

## Rassegna del 29/06/2018

\*\*\*

<b>Corriere della Sera</b>	<b>23</b> In metro senza i contanti Il via a Milano	...	<b>1</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>7</b> Panorama - Milano, svolta contactless per il biglietto metro	C.Cas.	<b>2</b>
<b>Mf</b>	<b>15</b> Visa e Mastercard, intesa coi negozianti	...	<b>3</b>
<b>Corriere della Sera</b>	<b>31</b> La Lente - Amazon all'attacco delle farmacie (con PillPack)	Zanini Maria_Elena	<b>4</b>
<b>Repubblica</b>	<b>24</b> Amazon prende la medicina Conquista anche PillPack la farmacia che vende online	Zampaglione Arturo	<b>5</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>17</b> Amazon è anche farmacia online: rilevata PillPack - Amazon acquista la farmacia online PillPack	Valsania Marco	<b>7</b>
<b>Sole 24 Ore .marketing</b>	<b>27</b> Panorama - Amazon «orienta» gli acquisti degli italiani	Fr.Pr.	<b>8</b>
<b>Stampa</b>	<b>18</b> Dalla casa alle farmacie Amazon pigliatutto compra anche PillPack	Mastrolilli Paolo	<b>9</b>
<b>Mf</b>	<b>15</b> Amazon entra in farmacia - Amazon entra anche nei farmaci	Caiazza Stefano	<b>11</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>7</b> Industria 4.0 e «Cloud» spingono il mercato digitale	Biondi Andrea	<b>12</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>18</b> Digitale, nel 2018 il mercato cresce del 2,6%	...	<b>13</b>
<b>Mf</b>	<b>19</b> Intervista a Luca Zaia - Regioni 4.O Veneto - Parla il presidente della regione Innovazione e digitale sono le priorità	Brillo Nicola	<b>14</b>
<b>Corriere della Sera</b>	<b>9</b> Scommesse online, tv e calcio contro la stretta	Enr.Ma.	<b>18</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>22</b> La detrazione Iva può passare ancora dalla scheda carburanti	Santacroce Benedetto	<b>20</b>
<b>Nuova del Sud</b>	<b>23</b> Rete mobile 5G, altre sette applicazioni per nuovi servizi	...	<b>21</b>
<b>Sole 24 Ore .marketing</b>	<b>28</b> Clienti arrabbiati, intoppi e disservizi La terapia «social» per salvare il brand	Colletti Giampaolo	<b>24</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>17</b> Addio guerra dei brevetti: accordo Apple-Samsung - Dopo sette anni di guerra in tribunale ritorna la pace tra Apple e Samsung	Barlaam Riccardo	<b>26</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>2</b> Il punto - Anche i big del web finalmente dovranno pagare le tasse in Usa	Luciano Sergio	<b>27</b>
<b>Corriere della Sera Innovazione</b>	<b>9</b> La salute è «.Com» per 6 italiani su 10	Moraca Sara	<b>28</b>
<b>Corriere della Sera Innovazione</b>	<b>10</b> - Big data + talento - I Big data ci stanno aiutando anche a predire la morte la troppa fiducia è un rischio?	Lazzaris Silvia	<b>30</b>
<b>Corriere della Sera Innovazione</b>	<b>34</b> «Creiamo una rete per i parchi scientifici»	Millucci Barbara	<b>34</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>21</b> Cdp: Mef e fondazioni si aumentano la cedola Nomine il 13 luglio	Serafini Laura	<b>35</b>

**La prima in Italia**

## In metro senza i contanti Il via a Milano

**E** ntrare in metropolitana in meno di un secondo senza perdere tempo cercando le monetine, magari in fila davanti alla biglietteria. Da ieri è possibile a Milano, prima città in Italia a introdurre il pagamento contactless, con carte di credito Mastercard e Visa, al tornello. Il servizio — realizzato dalla società Sia — si basa su una infrastruttura tecnologica che collega tutti i terminali Pos dove avvicinare le carte per l'apertura dei tornelli delle 113 stazioni del metrò. Il sistema calcola i viaggi effettuati, spiega l'azienda Atm, addebitando la tariffa più vantaggiosa a fine giornata.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**PANORAMA****PAGAMENTI**

## Milano, svolta contactless per il biglietto metro

Strisci la carta, si apre il tornello e si parte. In Italia l'era del pagamento dei trasporti locali contactless è cominciata ieri a Milano dove Atm ha introdotto il nuovo sistema di pagamento per il biglietto del metro. Un sistema già in uso a Londra, Mosca, Singapore e Vancouver. Il pagamento contactless in metropolitana rientra nel piano



**Atm.** Il presidente della società dei trasporti di Milano  
Luca Bianchi

con cui Atm punta ad arrivare ad avere l'80% di transazioni digitali e il 20% su supporto fisico ed è stato realizzato con la collaborazione di Visa e Mastercard e il sostegno tecnico di Microsoft, Intesa Sanpaolo e Sia. Chi non vorrà più usare il biglietto cartaceo, potrà pagare direttamente al tornello con carta di credito, smartphone o smartwatch, su cui sia stata prima digitalizzata la carta. Senza registrazione e senza commissione. Il sistema calcolerà la tariffa più conveniente per il passeggero: per esempio dopo il terzo viaggio in metropolitana verrà applicato automaticamente il biglietto giornaliero da 4,50 euro anziché il costo di 6. «Un passaggio per

rendere il trasporto locale ancora più amico dei cittadini» dice il presidente Atm, Luca Bianchi. Il direttore generale Arrigo Giana spiega che «partiamo dalla metropolitana per estendere il sistema a tutta la rete di trasporto pubblico».

—C.Cas.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Visa e Mastercard, intesa coi negozianti

**V**isa e Mastercard sono vicine alla soluzione del contenzioso con gli esercenti dei negozi che accettano le loro carte di credito in merito alle commissioni che questi devono versare a ogni pagamento effettuato. Nel dettaglio, i negozianti hanno accusato le banche (Jp Morgan Chase, Citigroup, BofA) e le società di pagamento di aver colluso per aumentare tali commissioni. I commercianti alla fine potrebbero essere risarciti per una somma pari a 6,5 mld di dollari. Non è ancora chiaro tuttavia se l'onere sarà suddiviso tra le società di pagamenti e le banche. Secondo indiscrezioni, già martedì le parti avrebbero avvisato la Corte distrettuale di aver raggiunto un accordo. Entro metà luglio le società potrebbero elaborare una bozza e sottoporre l'accordo finale alla Corte entro metà agosto.



**La Lente**

di **Maria Elena Zanini**

## Amazon all'attacco delle farmacie (con PillPack)

**S**i dice «non particolarmente preoccupato» Stefano Pessina, ceo di Walgreens Boots Alliance, colosso mondiale della distribuzione di prodotti per la salute e il benessere. Ma a Wall Street il titolo del suo gruppo perde oltre il 9%. Non vanno meglio Rite Aid che perde il 10,61% o Cvs Health in negativo per 9,32%. È «l'effetto Amazon» che ieri ha colpito le case farmaceutiche made in Usa. Jeff Bezos, patron di Amazon, ha annunciato ieri di aver acquisito per un miliardo di dollari PillPack, farmacia online che consegna farmaci a domicilio, battendo il gigante mondiale del retail Walmart, interessato alla start-up nata cinque anni fa. L'operazione dovrebbe concludersi nella seconda metà di quest'anno e consentirebbe a Bezos di entrare in un settore (quello delle farmacie) che vale oltre 400 miliardi di dollari. Amazon potrà spedire farmaci in tutti gli Stati americani, escluse le Hawaii. La mossa di Bezos arriva dopo aver lanciato ad agosto la sua linea esclusiva di farmaci da banco come l'ibuprofene, e i prodotti per la crescita dei capelli e dopo aver valutato la possibilità di vendere farmaci con prescrizione. Sempre ieri Amazon ha segnato l'affondo anche sui corrieri, da FedEx a Ups, incentivando i piccoli imprenditori a creare società per le consegne «ultimo miglio» fornendo loro furgoni e divise. Ieri Amazon ha chiuso a +2%.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



E-commerce

# Amazon prende la medicina Conquista anche PillPack la farmacia che vende online

Il mercato americano dei farmaci è il primo al mondo e vale 385 miliardi di euro

ARTURO ZAMPAGLIONE, NEW YORK

Dopo mesi di titubanza e soprattutto di preparativi in gran segreto, Jeff Bezos, l'infaticabile fondatore e chief executive di Amazon, è partito per una nuova conquista. Nel suo mirino: l'immenso mercato farmaceutico americano, il primo al mondo, con un valore complessivo di 385 miliardi di euro. E la prima mossa è stato l'acquisto, annunciato ieri da Amazon per una cifra imprecisata, di PillPack, un servizio di farmacia online che da Manchester, nel New Hampshire, prepara e spedisce le medicine a pazienti in tutti gli stati americani, con l'eccezione delle Hawaii. I farmaci sono impacchettati in modo "intelligente" con le indicazioni dell'ora in cui vanno presi. Che cosa è stata, questa di Bezos? Una dichiarazione di guerra contro le grandi catene di farmacie americane? Stefano Pessina, il miliardario nato a Pescara e chief executive di Walgreens Boots Alliance, la società che ha appena preso il po-

sto della General Electric nell'indice Dow Jones, preferisce parlare con un certo eufemismo di una «dichiarazione di intenti» da parte di Amazon. E avverte che «il mondo dei farmaci è molto più complesso che la distribuzione di pillole». Ma la reazione di Wall Street è stata molto meno sfumata: in mattinata le quotazioni di Walgreens e Rite Aid erano giù del 7 per cento, quelle di Cvs Health del 9. In tutto le tre maxi-catene perdevano ben 12 miliardi di dollari. In compenso le azioni Amazon hanno fatto un balzo in avanti (a metà giornata guadagnavano quasi il 2 per cento), a conferma della fiducia dei mercati nella operazione PillPack, che peraltro si somma a una serie di nuove iniziative in ogni direzione del gigante del e-commerce. Sempre ieri, ad esempio, Bezos ha lanciato un progetto per potenziare la sua rete di distribuzione, offrendo a piccoli imprenditori di creare servizi locali per la consegna delle merci Amazon in concorrenza ai giganti FedEx e Ups. L'entusiasmo di Wall Street proietta il gruppo di Seattle sempre più in alto: adesso ha una capitalizzazione di borsa di 820 miliardi di dollari, non molto distante da quella

della Apple che guida la hit parade con 908 miliardi. Fondata nel 2013, la PillPack ha una licenza per vendere farmaci online in 49 stati americani e ha acquisito una notevole esperienza nel ramo: «Che si somma - dice Jeff Wilke, responsabile mondiale per i consumatori Amazon - a una forte attenzione per la tecnologia». Certo, le dimensioni della società di Manchester sono molto piccole rispetto ad Amazon. L'anno scorso, secondo T.G. Parker, il suo co-fondatore e chief executive, l'azienda ha avuto un fatturato di circa 100 milioni di dollari. Ma quel che importa a Bezos è un punto di partenza solido su cui costruire l'offensiva nel settore farmaceutico. L'interesse di Bezos per il mercato sanitario e farmaceutico è noto da anni. Assieme alla Berkshire Hathaway di Warren Buffett e alla JPMorgan di Jamie Dimon, la Amazon ha già formato una joint venture per l'uso dei big-data e altri strumenti hi tech per la riduzione degli sprechi e l'ottimizzazione delle risorse. Il gruppo aveva fatto anche tentativi per acquisire altre realtà nel settore delle farmacie. Ma adesso il dado è tratto e gli analisti si aspettano che, in pochi anni, Bezos finisca per stravolgere anche questo mercato

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## I punti

### Una piccola società con tante licenze

**1** **Big data**  
Amazon da anni si dimostra interessata al settore farmaceutico, tanto che con la Berkshire Hathaway di Warren Buffet e la JPMorgan di Jamie Dimon ha formato una joint venture per l'uso dei big data



**2**

### L'operazione

L'acquisto di PillPack da parte di Amazon è avvenuta per un valore imprecisato

**3**

### L'offensiva

PillPack è una piccola società, ma ha la licenza per vendere in tutti gli Stati americani ad esclusione delle Hawaii





Il centro logistico di Amazon in provincia di Piacenza

FOTOGRAMMA

# Amazon è anche farmacia online: rilevata PillPack

Marco Valsania — a pagina 17

SERVIZI

## Amazon acquista la farmacia online PillPack

**Crollano a Wall Street i titoli dei servizi «tradizionali» per la salute**

**Marco Valsania**  
NEW YORK

Amazon sbarca con un'ambiziosa acquisizione nei servizi farmaceutici e sanitari americani, settore che ha da tempo messo nel mirino come terreno di conquista. Sfidando direttamente i giganti dei drugstore, da Cvs Health a Walgreens Boots Alliance che proprio ieri ha deciso nuovi buyback e dividendi, il re americano del commercio elettronico ha acquistato Pillpack, una farmacia online che considera a forte potenziale di crescita. L'operazione, i cui termini finanziari sono rimasti riservati ma che sarà completata a tambur battente nella seconda metà del 2018, vede il gruppo di Jeff Bezos impadronirsi di una società che vende e distribuisce farmaci in dosi già pronte all'uso in quasi tutti gli stati del Paese, unica eccezione le Hawaii. La nuova espansione annunciata da Amazon - ormai un impero internet con attività dal retail allo streaming, dalla logistica ai servizi cloud per il business - ha scosso i tradizionali rivali: i titoli sia di Cvs e Walgreens che di Rite Aid hanno sofferto a Wall Street davanti allo spettro dell'intensa concorrenza. Questo nonostante il ceo di Walgreens Stefano Pessina si sia affrettato a dichiarare, durante una già programmata conference call con gli analisti sui robusti risultati del suo terzo trimestre fiscale, che la società «non è particolarmente preoccupata» dall'ultima iniziativa di Amazon. «Resto convinto che il ruolo della farmacia fisica resterà molto importante in futuro», ha aggiunto. Walgreens è appena entrata nell'indice

Dow Jones, sostituendo General Electric, e ieri ha reso noto un piano di riacquisto di titoli propri da dieci miliardi di dollari e incrementi delle cedole ai soci, frutto delle risorse «liberate» dalla riforma delle tasse aziendali scattata quest'anno negli Stati Uniti che ha abbassato le aliquote dal 35% al 21 per cento.

