

Rassegna del 29/07/2019

Sole 24 Ore	1	La truffa online vi chiama due volte - L'inganno in rete vi chiama due volte	Meazza Mauro	1
Italia Oggi Sette	5	Truffe online, abbocca il 53%	Longo Antonio	2
Italia Oggi Sette	4	Recensioni ai raggi X dei gestori	Ciccia Messina Antonio	4
Sole 24 Ore - Norme e Tributi	20	Per i furbetti delitto con sanzioni aggravate - Per i truffatori delle vendite online scatta il reato con sanzioni aggravate	Pascasi Selene	6
Stampa Tuttosoldi	19	Furti d'identità, le truffe salgono a 135 milioni Più colpiti gli anziani, ecco come difendersi	Riccio Sandra	8
Giornale Controcorrente	17	Ora si assicura anche il profilo social - Prima della casa proteggiamo le password	Sorbi Maria	10
L'Economia del Corriere della Sera	26	Quante App per la spesa in digitale	Petruciani Gabriele	14
Repubblica Affari&Finanza	18	Addio carta di credito, adesso si paga con l'orologio: il boom dei wearable - Addio carta di credito ora si paga con l'orologio	Vercesi Francesca	16
Sole 24 Ore	3	L'editoriale - I limiti al contante e il messaggio che serve - I limiti al contante e la svolta che serve	Padula Salvatore	18
L'Economia del Corriere della Sera	27	Satispay oltre confine. E scalda i motori su investimenti e Rc auto	Ga.Pe.	20
L'Economia del Corriere della Sera	26	Hype per un risparmio più «smart»	Ga.Pe.	21
L'Economia del Corriere della Sera	27	N26 sull'onda dei Centennial	Ga.Pe.	22
L'Economia del Corriere della Sera	26	Yap si fa largo con i «bonus»	Ga.Pe.	23
L'Economia del Corriere della Sera	29	La «rivoluzione» di Assia (eToro), che apre a Libra	Bagnoli Roberto	24
L'Economia del Corriere della Sera	14	Eresie digitali - Regole per Fb? Zuckerberg gioca d'anticipo	Segantini Edoardo	25
Repubblica Affari&Finanza	8	Il commento - Tasse e privacy al digitale servono regole	Boccardelli Paolo	26
L'Economia del Corriere della Sera	6	Il punto - L'inefficacia delle multe per i big tech	Manca Daniele	27
Sole 24 Ore - Norme e Tributi	15	Start up, le misure per sostenere le nuove aperture - Cumulo di bonus e deduzioni per la nascita della start up	Sbaraglia Gianpaolo - Sepio Gabriele	28
L'Economia del Corriere della Sera	15	Metropolis - Il vestito ha campo e il chirurgo è un microbot	Pellecchia Cristina	30
Foglio Inserto	3	Ritardo digitale	Marchesano Mariarosaria	31
L'Economia del Corriere della Sera	19	«Senza grandi aziende né ricerca né classe dirigente»	Bocconi Sergio	32
Repubblica Affari&Finanza	15	Intervista a Neil Yang - Oppo: "Con il 6G l'Intelligenza artificiale sarà nello smartphone"	Assanta Ernesto	35
Messaggero	19	In arrivo sulla Terra l'internet spaziale	Malfetano Francesco	37
Repubblica Affari&Finanza	14	Netflix, Dazn e gli altri: esplose il taffico sulla rete di Tim	Piana Luca	39
L'Economia del Corriere della Sera TrovoLavoro	9	Marketing & Agenti sportivi l'uso dei big data	Savelli Fabio	42
Italia Oggi Sette	46	Monti al vertice di Triboo	...	44

LA TRUFFA ONLINE VI CHIAMA DUE VOLTE

AGGUATI ELETTRONICI

L'INGANNO IN RETE VI CHIAMA DUE VOLTE

di **Mauro Meazza**

Il leggendario Charles Ponzi, inventore dello schema truffaldino che ancora oggi porta il suo cognome, può essere invidioso dei suoi epigoni: web, criptovalute, e-commerce spalancano oggi prospettive che nel 1920 non si potevano immaginare.

Mini-catalogo non aggiornato (perché il binomio tecnologia-fantasia dà ai truffatori sempre nuovi orizzonti): potreste trovare un sito che vi offre smartphone a pochi euro; ricevere telefonate che invitano a investire promettendo rendimenti a due cifre; acquistare appartamenti da chi non li possiede.

Naturalmente, gli smartphone a prezzi irrisori non esistono, gli investimenti miracolosi si trovano solo nel campo dei miracoli di Pinocchio, e l'appartamento che vi hanno mostrato (e per il quale avete magari pagato una caparra o dato un anticipo) appartiene a tutt'altra persona.

La buona notizia, come riferiamo nel servizio qui accanto, è che anche i giudici stanno affinando le tecniche di contrasto: la vendita truffaldina (aggiornamento tecnologico del famigerato videoregistratore = mattone che anni fa cercavano di rifilarci all'autogrill) viene perseguita con fattispecie di reato più severe; a Milano il dipartimento «Frodi, tutela dei consumatori e reati informatici», coordinato da Eugenio Fusco, ha individuato nel reato di autoriciclaggio (articolo 648 ter 1 del Codice penale) un deterrente più efficace per chi cerca di vendere case non sue o polizze di assicurazione finte. Lo stesso Fusco, insieme al collega Luigi Furno, sarà ospite sabato prossimo della prima puntata del Serpente Corallo, il programma estivo di Radio 24 dedicato - con tono semiserio - alle truffe finanziarie.

Il punto critico sul quale hanno fatto e fanno leva i malintenzionati

è stato spesso l'esiguità delle pene comminate. Che ha consentito, se non l'impunità, almeno un certo agio ai truffatori. Mentre il ricorso ad altre fattispecie di reato consente sia mezzi di indagine più penetranti sia sanzioni più severe.

Non che questo basti per stare più tranquilli: da ultimo, i Serpenti Corallo hanno scoperto la possibilità di abbindolare vendendo Libra, la criptovaluta annunciata da Facebook che ancora non esiste e che neppure si sa se esisterà un giorno. Ma già esistono siti che invitano a inviare denaro sostenendo di vendere Libra (si veda da ultimo il servizio su Plus24, sabato scorso). Più una clepto-valuta che una cripto-valuta...

E c'è anche una ulteriore frontiera, tentata da ultimo proprio con chi scrive: la truffa al deluso / truffato. Funziona più o meno così: una telefonata sul cellulare (ma come ottengono il numero? Mistero) durante la quale una voce dal marcato accento straniero chiede se avete subito una perdita nei vostri investimenti di recente, o addirittura una truffa. Venendo da un 2018 in cui pressoché tutte le categorie di asset hanno conosciuto perdite, è probabile che rispondiate di sì. Quindi vi presentano la splendida opportunità: basta affidarsi a uno studio legale con sede all'estero (Londra, spesso), che non ha però un sito ma forse una pagina Facebook, che per un modico compenso (il «modico» dipende da quanto dite di avere perduto) può farvi rientrare dalla perdita. Io ho riagganciato. E sabato accendo la radio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

DA SABATO 3 AGOSTO



Ritorna «Il Serpente Corallo»

Da sabato 3 agosto, su Radio 24, torna alle ore 9 «Il Serpente Corallo», trasmissione semiseria dedicata alle truffe e ai raggiri ai risparmiatori. In replica domenica alle 15, a qualsiasi ora in podcast sul sito e dalla app.

www.radio24.it



Le conclusioni di una ricerca Sophos sulla cybersecurity: phishing in cima tra le minacce

Truffe online, abbocca il 53%

In Italia le imprese anti-hacker crescono oltre il 300%

Pagina a cura
DI ANTONIO LONGO

Il 53% delle aziende vittime di cyberattacchi si è fatto ingannare da e-mail di phishing, ossia la «truffa» basata su un messaggio che, proveniente in apparenza da una fonte affidabile e attendibile, riesce a carpire informazioni personali e sensibili nonché credenziali e password di accesso a sistemi informatici. Nel 30% dei cyberattacchi, invece, la vittima ha subito le conseguenze del ransomware, ossia la richiesta di pagare una somma di denaro, quindi un vero e proprio «riscatto», per sbloccare il dispositivo o il sistema attaccato da un virus. Il 41% dei bersagli degli attacchi è stato costretto a fare i conti con un data breach, quindi con la distruzione, la modifica o l'illegittima diffusione di dati personali. Sono questi gli scenari delineati dalla ricerca «Il puzzle impossibile della cybersecurity», condotta dalla società Sophos e che ha coinvolto 3.100 IT decision maker appartenenti ad aziende di medie dimensioni (tra 100 e 5 mila dipendenti) dislocate in dodici Paesi: Stati Uniti, Canada, Messico, Colombia, Brasile, Regno Unito, Francia, Germania, Australia, Giappone, India e Sud Africa. Giorno dopo giorno, sono in continuo aumento le sempre più insidiose minacce informatiche per le imprese, costrette a districarsi tra mancanza di competenze in materia di sicurezza, budget ristretti e tecnologia non sempre aggiornata.

Hacker sempre più pericolosi. Il report evidenzia come le tecniche di attacco siano estremamente diversificate. Spesso vengono colpiti più livelli della sicurezza aziendale. Al cospetto di tale panorama, aumentano, in maniera esponenziale, le difficoltà nella difesa delle reti. E così, un IT manager su 5 non è in grado di identificare esattamente l'origine dell'attacco. La varietà e la continua evoluzione delle minacce, inevitabilmente, comportano che nessuna strategia difensiva sia del tutto inattac-

cabile. L'indagine ha individuato le tre minacce informatiche più dannose secondo gli IT manager: il 75% degli intervistati ha indicato exploit del software (errori nel processo di sviluppo di un software che producono falle nel sistema di sicurezza), le vulnerabilità non patchate (quindi non risolte attraverso specifiche componenti di un software) e/o le minacce zero-day (particolari vulnerabilità non espressamente conosciute dallo sviluppatore del software), il 50% il phishing mentre solo il 16% ha citato gli attacchi alla supply chain come il rischio maggiore. Secondo il report, la poca rilevanza attribuita ai rischi legati alla supply chain, quindi alla gestione della filiera aziendale che richiede il coordinamento tra fornitori, clienti e distribuzione, rappresenta un dato allarmante in quanto, sottovalutando tale aspetto, l'esposizione al pericolo aumenta sensibilmente.

Alla ricerca di competenze adeguate. Secondo gli esiti della ricerca, i responsabili IT hanno sottolineato che il 26% del tempo del loro team viene dedicato esclusivamente alla gestione della sicurezza. Altro dato dolente: la formazione e le competenze delle risorse umane: l'86% degli intervistati concorda sul fatto che le competenze in materia di sicurezza andrebbero migliorate mentre l'80% auspica un team con maggiori competenze specifiche al fine di rilevare, investigare e rispondere agli incidenti di sicurezza. Anche il reclutamento di nuovi talenti costituisce un problema di non poco conto, per cui il 79% degli intervistati afferma che individuare questa tipologia di risorse sia una sfida molto complessa. Per quanto riguarda il budget da allocare per l'IT security, il 66% ha dichiarato che è inferiore a quello realmente necessario. La mancanza di aggiornamento degli asset tecnologici è un altro aspetto problematico secondo il 75% degli intervistati. «Essere all'avanguardia rispetto alle minacce richiede competenze specifiche, ma gli IT manager spesso hanno difficoltà a individuare le figure

adatte o non hanno a disposizione un sistema di sicurezza adeguato che permetta loro di rispondere rapidamente ed efficientemente agli attacchi», osserva Chester Wisniewski, principal research scientist di Sophos, «adottando un sistema di sicurezza con prodotti che lavorano insieme per condividere le informazioni e reagire automaticamente alle minacce, le aziende potranno prevenire gli attacchi anziché tentare di rimediare: la presenza di un sistema di sicurezza consente di mitigare il divario di competenze che i responsabili IT si trovano ad affrontare».

Crescono in Italia le imprese anti-hacker. Tra la fine del 2017 e i primi tre mesi del 2019 le imprese italiane che offrono servizi nel campo della sicurezza informatica o della cybersecurity sono aumentate di oltre il 300%, passando da poco meno di 700 a oltre 2.800 unità. A rilevare tale crescita è la ricerca condotta da Unioncamere - InfoCamere, basata sui dati del Registro delle imprese delle Camere di commercio. In molti casi, non si tratta soltanto di nuove aziende che si affacciano sul mercato ma anche di realtà esistenti che, negli ultimi 18 mesi, hanno fatto ingresso nel comparto, rivedendo la descrizione della propria attività prevalente, al cospetto di una digitalizzazione sempre più diffusa che comporta, però, notevoli e crescenti rischi per la sicurezza e per la privacy.

