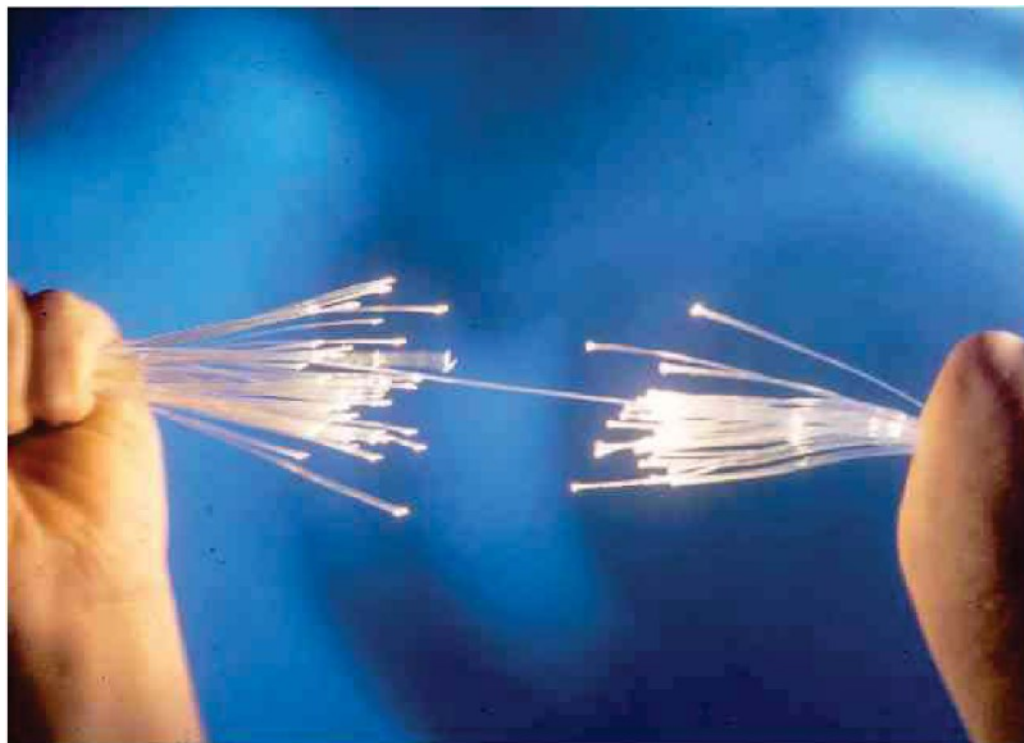
Linkem aiuta anche le aziende ad aggiornare il loro modello di business: «Una trentina di clienti utilizza la nostra rete come canale per vendere i prodotti» spiega Rota. Le offerte commerciali di Linkem abbinate a quelle di altre imprese aspirano a cambiare il mercato in vista del 5G: per esempio «abbiamo un accordo con Iren Mercato che offre con un'unica tariffa la banda ultralarga e l'energia elettrica, anche per preparare lo sviluppo della domotica e delle smart city». In un mercato molto diversificato è un azzardo affermare con certezza «noi siamo i primi», ma con le riserve del caso, Rota dice che «a quanto ne so, finora esistevano offerte disgiunte, ma questa è la prima di Internet e luce in un solo pacchetto». —

BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



DAVIDE ROTA
FONDATORE E AD
DI LINKEM

È davvero stupido
esternalizzare
funzioni strategiche
come il contatto
con i propri clienti



L'offerta di Linkem consente di connettersi alla rete in fibra usando un'antenna

IMAGOECONOMICA

TRE PARTITE A CAVALLO DI FAMIGLIE E POLITICA

Essilor-Luxottica, Vivendi-Tim-Mediaset e Fincantieri-Saint Nazaire: tra sovranismi e protezionismi

i dossier finiscono per ingarbugliarsi al di là delle ragioni industriali e delle singole governance