PillPack, la preda di Amazon, è una startup nata nel 2013 che finora aveva raccolto 118 milioni in venture capital per il suo decollo. Secondo i suoi vertici ha conquistato in poco tempo decine di migliaia di clienti e prevede di raggiungere a breve il traguardo di un giro d'affari da cento milioni di dollari l'anno. Amazon aveva già dimostrato la propria serietà sulla frontiera della sanità americana: alle insistenti voci sull'interesse per innovative farmacie online che le consentissero un ingresso più veloce nel campo rispetto alla crescita organica, concretizzatosi adesso con la cattura della startup, si era affiancato il lancio a inizio anno di un'iniziativa assieme al leader della finanza JP Morgan e all'Oracolo di Omaha Warren Buffett di Berkshire Hathaway per sviluppare soluzioni mirate al contenimento dei costi e al miglioramento dei risultati nell'assistenza. Bezos aveva inoltre lasciato trapelare strategie per trasformare Amazon anche in un grande fornitore di tecnologie mediche e prodotti per ospedali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## PANORAMA

## LO STUDIO DELL'AGENZIA FIND

# Amazon «orienta» gli acquisti degli italiani

Prima di acquistare - online o in negozio - gli italiani cercano sul web informazioni sul prodotto desiderato per orientarsi alla scelta: la maggioranza consulta Amazon (77%), molti Google (66%) e altri Ebay (45%). È quanto emerge da una ricerca realizzata da Find, agenzia italiana indipendente specializzata in search marketing, in collaborazione con Duepuntozero Doxa. Tra gli intervistati che hanno dichiarato di utilizzare Amazon o Google, il 50% utilizza entrambi e la maggior parte di questi (55%) consulta in successione prima Google e, in seconda battuta, Amazon. Quest'ultimo Amazon è considerato uno strumento di riferimento in tutte le fasi dell'acquisto. Per il 91% degli italiani intervistati è utile (per il 43% lo è molto) nel momento iniziale di ricerca del prodotto, per l'87% in quello di valutazione e per il 93% quando si tratta di effettuare l'acquisto. Per la fascia di età più giovane Amazon risulta meno utile soprattutto nella fase iniziale di ricerca e valutazione del prodotto. «Oltre ai prezzi - commenta Marco Loguercio, ceo di Find - si cercano soprattutto le recensioni e i commenti di quanti quel prodotto lo hanno già acquistato e usato. Ed è qui che Amazon riesce a essere più efficace anche di Google».

—Fr.Pr.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Jeff Bezos.**  
Fondatore di Amazon, più che un sito di e-commerce



## COMMERCIO ON LINE

# Dalla casa alle farmacie Amazon pigliatutto compra anche PillPack

Investe un miliardo e diventa leader dei medicinali on line  
A Wall Street crollano i rivali Walgreens, Rite Aid e Cvs

**STEFANO PESSINA**  
CEO  
WALGREENS BOOTS



Credo che il ruolo delle farmacie fisiche continuerà a essere molto, molto importante in futuro

**10**

L'entità (in miliardi di dollari) del riacquisto di azioni proprie da parte di Walgreens

**PAOLO MASTROLILLI**  
INVIATO A NEW YORK

Amazon sbarca nel settore delle farmacie con l'acquisto di PillPack, e subito mette in agitazione il mercato, spingendo al ribasso i titoli dei grandi concorrenti come Walgreens Boots Alliance, Rite Aid e Cvs. Questo proprio mentre la compagnia guidata da Stefano Pessina, appena entrata nel gruppo delle trenta aziende che determinano il valore dell'indice Dow Jones a Wall Street, annunciava risultati trimestrali superiori alle aspettative, a cui farà seguire un piano di riacquisto dei propri titoli per 10 miliardi di dollari.

### Potenzialità enormi

La voce di un interesse da parte di Amazon nel campo delle farmacie girava da tempo, perché ha potenzialità enormi ed è coerente con la sua attività originaria di vendite attraverso internet. L'unico dubbio riguardava le modalità, e cioè se la compagnia fondata da Jeff Bezos avrebbe creato da zero questo nuovo business al proprio interno, oppure se avrebbe puntato su un'acquisizione per accelerare il processo. Ieri, annunciando di aver comprato

PillPack per una cifra che sarebbe di poco inferiore al miliardo di dollari, ha chiarito di aver scelto la seconda strada. Amazon ha battuto il gigante mondiale del retail, Walmart, «Il team visionario di PillPack - ha dichiarato Jeff Wilke, capo di Amazon Worldwide Consumer - è una combinazione di profonda esperienza nel farmaceutico e di attenzione alla tecnologia. PillPack sta significativamente migliorando la vita dei suoi clienti, e noi vogliamo aiutarli a continuare a rendere più facile per le persone risparmiare tempo, semplificare le vite e sentirsi più sani. Siamo lieti di vedere cosa possiamo fare insieme per conto dei clienti».

La farmacia online PillPack era stata fondata nel 2013, raccogliendo 118 milioni di dollari di venture capital, e dalla sua base nel New Hampshire consegna a domicilio confezioni pre ordinate di medicine in tutti i cinquanta stati americani, tranne le Hawaii troppo lontane. A novembre scorso il ceo TJ Parker aveva detto che i suoi clienti erano diventati decine di migliaia, e i ricavi annuali stavano superando la soglia dei 100 milioni. L'acquisto da

parte di Amazon promette di incrementare la scala delle operazioni, puntando a diventare la farmacia digitale degli Stati Uniti. Wall Street infatti ha reagito con un ribasso intorno al 10% per i concorrenti come Walgreens, Rite Aid e Cvs.

### Riacquisto di titoli

Proprio mentre è arrivato l'annuncio della mossa di Bezos, il ceo di Walgreens, Stefano Pessina, stava conducendo una conference call per illustrare i risultati positivi ottenuti dalla sua compagnia, anche grazie alla riduzione delle tasse voluta dal presidente Trump. Nel trimestre chiuso il 31 maggio scorso, l'azienda ha registrato profitti per 1,34 miliardi di dollari, contro gli utili per 1,16 miliardi dello stesso periodo nell'anno precedente. I ricavi sono saliti del 14% a 34,33 miliardi di dollari, quindi sopra i 34,1 miliardi stimati dagli analisti.

Il ceo ha quindi annunciato un piano di riacquisto dei propri titoli per 10 miliardi di dollari, e l'aumento del 10% della cedola a 44 centesimi. Le domande però si sono concentrate subito sulla nuova acquisizione di Amazon, e Pessina ha



risposto al Wall Street Journal di «non essere particolarmente preoccupato». Quindi ha aggiunto che la sua compagnia «non si sta comunque compiacendo», e ha spiegato che «il mondo delle farmacie è molto più complesso della semplice consegna di medicine. Io credo fortemente che il ruolo delle farmacie fisiche continuerà a essere molto, molto importante in futuro». Walgreens e gli altri colossi del settore ritengono che i clienti vorranno comunque mantenere un rapporto diretto, anche per i vari servizi sanitari che loro offrono. L'interrogativo ora è se questo basterà a sopravvivere alla sfida digitale di Amazon.



BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Amazon è partita come libreria online ma poi ha allargato l'attività a molti altri settori

ANSA

# Amazon entra in farmacia

*Il gruppo di Bezos batte la concorrenza di Walmart sborsando 1 miliardo di dollari in contanti. Immediato l'effetto a Wall Street: da Cvs a Walgreens, cadono i titoli delle catene farmaceutiche*

*(Caiazzo a pagina 15)*

IL GRUPPO COMPRA LA FARMACIA ONLINE PILLPACK. E IL COMPARTO CADE A WALL STREET

## Amazon entra anche nei farmaci

*L'ingresso nella distribuzione dei medicinali richiederà 1 miliardo di dollari al gigante dell'e-commerce. Titoli come Cvs e Walgreens reagiscono con forti cali in borsa*

DI STEFANO CAIAZZO

**A**deso Amazon fa tremare anche la grande distribuzione farmaceutica. Il gigante dell'e-commerce acquisirà la farmacia online PillPack, startup creata cinque anni fa che offre medicine pre-dosate e consegne a domicilio e che sarebbe stata oggetto anche delle attenzioni di Walmart, stando a quanto riferito dal *Wall Street Journal*. I termini finanziari dell'operazione non sono stati forniti ufficialmente, ma secondo indiscrezioni riportate sempre dal quotidiano newyorkese si dovrebbe trattare di un deal da circa 1 miliardo di dollari. Grazie all'accordo, che verrà finalizzato entro il 2018, il gruppo di Seattle potrà spedire farmaci in tutti gli Stati Usa escluse le Hawaii, entrando in un mercato da oltre 400 miliardi di dollari. Gli andamenti borsistici di ieri dei futuri competitor di Amazon nella consegna di medicinali sembrano indicare che gli investitori temono uno sconvolgimento nel settore, ora che il potenziale e atteso ingresso del colosso di Jeff Bezos sta per diventare realtà. Al Nyse il rivenditore al dettaglio Cvs Health ha ceduto in apertura quasi il 9,8%, scendendo da 70 a 63,2 dollari, e anche Walgreens Boots Allian-

ce, il cui ceo Stefano Pessina ha dichiarato di non essere particolarmente preoccupato per l'operazione, ha lasciato sul terreno circa il 10% nelle prime fasi delle contrattazioni, nonostante il gruppo ieri abbia annunciato una crescita dell'utile per azione rettificato del 15% nel terzo trimestre dell'esercizio fiscale 2018, un aumento del 10% della cedola e un buyback su azioni proprie per 10 miliardi di dollari. Male anche i commercianti all'ingrosso Cardinal Health, AmeriSourceBergen e McKesson. Un simile crollo in borsa, seguito poi però da una graduale ripresa, colpì il settore dei grandi supermercati americani circa un anno fa, quando fu resa nota l'acquisizione sempre da parte di Amazon di Whole Foods Market per 13,7 miliardi di dollari. (riproduzione riservata)



Quotazioni, altre news e analisi su [www.milanofinanza.it/amazon](http://www.milanofinanza.it/amazon)



# Industria 4.0 e «Cloud» spingono il mercato digitale

## ICT

**Anitec-Assinform: nel 2017 giro d'affari a 68,7 miliardi in incremento del 2,3%**

**Il presidente Marco Gay: «Numeri positivi, ma occorre dare una scossa a una digitalizzazione della Pa che va a rilento»**

**Andrea Biondi**

La sensibilità sull'innovazione e sul digitale sta crescendo con «i numeri che confermano la ripresa degli investimenti digitali in Italia». Ma Marco Gay, presidente di Anitec-Assinform, l'associazione di Confindustria che raggruppa le principali aziende del settore, mette l'accento su due elementi: «Occorre dare una scossa, anche con nuove risorse e indirizzi a una digitalizzazione della Pa che procede troppo a rilento e che ancora non si fa moltiplicatore di innovazione». E in più: «Dobbiamo correre, perché c'è da fare per una rimonta di sistema sui competitor dei mercati mondiali».

La buona notizia di partenza sta senz'altro nei numeri, con un mercato di riferimento che cresce come peraltro accade dal 2015. Nel 2017 l'incremento è stato del 2,3%, per andare oltre i 68,7 miliardi di euro. E le previsioni contenute nelle rilevazioni di Anitec-Assinform condotte in collaborazione con NetConsulting cube lasciano presagire una continua risalita: +2,6% nel 2018; +2,8% nel 2019 e +3,1% nel 2020 quando il mercato dovrebbe arrivare a sfiorare i 75 miliardi. «Non si registravano performance di questo tipo dal 2005», ha evidenziato Gay che, dopo la fusione di Anitec e Assinform, si trova a presiedere un'associazione di oltre 200 aziende con un fatturato aggregato di oltre 12 miliardi e 44 mila addetti.

Quali sono i driver? La crescita arriva dalle componenti innovative: il cloud a un tasso del 23,3% per arrivare a sfiorare gli 1,9 miliardi; +17,4% l'Internet delle cose a 2,5 miliardi; +10,8% la cybersecurity a 896,5 milioni e +11,9% a 3,5 miliardi per tutto quello

che è catalogato come "mobile business". Se i segnali migliori arrivano dalle nuove tecnologie - comprese intelligenza artificiale e blockchain che prendono quota - a fare da ruota sgonfia è il mercato Home & Office Devices: -7% nel 2017 dovuto soprattutto alla discesa dei Pc Desktop.