La geografia della cyber sicurezza. L'indagine sottolinea che, nonostante la percezione dei rischi legati ai crimini informatici sia in Italia ancora molto bassa, insieme all'aumento del numero degli operatori si è registrato un aumento, ancora più marcato, nel numero degli addetti, quadruplicati, nello stesso periodo, e passati da 5.600 a 23.300 unità, corrispondenti ad una media di 8 addetti per azienda. Dal punto di vista della dislocazione territoriale, la concentrazione più elevata di aziende impegnate nella sicurezza digitale si rileva nel Lazio, con 634 imprese



(il 23% del totale). Sempre il Lazio si colloca al vertice della classifica della crescita assoluta del periodo, con 468 imprese in più tra 2017 e marzo 2019, ossia il 22% dell'intero saldo nazionale. A seguire, in entrambe le classifiche, si piazza la Lombardia, con 492 imprese residenti alla fine di marzo e un aumento di 371 aziende dal 2017. La classifica prosegue con Campania (+214 aziende), Puglia (+157 aziende) e Sicilia (+152 aziende), regioni che si distinguono, nel periodo considerato, per l'attenzione rivolta al tema della sicurezza informatica e del contrasto al cyber-crime. Per quanto concerne le risorse umane, le imprese che hanno creato più opportunità di lavoro sono localizzate in Lombardia, Lazio e Trentino-Alto Adige che, con i loro 13.909 addetti, rappresentano il 60% di tutto il settore. La Campania, al quinto posto in questa particolare classifica, è la prima tra le regioni del Mezzogiorno con 1.153 addetti e il 4,9% del totale.

I dati di bilancio. Il report analizza anche le performance finanziarie delle società impegnate nel settore. Analizzando i bilanci delle 562 imprese del comparto, costituite nella forma di società di capitale e che hanno presentato il bilancio negli ultimi tre anni (il 38% del totale), si rileva che nel 2017 il valore della produzione è stato di quasi 2 miliardi di euro, in crescita del 10,6% rispetto a quello realizzato dalle stesse imprese nel 2015. In media, ciò equivale ad un valore della produzione di circa 2,4 milioni di euro pro-capite per le aziende della cyber-security che operano lungo lo Stivale. Con il 42,5% del totale (835 milioni di euro), è la Lombardia la regione leader per fatturato realizzato dalle imprese del comparto. Al secondo posto si colloca il Lazio con 307 milioni di euro, sul gradino più basso del podio si trova l'Emilia-Romagna (233 milioni di euro).

—© Riproduzione riservata—

Così regione per regione

Sicurezza* informatica

Distribuzione regionale delle imprese al 31 marzo 2019 e confronto con il 2017

Regione	31 marzo 2019	30 settembre 2017	Saldo nel periodo
ABRUZZO	73	9	64
BASILICATA	36	9	27
CALABRIA	89	20	69
CAMPANIA	281	67	214
EMILIA-ROMAGNA	139	34	105
FRIULI-VENEZIA GIULIA	24	4	20
LAZIO	634	166	468
LIGURIA	42	9	33
LOMBARDIA	492	121	371
MARCHE	48	11	37
MOLISE	14	3	11
PIEMONTE	117	24	93
PUGLIA	196	39	157
SARDEGNA	77	19	58
SICILIA	212	60	152
TOSCANA	112	37	75
TRENTINO-ALTO ADIGE	20	5	15
UMBRIA	16	4	12
VALLE D'AOSTA	7	2	5
VENETO	179	48	131
ITALIA	2.808	691	2.117

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

* Imprese che descrivono la propria attività utilizzando le espressioni «sicurezza informatica» e/o «cyber security».

Multa salata dal Consiglio di stato, a tutela di ristoratori e albergatori dai commenti fasulli

Recensioni ai raggi X dei gestori

La piattaforma web deve garantire il controllo sulle fonti

Pagina a cura
di ANTONIO CICCIA
MESSINA

Chi promette di controllare le recensioni su ristoranti e alberghi, deve mantenere la parola. Inoltre il diritto di replica del titolare del locale deve essere effettivo e la risposta deve contare almeno quanto la recensione, azzerando o attenuando il post negativo. Sono questi due passaggi decisivi della sentenza del Consiglio di stato (n. 4976, pubblicata il 15 luglio 2019), che ha confermato una sanzione pecuniaria a carico di TripAdvisor, nota piattaforma di recensioni su locali di ristorazione e alberghieri, diffusa a livello planetario e, quindi, punto di riferimento nella scelta del consumatore. Le recensioni pesano tantissimo e determinano la buona fama. A fronte di alcune contestazioni l'Autorità Garante delle comunicazioni ha aperto un'istruttoria e ha scoperto alcune anomalie.

Non sempre le recensioni sono veritiere e talvolta non esiste nemmeno l'autore della recensione. Che cosa è emerso dalle verifiche? Per esempio svariati utenti avevano rilasciato recensioni per strutture che presentavano ancora un profilo «aperto», pur non essendo più attive sul mercato. Come è possibile andare a mangiare in un ristorante che ha le serrande abbassate?

Altre opinioni pubblicate in rete riguardavano locali inesistenti (nel gergo «profili») di evidente fantasia.

Altre recensioni, ancora, si è riscontrato erano riferite a un periodo in cui la struttura interessata era stata chiusa.

Come reagire di fronte a situazioni di questo tipo, statisticamente rilevanti, sinonimo di un sistema che presenta

falle?

Un primo tipo di reazione è la sanzione: il sistema giuridico deve poter lanciare il messaggio della responsabilizzazione.

In sostanza, si parte dalla constatazione che le piattaforme delle recensioni sono servizi di informazione in rete offerte da imprese lucrative.

E tra l'altro l'utile non dipende dalla qualità delle recensioni, ma dalla quantità delle recensioni e dal numero di volte in cui si legge una data informazione.

Da qui la constatazione che la recensione fasulla deve essere un pezzo del rischio d'impresa e deve essere «pagata» anche dall'imprenditore: e questo sia nel sistema della responsabilità privata (il risarcimento del danno), sia nel sistema della responsabilità pubblica (sanzioni amministrative dell'autorità amministrativa deputata al controllo del settore).

E la piattaforma delle recensioni non può tanto difendersi protestando l'impossibilità di controlli quando le recensioni raggiungono numeri giganteschi.

Si potrebbe chiamare «colpa in assunzione»: chi si assume un onere diventa responsabile per il mancato assolvimento.

La sentenza citata ha anche accertato che i ristoratori, albergatori e in genere i rappresentanti ufficiali delle strutture hanno la facoltà di replicare alle recensioni pubblicate dagli utenti: sì certo, ma è una replica dimezzata perché viene pubblicata dopo qualche giorno e sotto la relativa precedente recensione oggetto di replica, e soprattutto senza avere, comunque, una diretta incidenza nell'indice di popolarità. In sostanza il dito è stato puntato sulla

inadeguatezza del sistema di controllo praticato dal titolare della piattaforma internet rispetto all'esigenza di compiere adeguate verifiche: poco personale (nella sentenza si legge che c'erano solo cinque dipendenti nel gruppo di investigazione per l'Europa, di cui solo uno a conoscenza dell'italiano); poche barriere tecnologiche alle false recensioni. A questo proposito la sentenza descrive una eccessiva facilità di registrazione degli utenti, dovuta all'assenza di controlli «captcha» (per verificare che la recensione sia caricata da un umano, anziché da un robot) e alla possibilità per l'interessato di rilasciare una recensione anche mediante pseudonimo («nickname»).

Tutto ciò compromette la verità delle recensioni, ma è utile a un obiettivo economico: scrive il Consiglio di stato che ciò permette un aumento delle stesse recensioni che risulta funzionale al sistema di remunerazione dell'attività del professionista.

Il risultato è la possibilità di diffusione di informazioni ingannevoli sulle fonti delle recensioni pubblicate, idonea a influenzare le determinazioni di un'ampia platea di consumatori, i quali, affidandosi all'asserito carattere genuino e autentico delle recensioni stesse, orientano le proprie preferenze. Né la facoltà di replica concessa ad albergatori e ristoratori può cambiare il giudizio, data la sua mera natura informativa e la sua inefficacia sull'indice di popolarità che classifica le strutture stesse. Al contrario, conclude la sentenza, il consumatore medio deve essere messo in condizione di autodeterminarsi sin dal primo contatto pubblicitario.

—© Riproduzione riservata—



Dalla rimozione al danno: le vie per tutelarsi

Nel caso di recensioni inveritiere pubblicate su internet si può chiedere al giudice la rimozione. A parte la segnalazione all'Agcom, si può tentare una via per ottenere un risultato immediato e anche un risarcimento. Ma non è una strada in discesa. Un ristoratore, un albergatore e in genere un imprenditore commerciale puntano sulla buona reputazione per accrescere e mantenere il loro giro d'affari. Il problema è difendersi da notizie che abbassano il gradimento presso i possibili clienti. Fermo restando che la tutela non può che avere a oggetto la eliminazione di contenuti offensivi, l'imprenditore potrà avere le armi spuntate nei confronti dei recensori, di chi carica il post sul sito: questo per la oggettiva difficoltà di individuare la persona fisica, nascosta dietro appellativi di fantasia e pseudonimi. Ovviamente in caso di identificazione l'autore della recensione illecita ne risponderà personalmente. A dire il vero analoga difficoltà potrà incontrarsi, talvolta, nel rintracciare il titolare/gestore del sito. In ogni caso, con riferimento a quest'ultimo, bisogna valutare se si è limitato a fare da mero intermediario o se invece è intervenuto nella diffusione delle notizie. Se si riscontrano gli elementi di una elaborazione da parte del sito, l'azione giudiziaria, anche con la procedura d'urgenza, potrà essere rivolta contro il titolare del sito. Bisogna considerare, a questo proposito, se il sito si limiti a ospitare i commenti altrui, oppure se li avvalori e ne rafforzi l'affidabilità. Indice di responsabilità del sito è il fatto che lo stesso si autodichiari fonte di informazione qualificata e affidabile. Va aggiunto che albergatore e/o ristoratore hanno il diritto a essere risarciti del danno provocato dalla diffusione di notizie denigratorie, sia per il danno patrimoniale sia per il danno non patrimoniale, anche se non è facile dimostrare in concreto l'esatto ammontare, che però potrà essere liquidato dal giudice in via equitativa. Per l'imprenditore gli adempimenti, dunque, sono i seguenti: richiedere al sito la rimozione della recensione offensiva; promuovere un'azione in via d'urgenza per la rimozione su ordine del giudice; promuovere un'azione di risarcimento del danno. Per il gestore del sito si pone la necessità di verificare che tipo di vigilanza effettuare sulle recensioni. D'altra parte abbandonare il sito a contenuti per scelta esenti da alcun filtro potrebbe diminuire l'autorevolezza del sito stesso.

—© Riproduzione riservata—

STRETTA DEI GIUDICI

**Per i furbetti
delitto
con sanzioni
aggravate**

**Pene più pesanti se si prova
l'abuso di posizione
dominante del venditore.**

Pascasi — a pagina 20

Per i truffatori delle vendite online scatta il reato con sanzioni aggravate

DIRITTO PENALE

Condanna più pesante perché la difesa è ridotta dalla distanza con il bene

Per l'inasprimento va provato l'abuso di posizione dominante del venditore

Selene Pascasi

Il mercato globale, ampliando la piazza degli incontri domanda-offerta, permette di acquistare online servizi e prodotti a costi ridotti ma, inevitabilmente, porta con sé rischi per chi si affida alla rete senza prestare la massima attenzione. L'e-commerce diventa così, per gli utenti meno prudenti, terreno fertile per insidie e trabocchetti. Si moltiplicano, infatti, i processi a carico di quei venditori che, schermandosi dietro a un pc, intascano soldi senza offrire niente in cambio o consegnando merce di qualità inferiore a quella acquistata. E se in alcuni casi si tratta di semplice frode contrattuale, quindi di un inadempimento civile, nella gran parte delle ipotesi si è vittime di vere e proprie truffe punite dall'articolo 640 del Codice penale.

Ma quando scatta il reato? A chiarirlo sono i giudici, sempre più orientati verso una stretta punitiva del fenomeno e verso una maggiore tutela del consumatore inesperto.

Le pronunce emesse in materia non lasciano spazio a dubbi: è truffa, e non insolvenza fraudo-

lenta, quella commessa da chi, intenzionato fin dall'inizio a non tener fede ai suoi impegni (Corte d'appello di Cagliari, 87/2019) usi raggiri o artifici per trattenere la merce o rendersi irreperibile (Cassazione, 18821/2017) e sfuggire al rimborso del denaro.

Basti pensare alle vendite di auto da parte di privati registrati con nome fittizio o da parte di concessionarie fantasma che, incassato un prezzo "civetta", temporeggiano - rassicurando sulla disponibilità del mezzo e inviando all'acquirente carteggi che attestano l'apparente avvenuto passaggio di proprietà - per poi svanire nel nulla (Tribunale di Genova, 1652/2018).

Le sanzioni, però, non sono trascurabili e la condanna sarà più pesante, perché aggravata dalla minorata difesa, se si prova (Cassazione, 40045/2018) che il venditore ha sfruttato la distanza tra il cliente e il bene per sabotare il controllo preventivo di qualità (Tribunale di Pescara, 1574/2018). L'inasprimento di pena, tuttavia, non è automatico ma si ha solo se si dimostra il consapevole abuso della posizione di vantaggio (Cassazione, 17937/2017). Esclusa a priori, invece, la non punibilità per particolare tenuità del fatto (Cassazione, 9318/2019).

Le pronunce dei giudici aiutano anche a individuare il momento in cui si consuma la truffa online: se si paga con un accredito su una carta ricaricabile intestata al venditore, il reato si configura con la ricarica perché è allora che il patrimonio del cliente

diminuisce e che il venditore trae profitto (Tribunale di Napoli, 115/2019). Se, viceversa, si salda con un bonifico, conta il giorno in cui la somma è riscossa e non quello in cui è effettuato l'ordinativo dell'operazione (Cassazione, 9291/2019).