Sullo sfondo c'è l'importanza di avere istituzioni influenti e un Sistema-Paese che sostiene la propria industria

di **Maria Silvia Sacchi**

Raccontano che Leonardo Del Vecchio la scorsa settimana fosse profondamente provato per il forte contrasto con i soci francesi. Ma non intenzionato ad arretrare di un passo. L'imprenditore aveva dichiarato che l'unione di Luxottica con Essilor era il «sogno di una vita» e non ha cambiato idea. Le due aziende, leader nel proprio mercato, sono fatte per integrarsi: l'una (Essilor) produce lenti, l'altra (Luxottica) montature per occhiali, oltre ad avere il controllo della catena di distribuzione.

La delusione sta nell'aver dato fiducia — tanto da accettare di avere per tre anni pari poteri nonostante i pesi azionari diversi — a chi, poi, di quella fiducia ha approfittato. Per di più dichiarando di voler rappresentare in questo modo il mercato e i dipendenti. Sistemi e persone che per lui sono fondamentali. Del Vecchio forse ha una visione «antica», qualcuno l'ha definita «padronale»; è la visione di chi non nasce figlio d'arte, ma parte

da garzone e si fa strada da sé. Con i dipendenti Luxottica ha contrattato un sistema di welfare che è stato molto copiato e, quando ha compiuto 80 anni, per festeggiarsi ha regalato loro un pacchetto di azioni (delle sue personali) di 9 milioni di euro. Per questo venerdì ha voluto rivolgersi direttamente ai dipendenti azionisti di Vaioptec.

Un bene, un male questa sua visione? Nel caso EssilorLuxottica si fa spesso riferimento alla cultura da public company di Essilor (dove i dipendenti sono i maggiori azionisti: nella società nata dalla fusione hanno poco più del 4%) in contrasto con quella di un capitalismo familiare che sarebbe solo italiano. Ma la Francia conta tra i principali gruppi del Paese proprio grandi famiglie — gli Arnault di Lvmh, i Pinault di Kering, i Dumas di Hermes, i Mulliez di Auchan, i Bettencourt di L'Oréal, solo per citarne alcuni — e la cultura di ciascuna azienda è diversa e in gran parte il risultato della storia e della famiglia. Sono solo più grandi degli italiani, aiutati a crescere da un sistema-Paese che ha una forte consapevolezza di sé (che mette in campo ogni volta che può).

Da quando è scoppiato il caso EssilorLuxottica si avvicinano alla questione altre due partite aperte tra Italia e Francia. La prima riguarda Tim, dove il maggior azionista è l'impre-

ditore bretone Vincent Bolloré, risultato però in questo caso perdente di fronte dell'arrivo del fondo attivista americano Elliott e della successiva discesa in campo della Cassa depositi e prestiti, controllata dal governo italiano, attorno ai quali si è coagulato il mercato. La seconda riguarda l'acquisizione dei cantieri Saint-Nazaire da parte di Fincantieri, un'operazione che a gennaio è stata rimessa in discussione dalla richiesta del presidente francese Macron alla Ue di verificare il rispetto del regolamento sulle concentrazioni. Richiesta appoggiata dalla Germania, dove opera il gruppo concorrente Meyer Werf che certo non trarrà vantaggi da Fincantieri-Saint-Nazaire.

Si tratta di questioni l'una diversa dall'altra (articolo nella pagina a fianco). Sullo sfondo c'è però l'importanza di avere istituzioni influenti e un sistema-Paese che sostiene il proprio sistema produttivo. Pur essendo diverse — l'una privata, l'altra politica — EssilorLuxottica e Fincantieri non hanno certo tratto giovamento dalle tensioni tra il governo italiano e quello francese, nonostante si ricordi l'ammirazione del presidente Macron per Leonardo Del Vecchio e nonostante il ministro dell'Economia francese Le Maire abbia assicurato che l'integrazione nei cantieri si farà.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Protagonisti Da sinistra Vincent Bolloré, Leonardo Del Vecchio e Giuseppe Bono