Premere sull'acceleratore a questo punto è, secondo Gay, un imperativo non aggirabile e che non può non partire dal riconoscimento dei risultati di Impresa 4.0 (il fenomeno Industria 4.0 scrive l'associazione, «ha espresso nel 2017 un mercato complessivo in crescita del 19,3% » a 2,2 miliardi). «L'auspicio - dice il presidente di Anitec-Assinform - è che nell'attuale fase di costruzione legislativa e di governo la moderata enfasi sul digitale sia la conseguenza del fatto che si dia per scontata la sua centralità e che si voglia passare direttamente ai fatti».

Del resto, se i numeri del mercato segnalano che c'è un'Italia sempre più digitale, dall'altra parte sono sempre i numeri a testimoniare i ritardi da colmare. Gay li ripercorre con dovizia: il valore aggiunto del settore Ict sul Pil (dato 2015) in Italia è del 2,8% contro il 5,2% di Uk; 3,8% della Germania; 3,4% della Francia. E poi le competenze: nel 2016 ci sono stati 14 laureati Stem ogni mille abitanti nella fascia 20-29 anni contro i 31 dell'Irlanda, i 22 di Uk e Spagna e i 21 di Germania, Francia e Polonia. In questo quadro, occorre lanciare «nuovi programmi nel territorio per colmare il gap di competenze digitali che rallenta le imprese più innovative, dar forza alle startup tecnologiche e favorire l'inclusione digitale delle Pmi». C'è poi la digitalizzazione della Pa che ancora rappresenta un'incompiuta. In tal senso c'è però da registrare un "messaggio" in arrivo da Roma. Ieri il piano nazionale per accelerare la digitalizzazione dei servizi pubblici dei territori sembra aver fatto un passo avanti. Agid ha segnalato con una nota di aver firmato con la Regione Abruzzo la prima intesa attuativa dell'Accordo Quadro per la Crescita e la Cittadinanza Digitale. Puglia, Sardegna, Emilia-Romagna e Calabria saranno le prossime regioni a sottoscrivere.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Digitale, nel 2018 il mercato cresce del 2,6%

Nel 2017 il mercato digitale italiano è cresciuto del 2,3%, a 68,7 miliardi di euro. Una tendenza che dovrebbe rafforzarsi nei prossimi anni, con un progresso del 2,6% nel 2018, del 2,8% nel 2019 e del 3,1% nel 2020. Sono i dati raccolti da Anitec-Assinform (l'Associazione di Confindustria che raggruppa le principali aziende del settore) in collaborazione con NetConsulting cube. Il calo registrato durante la crisi è ormai alle spalle. «I numeri confermano la ripresa», afferma il presidente di Anitec-Assinform Marco Gay, «ma i buoni segnali devono avere continuità, guardando al futuro e ai ritardi da recuperare». Resta molto da fare per le piccole imprese e per l'ammodernamento della pubblica amministrazione. Il segno più e le previsioni del prossimo triennio, ha continuato Gay, sono «positivi non solo per il nostro settore», perché «investire nel digitale è la risposta più efficace per consolidare la ripresa».

Guardando ai singoli comparti, crescono contenuti e pubblicità digitale (+7,7%), servizi ict (+4%), software e soluzioni (+5,9%). Piatto il dato delle infrastrutture immateriali (che arrestano un calo che durava da anni). Tengono anche dispositivi e sistemi (+0,2%), grazie soprattutto al wearable (+17,9%, a 488,3 milioni) e agli smartphone (+3,1%, a 3710 milioni). Soffrono invece pc e laptop (-1,3%) e tablet (-0,2% a 782 milioni). Macinano progressi a doppia cifra i cosiddetti «digital enabler», cioè le componenti più innovative del mercato digitale. Il cloud avanza del 23,3%, l'IoT del 17,4%, il mobile business dell'11,9%, le soluzioni per la sicurezza del 10,8%. In rapida crescita, anche se ancora su volumi limitati, intelligenza artificiale e cognitive computing (+58,7%, a 79,8 milioni) e blockchain (+88,2%, a 16 milioni).

«La crescita delle componenti più innovative va sostenuta per la consistenza raggiunta e per il loro effetto moltiplicatore», ha aggiunto Gay. «L'IoT trasforma gli oggetti

delle nostre manifatture in componenti di sistemi in rete con nuove funzionalità, innovandoli profondamente e accrescendone il valore. Cloud e piattaforme collaborative consentono di rimodellare intere filiere in chiave digitale e di fare evolvere le relazioni cliente-fornitore. Big data e cognitive computing sono alla base di nuove attività fondate sulla conoscenza. Le piattaforme per la sicurezza digitale sono alla base di tutte le novità, soprattutto in ambito mobile e di pagamento».

Note positive arrivano dall'Industria 4.0, che è cresciuta del 19,3% e ha generato un mercato di 2,2 miliardi di euro. Se gli incentivi saranno mantenuti, il comparto promette di tenere la progressione almeno sino al 2020. Guardando al dettaglio del prossimo triennio, si dovrebbe assistere a un «lieve e fisiologico» decremento delle infrastrutture immateriali (fra -0,5 e -0,9% l'anno), più che compensato dal costante incremento di contenuti e del digital advertising (fra il 7,3 e il 7,8% l'anno), servizi ict (fra il 4,7 e il 5,4% l'anno), software e soluzioni ict (fra il 6,5 al 6,9% l'anno) e dispositivi e sistemi (fra lo 0,8% e l'1,9% l'anno). L'ammodernamento della pubblica amministrazione, invece, afferma la ricerca Anitec-Assinform, «appare in netto ritardo». Il piano triennale per l'informatica nella p.a. «non dà ancora gli impulsi che si sono visti su altri fronti». «Le previsioni non devono illuderci», conferma Gay. «Serve una marcia in più sulle politiche per l'innovazione. L'auspicio è che nell'attuale fase di costruzione dell'azione legislativa e di governo la moderata enfasi sul digitale sia la conseguenza del fatto che si dia per scontata la sua centralità, e che si voglia passare direttamente ai fatti». Non basta «dare continuità all'Impresa 4.0» ma occorre «una scossa» per «colmare il gap di competenze digitali che rallenta le imprese più innovative, dare forza alle start-up tecnologiche e favorire l'inclusione digitale delle pmi».



# Regioni 4.0 VENETO

MF

I 4,9 milioni di abitanti del Veneto, che si estende per 19.500 chilometri quadrati, godono di un Pil pro capite, calcolato a prezzi correnti, di 31.730 euro, quasi il 15% in più della media nazionale, in leggera crescita dal 2014. Grazie all'aumento dell'occupazione, il reddito disponibile delle famiglie è aumentato. Vi si è associato un incremento dei consumi e degli acquisti di abitazioni, che hanno entrambi beneficiato di condizioni di indebitamento favorevoli. Se a questi dati si aggiungono quelli altrettanto positivi che arrivano dalla produzione industriale e dai servizi, la Regione delinea un modello socio-economico di rilievo nazionale

## Parla il presidente della regione Innovazione e digitale sono le priorità

DI NICOLA BRILLO

**D**omanda. **L'economia veneta prosegue nella crescita. Qual è stato il ruolo della Regione in questo scenario?**

**Risposta.** Il 2017 è stato un grande anno per la crescita economica del Veneto che si è consolidata, grazie all'aumento sia delle componenti interne della domanda, sia delle esportazioni, come registra il tradizionale rapporto della Banca d'Italia. Abbiamo avuto un miglioramento in tutti i settori, dall'industria manifatturiera ai servizi, comprese le costruzioni.

**D. E quest'anno come sta andando?**

**R.** La crescita è proseguita anche nel primo trimestre e il trend è destinato a procedere per tutto l'anno, segnando un +1,7%. Il Pil veneto nel 2017 è stimato in crescita dell'1,7%, leggermente superiore alla media nazionale dell'1,5%, come riporta il Bollettino socio-economico regionale sull'elaborazione dell'Ufficio statistico del Veneto su dati Istat.

**D. Che riflessi ci sono sull'occupazione?**

**R.** Grazie al piano straordinario per il lavoro, con cui abbiamo investito risorse per oltre 700 milioni, tra gennaio e marzo 2018 in Veneto si sono guadagnati oltre 53 mila posti di lavoro dipendente. Si tratta di un valore straordinario, più alto di quello dello scorso anno, e il miglior risultato occupazionale in regione dal 2009 a oggi. Con un tasso di disoccupazione del 6,3%, secondo l'Istat, il Veneto si conferma la seconda regione italiana con il livello più basso di disoccupazione, dietro al Trentino Alto Adige.

**D. Al Nordest è stato assegnato uno degli otto competence center a livello nazionale del programma Industria 4.0. Che cosa significa, in pratica?**

**R.** Il Competence center del Veneto è stato promosso a pieni voti dal Ministero dello Sviluppo economico, che ha assegnato 7,5 milioni di euro nell'ambito dei finanziamenti del piano Industria 4.0. Potremo così finanziare attività di promozione e realizzazione di progetti di ricerca applicata e sviluppo sperimentale, con particolare attenzione alle Pmi, rafforzare e diffondere competenze e alta formazione sulle tecnologie

avanzate, anche attraverso l'applicazione delle tecnologie Industria 4.0.

**D. Come state operando concretamente per questo obiettivo?**

**R.** Oltre ai numerosi bandi regionali sulla digitalizzazione, in aprile la Regione con l'Università di Padova ha realizzato un Piano Industriale di Rete che, grazie a fondi Ue, mette a disposizione 600 milioni di euro per reti trasversali di impresa. Confrontando gli ultimi dati, possiamo dire che il Veneto sta procedendo sulla strada giusta. Da anni, infatti, il nostro obiettivo è quello di accrescere la competitività delle imprese venete e rafforzarle non soltanto sul mercato nazionale, ma anche su quello internazionale.

**D. Risultati?**

**R.** Su un campione di 870 aziende trevigiane, ben il 75% usa bene il digitale, tanto che sono stati creati 1.150 nuovi posti di lavoro in provincia di Treviso.

**D. Il problema delle imprese venete è spesso la dimensione insufficiente. La Regione può aiutare a risolverlo?**

**R.** Molti economisti, all'inizio della crisi, prevedevano la fine del modello veneto basato sulle piccole e medie imprese, ma non è stato così. La Regione non ha mai smesso di sostenere le Pmi in questa difficile fase, per esempio con la finanziaria regionale Veneto Sviluppo, attraverso una politica di investimenti ampiamente remunerativa, un supporto diretto con misure agevolative, un investimento nel capitale delle aziende a forte propensione tecnologica e innovativa e progetti di re-start aziendale.

**D. Ci sono aiuti specifici anche per le grandi aziende?**

**R.** La legge regionale di Stabilità 2018 ha introdotto la possibilità anche alle grandi imprese, oltre alle Pmi, di essere destinatarie di co-finanziamenti regionali, a valere sul Fondo di rotazione per la concessione di finanziamenti agevolati alle piccole e alle medie imprese, in relazione alla partecipazione della Regione ai programmi e interventi finanziati dallo Stato con il Fondo di crescita sostenibile. Oggi la crisi è alle spalle ma non dobbiamo, tuttavia, abbassare la guardia, anzi, restano necessarie azioni propulsive all'economia, al lavoro e all'occupazione.

**D. Che risultati vi aspettate dall'agenda Digitale 2020 varata dalla Regione?**

**R.** Nell'agosto 2016 abbiamo intrapreso il percorso che ha portato all'approvazione, a giugno 2017, delle Linee Guida dell'Agenda Digitale 2020.

**D. In pratica?**

**R.** Abbiamo definito l'impegno della Regione per la promozione della Società e dell'Economia Digitale nel territorio e le strategie per potenziare l'accesso e l'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione digitale tra gli abitanti e le imprese.



**D. L'obiettivo?**

**R.** Raggiungere l'85% della popolazione con la banda larga entro il 2020. Con l'Agenda Digitale vogliamo porre delle basi solide per il futuro del territorio, contribuendo a costruire un nuovo Veneto. L'Agenda è un documento aperto, da aggiornare di anno in anno a seconda delle nuove esigenze.

**D. Un lascito della crisi sono i capannoni dismessi, oltre 10 mila in Veneto. È un sintomo di degrado del territorio che intendete affrontare?**

**R.** È un tema sul quale sono sempre stato molto sensibile. E non soltanto per quello che comunemente si definisce l'archeologia industriale, aumentata a dismisura, ma anche per l'esistenza di un'archeologia residenziale. Intendo tutti i casolari di campagna

o case costruite nell'immediato dopoguerra negli anni 50 e 60 che riempiono le nostre città.

**D. Come intendete procedere?**

**R.** Per i capannoni favoriamo interventi di riqualificazione e recupero di aree degradate, sulla base della legge del consumo del suolo. L'obiettivo è di promuovere un processo di revisione della disciplina urbanistica che deve ispirarsi a una nuova coscienza delle risorse territoriale e ambientali.

**D. Per la parte residenziale?**

**R.** Credo si debba e si possa arrivare a una ricostruzione utilizzando lo stesso volume precedente, con vantaggi evidenti anche per i proprietari che, nel caso in cui non trovino conveniente vendere ciò che ha un costo eccessivo di ristrutturazione, possono almeno contare sulla redditività del-

la cubatura. Insomma ricostruire sul volume esistente.