La modalità di corresponsione del prezzo influisce, inoltre, sulla competenza territoriale. Se si sceglie l'accredito revocabile (pur temporaneamente), il processo si terrà nel luogo del prelievo. Invece, in caso di accredito immediato con mandato irrevocabile la causa si svolgerà nella città in cui risulta effettuato il versamento (Cassazione, 55147/2018).

È poi in crescita esponenziale il sistema escogitato dagli strateghi del commercio web grazie al quale i navigatori, su promessa di percentuali sulle vendite, diventano testimonial spontanei di alcuni prodotti promuovendoli tramite social o interagendo su piattaforme dedicate.

Si chiama cashback, si ispira al sistema di distribuzione piramidale del multilevel marketing e non sempre è illegale. È però suscettibile di scivolare nella truffa se, ad esempio, il moderno imbonitore vi ricorre per rifilare beni inutili o pericolosi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LE INDICAZIONI DELLA GIURISPRUDENZA

1

LA DISTANZA

La truffa commessa attraverso la vendita di prodotti online è aggravata dalla minorata difesa perché la distanza tra il luogo dove si trova la vittima e quello in cui si trova l'agente determina una posizione di maggior favore di quest'ultimo, che può schermare la sua identità, fuggire e non sottoporre il prodotto venduto ad alcun controllo preventivo da parte dell'acquirente.
Tribunale di Pescara, sentenza 1574 del 16 maggio 2018

2

IL DOLO

Sussiste la truffa e non l'insolvenza fraudolenta o l'illecito civile, per la vendita telematica con ricezione dell'acconto seguita dalla mancata consegna del bene o dalla non rintracciabilità dell'agente, essendo l'inadempimento contrattuale l'effetto di un iniziale intento di violare gli impegni, tanto che si esclude la tenuità del fatto.
Corte d'appello di Cagliari, sentenza 87 dell'11 febbraio 2019 e Cassazione, sentenza 9318 del 4 marzo 2019

3

L'AGGRAVANTE

L'ipotesi aggravata ricorre nelle truffe online soltanto se si prova che il venditore ha consapevolmente e concretamente approfittato del proprio ruolo di vantaggio rispetto alla vittima e delle agevolazioni legate all'utilizzo dello strumento della rete tra cui, ad esempio, la possibilità effettiva di evitare un riscontro sulla qualità del prodotto da parte del consumatore.
Cassazione, sentenza 40045 del 6 settembre 2018

4

QUANDO SI CONSUMA

Se l'acquirente paga con un accredito su una carta ricaricabile intestata al venditore, la truffa si consuma al momento della ricarica perché è allora che il venditore consegue il profitto e il patrimonio della vittima diminuisce. Se invece il consumatore paga con bonifico, si tiene conto del giorno in cui la somma viene riscossa e non di quello in cui è stato disposto l'accredito.
Tribunale di Napoli, sentenza 115 del 10 gennaio 2019 e Cassazione, sentenza 9291 del 4 marzo 2019

5

IL GIUDICE COMPETENTE

Nelle truffe online, la competenza territoriale varia in base al mezzo di pagamento. Se il prezzo è stato versato con bonifico, anche solo temporaneamente revocabile, a decidere è il giudice del luogo dove il venditore consegue il profitto. Se, invece, l'accredito è immediato e la disposizione irrevocabile, se ne occuperà il giudice del luogo in cui la vittima ha effettuato il versamento.
Cassazione, sentenza 55147 del 10 dicembre 2018

Furti d'identità, le truffe salgono a 135 milioni Più colpiti gli anziani, ecco come difendersi

Prima regola: fare denuncia e poi disconoscere il credito ottenuto con una raccomandata o con la Pec

L'estate e le vacanze estive sono il periodo più propizio per questi imbrogli

SANDRA RICCIO

C'è chi è andato in banca a chiedere il mutuo per la casa e lì ha scoperto di essere già intestatario di un finanziamento per l'acquisto di un'auto. Oppure chi, a sorpresa, ha ricevuto solleciti per il pagamento delle rate già scadute di un prestito che però non aveva mai richiesto. E chi, senza mai aver fatto domanda di finanziamenti, all'improvviso si è trovato a essere inseguito dalle società di recupero crediti. Tutte queste persone sono state frodate con la trappola del «furto d'identità». È il moderno «borseggio» della nostra identità, vale a dire di dati importati che ci riguardano come, per esempio, quelli riportati sulla carta d'identità o sulla busta paga. Questi dati vengono utilizzati per chiedere prestiti, in genere per l'acquisto di costosi elettrodomestici e tv, mobili, oggetti di elettronica, e persino l'auto a rate oppure viaggi di lusso e trattamenti di bellezza. Basta poco per finire in questo tipo di rete. Per esempio, basta perdere un documento d'identità o anche semplicemente cestinare le nostre carte più importanti che riportano residenza, data di nascita e tipo di impiego e importi guadagnati, senza prima distruggerle opportunamente.

Anche la rete può diventare un terreno pericoloso. Meglio fare sempre attenzione alle mail che richiedono dati

personali, così come è meglio evitare livelli di protezione della nostra privacy troppo bassi sui social.

Il fenomeno del furto d'identità è in continuo aumento. Secondo i recenti dati dell'Osservatorio CRIF - Mister Credit sui furti di identità e le frodi creditizie, nell'ultimo anno in Italia si sono verificati più di 27mila casi. Il danno stimato supera i 135 milioni di euro. La tendenza è in crescita: nel 2017 le truffe sono state 26.600. L'estate e le vacanze estive sono il periodo più propizio per questo tipo di imbrogli.

Cosa fare se si scopre di essere vittima di un furto d'identità? Come prima cosa occorre denunciare l'accaduto - dice Pietro Moretti dell'Aduc -. In secondo luogo, bisogna provare a fare una visura e poi disconoscere il prestito scrivendo con Pec o con raccomandata alla banca. Generalmente questa richiesta viene accettata.

Nel mirino ci sono soprattutto le persone meno giovani. Dall'analisi dei dati emerge, infatti, che le frodi sono in preoccupante crescita tra gli over 60 (+14,7%). Diminuisce, invece, l'incidenza della fascia di età compresa tra 31 e 40 anni (-7,6%). Allo stesso tempo, anche le vittime under 30 risultano in calo (-3,5% rispetto al 2017). In ogni caso, la fascia maggiormente colpita dal fenomeno rimane quella tra i 41 e 50 anni, con circa un quarto delle frodi.

Inoltre risultano più che raddoppiati i raggiri con un importo tra i 3mila e i 5mila euro che passano dal 9,3 per cento del totale nel 2017 al 19,6 per cento del 2018. Mantengono, invece, una quota pari a circa il 10% le

frodi con importo superiore a 20mila euro.

Attenzione alla carta d'identità. È questo documento che i ladri utilizzano più spesso. L'Osservatorio conferma l'uso preponderante di questo strumento, rubato o contraffatto, come documento identificativo quasi nell'80% dei casi, seguito dalla patente (18%).

«I ladri non sono più solo coloro che si introducono in casa per rubare oggetti di valore, ma sempre più spesso sono interessati ai dati riservati che possono aprire loro le porte dei nostri account di posta elettronica e social network, conti correnti e carte di credito, con pesanti conseguenze per chi subisce frodi e furti d'identità - commenta Beatrice Rubini, Direttore della linea Mister Credit di Crif -. Durante il periodo estivo, poi, questo fenomeno si intensifica ulteriormente, ad esempio a causa delle truffe legate alle vacanze, con tante persone che ingenuamente rispondono ad annunci apparentemente vantaggiosi, fornendo persino copia dei propri documenti senza pensare che possano finire nelle mani di un malintenzionato». —

© BY NC ND AL QUIDIRITTI RISERVATI

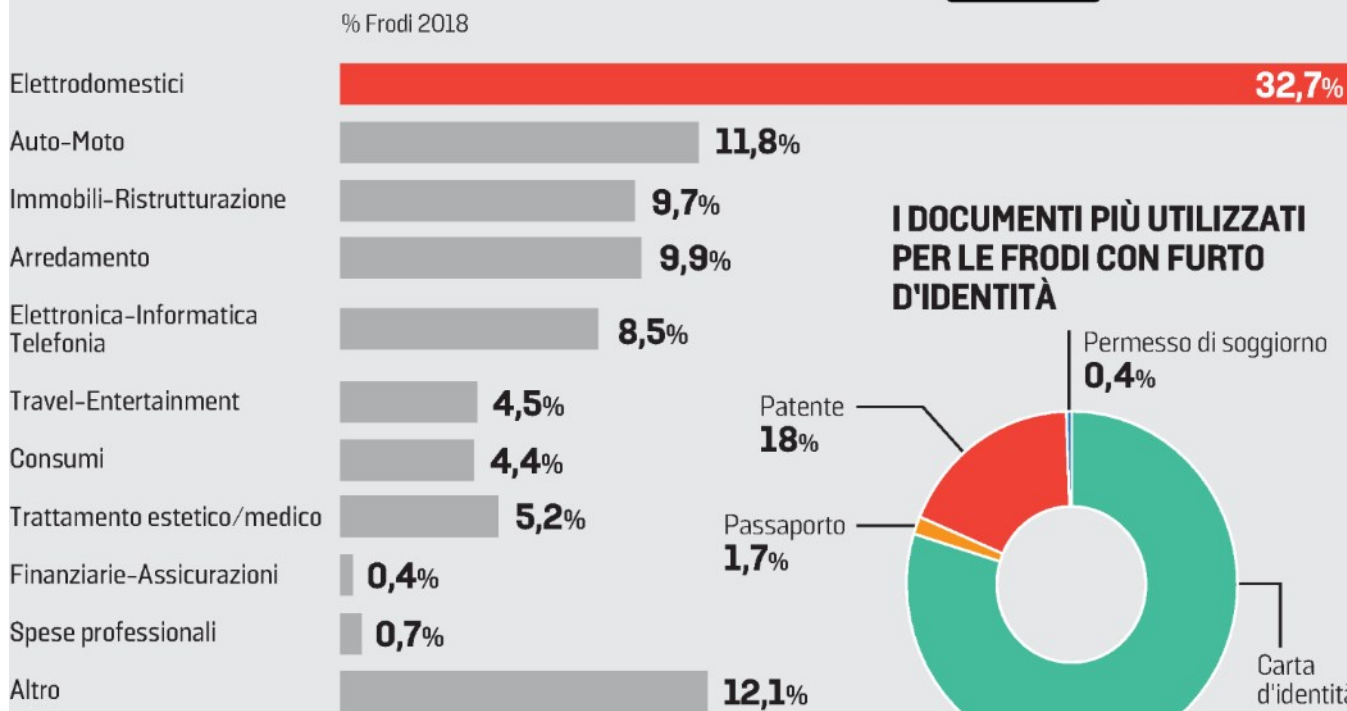
Furto d'indennità

Il furto di identità si verifica quando qualcuno ottiene indebitamente i vostri dati personali. I ladri di identità sono alla ricerca di informazioni personali su di voi, la vostra famiglia o anche la vostra attività, come il vostro nome completo, l'indirizzo attuale o precedente, la data di nascita e altre importanti informazioni come ad esempio i dati del vostro conto bancario o della vostra carta di credito.



LE TIPOLOGIE DI FINANZIAMENTO OGGETTO DI FRODE

LE PRINCIPALI CATEGORIE DI BENI E SERVIZI
ACQUISTATI CON UN PRESTITO OTTENUTO
IN MODO FRAUDOLENTO



Fonte: Osservatorio CRIF - Mister Credit sui furti di identità e le frodi creditizie

L'INCHIESTA

Ora si assicura anche il profilo social

LE NUOVE MINACCE

Prima della casa proteggiamo le **password**

*Cyberbullismo, hacker
e furto dei dati
personali:
le polizze sulla vita
(digitale) sono
in pieno boom*

*Alle aziende servono
coperture
contro gli hacker
che rubano
dati e mandano
in tilt i software*

*Il costo di una polizza
individuale: tra
i 24 e i 40 euro. Nella
Penisola le vittime
di crimini in rete sono
16 milioni*

Ed è arrivato il momento in cui anche la nostra vita digitale è diventata talmente reale (e ingombrante) da dover essere assicurata. Come la vita vera. Perché presenta altrettanti rischi e pericoli. Con i nostri profili social ci abbiamo giocato per anni senza pensare alla conseguenze. Ci siamo registrati a ogni tipo di sito, salvato ovunque i dati della nostra carta di credito, pubblicato foto personali raccontando tutto di noi come mai abbiamo fatto nemmeno con il diario personale di scuola.

Ora dobbiamo difenderci dal mostro che noi stessi abbiamo creato: abbiamo paura che qualcuno rubi un pezzettino di noi, che sia la foto dei nostri figli o il nostro

nome, per farne chissà che. Temiamo di vederci accreditare delle spese o di diventare esche di stalker e cyberbulli che ci minacciano in cam-



bio di soldi. E soprattutto ci siamo resi conto che non è più sufficiente rivolgersi solo alla polizia postale. Ciò che è on line sembra impossibile da cancellare, salvo rivolgersi a società specializzate che arrivano a chiedere fino a 20mila euro per ripulire un profilo social.