«ITALIA SPA» IN VENDITA? ORA VALE 4 MILIARDI IN PIÙ

Stress test con la Bocconi al portafoglio del Tesoro sul quale dovrebbe intervenire un faraonico piano di privatizzazioni per 18 miliardi. Ma finora non si è mosso nulla

**In sei mesi
il rendimento delle
grandi partecipate
è raddoppiato al 6%.
Lo stesso gli utili,
saliti a 6 miliardi**

di **Alessandra Puato**

L'incredibile e «fantasioso», per dirla con una fonte di mercato, programma di privatizzazioni — 18 miliardi quest'anno con 950 milioni dall'immobiliare — annunciato dal governo M5Stelle-Lega e promesso a Bruxelles per far fronte alle esigenze di finanza pubblica, è già partito con il piede sbagliato. La prima riunione preparatoria per capire quanto vale il patrimonio immobiliare, l'11 aprile, fra Mef, Mit, Difesa, Demanio e Invimit, è stata convocata da Armando Siri, il sottosegretario ai Trasporti indagato per corruzione. I piani sul mattone risultano poi ancora fermi alla Cassa depositi e prestiti. Le cui società dedicate, Cdp Immobiliare e Cdp sgr, hanno i consigli scaduti da quasi un anno e ancora in proroga. Per non parlare del megafondo pubblico di valorizzazione immobiliare: risultava allo studio del governo in dicembre, doveva nascere in seno a Invimit, la società del Tesoro che gestisce fondi immobiliari. È in alto mare.

Più passano le settimane, più l'impresa generale si rivela impossibile. Mattone a parte, le aziende di Stato da cedere, sia pure a Cdp com'è stato ventilato (ma in Cassa non risulta alcun tavolo aperto sul tema), vanno ancora individuate. Il percorso è lungo, il tempo poco e nessuna ha i numeri per arrivare all'obiettivo, tranne Ferrovie: bisognerebbe quotarne la metà, ipotesi esclusa dal governo.

Dove trovare i 18 miliardi per le privatizzazioni, ribaditi nel Documento di economia e fi-

nanza? È un rebus. Intanto, però, il valore del portafoglio di Stato sale: +4% in sei mesi l'insieme delle maggiori società pubbliche. E il rendimento è raddoppiato al 6%. Più del costo del debito che lo Stato deve pagare (sotto il 3%). Lo dice l'analisi di Stefano Caselli, prorettore dell'Università Bocconi, per *L'Economia* (dati al 15 aprile scorso).

Valgono oggi 104,8 miliardi, quattro miliardi in più dallo scorso ottobre, le grandi aziende in pancia al ministero dell'Economia: le sette quotate — Eni ed Enel, Leonardo e Mps, Poste, Enav e StMicroelectronics — e le otto maggiori non quotate. Cioè Fs-Anas e Cdp, Rai e Poligrafico, Invitalia e Sga, Eur e Gse, il gestore dei servizi energetici (vedi tabella, per omogeneità con ottobre Fs e Anas sono separate). In ottobre le stesse aziende valevano poco più di 100 miliardi (100,5). E rendevano la metà, il 3,3%.

Piazza Affari

Merito della Borsa, che nel periodo ha favorito Enel, Leonardo, Stm, Enav, Poste. Ma anche dell'assorbimento delle perdite del Montepaschi, per esempio, e in generale della gestione. Secondo i calcoli Caselli-Bocconi, basati sugli ultimi bilanci e su diversi criteri (la capitalizzazione di Borsa per le quotate, il metodo del patrimonio netto per le non quotate, tranne Rai e Poligrafico dove si è usato il sistema dei multipli) le grandi aziende di Stato hanno portato al Tesoro 6,3 miliardi di utili, quasi raddoppiati dai 3,3 calcolati sei mesi fa. Un dato da tenere presente in caso di cessioni, perché sono soldi che andrebbero persi. Così come i dividendi, oltre due miliardi per il Tesoro che vendendo sarebbero erosi.