**D. Quali sono le sue priorità di fine mandato?**

**R.** Buona parte del programma con cui mi ero presentato alle elezioni del 2015 è in dirittura di arrivo. La Pedemontana è ormai in vista della messa in esercizio, entro settembre 2020. Se il Comune di Padova darà finalmente le aree, vorrei veder partire il progetto per il nuovo Policlinico veneto di Padova.

**D. E l'autonomia regionale?**

**R.** È il grande obiettivo della legislatura. Conto di chiudere l'intesa con il governo entro fine anno per vedere approvata dal Parlamento la legge delega che conterrà i principi ispiratori sui quali sviluppare poi i decreti delegati su ciascuna delle 23 materie previste dalla Costituzione.

**FLASH SULLA CONGIUNTURA**

<b>8,2%</b>	l'incremento di ordini dall'estero nel settore meccanico, il più elevato nell'industria manifatturiera
<b>8%</b>	l'aumento degli investimenti nell'industria in senso stretto
<b>8,6%</b>	l'aumento degli arrivi di turisti stranieri nella regione
<b>11,8%</b>	l'aumento dei passeggeri nazionali negli aeroporti
<b>190%</b>	l'aumento dell'e-commerce in regione dal 2009 al 2017
<b>11,3%</b>	l'aumento dell'export verso i Paesi dell'Europa centro-orientale
<b>8,6%</b>	il valore del roe delle imprese nel 2016
<b>5,1%</b>	tasso disoccupazione maschile
<b>20%</b>	l'aumento dei depositi bancari dal 2015 di famiglie e imprese in provincia di Treviso, la più ricca del Veneto

Fonte: Banca d'Italia, giugno 2018. I dati si riferiscono all'intero 2017, se non altrimenti specificato



## Governatore agricoltore

Luca Zaia è nato a Conegliano il 27 marzo 1968. Dopo il diploma all'istituto enologico più antico d'Italia, il Cerletti di Conegliano, si è laureato alla Facoltà di Scienze della Produzione animale di Udine nel 1993. Ha incominciato la carriera politica a 25 anni con la nomina a consigliere comunale della Lega Nord di Godega Sant'Urbano e poi di Treviso. A 30 anni è diventato il più giovane presidente di una Provincia, quella di Treviso, incarico che ha mantenuto fino al 2005. Il salto alla vicepresidenza della giunta regionale del Veneto, con delega

ad Agricoltura e Turismo, è avvenuto con Giancarlo Galan presidente. Nel maggio 2008 è stato chiamato da Silvio Berlusconi a guidare il ministero delle Politiche Agricole per due anni, opponendosi tra l'altro alla localizzazione dell'Agenzia per la sicurezza alimentare a Foggia e proponendo Verona. Quando si sono presentate le elezioni regionali in Veneto, nel 2010, si è candidato alla carica per la coalizione di centrodestra. Poi la riconferma, plebiscitaria, nel 2015. È un grande appassionato di cavalli. Nell'ultima dichiarazione dei redditi per il 2017 ha dichiarato un reddito totale di 111 mila euro su cui ha pagato 29 mila euro di imposte, non ha denunciato proprietà immobiliari ma, tra le attività finanziarie, 500 azioni di Veneto Banca e 100 di Banca Popolare di Vicenza, le due venete commissariate, nel 2017, iscritte a valore zero.

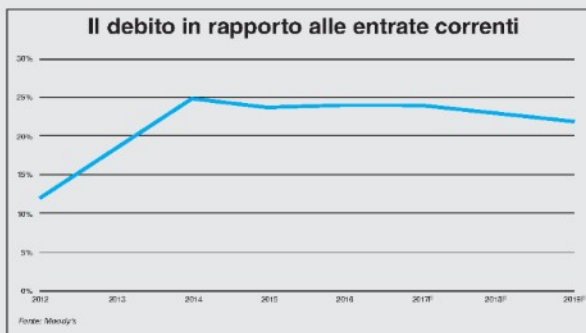
## Rating, le prospettive sono positive

Anche se sotto revisione, il rating attuale della Regione Veneto, Baa2 firmato Moody's, prende in considerazione, oltre che la dipendenza dell'amministrazione dalle sorti del governo centrale, anche una posizione finanziaria robusta, un debito moderato, una buona liquidità e un'economia tra le più dinamiche del Paese, che nel 2016 ha contribuito per il 9% al Pil nazionale, e presenta un prodotto interno lordo pro capite del 13% superiore al livello italiano. Gli analisti dell'agenzia americana considerano buone anche le prospettive sulla base della considerazione che le politiche di efficientamento delle spese regionali hanno dato buoni frutti. C'è molto da fare, tuttavia, sotto il profilo fiscale, che risente dei problemi nazionali.

Anche per il Veneto, vale quel che è vero per le altre regioni, e cioè che la spesa sanitaria pesa

per oltre l'80% delle spese annuali dell'amministrazione. Passi avanti sono stati fatti nel miglioramento dei servizi nonostante i tagli sui costi, il che farà trovare pronta la Regione, secondo gli analisti, in vista di possibili ulteriori tagli imposti dal budget nazionale.

Il debito è stabile a 2,6 miliardi di euro dalla fine del 2016, ovvero il 24% delle entrate operative, a fronte di 1,2 miliardi alla fine del 2012. L'aumento di costi è iniziato nel 2015 a causa di prestiti da 1,6 miliardi di euro contratti per pareggiare i pagamenti arretrati del 2013-2014. Situazione che tuttavia resterà sotto controllo: nel 2017 ci si aspetta un livello di debito ancora moderato. Alla fine del 2016, fanno notare poi gli analisti, lo stock di debito era composto di un 30% in obbligazioni e un 70% in prestiti privati e governativi.



## Bilancio, la situazione finanziaria è stabile

**S**ia per il 2018 che per i due anni successivi il Veneto sarà una regione tax free. La leva fiscale in questi anni sarà infatti nulla, provvedimento che, secondo l'amministrazione del Veneto, è reso possibile da una situazione finanziaria avviata alla stabilità, nonostante alcuni punti di criticità.

L'esercizio finanziario 2016 si è concluso con entrate da 14,5 miliardi di euro, di cui circa 2,8 miliardi ancora da riscuotere. Per quanto riguarda le spese, queste sono ammontate a 14,3 miliardi di euro di cui 3,4 ancora da pagare. Il risultato di amministrazione a chiusura d'anno 2016 ha registrato un rosso di 15,8 milioni di euro, mentre il disavanzo finanziario è pari a oltre 2,8 miliardi. Il risultato economico a fine 2016 è stato pari a 533 milioni di euro.

Per quanto riguarda la gestione sanitaria, nel 2016 le entrate sono ammontate a oltre 2,1 miliardi a fronte di pagamenti da 2,8 mi-

liardi. Per la garanzia dei livelli essenziali di assistenza (Lea) sono stati stanziati come finanziamento aggiuntivo corrente per lo squilibrio di bilancio circa 77 milioni di euro, oltre a investimento per 208 milioni e ulteriori spese per 59 milioni.

Nel bilancio di previsione 2017 l'amministrazione ha previsto uno stanziamento di 11 miliardi di euro per le varie missioni, di cui l'83%, oltre 9 miliardi di euro, alla tutela della salute. Le entrate tributarie 2017 sono quantificate in 9,4 miliardi di euro, il 74% delle entrate totali. Il 91% di questa cifra proviene da tributi riferiti al finanziamento della sanità. Il bilancio previsionale per il triennio 2018-20 riporta entrate di 15,4 miliardi di euro di competenza nel 2018, che scenderanno a 13,8 nel 2019 e a 13,6 nel 2020. Le spese di competenza saranno invece pari a 15,6 miliardi nel 2018, 15,2 nel 2019 e 14,9 nel 2020.



Luca Zaia

# Scommesse online, tv e calcio contro la stretta

Scoppia la polemica: le nuove disposizioni finirebbero per favorire la crescita dei giochi clandestini

**ROMA** Una forte stretta sulle scommesse online, ed è subito polemica. Il Titolo 3 della bozza del «decreto dignità», sotto il titolo «Contrasto alla ludopatia» contiene una serie di disposizioni che, in linea con una battaglia «da sempre» del Movimento 5 Stelle, come ha ribadito ieri Beppe Grillo, si propone una lotta senza quartiere al «gioco d'azzardo». Per questo l'articolo 8 della bozza introduce il divieto di «qualsiasi forma di pubblicità, anche indiretta, relativa a giochi o scommesse con vincite di denaro comunque effettuata e su qualunque mezzo». La violazione comporta una sanzione pari al 5% del valore della sponsorizzazione o della pubblicità e mai inferiore, «per ogni violazione, a 50mila euro».

Ieri, il vicepremier Luigi Di Maio, in un'intervista al quotidiano dei vescovi *L'Avvenire*,

da sempre contro le scommesse, ha anche annunciato l'introduzione di «una tessera del giocatore per controllare i flussi e mettere un tetto massimo» alle giocate, e lo stop alle slot machine e alle videolottery in bar e distributori. Questi apparecchi, dice Di Maio, devono stare «solo in luoghi ben definiti, con limitazione degli orari di gioco e l'aumento della distanza minima dai luoghi sensibili: scuole, centri di aggregazione giovanile e luoghi di culto».

Contro la stretta sono le emittenti tv, gli editori e le società di calcio. Il divieto di pubblicità, secondo alcune valutazioni, farebbe scendere le entrate pubblicitarie delle tv di 70 milioni nel 2019. Danni anche per le società di calcio, che li stimano in circa 200 milioni l'anno. Danni diretti, per il venir meno delle sponsorizzazioni di cui godono di-

verse squadre e della pubblicità, per esempio negli stadi, e indiretti, perché il divieto di pubblicità taglierebbe le risorse a disposizione degli acquirenti dei diritti di trasmissione delle partite in un mercato già ristretto. Il tutto, infine, lamentano le società di calcio, dopo che i diritti sono stati assegnati di recente, col rischio che le emittenti si rifacciano dei mancati introiti sulle stesse società. Col divieto di pubblicità calerebbero anche le entrate Iva (circa 200 milioni l'anno), con la necessità di trovare una copertura. Un conto è la lotta alla ludopatia, dice il fronte contrario, un altro il divieto di pubblicità, che tra l'altro indirizza verso le società legali di scommesse mentre la stretta di Di Maio rischierebbe di aprire spazi alle scommesse clandestine.

**Enr. Ma.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Lavoro



## La stretta sul precariato

**L**a bozza del «decreto dignità» prevede la riduzione da 5 a 4 delle possibilità di rinnovo del contratto a termine, in un massimo di 36 mesi. E reintroduce l'obbligo delle causali. Il rinnovo sarà possibile, con un contributo aggiuntivo dello 0,5%, solo per esigenze straordinarie, incrementi temporanei degli ordini o attività stagionali. Si cancella poi il lavoro in somministrazione a tempo indeterminato (staff leasing) mentre per quello a termine si applicano gli stessi vincoli dei contratti temporanei.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Imprese



## Penalità a chi delocalizza

**I**l Titolo 2 del provvedimento è dedicato al «Contrasto alla delocalizzazione» delle imprese all'estero. Le aziende che abbiano beneficiato di contributi pubblici e che entro i dieci anni successivi spostino fuori dall'Italia la produzione, anche se nell'Ue, devono restituire i benefici ricevuti con gli interessi maggiorati fino al 5% oltre a una sanzione nella misura fra due e quattro volte l'importo erogato dallo Stato. È previsto anche il recupero dell'iperammortamento in caso di cessione o delocalizzazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Fisco



## Stop allo spesometro

**L'**ultimo capitolo del decreto riguarda «spesometro» e split payment ed è quello che sta impegnando l'Economia nel trovare le coperture. Lo «spesometro» è quel meccanismo di comunicazione telematica delle fatture che resterà in vigore fino a fine anno. Sarà poi sostituito dall'obbligo di fatturazione elettronica. Il decreto dovrebbe spostare la prossima comunicazione dal 30 settembre al 31 dicembre 2018 o a febbraio 2019.

**Enr. Ma .**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ILLUSTRAZIONI DI GUIDO ROSA

Aziende e tasse, i punti del decreto dignità

# La detrazione Iva può passare ancora dalla scheda carburanti

## ADEMPIMENTI

In «Gazzetta Ufficiale» il Dl che rinvia l'e-fattura solo per i distributori

Dal 1° luglio i costi sostenuti saranno deducibili con pagamenti tracciati

**Benedetto Santacroce**

Slitta al 1° gennaio 2019 la fatturazione elettronica per la cessione di gasolio e benzina per autotrazione presso gli impianti stradali di distribuzione. Sopravvive fino al 31 dicembre 2018 la carta carburanti e dal 1° luglio 2018 la deducibilità del costo ai fini delle imposte dirette in applicazione dell'articolo 164 del Tuir sarà possibile solo se il pagamento avverrà in forma tracciata. Questo è il compromesso raggiunto dal Dl 79/2018 (pubblicato ieri in «Gazzetta Ufficiale») per conciliare le esigenze dei distributori e delle imprese che avevano chiesto a più riprese la proroga dell'avvento della fattura elettronica per tutti gli acquisti effettuati dalle partite Iva dai distributori stradali di carburante.

### L'e-fattura

L'articolo 1, comma 917, della legge di Bilancio (legge 205/2017) viene riscritta e ora prevede che dal 1° luglio 2018 la fattura elettronica diventi obbligatoria per:

- le cessioni di benzina o di gasolio destinati ad essere utilizzati come carburanti per motori ad eccezione delle cessioni di carburante per autotrazione presso gli impianti stradali di distribuzione;
- le prestazioni di servizi rese da soggetti subappaltatori e subcontraenti della filiera delle imprese nel quadro di un contratto di appalto di lavori, servizi o forniture stipulato con un'amministrazione pubblica.