Del nuovo disagio si sono accorte anche le compagnie assicurative, che si stanno sempre più concentrando sulla creazione di cyber pacchetti di tutela. Quasi ci servisse una doppia polizza: una per noi e una per il nostro Avatar.

I RISCHI DELLA RETE

A quanto pare, il mercato della tutela sul web è in forte crescita: secondo le stime di *Facile.it*, potrebbe valere 100 milioni di euro l'anno. Entro il 2025, il valore del mercato globale delle assicurazioni personali contro i cyber risk potrebbe addirittura superare i 3 miliardi di euro: dati che non devono sorprendere se si considera che le vittime del cybercrimine, solo in Italia e solo nel 2017, sono state 16 milioni. In base ai dati raccolti da Clusit, l'associazione italiana per la sicurezza informatica, gli attacchi sono aumentati del 38% e sono sempre più «raffinati». Tra i settori più bersagliati c'è quello della sanità, i cui database sono stati presi di mira dai pirati della rete per il furto di informazioni sensibili, con incursioni che rispetto al 2017 sono addirittura raddoppiate.

I danni coperti da una polizza assicurativa possono essere molteplici: ci sono le persecuzioni on line, gli insulti e le diffamazioni sui social network, le frodi informatiche e la porno vendetta (altrimenti detta *revenge porn*), cioè la minaccia di mostrare presunte foto o video pornografici che ci riguardano se non versiamo immediatamente del denaro ai ricattatori.

In Italia le polizze, proposte come garanzie assicurative legate alla persona e alla casa, hanno un costo che varia dai 24 ai 40 euro. Garantiscono

innanzitutto tutela legale, in alcuni casi supporto psicologico e, se il problema non si risolve in tempi brevi, coprono le spese perché un team di esperti si attivi per inondare la rete con nuovi contenuti volti a disperdere e minimizzare la visibilità dei materiali che vorremmo eliminare, mettendo in atto il cosiddetto *flooding*. Alcune polizze contemplano anche la tutela in caso di cyber stalking. Attenzione però, perché può capitare che queste coperture siano valide solo se a commettere l'illecito sia una persona esterna al nucleo familiare. Se invece lo stalker o il cyber criminale è un membro stretto della famiglia, ma anche un ex marito o un ex fidanzato, allora la polizza potrebbe non essere attiva.

GLI ATTACCHI DEGLI HACKER

«Le compagnie di assicurazione stanno studiando anche pacchetti di cyber copertura sempre più aderenti alle esigenze delle aziende contro il rischio di frode informatica - racconta Corrado Bocca, agente generale di AssiBiella srl -. Si tratta di formule per cui l'imprenditore viene risarcito nel caso in cui registri danni patrimoniali legati alla frode on line. Ad esempio, capita che gli hacker entrino nel sistema informatico delle aziende e si fingano fornitori, simulando *format* di mail identici in tutto e per tutto a quelli originali, e pretendano il pagamento di fatture. Le polizze vengono stipulate anche per tutelare le aziende in caso di perdita di dati o danni al server. O ancora per difendersi dai virus informatici, per cui verranno rimborsate delle spese per ripristinare i software o riacquistare le licenze, spesso molto costose».

SHOPPING ON LINE SICURO

Altro ramo in via di sviluppo è quello legato agli acquisti online. Sempre più richieste le polizze che tutelano in caso di controversie relative a inadempienze contrattuali. Bisogna solo fare attenzione alla lista di beni che non sono coperti, perché in alcuni ca-

si è molto lunga: tra le categorie di prodotti normalmente esclusi ci sono, tra gli altri, oggetti preziosi, oggetti intangibili con valore monetario (ad esempio azioni, obbligazioni o titoli) e prodotti digitali scaricati online. Sono escluse, anche, le controversie legate ad aste online e all'acquisto online di prodotti usati. È bene considerare, infine, che in alcuni casi la polizza è valida solo se il valore dell'oggetto acquistato è superiore a un certo importo, normalmente tra i 200 e i 400 euro.

Nelle pieghe di queste regole capillari si inseriscono i siti truffa (ad esempio TooLove, DressLily, TideBuy) che propongono capi di abbigliamento a basso costo, e quindi difficilmente rimborsabili, presentati in foto splendide per poi spedire ai clienti quattro stracci e sparire come meteore, cambiando nome e continuando a proporre le stesse foto.

Le assicurazioni a volte riescono anche a lavorare sul dark web. L'obiettivo è individuare eventuali usi fraudolenti dei dati personali dell'assicurato, avvisandolo in caso di possibili situazioni a rischio. E inoltre proteggono dall'intercettazione dei tasti premuti sulla tastiera, tecnica spesso utilizzata dai male intenzionati che vogliono rubare le credenziali di accesso ai siti.

Va tuttavia detto che la rete serve sempre più alle assicurazioni anche come canale di comunicazione. «Nei prossimi anni tutte le compagnie assicurative saranno sempre più attive sui canali online - spiega Arianna Destro, chief customer officer di Aviva in Italia -. Oltre alle relazioni tradizionali tramite i diversi intermediari (agenzie, broker, istituti bancari e consulenti finanziari), vediamo un crescente interesse da parte dei clienti a interfacciarsi con noi tramite Facebook, Instagram e Twitter. Si tratta di canali efficaci perché caratterizzati da immediatezza, oltre che linguaggio semplice e facilmente accessibile».

Maria Sorbi

Il mercato della sicurezza sul web in Italia è appena nato, ma vale già più di 100 milioni

LE TENDENZE

Veterinari, catastrofi e lavori precari: i rischi che più ci angosciano

Le polizze che stipuliamo sono il fedele specchio di chi siamo, riflettono esigenze e frustrazioni e raccontano i cambiamenti sociali. Mai vent'anni fa avremmo pensato a un'assicurazione per i Millennials, ossia per i precari che mai avranno un contratto a tempo indeterminato. Cambia il modo di lavorare, cambia la previdenza. E nascono le offerte che strutturano la cessione di un quinto della busta paga, accantonato come garanzia futura. C'è chi si tutela contro il rischio di mobbing da parte del datore di lavoro, ben consapevole di avere in mano contratti sempre più fragili. C'è chi, lavoratore autonomo, stipula polizze per garantirsi la tutela legale. «In questo modo - spiega Arianna Destro, chief customer officer di Aviva - ci si assicura la disponibilità di un avvocato per una prima consulenza e la tutela legale con il rimborso delle spese, sia nelle cause di lavoro sia nelle cause di divorzio».

Solo il 30% assicura la casa, ma crescono le richieste di risarcimento in caso di terremoti o alluvioni, soprattutto dopo le tragedie in Emilia e in Liguria. Calano (e caleranno sempre di più in futuro) le assicurazioni sulle auto per la tendenza a utilizzare vetture in sharing. E cambia anche la forma di assicurazione, disegnata su misura per i più giovani. Di fatto la polizza assomiglia sempre più a un abbonamento Netflix, si può sospendere e riattivare con sempre più facilità, all'occorrenza, on demand.

La tecnologia permette di sviluppare forme di prevenzione sempre più sofisticate. Grazie alle black box installate sulle auto è possibile ricostruire con precisione la dinamica dell'incidente o scovare i casi di false denunce di sinistri. Idem per la casa o l'azienda. La scatola nera che alcune assicurazioni danno ai propri clienti è in grado, oltre a fare da antifurto, di lanciare l'allarme in caso di allagamenti o di incendi. A chi solleva il problema della privacy, le assicurazioni rispondono che i dati sono tutelati e, anche se si cede alla compagnia assicurativa l'autorizzazione a gestirli, le informazioni personali possono essere usate solo in certi casi o sotto richiesta della Procura.

GLI AGENTI

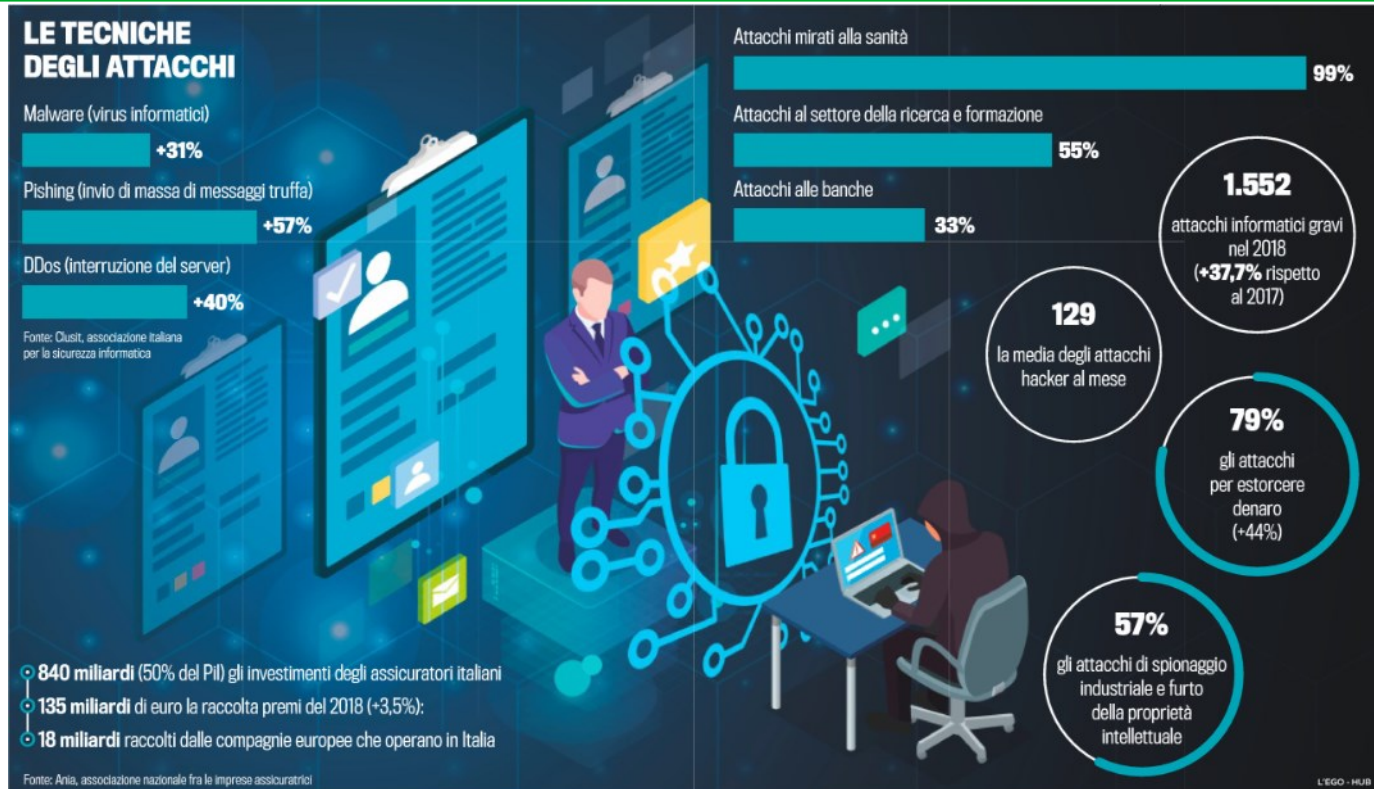
«I clienti chiedono copertura sulle spese per gli over 80 e le visite mediche»

Se il settore della cyber sicurezza è sicuramente quello che in futuro avrà la crescita maggiore, anche i pacchetti assicurativi sulla salute registrano un aumento delle richieste. E raccontano di come stiamo cambiando, di come maturiamo nuove esigenze e paure, legate al progresso scientifico ma anche ai suoi effetti collaterali.

«Le promesse di lunga vita, fino a oltre cent'anni, sono un'enorme opportunità ma allo stesso tempo spaventano - rileva Fabio Paggiolonga, rappresentante procuratore di Generali - . L'assistenza a un anziano ammalato può incidere pesantemente sul tenore di vita di una famiglia, per cui stiamo registrando una crescita importante della richiesta di informazioni sulla copertura delle spese di assistenza in caso di necessità, in età avanzata, quando l'autosufficienza viene meno». I dati confermano il trend di crescita. Gli over 80 sono 8 milioni e 5 milioni le persone non autosufficienti, tra cui i malati di Alzheimer e Parkinson. Al momento la spesa per l'assistenza degli anziani ammonta a 13 miliardi di euro e i costi a carico del singolo sono elevati: una badante in regola non costa meno di mille euro e una struttura residenziale ha rette che, in media, vanno dai 2 ai 4 mila euro. «C'è un'insufficiente protezione contro i rischi - ha spiegato la presidente Maria Bianca Farina durante la presentazione dei dati di Ania invitando le assicurazioni a rafforzare la previdenza integrativa. «La spesa sanitaria privata - spiega - ha raggiunto i 40 miliardi di euro e la componente pagata di tasca propria da parte dei cittadini ammonta al 90%».

Un altro argomento che sta molto a cuore alle persone è quello della salute del proprio cane per cui, oltre alla polizza per tutelarsi da incidenti e morsi alle persone, si chiede una copertura sulle spese veterinarie, che possono raggiungere anche cifre elevate. Piuttosto difficile invece per gli assicuratori formulare polizze odontoiatriche a causa dei costi troppo alti. Al momento esistono «solo» delle convenzioni con alcuni centri dentistici. Molta l'attenzione al settore prevenzione. Se un tempo si ricorreva all'assicurazione per tutelarsi nel caso di incidente o ricovero, ora si chiede una copertura per visite diagnostiche e controlli.