Ma di questo ricco portafoglio, che cosa si potrebbe mettere sul mercato ora per arrivare a 18 miliardi? Quasi nulla. E ogni eventuale cessione a Cdp porrebbe al Tesoro un problema di governance, di gestione della società.

La classifica

Fra le quotate, il 23,58% dell'Enel è la fetta che vale di più: 13,4 miliardi. Ma lo Stato non può cedere in blocco la società dell'energia italiana al mercato e se la passasse a Cdp, oltre a perdere influenza, si presenterebbe il solito problema: Cassa può rientrare nel perimetro della pubblica amministrazione. Difficile che

le Fondazioni azioniste di Cdp diano l'ok.

L'Eni per il Tesoro vale

2,5 miliardi (è il 4,34%); l'Enav, di cui si potrebbe pensare a una seconda tranche di quotazione, 1,4 miliardi. Di cedere Leonardo non si parla, lavora per la Difesa e comunque la quota pesa meno di due miliardi (1,8). Così come è

per ora esclusa ogni vendita di Mps e della Rai (4 miliardi). Stm? È in condominio con il governo francese, oggetto delicato.

Ci sarebbero le Poste, 3,4 miliardi la quota ancora in mano al Tesoro: ma anche se fosse ceduta, sono pochi per arrivare a 18. Resta l'ultima carta, le Fs, oltre 41 miliardi di patrimonio, in crescita. Ma la quotazione di Ferrovie è stata congelata proprio da questo governo, che ha dirottato il gruppo su Alitalia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Quanto valgono e quanto rendono le società del Mef Valori calcolati per la quota detenuta dal ministero dell'Economia in base alla capitalizzazione di Borsa se la società è quotata, altrimenti con il sistema patrimoniale (quota del patrimonio netto) o dei multipli dell'Ebitda (margine operativo lordo per un coefficiente prudente, 7, tolti i debiti). Valori in milioni di euro

Le 7 quotate	Quota detenuta	Capitalizzazione*	Valore della partecipazione	Utile totale	Utile per il Tesoro	Dividendo totale distribuito o destinato alla distribuzione	Dividendo per il Tesoro
Enav	53,28%	2.587	1.378	114	61	98	52
Enel	23,58%	57.111	13.467	4.060	957	2.847	671
Eni	4,34%	57.666	2.503	4.137	180	3.054	133
Leonardo	30,20%	6.014	1.816	510	154	79	24
Monte dei Paschi di Siena	68,25%	1.545	1.055	279	190	-	-
Poste Italiane	29,26%	11.707	3.425	1.399	409	569	167
Stmicroelectronics holding	14,12%	14.510	2.048	1.446	204	194	27

*Al 15/04/2019 se quotata

Le grandi non quotate	Quota detenuta	Patrimonio netto	Valore della partecipazione	Utile totale	Utile per il Tesoro	Dividendo totale distribuito o destinato alla distribuzione	Dividendo per il Tesoro
Fs	100%	38.899	38.899	474	474	-	-
Cdp (Cassa Depositi e Prestiti)	82,77%	36.732	30.403	4.333	3.587	n.d.*	n.d.**
Rai (Radio Televisione Italiana)	99,56%	480	4.022	14	14	-	-
Anas (in gruppo Fs)	100%	2.864	2.864	85	-	-	-
Poligrafico e Zecca dello Stato	100%	563	763	50	50	-	-
Initalia	100%	750	750	2	2	-	-
Sga (Società per la Gestione di Attività)	100%	731	731	2	2	-	-
Eur	90%	634	571	3	2,6	-	-
Gse (Gestore dei Servizi Energetici)	100%	67	67	8	8	5	5

*1,3 miliardi nel bilancio 2017; **1,1 miliardi nel bilancio 2017

Fonte: Stefano Caselli - Università Bocconi per L'Economia del Corriere della Sera, dati al 15/4/2019



Poarra