In particolare, per i carburanti la soluzione scelta implica che tutte le cessioni che avvengono tra operatori economici, ad esclusione dell'ultimo passaggio dai distributori stradali al soggetto che acquista il gasolio e la benzina per autotrazione sia come partita Iva che come consumatore finale, deve essere certificata con fatturazione elettronica.

### Documentazione degli acquisti

Solo dal 1° gennaio 2019 sarà necessario documentare con fattura elettronica gli acquisti di carburante per autotrazione presso gli impianti di distribuzione stradali effettuati dai soggetti titolari di partita Iva. In effetti tali soggetti potranno continuare a documentare tali acquisti fino al 1° gennaio utilizzando la carta carburante ovvero attraverso il pagamento con mezzi tracciabili.

Fino al 31 dicembre 2018, in base all'articolo 2 del Dpr 696/1996 la cessione di carburanti per autotrazione dai distributori stradali non sono soggette a certificazioni. Per tali cessioni,

dunque, coloro che agiscono nell'ambito del regime d'impresa, arti e professioni, continueranno, fino al 31 dicembre 2018, a certificare l'acquisto attraverso la scheda carburanti o attraverso il pagamento con mezzi elettronici tracciabili. Quindi, si estende a tutto quest'anno l'utilizzo alternativo tra scheda carburanti e pagamento tracciabile previsto all'articolo 1 del Dpr 444/97 come modificato dal decreto 70/2011. Per le modalità di pagamento elettronico, ai fini Iva, il Dpr 444/97 prevede che la tracciabilità debba essere garantita esclusivamente mediante carte di credito, carte di debito o carte prepagate emesse da operatori finanziari soggetti all'obbligo di comunicazione previsto dall'articolo 7, comma 6, del Dpr 605/1973. Sul punto, però, l'articolo 1, comma 923 della legge di bilancio 2018, che opera già dal 1° luglio 2018, consente la tracciabilità anche con mezzi di pagamento diversi da quelli sopra indicati, individuati con il provvedimento delle Entrate 73203 del 4 aprile 2018.

### Deduzione del costo

Dal 1° luglio 2018 le spese per carburante per autotrazione sono, in base all'articolo 164 del Tuir, deducibili se effettuate esclusivamente mediante carte di credito, carte di debito o carte prepagate emesse da operatori finanziari. Anche a questi fini, come ha chiarito la circolare 8/E/2018 è possibile effettuare il pagamento anche con tutti gli ulteriori mezzi previsti dal provvedimento del 4 aprile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## I PUNTI SALIENTI

# 1

### SERVIZIO DI REGISTRAZIONE

#### Abbinamento con Pec o codice destinatario

Tramite il servizio di registrazione i soggetti passivi Iva possono comunicare l'indirizzo telematico dove ricevere le fatture elettroniche, abbinando alla propria partita Iva un indirizzo Pec o un codice destinatario (nel caso di invio dei file su un canale web service o Ftp). Così lo Sdi potrà inviare automaticamente il documento al recapito preregistrato

# 2

### GENERAZIONE DEL QR CODE

#### Per velocizzare la predisposizione delle fatture

Il servizio di generazione del QR Code agevola la predisposizione delle fatture elettroniche. Esso è un codice a barre bidimensionale che contiene i dati identificativi e la partita Iva del contribuente. Il fornitore, quando predisporrà la fattura, potrà, attraverso il QR code acquisire in automatico i dati del cliente - compreso l'indirizzo per il recapito - in modo veloce e senza il rischio di commettere errori



Dopo turismo e industria anche sanità, smart city, media, smart port e sicurezza

# Rete mobile 5G, altre sette applicazioni per nuovi servizi

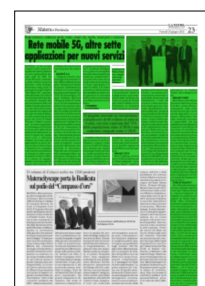
Il progetto prevede un investimento complessivo di 60 milioni di euro in 4 anni, con una copertura del 75% della popolazione entro il 2018 e una copertura integrale entro il 2019

MATERA – Il 5G in Italia compie un altro importante passo in avanti grazie alle nuove applicazioni lanciate oggi da TIM, Fastweb e Huawei, nell'ambito della verifica svolta dal Ministero dello Sviluppo Economico sullo stato di avanzamento del Progetto "Bari Matera 5G", come previsto dal bando. Si tratta di 7 servizi innovativi che danno ulteriore impulso alla sperimentazione della rete mobile di quinta generazione e che vanno ad arricchire lo scenario di utilizzo del 5G a solo un mese di distanza dalla presentazione dei primi casi d'uso di Realtà Virtuale e Realtà Aumentata. Le nuove applicazioni interessano le frontiere più innovative della vita digitale dei prossimi anni: sanità 5.0, smart city, media, smart port e sicurezza pubblica, che vanno così ad aggiungersi ai primi servizi nei settori del turismo e Industria 4.0. presentati nel corso di una conferenza stampa in video comunicazione tra Bari e Matera lo scorso 25 maggio. Questi i nuovi use cases sviluppati dal Consorzio Bari-Matera 5G con il contributo di partner di eccellenza:

## SANITÀ 5.0

Diagnosi remota e monitoraggio dei parametri vitali e delle condizioni dei pazienti. Soluzione di telemedicina per l'assistenza domiciliare e il monitoraggio dei pazienti sviluppata con l'UOC di Ematologia e Terapia Cellulare dell'Ircs "Giovanni Paolo II" di Bari, per fornire assistenza ai pazienti che possono essere seguiti al proprio domicilio. Il modello prevede sia la fornitura di device per la misurazione di parametri vitali presso il domicilio del paziente che l'utilizzo di un laboratorio mobile connesso 5G per l'esecuzione di esami che necessitano l'intervento di personale medico. Tale soluzione permetterà di migliorare la qualità di vita dei pazienti evitando la degenza, nonché garantire efficienza e tempestività di intervento. Wearable per rilevamento dello stress psicofisico: applicazione sviluppata con Ntt Data per il monitoraggio dello stato di salute degli autisti di mezzi pubblici, basata sull'utilizzo di hitoe™, un tessuto intelligente in grado di raccogliere dati sullo stato di salute della persona. La tshirt hitoe™ è in grado di monitorare in tempo reale alcuni parametri vitali, segnalando il livello di stress, e di rilevare la postura della persona. Sarà possibile in questo modo garantire la sicurezza del lavoratore che la indossa e delle persone a lui affidate.

## TURISMO E CULTURA



Graffiti for Smart city, realtà aumentata e varchi intelligenti: progetto realizzato con Graffiti For Smartcity, pensato per riqualificare spazi urbani in disuso, trasformandoli in nuove piazze e luoghi d'incontro per gli abitanti e per attrarre nuovi visitatori, attraverso l'installazione di smartwalls dotati di sensori di prossimità. Questi si collegheranno agli smartphone nelle vicinanze e saranno in grado di inviare agli utenti notifiche con informazioni su attrazioni nelle vicinanze e servizi personalizzati tra cui un applicativo che consentirà di creare opere d'arte sotto forma di graffito digitale da condividere con le altre persone.

#### **SMART CITY**

Smart Lighting: nuovi sistemi di illuminazione per la "Città Intelligente". La soluzione Smart Lighting, studiata dal Consorzio con Olivetti, è un sistema di illuminazione innovativo e sostenibile che permette di minimizzare i costi dei consumi e della manutenzione degli apparati, riducendo sensibilmente l'impatto ambientale, grazie ad una piattaforma hardware e software dinamica e efficiente. Ambito Media education e realtà virtuale. Servizi di contribuzione news in 5G: applicazione svilup-

pata in collaborazione con Rai Way, che dimostra come sia possibile trasferire contenuti audiovisivi live in alta definizione e con una bassa latenza sfruttando le potenzialità offerte dalla rete 5G. Il giornalista inviato sul luogo di interesse disporrà di un collegamento altamente affidabile, potrà trasmettere il proprio contributo live in alta definizione alla regia del Tg e potrà comunicare in maniera "fluida" con il collega in studio.

#### **SMART PORT**

Sicurezza e controllo degli accessi nell'area portuale di Bari: grazie all'interconnessione delle infrastrutture portuali e di numerosi dispositivi tra cui sensori, videocamere, wearable, terminali, droni e gate trasportabili, con una piattaforma centralizzata di comando e controllo per la sicurezza e il controllo accessi sarà incrementata la sicurezza dell'area portuale, aumentandone ulteriormente l'attrattività turistica e commerciale. La soluzione è stata realizzata dal Consorzio Bari-Matera 5G con Leonardo per le componenti di sicurezza e la piattaforma di comando e controllo, Bosch per le videocamere e con il supporto dell'Autorità di Sistema Portuale del Mare Adriati-

co Meridionale e degli enti addetti alla sicurezza del porto (Capitaneria di Porto, Guardia di Finanza e Polizia di Stato).

#### **PUBLIC SAFETY**

5G e Wearable devices: il servizio realizzato dal Consorzio Bari-Matera 5G per la videosorveglianza in mobilità è in grado di raccogliere in tempo reale i flussi video provenienti da diverse sorgenti dislocate a terra (smartphone, encoder, videocamere, actioncam), mare (encoder su imbarcazioni) ed aria (encoder e smartphone su elicotteri ed encoder/payload su droni), si tratta di un'evoluzione del servizio Public Safety già oggi impiegato dalle principali Questure Italiane. I nuovi servizi innovativi, oltre a mostrare le potenzialità della rete 5G in termini di capacità di trasmissione, di significativa diminuzione della latenza e di direzionalità del segnale sui terminali in movimento, confermano come la collaborazione tra i vari attori coinvolti - inclusa la preziosa e attiva partecipazione dei Comuni di Bari e Matera - ed il lavoro di squadra fungano da apripista per l'elaborazione di nuovi modelli di business che rivoluzioneranno questi territori, trasformandoli in un vero e proprio laboratorio digitale.



**L'assessore di  
Matera Acito  
con i respon-  
sabili degli  
operatori  
telefonici**

# Clientsi arrabbiati, intoppi e disservizi La terapia «social» per salvare il brand

**Customer care.** Tempestivo e personalizzato. Con Facebook e Twitter in testa o sulle piattaforme come Whatsapp, Messenger e Telegram. Tra i servizi per i consumatori 4.0 anche live chat e bot virtuali

**Giampaolo Colletti**

Il giovane professore messicano Esaí Vélez, in volo con la compagnia statunitense low cost Jet Blue, non si sarebbe mai aspettato tanta efficienza. Sorvolava i cieli americani quando decise di segnalare su Twitter il black-out del suo televisore sul poggiatesta del sedile anteriore. Nel giro di pochi minuti sarebbero arrivate prima la risposta della compagnia, poi le scuse e successivamente un voucher per un altro volo. E la storia avrebbe fatto il giro del mondo.

Istantanee di questi anni connessi, nei quali è più facile contattare il social media manager dell'azienda che la propria hostess durante il volo. Al bando il vecchio call center. Oggi il servizio passa per social e live chat. Con la soddisfazione che si gioca sul terreno della velocità di risoluzione del problema, ma anche su competenza e cortesia dell'operatore.

Benvenuti nell'era conversazionale dei brand, come l'ha definita l'Harvard Business Review. Secondo il report Global Customer Experience oggi il 67% dei consumatori preferisce il contatto via social per avere informazioni e assistenza, optando nel 45% dei casi per Facebook e Twitter.

Connessi e in mobilità. Ecco il profilo dei nuovi consumatori. Ma attenzione. Le imprese latitano ancora. Lo scrive l'Economist: appena il 48% usa i social per gestire la relazione col cliente e soltanto il 20% ricorre alle app. «Il social customer service è un modello di business

che prevede l'integrazione dei social come canali di assistenza. Fidelizza i clienti attuali e attrae i nuovi», precisa Paolo Fabrizio, autore de «La rivoluzione del social customer service» edito da Flaccovio. «Questa modalità di relazione è consolidata da un decennio soprattutto negli Stati Uniti. Sul mercato italiano siamo in ritardo, anche se l'interesse è in crescita».

## La sfida delle relazioni

Efficace, tempestivo, utile. Questo è il nuovo servizio al cliente social. Perché disintermediando la filiera si abbattano i tempi di gestione. «Ma occorre soddisfare le aspettative e consolidare la fiducia del cliente. In un mercato sempre più competitivo è vitale puntare sulla qualità del servizio per distinguersi dalla concorrenza, anziché combattere la guerra dei prezzi», precisa Fabrizio.

Anche perché la leva economica da sola non basta più. «Entra in gioco l'identità verbale, la voce dell'azienda: un elemento chiave per rendere il brand più umano e permettergli di comunicare con maggiore vicinanza ed empatia e in modo più distintivo. La voce deve rispecchiare personalità e valori, deve essere quella che usa il pubblico per comunicare col brand. E soprattutto deve essere vera», afferma Valentina Falcinelli, autrice di «Testi che parlano» per Franco Cesati Editore.