MaS



Quante App per la spesa in digitale

Lo smartphone è sempre più un portafoglio, con un milione di persone che oggi paga direttamente dal mobile. E nel 2021 il valore delle transazioni da cellulare potrebbe raggiungere i dieci miliardi

di **Gabriele Petrucciani**

Pagare e fare acquisti sta diventando sempre più facile. Non solo nei negozi fisici, dove si può fare tutto dal proprio smartphone. Anche l'esperienza online è migliorata sensibilmente negli anni: bastano davvero pochi clic e non serve più inserire numeri della carta di credito e codici di sicurezza. E soprattutto, si fa tutto da mobile. I pagamenti presso i punti vendita attraverso il cellulare (Mobile proximity payment) sono cresciuti nel 2018 del 650%, raggiungendo i 530 milioni di euro di transato (240 miliardi il valore complessivo con carta e 80 miliardi quello dei pagamenti innovativi). Inoltre, sono raddoppiate sia il numero di persone che utilizzano il mobile per gli acquisti (1 milione) sia la spesa annuale media (500 euro per persona). Secondo le stime dell'Osservatorio Mobile Payment & Commerce della School of Management del Politecnico di Milano, nel 2021 il valore potrebbe arrivare tra i 5 e i 10 miliardi di euro. E lo smartphone è sempre più utilizzato anche per accedere ai servizi bancari (dati dell'Osservatorio Fintech & Insurtech della School of Management del Politecnico di Milano), con il 20% dei clienti italiani che si

collega da mobile (era il 17% nel 2017).

Wallet «nativi»

Una crescita che nel 2018 è stata resa possibile anche dal debutto in Italia di Google Pay e Samsung Pay, i wallet «nativi» del sistema operativo Android che sono andati ad affiancare Apple Pay (sistema iOS), arrivato nella Penisola a maggio 2017. Portafogli virtuali su cui è possibile registrare una o più delle proprie carte di credito (se accettate dal wallet) e quindi effettuare pagamenti in prossimità semplicemente avvicinando al Pos (Point of sale) il proprio cellulare, che dovrà essere dotato di tecnologia Nfc (Near field communication). Il «partner» di banche, carte e circuiti che hanno aderito a questi wallet è molto ricco, ma non completo. Quindi, qualcuno potrebbe essere tagliato fuori, almeno per ora. A meno che non si utilizzi una delle tante alternative che il mercato è in grado di offrire. Per esempio, sottoscrivendo gratuitamente una carta prepagata, anche solo virtuale, accettata dai wallet «nativi».

Le alternative

Ne sono un esempio Hype (gruppo

Banca Sella) e Yap (Nexi Payments), con quest'ultima che si sta diffondendo soprattutto tra i giovani. Carte, sia virtuali sia fisiche (nel caso di Yap, l'emissione della carta fisica ha un costo di 9,95 euro), che possono essere utilizzate nei negozi fisici, aggiungendole a Google Pay o Apple Pay, e in quelli online. O ancora, è possibile scaricare sul proprio smartphone portafogli digitali come Satispay e Tinaba che possono essere ricaricati con carta oppure collegando il «wallet» al conto corrente. Per pagare presso gli esercenti convenzionati basterà selezionare il negozio dalla lista disponibile su App, digitare l'importo e cliccare su «invia» (con Tinaba bisogna inquadrare il QR Code mostrato dall'esercente). Utilizzando Satispay, poi, è possibile in alcuni negozi ottenere un rimborso immediato (cashback) sugli acquisti effettuati, con percentuali che partono dal 2% e possono arrivare anche a punte del 30 per cento. Soldi accantonati inizialmente nel salvadanaio dell'App e che poi possono essere aggiunti al borsellino o trasferiti sul conto corrente. Oppure investiti nei portafogli che entro la fine dell'anno dovrebbero debuttare sull'applicazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Per gli acquisti

I portafogli virtuali e le applicazioni per pagare

Wallet nativi	Sistema operativo	Acquisti	Costi	Banche aderenti/Carte
Google Pay	Android	Online convenzionati e negozi fisici	Zero	Nexi, Banca Widiba, Banca Mediolanum, N26, Wirecard, Revolut, Hype, Banca Iccrea, Unicredit, Ubi Banca, PostePay, Bper, Banca Popolare dell'Alto Adige, Fineco Bank, Bunq
Apple Pay	iOs	Online convenzionati e negozi fisici	Zero	Allianz Prime, American Express, Banca Mediolanum, Boon, Buddybank, Bunq, Carrefour Banca, Banca di credito cooperativo, Casse Rurali Trentine, Cassa di Risparmio Sparkasse, Crédit Agricole, ExpediSmart, Fineco Bank, Hype, Intesa Sanpaolo, Monese, N26, Nexi, Revolut, Timpersonal, Unicredit, Volksbank, Widiba
Samsung Pay	Smartphone e Samsung abilitati	Online convenzionati e negozi fisici	Zero	Maestro, Mastercard, Visa, Vpay, Banca Mediolanum, Bper, Banco di Sardegna, Bcc, CheBanca!, Findomestic, Hello bank!, Intesa Sanpaolo, Nexi, Ubi Banca, Unicredit, Volksbank

Dall'App	Sistema operativo	Acquisti	Costi	Banche aderenti/Carte
Tinaba	iOs e Android	Negozi convenzionati (e non, tramite carta prepagata gratuita) online e offline	Zero	Tutte
Satsipay	iOs e Android	Negozi convenzionati online e offline	Zero	Tutte

Sandra Franchino

● **240** miliardi di euro
(+9% 2018 su 2017)
i pagamenti in Italia con carta

● **80** miliardi di euro
(+56% 2018 su 2017)
i pagamenti innovativi

● **530** milioni di euro
(+650% 2018 su 2017)
pagamenti da mobile

Tra carte e conto

Per connettersi al wallet a costo zero

	Sistema operativo	Tipologia	Circuito	Canali di accesso	Costi	Imposta di bollo	Wallet supportati
N26	iOs e Android	Mobile Bank	Carta di debito Mastercard gratuita con Iban tedesco	App e WebApp	Il conto standard non ha canone e permette di prelevare gratis in euro su tutti gli Atm	Si, 34,20 euro per giacenze medie superiori a 5 mila euro	Google Pay, Apple Pay
Hype	iOs e Android	Carta conto prepagata	Mastercard	App e Web	Gratis la versione Start e nessuna commissione di ricarica (la ricarica con carta di pagamento ha un costo di 0,9 euro a operazione); prelievi gratuiti su tutti gli Atm	No	Google Pay, Apple Pay
Oval Pay*	iOs e Android	Conto corrente	Carta di debito Visa gratuita	App	Zero costi con prelievi gratuiti in tutti gli Atm	-	-
Yap	iOs e Android	Carta prepagata virtuale**	Mastercard	App	La carta virtuale è gratuita (per l'emissione di quella fisica si paga 9,95 euro); le ricariche tramite bonifico Ue, il circuito QuiMultiBanca e carte di pagamento sono gratuite; le ricariche tramite punti vendita SisalPay, invece, hanno un costo di 2,50 euro	No	Google Pay, Apple Pay

*il conto e la carta sono ancora in fase di test; **è possibile richiedere anche la carta fisica

Fonte: elaborazione L'Economia su dati societari

Multimedia

Addio carta di credito, adesso si paga con l'orologio: il boom dei wearable

FRANCESCA VERCESI • pagina 18

Il caso

Addio carta di credito ora si paga con l'orologio

FRANCESCA VERCESI, ROMA

Dopo il boom in Cina e negli Usa, i dispositivi per i pagamenti digitali che si indossano volano pure in Europa. E in Italia nel 2018 il mercato è raddoppiato

Si dovranno chiarire l'affidabilità di certe rilevazioni e le conseguenze, sulla psiche e la privacy, di un eccesso di dipendenza da dati. Ma questo è il tempo dell'iperconnessione, che dovrebbe renderci la vita più facile, o forse solo più tracciata e tracciabile. Intanto, dopo aver monitorato il sonno, il glucosio e la distanza percorsa correndo, si può anche decidere di comprarsi uno snack a fine allenamento. Per pagarli, non servono bancomat né smartphone. Basta indossare uno smartwatch, un anello o un bracciale.

Si chiama con il termine inglese "wearable" e rappresenta l'ennesima onda d'innovazione tecnologica, questa volta indossabile, che incorpora il pagamento. I *device* di nuova generazione, che usano la tecnologia Nfc (Near-field communication), la stessa dei pagamenti con carta contactless, piacciono. E se a fare scuola sono Cina e Stati Uniti, anche l'Europa si sta entusiasmando. Da una ricerca di MasterCard presentata al Mobile World Congress di Barcellona, infatti, 175 milioni di cittadini europei si sono detti disposti a sperimentare i metodi di pagamento attraverso *device* indossabili. Del resto i pagamenti contactless nel 2018 sono aumentati del 171% e l'uso ne sarà favorito anche tramite i wearable.

È un settore che, sebbene non abbia raggiunto le previsioni euforiche immaginate da società come Tractica, che ipotizzava un mercato da 500 miliardi di dollari entro il 2020, promette comunque bene. Così bene da aver portato il colosso della ricerca CCS Insight a stimare che le vendite globali di dispositivi indossabili potranno crescere (e molto) nei prossimi anni. Il mercato potrebbe arrivare a valere quasi 30 miliardi di dollari entro il 2023. E se nel 2016 erano 90 milioni gli "indossabili" presenti sul mercato, le stime al 2023 parlano ora di 260 milioni. I cinesi, come accennato, sono prodigiosi acquirenti di questi dispositivi grazie ai prezzi bassi, all'enorme spinta demografica e a una popolazione giovane.

I GADGET DI ANDROID

L'esempio più immediato per pagare via wearable è l'Apple Watch, usando Apple Pay. Una volta configurato sull'iPhone, basta poco per attivare la funzione sull'orologio. Lo stesso dicasi per i Samsung con Samsung Pay: anche il Gear S3 e il Gear Sport usano la tecnologia Nfc per dialogare con i bancomat dei negozi. Il Gear S3 ha anche la tecnologia Mst (Magnetic secure transmission), compatibile con i Pos di nuova generazione. E presto altri orologi si aggungeranno, soprattutto da quando sul mercato è arrivato Google Pay, che ha esteso le funzioni di pagamento anche ai gadget basati su Android. Apple, Google, Samsung, Fitbit o Garmin, quindi, offrono già soluzioni per pagare con il proprio *smartwatch* o bracciale smart.

L'Italia è il quinto mercato europeo per tecnologia indossabile (dodicesimo nel mondo) ma sarà il terzo entro il 2022, secondo Euromonitor. Le vendite, infatti, sono state pari a 207 milioni di euro nel 2017, con

una crescita del 108% rispetto all'anno precedente e il 2018 ha confermato la tendenza. E, a sentire Euromonitor, farà sempre più status indossarli. Dice Emiliano Imbimbo, responsabile Digital issuing products di Nexi, che «il potenziale è grande perché i pagamenti digitali in Italia sono solo il 25 per cento del totale delle spese delle famiglie, contro una media del 43 nell'Unione europea. Il Regno Unito è al 68 per cento mentre i Paesi nordici sono oltre l'85. In Italia la crescita viaggia a una media annua dell'11%. Per questo è plausibile pensare che i wearable daranno una spinta alla diffusione dei *digital payment*».

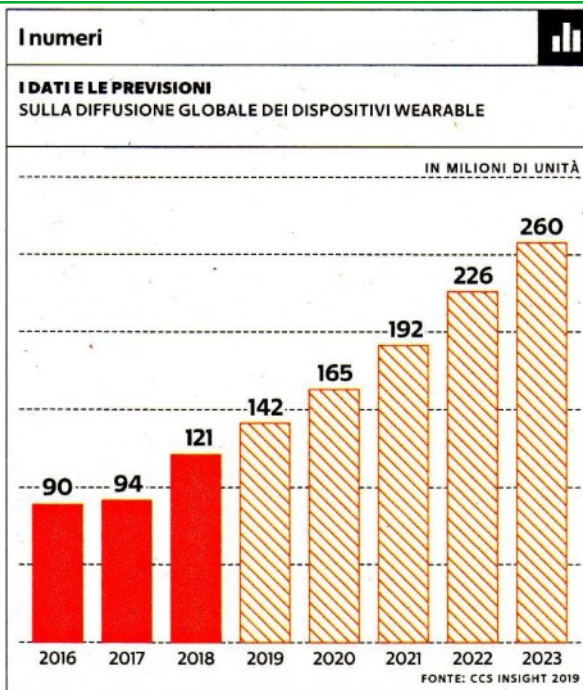
AL POLSO C'È NEXI

Nexi, che dei pagamenti digitali è leader in Italia, ha stretto già accordi con Fitbit e Garmin per mettere i pagamenti via wearable a disposizione dei clienti di 100 banche partner: significa che 4,5 milioni di carte in Italia, grazie a Nexi, sono abilitate ai servizi di pagamento *contactless* tramite gli *smartwatch* di Fitbit e Garmin. «Come PayTech delle banche, puntiamo a far sì che il nostro Paese si allinei alla media europea investendo in tecnologie e innovazione. Non è questione di "se", bensì di "quando"», spiega Imbimbo. Che conclude: «I clienti delle nostre banche partner possono effettuare acquisti in tutti i negozi dotati di un pos *contactless*, pari al 75 per cento



degli esercizi commerciali in Italia. Basta avvicinare lo *smartwatch* al dispositivo di pagamento e inserire un codice segreto». Nexi sta per siglare ulteriori accordi con altri brand. Per ora ci si concentra sugli *smartwatch*.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



+108

PER CENTO

L'aumento 2017 delle vendite di wearable in Italia, confermato anche nel 2018



1 Un terminale di pagamento su uno smartwatch Fitbit

BLOOMBERG/GETTY IMAGES

L'EDITORIALE

I LIMITI AL CONTANTE E IL MESSAGGIO CHE SERVE

di **Salvatore Padula** a pagina 3

L'EDITORIALE

I LIMITI AL CONTANTE E LA SVOLTA CHE SERVE



Nel nostro Paese l'85,9% dei pagamenti avviene in contanti, contro una media Ue del 76%

di **Salvatore Padula**

Sentir parlare di risparmiometri e altre diavolerie anti evasione proprio mentre il governo – o almeno una sua parte – sembra essere più pragmaticamente interessato a raccattare un po' di risorse, riaprendo i vecchi condoni fiscali e provando a ingegnerizzarne di nuovi, può apparire quanto meno curioso.