Mettersi in ascolto. E farlo al meglio. Undici anni fa il New York Times aveva apostrofato questa modalità come *aloha spirit*, ovvero spirito relazionale. «L'identità verbale è una componente fondamentale

per ogni azienda. Anche perché le imprese comunicano a persone che orientano la propria scelta verso un prodotto o un servizio, protagonisti di un rapporto dialogico ed emozionale. Oggi i brand devono creare una relazione con le persone», precisa Falcinelli. Ma accanto alla risposta in tempo reale c'è quella esaustiva, chiara, completa. «Le persone si aspettano risposte veloci, pertinenti, personalizzate, date con un tono di voce umano, empatico, coerente alla personalità aziendale».

## Intelligenza Artificiale via chat

Servizio al cliente 4.0. Perché apre alla sperimentazione degli assistenti virtuali grazie all'intelligenza artificiale. In Italia il 56% delle grandi realtà ha già avviato questi progetti. Si moltiplicano chatbot nei settori bancari, automobilistici, energetici, logistici e legati alle Tlc. A mappare il fenomeno l'Osservatorio Artificial Intelligence del Politecnico di Milano, con una ricerca che ha analizzato 721 imprese e 469 casi. «Per offrire customer experience soddisfacenti via chatbot è essenziale definire con cura l'alberatura delle conversazioni, altrimenti l'esperienza sarà insoddisfante. Nei casi virtuosi invece le chat bot dialogano in maniera tempestiva ed efficace sia con i clienti che con i colleghi per gestioni più complesse», precisa Fabrizio. Si delineano così i nuovi professionisti. Figure ibride, poliedriche, essenziali. «Per gestire con successo le conversazioni in ogni situazione vanno integrate ulteriori competenze. Tra tutte l'intelligenza emotiva».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**VODAFONE****Rispondere in modo mirato con l'alleanza uomo-macchina**

Dalle informazioni sulla connettività alle offerte attive: si sta ampliando il lavoro di TOBi, tecnologia di intelligenza artificiale di Vodafone all'interno dei canali digitali di assistenza dell'azienda, che coprono il 94% delle interazioni con i clienti. TOBi riconosce e interpreta il linguaggio naturale. Ed è in grado di imparare dai propri errori e di relazionarsi col cliente, adattando l'interazione con una rete neurale che sta dietro alla tecnologia e che viene allenata da un team di operatori del Competence Center Vodafone di Pisa. «TOBi risponde a milioni di conversazioni, con ottimi tassi di risoluzione. Con l'IA applicata all'assistenza nascono nuove competenze. Abbiamo un team che lavora sull'addestramento delle reti neurali. Sono gli stessi colleghi dell'assistenza ai clienti che abbiamo formato», afferma Claudio Raimondi, Head of Digital & Artificial Intelligence di Vodafone Italia.

**GENERTEL****Contatti diretti e accessibilità ai servizi sempre più semplice**

Moltiplicare i canali di contatto, e semplificare l'accessibilità ai servizi. Soprattutto in mobilità. Così Genertel ha deciso di aprirsi al contatto diretto con gli utenti sui social e online. Generali è stata la prima assicurazione ad aver introdotto in Italia la vendita di polizze al telefono. Poi dal 1996 il passaggio anche all'online. Il servizio assistenza clienti gestisce 20mila contatti quotidiani. E il consulente è raggiungibile anche in live chat o su Facebook Messenger. C'è poi #ProtectYourLife, format sui social con due appuntamenti settimanali e una diretta pensata per un confronto con un esperto. Obiettivo: diversificare l'offerta sui vari social. Così si va dalle Stories di backstage a un live tweeting che connette in tempo reale le conversazioni, dalle tips card e snackable utilities ai cosiddetti branded content con firme di eccellenza.

**REGIONE MARCHE****Vacanze ed esperienze consivise sui social**

Dalla vacanza alla sua esperienza. Con un contatto diretto con l'utente. Così la Regione Marche conversa online in tempo reale, riconosciuta come la più social d'Italia secondo i dati Extreme presentati alla BIT a Milano. E sui social, prevalentemente su Twitter e Fb, è leader in Italia. Il social media team nasce sei anni fa, conta 20 attività differenti e il blog ufficiale Destinazionemarche.it. «Narriamo online quello che si cela dietro a ciò che poi si vede. Dobbiamo far capire che ogni pezzo di terra, ogni eccellenza, ogni esperienza ha una storia da raccontare», precisa Sandro Giorgetti, responsabile del social media team Marche Tourism. Il lavoro prevede una programmazione editoriale dedicata e la risposta costante all'utente. «La nostra strategia parte dall'ascolto. Solo così possiamo soddisfare un bisogno reale e non essere autocelebrativi».

**Sempre connessi**

Benvenuti nell'era conversazionale dei brand (Harvard Business Review). Il 67% dei consumatori vuole il contatto via social

# Addio guerra dei brevetti: accordo Apple-Samsung

Riccardo Barlaam — a pagina 17

## Dopo sette anni di guerra in tribunale ritorna la pace tra Apple e Samsung

### HI-TECH

Avviata da Steve Jobs, la lite è costata centinaia di milioni in spese legali

Dalla disputa sul design al patteggiamento per una cifra non resa pubblica

Riccardo Barlaam

La guerra sul design dell'iPhone è finita. Torna la pace tra Apple e Samsung. Le due società, dopo sette anni di battaglie legali, per quello che è il contenzioso sui brevetti più lungo e con più valore nella storia dell'industria tecnologica, hanno raggiunto un accordo extragiudiziale che pone fine a tutte le cause. Non è stato reso noto l'ammontare del patteggiamento, depositato nella Corte distrettuale di San José, in California (causa numero 11-cv-01846). La prima causa intentata da Apple contro Samsung risale al 2011 quando Steve Jobs, il fondatore di Apple che morì lo stesso anno, minacciò di scatenare una guerra «termonucleare» contro i rivali che avevano adottato il sistema operativo Android sviluppato da Google e non il loro, e accusò i coreani di aver «smaccatamente e pedissequamente» copiato il design dell'iPhone. Da quella prima causa si sono sviluppati lunghi e complessi contenziosi, altre cause, ricorsi e appelli, compreso uno stop della Corte Suprema americana nel 2016. Con centinaia di milioni di dollari di spese legali agli avvocati che sono, alla fine, gli unici veri vincitori di questa lunga contesa giocata tra carte bollate e aule di tribunale.

Un primo verdetto della giuria popolare nella corte distrettuale guidata dalla giudice americana, ma di origini coreane, Lucy Koh, aveva riconosciuto la ragione di Apple comminando una multa contro Samsung di 1,05 miliardi di dollari. Dopo appelli e ricorsi, un successivo processo aveva ridotto

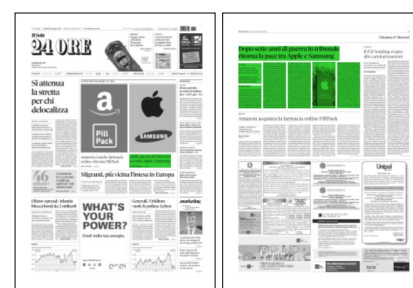
drasticamente la cifra. Il caso è finito poi alla Corte Suprema che aveva parzialmente dato ragione ai coreani, rimandando la causa al giudice distrettuale Koh, con l'avvertenza di rivedere ancora la cifra da pagare, a quel punto scesa a 399 milioni di dollari. Samsung non è rimasta a guardare. E a sua volta, in questi anni, ha accusato Apple di aver violato i suoi brevetti industriali. Ed ha ottenuto dei risarcimenti milionari per la «violazione involontaria» di alcuni brevetti da parte di Apple. L'ennesimo giro di valzer giudiziario è arrivato a maggio, quando la giuria popolare nella Corte distrettuale sempre presieduta da Lucy Koh, ha ordinato a Samsung di pagare complessivamente 539 milioni di dollari ad Apple per la violazione dei suoi brevetti. Samsung quindi dovrà pagare una somma addizionale di 140 milioni di dollari, oltre ai 399 già decisi per chiudere il conto. A questo punto è intervenuto il patteggiamento, di cui non si conosce il valore che chiude definitivamente la guerra tra le due società. Il giudice Lucy Koh, diventata ormai famosa negli Stati Uniti quanto un personaggio televisivo, era al lavoro sull'ennesima sentenza di ricorso dei coreani. Ora potrà finalmente occuparsi di altro.

Il panorama dell'industria tecnologica è mutato completamente da quando la guerra legale è cominciata. Apple e Samsung sono ancora protagonisti nella competizione globale per le vendite degli smartphone. Ma sul mercato si sono affacciati con una penetrazione velocissima i competitor cinesi come Huawei, Oppo, Xiaomi che stanno erodendo quote di mercato alle due società: Xiaomi, ad esempio, che sta per lanciare una Ipo miliardaria, ha già superato le vendite di Samsung nello sterminato mercato indiano. Apple ha vinto sulla carta. Ma ha fallito il suo obiettivo di guadagnare nei tribunali un vantaggio competitivo su Samsung.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Brevetti. Si all'intesa Apple-Samsung



## IL PUNTO

# Anche i big del web finalmente dovranno pagare le tasse in Usa

**Lo ha deciso  
la Corte suprema  
americana**

**DI SERGIO LUCIANO**

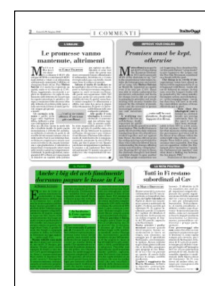
**E**ra ora: la Corte suprema americana ha sentenziato (a maggioranza stretta, ma la divergenza tra i giudici non ha avuto matrice politica bensì tecnico-giuridica) che gli Stati della Confederazione potranno imporre ai big dell'e-commerce di pagare sempre le tasse sui loro ricavi, indipendentemente dal luogo nel quale avranno perfezionato le loro vendite: una mossa per riportare almeno in patria, cioè negli Stati Uniti, il gettito fiscale che Google e compagni evadono in Italia, in Francia, in Germania ma oggi, appunto,... anche negli Usa.

**Siamo ridotti così male da dover gioire per un'ovvietà: ma tant'è. E dunque, gioiamone. Perché, però, essere contenti di fronte a una tassa? Cos'è quest'atteggiamento, forse è conservatorismo bieco contro le luminose forze del «nuovo»? Nossignore. Il conservatorismo, semmai, connota al contrario proprio i leader del commercio elettronico che saranno anche nuovi per risorse tecnologiche ma sono ben stagionati per furberia tributaria. Utilizzando la loro indubbia forza politica negoziale, sono riusciti finora a tenersi quasi del tutto immuni da quel fastidioso obbligo di convivenza civile che si chiama «tassazione».**

**E sovvertendo il principio di Cromwell, «no taxa-**

**tion without representation», nessuna tassa senza diritto di parola, sono riusciti nella prodezza di non pagare tasse e avere un enorme diritto di parola. Che soprattutto nei sedici anni di gestione democratica del potere, tra Clinton e Obama, ha spadroneggiato al Congresso, compiendo il miracolo di spacciare gli interessi privati di questi tycoon tecnologici per interessi collettivi. I commercianti tradizionali, quelli che hanno negozi, supermercati e ipermercati «fisici», sono stati messi al tappeto da questa concorrenza sleale fatta dai dettaglianti online proprio grazie al fatto di non pagare tasse. E il commercio elettronico negli Stati Uniti, che ormai intercetta complessivamente il 9% delle vendite e si stima che arriverà al 30% entro 5 anni, continua a crescere (diciamo meglio: è cresciuto finora) proprio grazie a quest'asimmetria fiscale.**

**Ora la pacchia è finita, o meglio: potrà finire se gli Usa si sveglieranno, ma c'è da giurare che lo facciano. E siccome gli Stati Uniti dettano legge sulle tendenze mondiali, anche l'Europa che, onestamente, qualche tentativo sia pur fallimentare di far pagare le tasse ai big del digitale ha già cominciato a farlo, probabilmente si adegnerà. Potrebbe così ripristinarsi quell'auspicato regime (globale, appunto, come dev'essere una normativa che voglia incidere su un business che non ha confini fisici) che non sacrifichi i principi della democrazia in nome di un malinteso modernismo.**



# LA SALUTE È «.COM» PER 6 ITALIANI SU 10

Ogni mese passiamo sei milioni di ore a cercare notizie e informazioni relative alle malattie in Rete, spiega una ricerca di comScore. Ci battono però gli inglesi, che spendono online il triplo del tempo. Il motivo? Nel Regno Unito le relazioni cittadino-amministrazione passano, per buona parte, dal digitale

di **SARA MORACA**

Ogni mese, gli italiani passano mediamente sei milioni di ore a cercare notizie e informazioni relative alla salute su Internet. Questo tipo di ricerca viene effettuata dal 60% della popolazione digitale italiana, nel 62% dei casi si tratta di donne. Questi sono i dati emersi nell'ultima indagine comScore relativa alle abitudini di fruizione digitale dei cittadini europei. I dati italiani riflettono per buona parte quelli di Francia, Spagna e Germania, dove gli utenti spendono mensilmente 7,2; 7,4 e 6,8 milioni di ore nella ricerca di informazioni su salute e medicina. Il Regno Unito costituisce un caso differente: gli utenti, mediamente 35,5 milioni su base mensile, passano 29,4 milioni di ore su verticali dedicati al tema *health*. Conti alla mano, gli utenti inglesi passano su questi siti quasi il triplo del tempo rispetto agli italiani: 49,7 minuti ogni persona contro 17,9 minuti.

Buona parte dell'utenza italiana si connette da Sicilia e Campania ed è caratterizzata da uno status socio-

economico medio-alto. «Non siamo ancora riusciti a comprendere le ragioni di questa prevalenza, ma è interessante notare come questi utenti siano poi gli stessi che visitano con regolarità siti dedicati al benessere e alla cura della persona in senso più allargato», spiega Fabrizio Angelini, Ceo di Sensemakers e rappresentante di comScore per l'Italia.

L'approccio degli italiani alla ricerca di informazioni online sulla salute è quindi piuttosto *light*, meno orientato ad approfondire temi quali patologie e dettagli prettamente medici e maggiormente volto a considerare la salute come uno degli elementi del benessere della persona, nella sua globalità. Ipotesi che trova conferma diretta nella tipologia di siti che gli italiani scelgono di navigare alla ricerca delle informazioni desiderate: nella maggioranza dei casi, gli utenti scelgono di visitare le pagine dei maggiori quotidiani nazionali dedicati alla salute, trascurando fonti più specifiche come testate mediche o sanitarie e portali istituzionali. Anche in questo, l'esperienza britannica si distingue nettamente da quella italiana, che ri-

sulta invece essere allineata a quelle francese, spagnola e tedesca: il sito più visitato nel Regno Unito risulta essere infatti un sito istituzionale, creato, gestito e aggiornato direttamente dall'amministrazione pubblica. «Nel Regno Unito, il mercato digitale è più evoluto e il servizio sanitario nazionale ha quindi creato un portale *user friendly*, per rispondere alle esigenze dei cittadini. Questo è stato possibile perché qui c'è un notevole sviluppo degli strumenti di e-government e le relazioni dei cittadini con l'amministrazione pubblica sono sviluppate in maniera salda anche sul piano digitale. I materiali e i portali istituzionali italiani rimangono un canale secondario, nel nostro Paese manca un ponte col cittadino», commenta Angelini. L'esempio britannico costituisce una *best practice*, ma l'ambizione potrebbe anche essere quella di puntare a una cittadinanza sempre più attiva, critica ed esigente che, forte della disponibilità degli open-data, in un futuro non troppo lontano non si limiti a visitare siti e a leggere notizie, ma organizzati in modo critico le informazioni a sua disposizione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

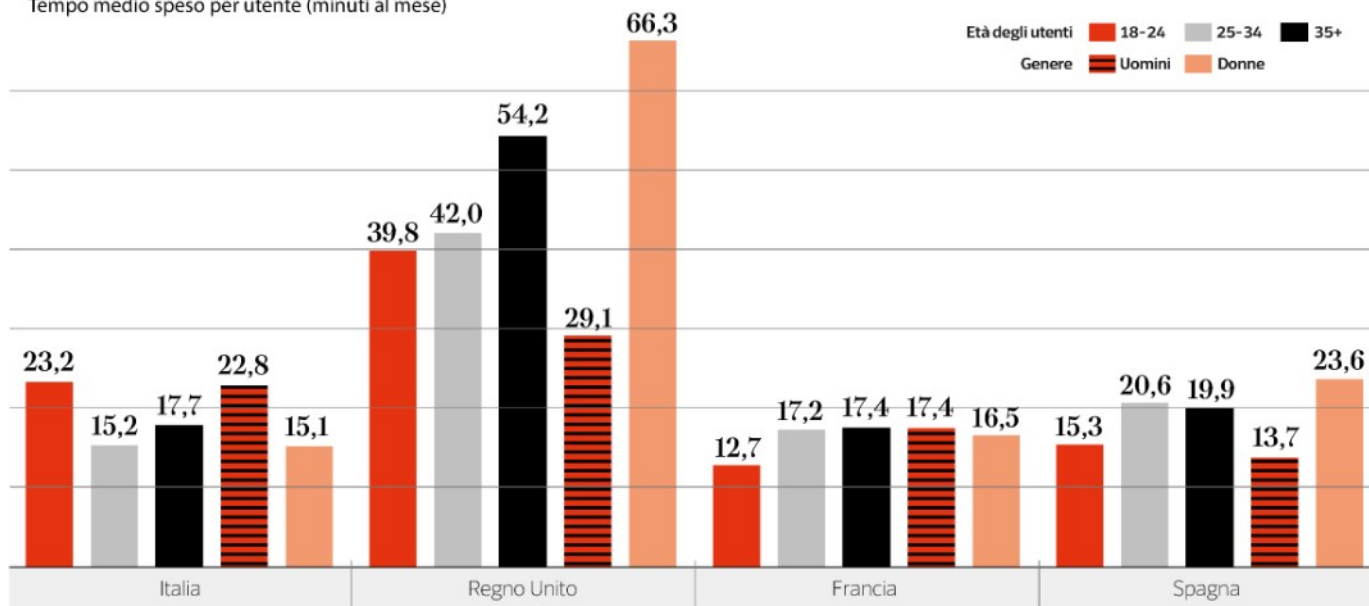
Dir. Resp.: Luciano Fontana

Tiratura: 0 - Diffusione: 221045 - Lettori: 1961000: da enti certificatori o autocertificati

www.datastampa.it

## Quanto passano gli europei online per informarsi sulla loro salute

Tempo medio speso per utente (minuti al mese)



# - BIG DATA + TALENTO 175.639

## L'INCHIESTA

È il numero di informazioni con cui Google vuole predire la probabilità di morte. Ecco dove ci sta portando l'analisi dei dati

di SILVIA LAZZARIS e LUIGI RIPAMONTI  
con un intervento di GIUSEPPE TESTA

9 10 13

## I BIG DATA CI STANNO AIUTANDO ANCHE A PREDIRE LA MORTE LA TROPPIA FIDUCIA È UN RISCHIO?

Aiutano le aziende ad assumere i candidati "giusti", le automobili a guidarsi da sole, i contadini a piantare al momento opportuno. Ma è nel settore della salute che sembra indirizzarsi il business: 14,25 miliardi di dollari che diventeranno 68 entro il 2025

di SILVIA LAZZARIS\*

**N**ell'antica Grecia, quando qualcuno doveva prendere una decisione importante, consultava l'oracolo. Poneva una doman-

da, si inginocchiava e l'oracolo cadeva in trance. Dopo un paio di giorni forniva la sua risposta. Guide del tempio affiancavano l'oracolo osservando i visitatori e chiedendo il perché delle loro

richieste. Il delirio dell'oracolo era cioè solo parte di un processo di ricerca.

Anche oggi consultiamo oracoli, ma i nostri sono pochi e molto potenti. Le guide del tempio si sono trasformate in dati: numerosi, segreti, preziosi, costosi. Chi li possiede si arricchisce, chi li analizza può trovare risposte e fare predizioni sempre più accurate. Le predizioni, però, sono potenti solo se i dati si interrogano con le domande giuste.

I big data aiutano le aziende a scegliere chi è il candidato più adatto da assumere, alle *driverless cars* a decidere la propria rotta per evitare un incidente, ai contadini indiani a calcolare con esattezza il periodo della semina per aumentare il proprio rendimento. Ma in modo particolare stanno stravolgendo il campo sanitario. Qui l'oracolo vale 14,25 miliardi di dollari, ed è previsto salire a 68,75 miliardi entro il 2025, integrando informazioni ricavate dai motori di ricerca a tutto quello che può percepire un dispositivo indossabile, e cioè il nostro ritmo cardiaco, i livelli glicemici, quanto camminiamo, cosa mangiamo. Questi dati vengono poi integrati a informazioni ospedaliere, ottenute grazie a crescenti partnership tra sistemi sanitari e aziende private impegnate nello sviluppo di macchine potenti per l'analisi delle informazioni.

E così ora app per lo smartphone ogni giorno rendono più facile la vita di pazienti diabetici, controllandone i livelli glicemici in tempo reale. Sensori ingeribili aiutano i pazienti affetti da epatite C a tenere sotto controllo se stanno prendendo o meno le medicine. Orologi speciali diagnosticano ai proprietari condizioni a partire dall'apnea notturna, all'ipertensione, fino alle aritmie cardiache. Centri di comando digitali aiutano chirurghi a prendere decisioni veloci in casi di emergenza. Sta aumentando la popolarità di test genetici domestici che ci informano sulle malattie a cui siamo predisposti. E la medicina personalizzata promette di sviluppare farmaci adattati al singolo paziente.

Proprio negli ultimi giorni, l'algoritmo Medical Brain di Google, analizzando casi di 216,221 ricoveri e 114,003 pazienti (cioè più di 46 miliardi di dati) è riuscito a predire la morte di pazienti gravi ricoverati negli ospedali dell'University of California e dell'University of Chicago, con accuratezza rispettivamente del 95% e 93% contro l'86% dei metodi tradizionali. Nel caso di una paziente con cancro al seno in stadio avanzato, l'algoritmo di Google ha provato la sua efficacia integrando 175,649 dati sulla paziente e stimando con probabilità del 19,9% (contro il 9,3% dei metodi ospedalieri) che sarebbe morta in ospedale. La donna è morta in ospedale entro pochi giorni.

In Italia, simili servizi potrebbero essere introdotti come risultato della partnership tra il sistema sanitario e Ibm Watson: se l'accordo andasse in porto, l'intelligenza artificiale di Ibm avrebbe accesso al trattamento dei dati sanitari dei circa 61 milioni di cittadini italiani — al momento, però, il progetto è in stallo per incertezze legate alla

riservatezza e alla protezione della privacy dei cittadini. Il problema del trattamento dei dati è una questione spinosa: non sempre è chiaro come le aziende private si servano dei dati (ad esempio, se la nostra polizza assicurativa salirà alle stelle perché siamo geneticamente predisposti a qualche malattia). Talvolta non è neanche chiaro come le aziende si impossessino dei dati, come nel caso degli 1,6 milioni di dati di cittadini inglesi ottenuti da Google Deepmind senza avere prima ricevuto il consenso dei pazienti. E spesso le compagnie rimangono opache su come guadagneranno dall'utilizzo dei dati: proprio in questi giorni, sempre Google Deepmind è stata invitata dai suoi revisori indipendenti inglesi a rendere pubblico il suo modello di business. A quanto pare l'azienda (comprata da Google quattro anni fa per 400 milioni di sterline) non avrebbe ancora registrato entrate.

Di sicuro, però, in Italia sarà introdotto Radar Cns, un progetto europeo che terrà sotto controllo per uno o due anni un migliaio di persone con sclerosi multipla per elaborare un software capace di prevedere l'evoluzione della malattia. E l'app Cliccalneo, introdotta dopo un periodo di prova nel comune di Bergamo, promette già di diagnosticare tumori della cute semplicemente analizzando una foto scattata dal cellulare. Il fascicolo sanitario elettronico, poi, aiuta i cittadini a gestire direttamente le proprie informazioni cliniche. Cioè la medicina dei dati si apre ad un nuovo ruolo: oltre a curare, si impegna a prevenire e monitorare. Questo approccio modifica il concetto di paziente, che non si preoccupa più della propria salute una volta compromessa, ma la tiene sotto controllo per evitare che peggiori.

Con questa opportunità, però, arrivano altri rischi. Potremmo pensare che, se ci viene un tumore, forse è perché non ci siamo impegnati abbastanza a prevenirlo. Oppure potremmo riporre troppa fiducia nei mezzi di prevenzione, e una volta rassicurati che il nostro neo è sano per errore dell'app, potremmo rinunciare ad una costosa visita dal dermatologo che ci salverebbe la vita.

Secondo Donal O'Donoghue, direttore dei revisori indipendenti di Google Deepmind, è proprio per questo che il ruolo del medico non potrà assolutamente essere rimpiazzato. «Il ruolo cambia solo nel senso che invece che passare tempo a raccogliere informazioni sul paziente, il medico può focalizzare il tempo clinico su diagnosi e il trattamento». E Sabina Leonelli, professoressa all'Università di Exeter e leader nella ricerca sull'etica dei dati, aggiunge che «non solo questo sistema richiede ancora di più l'assistenza di medici con un training apposito per interpretare i dati, ma i medici dovranno essere affiancati da *data scientist* che interpretino le risorse disponibili». Più dati, cioè, significa più persone. Suona quindi preoccupante il drastico calo di medici italiani in corsia, con 47 mila specialisti che andranno in pensione entro il 2028 e che non saranno interamente rimpiazzati.

Il problema è che i big data, da sé, non parlano. E se si lasciano parlare a vanvera, dicono scemenze. È proprio per questo che investire nei big data è semplice ma usarli è difficile. C'è bisogno di talento — cioè di persone che sappiano porre le domande giuste. Leonelli sottolinea che «quando si formano questi grandi database c'è la tentazione di pensare che abbiamo tutte le informazioni di cui abbiamo bisogno. E questo è molto problematico».

Un caso esemplare di fallimento nell'interpretazione dei dati risale a dieci anni fa, quando Google si lanciò nel programma ambizioso dei Trend Influenzali. La compagnia prometteva di monitorare in tempo reale la diffusione dell'influenza secondo l'assunzione che, se quando ci ammaliamo ci mettiamo a cercare i nostri sintomi su Google, allora sarebbe possibile descrivere l'espansione tracciando alcune parole chiave nel motore di ricerca. Un'idea brillante, che però fallì in modo spettacolare, sovrastimando di ol-

tre il 50% la presenza influenzale nelle stagioni invernali del 2011 e 2012. Il progetto non fallì per colpa dei big data. Fallì per la troppa fiducia che ripose nei numeri senza interrogarli. Ad esempio, Google non si chiese come fossero cambiate le modalità di ricerca dei suoi utenti dopo l'inserimento della funzione di ricerca "suggerita". Così come non tenne conto del fatto che alcuni termini associabili all'influenza (per dire, gli starnuti e il mal di gola) saltano fuori per altre ragioni in alcuni periodi dell'anno (per dire, nella stagione dei pollini).