E, invero, lo è. Sta di fatto che, fatta la tara sul futuro della coalizione giallo-verde, si racconta con insistenza di riaperture di rottamazioni; di estensioni del saldo e stralcio alle piccole imprese; di sconti ulteriori per chiudere le liti tributarie; di nuovi meccanismi per definire gli accertamenti basati su valutazioni del Fisco. Più complicata appare l'ipotesi di un condono ampio, ovvero la dichiarazione integrativa speciale, visto che su questo punto Lega e M5s già si erano fortemente divisi lo scorso anno. Qualche chance in più sembra invece avere la sanatoria del contante. Somme enormi, difficilmente spendibili in "chiaro" (almeno non per operazioni-investimenti che richiedono trasparenza), spesso conservate nelle cassette di sicurezza della banche. I numeri? Solo restando in Italia, si stima una ricchezza nascosta di 100 o persino 200 miliardi di euro. Ovvero, 150 miliardi stando a quanto riferito dal sottosegretario all'Economia, Massimo Bitonci (Lega), durante l'incontro con le parti sociali, al Viminale, il 15 luglio.

Non c'è dubbio che il tema dell'emersione del contante richieda attenzione. La stessa attenzione che in passato è stata sollecitata, a esempio, dal capo della Procura di Milano, Francesco Greco, il quale non ha mancato di indicare possibili soluzioni per contemperare l'esigenza di fare emergere questa ricchezza inutilizzata senza regalare un salvacondotto a riciclatori, mafiosi, terroristi, mercanti d'armi e di droghe.

Ora se ne riparla. E al di là delle (vaghe) ipotesi di lavoro, è auspicabile che un intervento di questo tipo sia accompagnato da misure in grado di evitare che il fenomeno si riproponga in futuro. Forse non è un caso che, ancora pochi giorni fa, durante il workshop con le parti sociali, il premier Giuseppe Conte abbia accennato alla volontà di abbassare i limiti sull'uso del contante (elevati da 1.000 a 3.000 euro dal governo Renzi, ultima di un'infinita altalena di ben 8 modifiche in tre lustri). Così come non può essere sottovalutata la proposta, avanzata dal sottosegretario Bitonci al tavolo delle parti sociali, di incentivare i pagamenti elettronici.

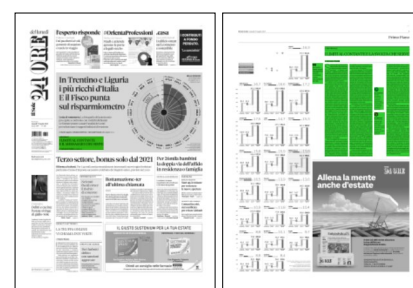
Insomma, a voler essere ottimisti – e sapendo che le criticità di un'operazione di questo tipo impattano su fenomeni ben più rilevanti, come riciclaggio, terrorismo, mafia – la via potrebbe essere quella di agire su tre fronti: primo, riducendo il limite all'utilizzo del contante. Secondo, individuando modalità per indurre consumatori e operatori a preferire i pagamenti elettronici (tema che vede il sottosegretario all'Economia Alessio Villarosa, M5s, confrontarsi con gli operatori per abbassare i costi della transazioni elettroniche), senza scordare anche una piccola novità in arrivo: l'annunciata "lotteria degli scontrini", che offrirà maggiori chance di vincita a chi utilizzerà bancomat o carta di credito. Terzo: attuando la norma che dal 2016 impone a esercenti e professionisti

l'obbligo di accettare pagamenti elettronici, che è rimasta disattesa e di fatto senza sanzioni.

Certo, molti ritengono che i limiti all'uso del contante non siano uno strumento decisivo contro evasione e sommerso (anche tra i componenti del governo, lo stesso Matteo Salvini alcuni mesi fa – a titolo personale – parlava di eliminare ogni vincolo). Spesso si cita il caso della Germania, che non ha limiti, ma neppure un'evasione paragonabile alla nostra (scordando di considerare le profonde differenze del tessuto produttivo dei due Paesi, senza dire di quelle culturali). Tuttavia, dalla Commissione Ue all'Ocse sino al Fmi, dalla Corte dei conti alla Banca d'Italia, pochi dubitano del contrario. E i dati indicano l'esistenza di una correlazione tra elevati livelli di evasione fiscale e propensione ai pagamenti in contanti (lo spiega un articolo di Immordino e Russo su lavoce.info, scritto proprio quando Renzi scelse di aumentare il tetto all'uso del contante).

E qui son dolori. Bankitalia (febbraio 2019) segnala ampiamente la nostra arretratezza sui pagamenti elettronici: l'85,9% delle transazioni è regolato in contanti, contro una media Ue del 76% (anno 2016). Se si guarda al valore delle transazioni, il contante copre il 68,4% del totale, a una distanza abissale da alcune realtà – Svezia, Danimarca, Gran Bretagna – dove l'uso di banconote e monetine rappresenta ormai davvero un'eccezione.

Una sanatoria sul contante offre



il fianco a infinite criticità. Per quanto ci si sforzi, non c'è un modo per renderla "giusta". Alcuni accorgimenti consentirebbero almeno di non trasformarla in una resa totale e senza condizioni. Si dirà: non sarà certo la lotta al contante il toccasana contro l'evasione, la quale corre anche per altre e più tortuose strade. Vero, ma sarebbe un passo. E sarebbe anche un messaggio meno ambiguo sulla volontà politica di voler davvero fare qualcosa contro l'illegalità fiscale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**GLI INCENTIVI**

È in atto il confronto tra Governo e operatori economici per arrivare a definire una riduzione dei costi delle transazioni elettroniche

**GLI OBBLIGHI**

Ancora nessuna decisione sulla soglia di utilizzo del contante (ora a 3mila euro) né sulla norma - tuttora inattuata - che impone di accettare i pagamenti elettronici

NUOVI SVILUPPI

Satispay oltre confine E scalda i motori su investimenti e Rc auto

Lussemburgo e Germania. Sono i prossimi obiettivi di Satispay, che ora punta a espandersi oltre confine entro l'inizio del 2020. Ma non solo. Nei piani del fondatore Alberto Dalmasso, c'è sempre l'apertura della piattaforma agli investimenti. Un passo già annunciato alla fine dello scorso anno, ma che al momento non si è ancora concretizzato. I tempi, però, sembrano sempre più maturi e la nuova funzione potrebbe diventare operativa prima della fine dell'anno.

Tra crescita...

«È un momento davvero entusiasmante — commenta Dalmasso —. La crescita degli utenti, sia privati sia business, prosegue a ritmi sostenuti. Siamo già a 720 mila utenti e oltre 85 mila merchant. Intanto, stiamo lavorando su tanti fronti. A partire dal prossimo sbarco in Lussemburgo e Germania, previsto entro l'inizio del prossimo anno. Quello tedesco, in particolare, è un mercato molto simile a quello italiano sul fronte dei pagamenti in contanti e contiamo che possa beneficiare di tutti i vantaggi che Satispay può generare. Inoltre — aggiunge ancora — a breve partiranno nuovi servizi che arricchiranno sempre di più l'applicazione. In particolare, stiamo valutando con molta attenzione le soluzioni e modalità di inserimento di nuove opportunità, come la funzionalità investimenti nella sezione Risparmi, o la sottoscrizione della Rc auto collegata al pagamento del bollo. Non abbiamo ancora scadenze precise, perché la priorità è trovare le soluzioni migliori per i nostri utenti, ma posso dire che siamo già su una selezione semi finale molto interessante».

E nell'attesa di far partire i nuovi servizi dedicati all'investimento, Satispay è stata integrata come metodo

di pagamento in Gimme5, il salvadanaio digitale di AcomeA che permette di sottoscrivere Pac flessibili nei fondi della casa a partire da appena 5 euro.

... e pagamenti

Nel frattempo, Satispay ha ampliato le sue funzionalità di pagamento, puntando soprattutto sulla mobilità, e più in particolare sui Taxi. Dopo aver raggiunto un accordo con la Cooperativa Taxi Samarcanda nella Capitale, è entrata anche nel circuito di pagamenti di AutoradioTassi 028585, cooperativa di radiotaxi attiva su Milano e hinterland. Per pagare la corsa è molto semplice: basta inquadrare con l'applicazione il QR Code del taxista per identificarlo e poi sarà possibile inviargli il corrispettivo della corsa effettuata. Una comodità per il consumatore, ma anche un vantaggio per gli oltre 1.400 tassisti della cooperativa, che non dovranno più pagare commissioni sui pagamenti elettronici. Il servizio di Satispay, infatti, non prevede costi di attivazione né canoni mensili. È prevista soltanto una spesa di 0,20 euro per i pagamenti di importo superiore a 10 euro.

E ancora, per una città da vivere in modo sempre più smart, Dalmasso ha pensato di integrare la sua piattaforma come sistema di pagamento in MiniMoto eSharing, il servizio di scooter sharing elettrico attivo nei comuni di Milano e Torino. Altra funzionalità, che è stata aggiunta alla piattaforma alla fine dello scorso giugno, è quella dei pagamenti automatici, con cui è possibile attivare i pagamenti ricorrenti, ma sempre con gli esercenti convenzionati con Satispay (la lista è disponibile da App nella sezione dedicata).

Ga. Pe.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Hype per un risparmio più «smart»

Un conto, una carta (sia fisica sia virtuale) e un'App. Con Hype (più di 790 clienti all'attivo) è possibile gestire risparmi e pagamenti in completa mobilità, dal proprio smartphone. Oltre a scambiare denaro con i propri contatti (se iscritti a Hype) in tempo reale. Per crearsi un conto Hype è sufficiente scaricare l'applicazione sul cellulare e registrarsi, inserendo i dati richiesti e scattando un paio di foto ai documenti di riconoscimento. Chiusa la procedura di registrazione, è subito possibile utilizzare tutte le funzionalità previste: dai pagamenti online a quelli nei negozi fisici, anche tramite smartphone (se di ultima generazione), dal controllo delle spese (con notifiche personalizzate) all'ottenimento di un credito istantaneo di 2mila euro.

Tra i servizi offerti c'è anche una gestione «smart» dei risparmi: non un accumulo fine a sé stesso, o fatto pessimisticamente in attesa di «tempi peggiori», ma un risparmio finalizzato, legato a obiettivi mirati e funzionali alla gestione dello stile di vita. Non più, quindi, solo risparmi legati a progetti di lungo o lunghissi-

mo termine, come l'acquisto della casa, ma una parcellizzazione del risparmio e la costruzione di un percorso di accumulo per obiettivi connessi alla quotidianità. Accedendo alla sezione di gestione dei risparmi, infatti, è possibile creare uno o più obiettivi per tutte le spese e scegliere quanto e come risparmiare, in base alle proprie preferenze. L'applicazione lavorerà in autonomia e metterà da parte automaticamente i soldi in base alla disponibilità liquide.

Hype diventa così una sorta di salvadanaio virtuale che consente agli utenti di individuare uno scopo di spesa, indicando l'importo e la data, e affidare all'App il compito di «gestire» un piano di risparmio accantonando quotidianamente la cifra che consente, alla data prestabilita, di raggiungere dell'obiettivo prefissato. A oggi sono quasi 60mila gli utenti che hanno scelto di attivare almeno un obiettivo (l'8% del totale) e oltre 110mila gli obiettivi individuati, per un totale di oltre 133 milioni di euro di capitale nel salvadanaio virtuale.

Ga. Pe.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



N26 sull'onda dei Centennial

Oltre 3,5 milioni di clienti in 24 mercati europei, con 500mila utenti attivi sul territorio italiano. Sono i numeri di N26, la «challenger bank» tedesca che, come Hype, sta cavalcando l'onda della generazione Z, anche conosciuti come i Centennial. Sono gli «app addicted», ovvero i nativi digitali, che nelle banche di nuova generazione stanno trovando un'ottima sponda per la gestione delle proprie finanze.

Come testimonia un'analisi condotta da financeAds International, secondo cui nel 2019 sono sempre di più le persone tra i 18 e i 39 anni che si affidano a una challenger bank. I vantaggi? Zero spese sui prelievi, possibilità di avere un sistema di cashback, e soprattutto un'applicazione dedicata, che consente di fare tutto in mobilità.

Il conto N26 può essere aperto direttamente dal proprio cellulare, in pochi minuti: scaricata l'App bisogna creare un account, confermare l'indirizzo email e fare una foto al documento di riconoscimento. Una volta verificata l'autenticità dei documenti il conto è aperto ed è

subito possibile ricevere una carta Mastercard a zero spese. Carta che potrà essere agganciata a Google Pay o a Apple Pay per effettuare pagamenti in prossimità direttamente dal cellulare. Inoltre, è possibile inviare denaro agli amici in tempo reale e con il servizio «Cash26» versare e prelevare direttamente dal supermercato.

Il conto base è a zero spese, con pagamenti gratis in ogni valuta e prelievi gratis in euro. Si paga soltanto l'imposta di bollo, pari a 34,20 euro per giacenze superiori a 5mila euro. Volendo è possibile anche scegliere tra altri due conti: N26 You e N26 Metal. Il primo ha un costo di 9,90 euro al mese e include anche i prelievi gratis in tutto il mondo e il pacchetto assicurativo Allianz; il secondo, con anche un supporto dedicato e offerte partner, ha invece un costo di 16,90 euro.

A inizio luglio, N26 ha lanciato la sua App di mobile banking negli Stati Uniti, il suo primo mercato al di fuori dell'Europa. E ora sta pianificando lo sbarco in Brasile.

Ga. Pe.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Yap si fa largo con i «bonus»

Subito un bonus di benvenuto di 5 euro, appena ci si è registrati, e poi una raffica di promozioni. Così Yap, la carta prepagata di Nexi Payments, cerca di attirare nuovi clienti, soprattutto tra i giovani.

La carta (Mastercard), completamente gratuita se richiesta nella forma virtuale (quella fisica ha un costo di 9,95 euro), può essere utilizzata per gli acquisti online e può essere aggiunta a Google Pay ed Apple Pay per pagare nei negozi fisici direttamente con il proprio smartphone. Tra le altre funzionalità, la possibilità di inviare denaro ai propri contatti (se iscritti a Yap), e il cashback, con un rimborso del 20% di quanto speso con Yap (fino a un massimo di 5 euro) nei 3 mesi successivi alla registrazione. Una volta effettuato il pagamento si riceverà una notifica entro 24 ore lavorative e poi basterà entrare nell'applicazione e cliccare sul bottone «riscatta» per ottenere il cashback.

Nella sezione notifiche (accessibile dall'icona visibile in alto a destra dell'App), poi, è possibile visualizzare i tutorial e tutte le pro-

mozioni in atto; come «un'estate senza cash», che mette in palio un buono Amazon da 20 euro al giorno e un viaggio a Ibiza per i pagamenti effettuati con Yap dal 17 luglio.

Parlando di costi, la carta è completamente gratuita solo se virtuale. La carta fisica, infatti, oltre alla spese di emissione prevede anche una commissione di 1 euro per ogni operazione di prelievo contante (ne sono consentite due al giorno per un importo massimo di 250 euro). Le ricariche, invece, sono gratuite se effettuate tramite bonifico, Atm abilitati al circuito QuiMultiBanca (minimo 25 euro), e carte di pagamento (minimo 5 euro). Tramite i punti vendita SisalPay, per la ricarica (minimo 25 euro) è previsto un costo di 2,50 euro.

Per entrare nella community di Yap, il primo step da seguire è scaricare l'applicazione sul cellulare. Dopodiché bisognerà registrarsi, fotografare un documento di riconoscimento, e nel giro di 24 euro si sarà operativi.

Ga. Pe.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Social trading

La «rivoluzione» di Assia (eToro), che apre a Libra

La prima e unica piattaforma social al mondo per il trading online ha il suo cervello al trentottesimo piano di un palazzo alle porte di Tel Aviv. Yoni Assia, 38 anni, nipote di un banchiere svizzero con mamma avvocato e padre noto startupper, è il fondatore e ceo di eToro. La società, nata una dozzina di anni fa, oggi conta 10 milioni di clienti sparpagliati in 140 Paesi del mondo, 700 dipendenti, con un totale di transazioni per oltre 1 trilione di dollari l'anno.

L'idea è semplice: copiare quello che fanno i più bravi. Con un clic, da pc o smartphone, si sceglie uno o più trader, a seconda delle performance raggiunte e del livello di rischio, e si investe esattamente allo stesso modo. Tra i più copiati c'è anche un italiano, Massimiliano De Falco, nickname Jarodd76, informatico di Roma che ha iniziato copiando e in un paio d'anni ha messo in piedi un bel gruzzolo, diventando pifferaio di centinaia emulati (dai quali arriva un extra profitto).

In eToro si può anche chattare, chiedere consigli, muoversi senza sentirsi soltanto un numero. Insomma, una sorta di Facebook della finanza. Inoltre, eToro è stata la prima piattaforma a offrire investimenti sul progetto Libra, la criptovaluta lanciata da Facebook. Assia si sente un po' un «Messia» di una finanza globale alla vigilia di forti cambiamenti: «Abbiamo l'obiettivo di stravolgere l'industria della gestione patrimoniale, dando la possibilità a chiunque di investire online

da qualsiasi parte del mondo». Non chiedono commissioni, né di ingresso né di uscita; i loro profitti derivano dalle commissioni sulle transazioni effettuate. Hackers, infiltrazioni, manipolazioni, Assia si sente sicuro. La piattaforma è stata progettata qui, nel centro della Silicon Wadi, dove la cybersicurezza, per ovvi motivi militari e di storia del Paese, è ai massimi livelli. «Mi avevano consigliato di far nascere eToro a New York – racconta Assia – ma l'ecosistema di Tel Aviv è unico al mondo, e abbiamo fatto bene».

Qui, tra Beer Sheva (la tecno città a 115 chilometri da Tel Aviv nel deserto del Negev) e Silicon Wadi (Valley in arabo) vengono ormai investiti ogni anno 6,5 miliardi di dollari in start-up. In Israele ce ne sono ottomila, e solo il 4% diventa realtà. Come eToro. Oppure Sosa, una sorta di incubatore della creatività il cui Ceo Uzi Scheffey è diventato uno dei guru della Cyber Security. O Arbe Robotic, che sta progettando innovativi mini radar per le auto senza guidatore. C'è anche Binah Ai, fondata 3 anni fa da David Maman, che ha inventato un software in grado di «leggere», usando l'obiettivo di un telefonino, lo stato di salute delle persone. E c'è pure iAngels, una venture capital boutique specializzata in start-up di alta tecnologia. Il Ceo è Mor Assia, la consorte di Yoni, e uno dei fondatori è il padre. Anche in Israele il senso della famiglia è molto forte.



Fondatore

Yoni Assia, 38 anni, è il «padre» e ceo di eToro, la piattaforma social che consente di investire copiando dai migliori

Roberto Bagnoli

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Eresie digitali

REGOLE PER FB? ZUCKERBERG GIOCA D'ANTICIPO

di **Edoardo Segantini**

edoardosegantini2@gmail.com


@Segantini

Mark Zuckerberg, il capo di Facebook, ha detto di volere più regole per i colossi digitali: compreso il suo. L'affermazione, piuttosto sorprendente, non è stata oggetto della riflessione che avrebbe meritato. Proviamo allora a riproporre la domanda: perché l'imprenditore che sulla mancanza di regole ha costruito un impero ora sente il bisogno di invocarle? Innanzitutto mai come oggi, nella loro folgorante ascesa, il geniale Zuck e la sua impresa-miracolo sono stati al centro dell'allarmata attenzione di politici e regolatori. In America e in Europa. A scatenare l'attenzione sono stati il caso Cambridge Analytica e l'intromissione del social network in cinquanta milioni di vite, storie private e orientamenti elettorali. Attenzione che è diventata ancora più forte dopo il lancio, da parte di Facebook, della criptomoneta Libra, che ha sollevato le reazioni preoccupate dei banchieri centrali di tutto il mondo. Entrambi i dossier sono stati oggetto di esami in audizioni parlamentari: il primo (Cambridge Analytica) potrebbe

costare a Facebook una multa da cinque miliardi di dollari da parte della Federal Trade Commission. Di certo, agli investitori una Facebook dialogante con i politici e i regolatori non dispiace. Al contrario garba molto. Così come piace la comprovata capacità dell'azienda di far soldi, trasformando in oro gran parte delle cose che tocca. Come dimostra la crescita dei ricavi di Instagram, la sua popolare applicazione di foto condivise. E tuttavia non sfugge che sulla lunga marcia di Zuckerberg si stanno ammassando grandi ostacoli. Alcuni in America. Altri, macigni possenti, in Europa. Dove si chiede (Ursula von der Leyen) che i giganti del web paghino più tasse. E dove — soprattutto — conquistano consensi le posizioni più dure, come quelle dell'ex commissaria alla concorrenza Margrethe Vestager. Posizioni che potrebbero spingere le authority a proibire di usare i dati degli utenti alle imprese che non obbediscono alle norme europee. Forse per questo Zuckerberg auspica più regole: per evitarne di peggiori.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il commento	
PAOLO BOCCARDELLI	

TASSE E PRIVACY AL DIGITALE SERVONO REGOLE

La rivoluzione digitale ha attivato una serie impressionante di cambiamenti per istituzioni e aziende, che si trovano oggi a competere in un mercato senza confini. La nascita di piattaforme e di ecosistemi digitali consente di cogliere enormi opportunità, ma al contempo invita a riflettere sul concetto stesso di valore nell'economia digitale, sulla regolamentazione necessaria e sui relativi processi di armonizzazione tra Stati. Nel nuovo mondo connesso, spesso non è chiaro quale sia il luogo di aggregazione e distribuzione del valore, una volta che è stato creato. In particolare, il riferimento è al "value gap", vale a dire al disallineamento nella distribuzione del benessere che le imprese perseguono a livello locale, grazie al valore dei prodotti digitali, e i relativi benefici distribuiti su scala globale tra soggetti che operano nei mercati digitali. Essendo il network costituito da molteplici stakeholder, ognuno dei quali ha interesse a massimizzare il proprio valore rispetto agli altri attori coinvolti, diviene essenziale definire un quadro normativo che possa regolare le attività digitali a tutela di tutti i soggetti dell'ecosistema.

Un esempio lampante riguarda le tasse. Negli scorsi anni, i giganti del web hanno dimostrato di essere molto bravi a eludere il fisco: Mediobanca stima che negli ultimi cinque anni i colossi Internet, grazie al ricorso alla tassazione in paradisi fiscali e ai vari sistemi di elusione fiscale, hanno ottenuto un «risparmio fiscale» di quasi 46 miliardi di euro, di fatto "impoverendo" i Paesi dove il fatturato è generato. Recentemente si è discusso del fatto che un'eventuale web tax consentirebbe di rendere omogenee le imposte sulle transazioni finanziarie, alle quali sarebbe applicata una nuova imposta, che

potrebbe arrivare al 3% sul fatturato di pubblicità online delle grandi società digitali. Tuttavia, il mancato accordo in Europa sul tema sta frenando l'emanazione di regole attuative, di cui la web tax ha bisogno per poter essere riscossa. In tale contesto, lo slittamento del provvedimento rallenterà ulteriormente l'applicazione della misura, dalla quale erano attesi incassi per 150 milioni quest'anno e 600 milioni l'anno a partire dal 2020. Si assiste inoltre a un fenomeno nuovo, ovvero la generazione di innumerevoli dati il cui valore è di difficile valutazione. Come dare, ad esempio, un valore di mercato alle emozioni che un consumatore esprime attorno all'acquisto di un prodotto online o a un cookie su un browser? La valorizzazione dei dati, e la correlata loro analisi, è il nuovo petrolio, che alimenta piattaforme digitali, intelligenza artificiale, sistemi automatizzati di marketing e molto altro.

A questo è strettamente collegata la questione privacy, dove appare chiaro vadano potenziati gli strumenti legislativi e amministrativi utili per assicurare piena ed effettiva trasparenza nell'uso delle informazioni personali, ambito in cui i colossi digitali hanno dimostrato una pessima gestione. In generale, appare chiara l'esigenza di riequilibrare il rapporto tra utenti-consumatori e giganti del web, spesso sbilanciato in favore di questi ultimi, che dominano il mercato digitale e crescono a tassi vertiginosi: nel 2018, Airbnb ha registrato una capitalizzazione di mercato di 38 miliardi di dollari, Uber di 76 e Facebook di 473 miliardi. A giugno, la capitalizzazione aggregata delle prime 40 società quotate italiane era di appena 469 miliardi di euro.