Il team cioè non tenne conto dell'aspetto qualitativo del perché e del come di certi risultati, ma si affidò a quello quantitativo del quanto e del che cosa. E allora, tornando all'antica Grecia, dobbiamo ricordarci che anche in un mondo di big data l'uomo rimane oracolo. Semplicemente affiancato da miliardi di guide del tempo.

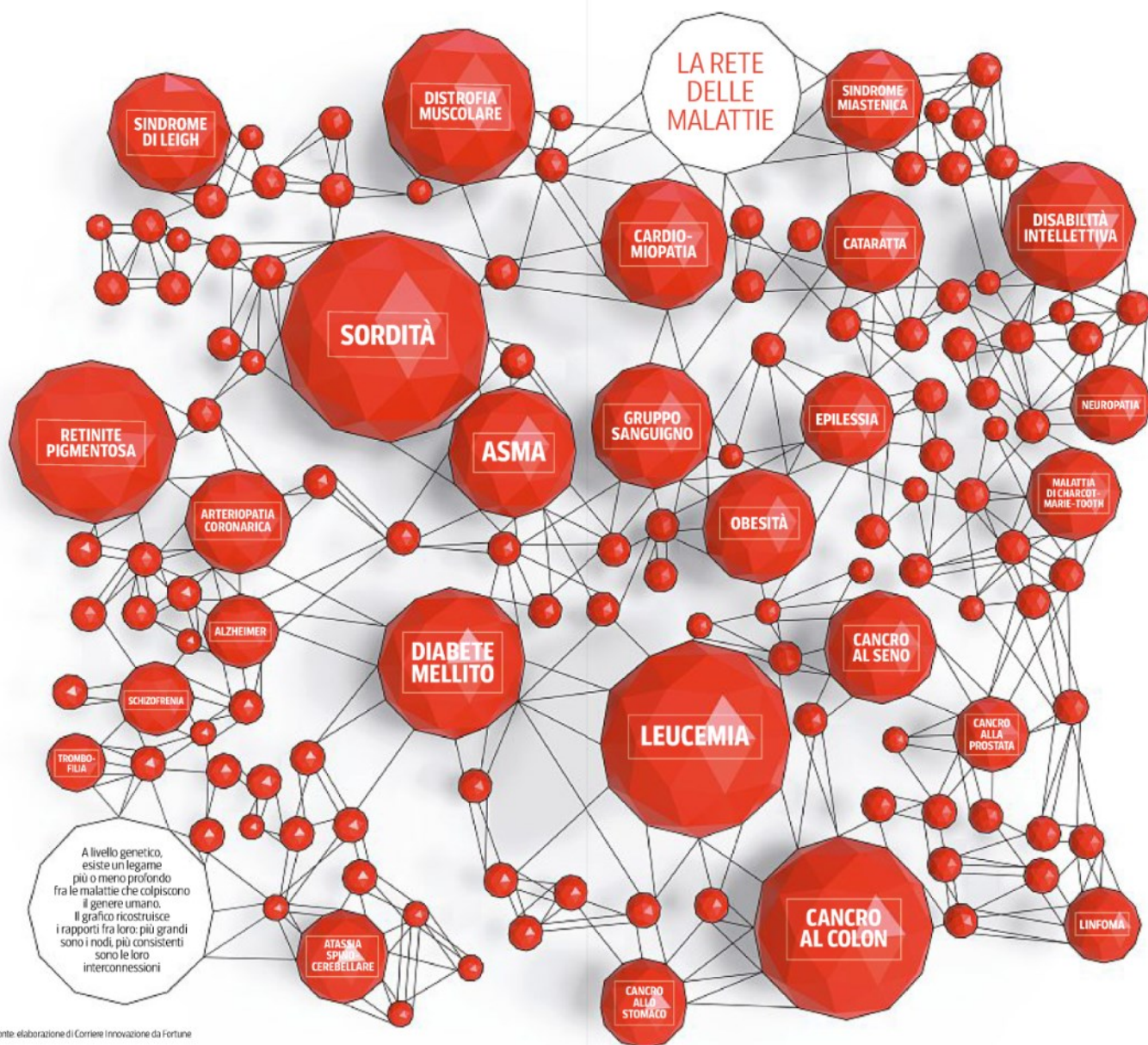
*\*Repoter presso la Bbc Radio*

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**In Italia un migliaio di persone con sclerosi multipla verrà osservato per poter elaborare un software che delinea l'iter della malattia**

**La medicina dei dati si apre ad un nuovo ruolo: oltre a curare, si impegna a prevenire e a monitorare la salute dei pazienti**

**Google ha provato a tracciare il propagarsi dell'influenza seguendo le ricerche online degli utenti, ma è stato un fallimento**



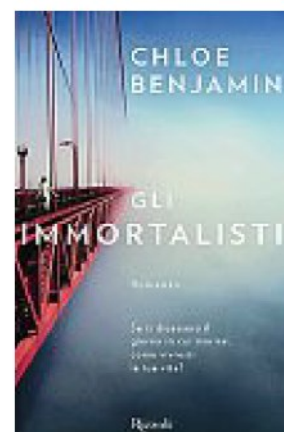
Fonte: elaborazione di Corriere Innoazione da Fortune



**Battuto dall'«Ai»**  
 La macchina vince sull'uomo: AlphaGo ha battuto 4 a 1 il campione mondiale di Go, il sudcoreano Lee Sedol (36 anni)



**Watson**  
 È un sistema computerizzato in grado di rispondere a domande nel linguaggio naturale, è un progetto di Ibm



**Il romanzo**  
 Anche la narrativa ha colto il trend: negli Usa Gli immortalisti di Chloe Benjamin (edito in Italia da Rizzoli) è best seller

## Il direttore di ComoNext

# «Creiamo una rete per i parchi scientifici»

di **BARBARA MILLUCCI**

**F**are sistema nell'Industria 4.0. La prima rete di fabbriche di ultima generazione la sta realizzando ComoNext, il Parco scientifico e tecnologico di Lomazzo (Co), nato all'interno di un ex cotonificio dell'800, che ha deciso di unire le forze insieme ad altri cinque hub innovativi d'Italia: Cariplo Factory, Area Science Park di Udine, Polo della Meccatronica di Rovereto, Liuc di Castellanza (Varese) e 012 Factory di Caserta.

L'obiettivo è «creare il primo modello di fabbrica diffusa in Europa attraverso lo sviluppo di un progetto aperto che consenta a soggetti diversi di condividere energie e investimenti, per creare nuclei industriali di nuova generazione arrivando a coprire tutte le aree tecnologiche del piano lanciato dal governo», spiega Stefano Soliano, direttore generale di ComoNext. Come in una vera Fabbrica 4.0, le singole aree e isole produttive saranno distribuite in diverse città ma strettamente correlate tra loro. A Lomazzo, in particolare, «siamo in trattativa per acquistare ulteriori settemila metri quadrati che permetteranno al Digital Innovation Hub di ampliare gli spazi (dagli attuali 14 mila) e ospitare nuove start up che intendono svi-

luppare il proprio business e accelerare la trasformazione digitale». Il nuovo polo ospiterà uffici e laboratori all'interno con una logica di contaminazione 4.0 in grado di connettere architettura industriale e infrastrutture altamente tecnologiche. «Siamo interessati ad attirare le imprese mettendo a fattor comune l'innovazione», aggiunge Soliano.

Il distretto ospita 125 aziende, di cui 30 start up. «Il nostro è un hub generalista, dove trova casa la contaminazione di saperi e conoscenze. Non c'è alcuna specificità. Si lavora per favorire lo sviluppo competitivo del nostro Paese. Mettiamo a disposizione delle imprese innovative le energie che provengono dal mondo universitario e della ricerca». Un modello evoluto di *open innovation*. «Lavoriamo con importanti Pmi del territorio, terzisti, aziende dei settori moda, meccanica e legno-arredo che a loro volta lavorano per grandi marchi. E che devono essere capaci di competere su mercati ad alto tasso di innovazione». Cassa depositi e prestiti per la prima volta ha deciso di investire su ComoNext facendo confluire qui i propri investimenti. Mentre è prevista a breve l'apertura del capitale a terzi.

«Saranno famiglie importanti di investitori privati e fondi» conclude il direttore generale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



### Chi è

Stefano Soliano, 58 anni, dal maggio 2016 è il direttore del Parco scientifico tecnologico che ha sede a Lomazzo, in provincia di Como

# Cdp: Mef e fondazioni si aumentano la cedola Nomine il 13 luglio

## PARTECIPATE

**Alzato il payout dal 59 al 61 per cento. Dividendo da 1,11 miliardi per lo Stato**

**Laura Serafini**

Per ora nulla di fatto sulle nomine della Cassa depositi e prestiti. L'appuntamento è rinviato a venerdì 13 luglio, sperando che almeno tra quindici giorni si sia trovata una forma di consenso sulla figura dell'ad e degli altri cinque consiglieri che deve esprimere il ministero dell'Economia. Il dato certo al momento è che l'attività della Cdp è ormai praticamente ferma da almeno due mesi e di questo passo non si rimetterà in moto prima di settembre.

Nel frattempo, però, ieri il ministero di via XX Settembre e le fondazioni bancarie, azioniste con il 16,3 per cento del capitale, si sono trovate pienamente d'accordo sull'opportunità di aumentare l'assegno che entrambi ricevono dalla Cdp.

L'assemblea convocata ha approvato il bilancio e contestualmente ha deciso di aumentare il payout della Cassa depositi e prestiti, che è così salito dal 59,3 al 61,05 per cento. La società tuttora guidata da Fabio Gallia ha chiuso l'esercizio 2017 con un utile netto di 2,203 miliardi di euro rispetto a 1,6 miliardi del 2016. Il payout deliberato ieri ha determinato una cedola complessiva di 1,345 miliardi, di cui 1,113 miliardi andranno alla ministero dell'Economia e 232 milioni alle fondazioni bancarie. L'aumento della base di utile da distribuire ha determinato l'assegnazione di ulteriori 39 milioni di euro ai soci, di cui 32,2 milioni allo Stato e 6,8 milioni alle fondazioni.

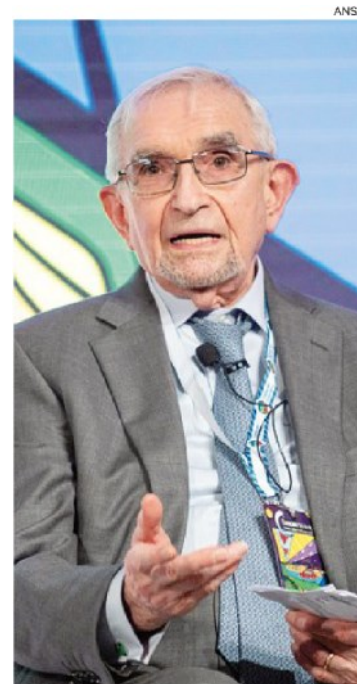
La ragione per la quale è stato deciso un incremento del payout non è stata resa pubblica (in verità non è stato reso noto neanche il fatto che

era stata cambiata la dividend policy rispetto al 2017), ma non è del tutto da escludere che questo abbia in qualche modo a che vedere con il complessivo tavolo negoziale sulle nomine. Gli enti di origine bancaria raccolti nell'Acri lo scorso 20 giugno avevano provveduto a designare i propri consiglieri, tra cui il presidente Massimo Tononi, Matteo Melley e Alessandra Ruzzu. A loro spetta però un potere di gradimento sulla rosa dei 6 nomi incluso l'ad che dovrà esprimere l'azionista pubblico. Il presidente di Acri, Giuseppe Guzzetti, delegato a esprimere il gradimento a nome delle fondazioni, apprezzerrebbe la figura di Dario Scannapieco (vicepresidente Bei) come ad. Bisogna vedere cosa deciderà la politica: sicuramente l'aver ricevuto una cedola più alta delle attese qualche soddisfazione agli azionisti privati l'ha già data. «Le fondazioni che rappresentano il 16 per cento del capitale hanno fatto le loro scelte. Speriamo che l'altro azionista decida presto», ha commentato ieri il presidente della fondazione Crt, Giovanni Quaglia.

In realtà il rinvio sulla Cdp non sarebbe tanto da ricondurre a un disaccordo sui nomi da proporre per il vertice (per quanto ci sarebbe una competizione molto serrata anche per aggiudicarsi i 5 posti in cda), ma al fatto che Lega e M5S stanno cercando di trovare la quadra di un equilibrio politico (per non chiamarlo spartizione) anche con altre caselle da riempire, come i vertici di Rai e di Ferrovie e la nomina del dg del ministero dell'Economia.

Sempre ieri l'assemblea, in sede straordinaria, ha approvato la proposta di modifica dello Statuto relativa all'ampliamento delle modalità di intervento di Cassa depositi e prestiti nelle operazioni di finanziamento svolte in qualità di Istituzione Finanziaria per la Cooperazione allo Sviluppo (Ifcs).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Fondazioni.** Giuseppe Guzzetti presidente dell'Acri