In un contesto così complesso e articolato, che fa leva su molteplici relazioni e sull'integrazione di asset

spesso controllati da agenti differenti, si rende indispensabile definire un framework regolatorio che permetta di sfruttare appieno i vantaggi connessi all'utilizzo delle nuove tecnologie, tutelando al tempo stesso gli interessi delle parti. La declinazione non è semplice: sebbene il sistema attuale regoli mercati verticali, occorre tenere conto di fenomeni economici e industriali che appaiono invece orizzontali e che tagliano i settori in modo trasversale. Ancor più grave è la presenza di regolamentazioni nazionali differenti in funzione delle esigenze dei singoli Paesi, che possono offrire rischi di arbitraggio regolatorio a danno di consumatori e imprese, e rispetto alle quali l'Europa si sta adoperando nella costruzione di un Single Digital Market. Di fronte ad uno sviluppo inarrestabile delle piattaforme digitali, sarebbe opportuno adottare strategie di collaborazione volte a promuovere lo sviluppo di un ambiente innovativo nel business di riferimento, a favorire la competitività, a colmare il digital gap anche attraverso la collaborazione tra istituzioni e mondo accademico, a definire standard di lavoro a livello internazionale, e a promuovere migliori politiche sociali. Solo in questo modo sarà possibile rafforzare il ruolo della governance e incentivare la connettività, diffondendo al tempo stesso l'accesso a tecnologie e servizi digitali in tutti i settori. Queste sono le sfide per i nuovi membri del Garante della Privacy e dell'Agcom.

**Direttore Luiss Business School*

© RIPRODUZIONE RISERVATA




IL PUNTO

L'inefficacia delle multe per i big tech

di **Daniele Manca**

Che il mondo virtuale abbia bisogno di regole è evidente ogni giorno che passa. L'idea che esistano luoghi dove si discute, si crea opinione, si commercia e si concludono affari, e che dispongano di una sorta di extraterritorialità sta declinando. Per fortuna. Fanno testo le multe comminate dalle varie autorità antitrust al di qua e al di là dell'Atlantico. Non ultima quella da 5 miliardi di dollari imposta a Facebook per la vicenda Cambridge Analytica (i dati di decine di milioni di utenti posseduti dal social network erano stati usati per fare propaganda politica). Anche se proprio su quella multa si sono appuntate le critiche di molti. Si tratta di una multa elevata, ma per una società che ha avuto ricavi per 15 miliardi nel solo primo trimestre del 2019 può non essere così alta. E comunque il tema è l'essenza stessa delle multe. Quando Google è stata sanzionata dalla Commissione europea non ha fatto altro che mettere quella multa tra i costi

operativi, come a dire non solo che se l'aspettava ma che rientrava nel normale business. Ben diverso è imporre regole sulla privacy o il rispetto delle regole di concorrenza. Ciò imporrebbe alle società monopoliste di rivedere modelli di business e funzionamento. A questo proposito sarà interessante capire gli effetti della sentenza del Tribunale di Milano che ha condannato Amazon nella causa avanzata dalla società di cosmetica Sisley. Sentenza che mette in discussione esattamente il modello di business della società di Bezos basato sul fatto che tutti i marchi sono messi sullo stesso piano e il consumatore sceglie. Ma come sceglie il consumatore? Spesso provando i prodotti in negozi fisici. Se poi proprio i negozi fisici sono considerati dai brand come parti essenziali della costituzione dei marchi perché selezionati, misurati sulla capacità di assistenza al cliente, si capisce bene il danno che si infligge a chi quei brand ha creato. Ponendo un tema tanto semplice quanto necessario in tempi stretti: fare in modo che le regole valide per il mondo reale non vengano disconosciute in quello virtuale.

 daniele_manca

© RIPRODUZIONE RISERVATA



BONUS E INCENTIVI

Start up, le misure per sostenere le nuove aperture

Effetto cumulo sui risparmi possibili per le start up innovative.

Sbaraglia e Sepio — a pagina 15

Cumulo di bonus e deduzioni per la nascita della start up

REDDITO D'IMPRESA

Dagli sgravi sul capitale di rischio a Industria 4.0: tanti i risparmi possibili

Rispetto a una Srl ordinaria, agevolati costituzione e sviluppo delle innovative

Pagina a cura di
Gianpaolo Sbaraglia
Gabriele Sepio

Spesso si legge di giovani italiani che espatriano per dare vita alle proprie idee imprenditoriali oltreconfine, dove costi di avvio e burocrazia sono più leggeri. Eppure oggi sono tante le agevolazioni per sostenere la costituzione e lo sviluppo delle start up innovative in Italia. A fare luce sulla corretta applicazione di alcuni di questi vantaggi è stato il recente Dm del 7 maggio 2019 che ha chiarito l'ambito applicativo e le condizioni per beneficiare delle agevolazioni fiscali.

Non tutte le misure sono note a chi intende avviare una start up e non sempre sono di facile applicazione. Ecco perché è utile con un esempio vedere come sia possibile combinare una serie di bonus per ottenere un risparmio elevato. Prendiamo il caso di una start up che intenda sviluppare un software per migliorare le funzionalità di una stampante 3D. Per la costituzione, è prevista una procedura semplificata di redazione dell'atto costitutivo, con possibilità di utilizzare un modello standardizzato firmato digitalmente senza intervento del notaio (articolo 4, comma 10-bis, Dl 3/2015). In caso di contestuale iscrizione nella sezione speciale del registro delle imprese per le start up,

è esente dal pagamento delle imposte di bollo e dei diritti di segreteria. Analogo esonero è previsto per imposta di bollo, diritti di segreteria per l'iscrizione al registro imprese e per il diritto annuale dovuto in favore delle camere di commercio (articolo 26, comma 8, Dl 179/2012).

In parallelo, tornando all'esempio, risulta agevolato anche l'eventuale conferimento effettuato, ad esempio, da una società controllante nella realtà neo-costituita. Un importante incentivo, infatti, è riservato ai soggetti che intendono investire in start up innovative. Per la persona fisica, è prevista una detrazione Irpef del 30% della somma investita nel capitale sociale delle start up innovative, fino ad un massimo di un milione di euro all'anno. Per il soggetto passivo Ires, invece, è stabilita una deduzione del 30% della somma investita nel capitale sociale della start up, per un massimo di un milione e 800mila euro annui. Senza contare che, con l'autorizzazione della Commissione europea, la percentuale di detraibilità/deducibilità verrà aumentata al 40% per il solo periodo d'imposta 2019. E, nel caso di acquisizione (mantenuta per almeno tre anni) dell'intero capitale sociale da parte di soggetti Ires, l'aliquota per il 2019 sale fino al 50% (articolo 29, Dl 179/2012 e articolo 1, comma 218, legge di Bilancio 2019).

Sugli investimenti iniziali necessari, poi, intervengono altre misure: le start up possono godere, in quanto cumulabili, degli incentivi legati al piano Industria 4.0. Possono, ad esempio, beneficiare del credito d'imposta del 25% (fino al 2018 era del 50%) dei costi connessi allo svolgimento delle attività di ricerca e sviluppo ammissibili (articolo 3, comma 6, Dl 145/2013). La misura del credito resta del 50% per i costi riferiti a spese per la ricerca extra-muros e le

spese del personale titolare di rapporto di lavoro subordinato. Così come possono beneficiare dell'iperammortamento previsto per gli investimenti in beni altamente tecnologici (inclusi nell'allegato A, legge 232/2012), effettuati nel 2019.

In sostanza, quest'ultima agevolazione consiste in una maggiorazione del costo di acquisizione dei beni strumentali nuovi che non si applica più con la misura unica del 150% ma è differenziata in relazione all'ammontare degli investimenti (articolo 1, comma 61, legge di Bilancio 2019):

- 170% per gli investimenti fino a 2 milioni e mezzo di euro;
- 100% per gli investimenti compresi 2,5 milioni e 10 milioni di euro;
- 50% per gli investimenti compresi tra 10 e 20 milioni di euro.

Per coloro che fruiscono di questa agevolazione è possibile accedere anche al superammortamento per i beni strumentali immateriali (allegato B, legge 232/2016), con una maggiorazione del costo del 40 per cento.

Trova applicazione, infine, anche il credito d'imposta Formazione 4.0 per il personale dipendente nel settore delle tecnologie (articolo 1, commi 78 e 79, legge 145/2018). Il credito è attribuito in questo modo:

- 50% delle spese ammissibili, entro i 300mila euro, per le piccole imprese;
- 40% per le medie imprese;
- 30% per le grandi imprese, per un limite di 200mila euro.

Sono ammissibili le spese soste-



nute per attività di formazione nei limiti del “costo aziendale” riferito alle ore e alle giornate di formazione del personale dipendente. Il costo aziendale è determinato sulla retribuzione annua lorda spettante al lavoratore dipendente in relazione alle ore e ai giorni di formazione effettuati nel periodo d'imposta, e le indennità percepite per trasferte connesse allo svolgimento di attività formative.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le misure a confronto

L'elenco delle misure applicate da una start up innovativa e dei relativi risparmi conseguiti rispetto a una Srl ordinaria

Totale risparmio **302.000 €**

Oneri di avvio

Minori costi derivanti da costituzione con firma digitale, in esenzione da imposta di bollo e diritti di segreteria per adempimenti in Camera di commercio

1.200 €

Ricerca e sviluppo

Credito di imposta del 25% sul costo di acquisto di un bene materiale strumentale per 200mila euro

50.000 €

Superammortamento

Acquisto di un software. Costo del bene strumentale immateriale (allegato B) da 100mila euro, ammortamenti extracontabili per 40mila euro, aliquota Ires al 24%

9.600 €

Incentivo all'investimento

Conferimento di 1,8 milioni effettuato dalla società controllante, deduzione al 30% e aliquota Ires al 24%

129.000 €

Iperammortamento

Ammortamento fiscale extracontabile pari a 340mila euro sull'acquisto di un bene strumentale materiale (allegato A), con aliquota Ires al 24%

81.600 €

Formazione 4.0

Credito d'imposta su un costo aziendale 60mila euro per la formazione su identità digitale e Big Data

30.000 €

La simulazione

Assegnazione di quote per un valore di 5mila euro a un dipendente con Ral pari a 30mila euro: a confronto i costi per una Srl ordinaria e una start up innovativa con un solo dipendente

	CONTRIBUTI A CARICO DEL DATORE (2/3)	CONTRIBUTI A CARICO DEL LAVORATORE (1/3)	IRPEF (27%)	COSTO AZIENDALE ●=100
SRL ORDINARIA				
Fino a 2.065,83 euro	0 €	0 €	0 €	5.850,91 €
Sui restanti 2.934,17 euro	850,91 €	278,45 €	717,04 €	
START UP INNOVATIVA				
Sui 5.000 euro	0 €	0 €	0 €	5.000 €

ASSEGNAZIONI E STOCK OPTION

Il «work for equity» apre a consulenze e fidelizzazione

Costi ridotti per accedere a prestazioni professionali e premiare i dipendenti

Interessanti benefici sono previsti anche per il lavoro nelle start up innovative. Con il *work for equity* (articolo 27, Dl 179/2012) è possibile, da un lato, accedere a prestazioni professionali qualificate e fruire di efficienti strumenti di fidelizzazione del capitale umano, e dall'altro, ridurre le uscite monetarie nella fase iniziale dell'attività in cui, come noto, la liquidità di solito è particolarmente limitata.

L'agevolazione prevede che l'assegnazione di strumenti finanziari o l'attribuzione del relativo esercizio di opzione (*stock option*) da parte della start up ad amministratori, dipendenti e collaboratori non concorre a formare il reddito ai fini fiscali e contributivi. Nel dettaglio, si tratta di azioni, quote, strumenti finanziari partecipativi emessi o diritti assegnati, inclusi i piani di incentivazione che prevedono la

diretta assegnazione di strumenti finanziari, attribuzione di opzioni di sottoscrizione o di acquisto di strumenti finanziari, la promessa di assegnare strumenti finanziari nel futuro.

In questa ipotesi, l'esenzione è subordinata al divieto di cedere le azioni alla società emittente o a soggetti riconducibili alla medesima catena partecipativa cui appartiene la start up. In caso contrario, è previsto un recupero a tassazione del reddito originariamente escluso nel medesimo periodo d'imposta in cui è stata realizzata la cessione “vietata”. L'esclusione non contempla alcun limite, potendo essere tagliata su misura per ciascun collaboratore a seconda delle specifiche esigenze. Si tratta, quindi, di una misura particolarmente agevolativa rispetto a quanto previsto dalla disciplina ordinaria sull'assegnazione di azioni al personale dipendente della società. In quest'ultimo caso, infatti, l'assegnazione è esente ai fini fiscali e contributivi nel limite di 2.065,83 euro e solo se offerta alla generalità dei dipendenti.

Anche sulle *stock option*, la disciplina riservata alle start up è più conveniente rispetto a quella ordinaria. Mentre la prima permette di esentare l'intero valore attribuito a seguito dell'opzione, nella seconda la differenza tra il valore prestabilito nel diritto di opzione e il prezzo effettivamente sostenuto dal datore di lavoro concorre al reddito di lavoro dipendente ai fini fiscali ed è esente ai fini contributivi.

Un ulteriore punto a favore di questa misura è legato al fatto che il *work for equity* è riservato anche ai prestatori di opere e servizi rese in favore della start up. Diversamente da quanto accade per dipendenti e amministratori, per questa categoria vi sono una serie di limiti. L'agevolazione riguarda solamente l'assegnazione di azioni (e non le *stock option*). E il valore degli strumenti finanziari assegnati dalla start up non concorre alla formazione del reddito di lavoro autonomo, ma assume rilevanza ai fini contributivi nonché ai fini dell'applicazione dell'Iva (circolare 16/E/2014).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Metropolis

Il vestito ha campo e il chirurgo è un microrobot

Aumenta di mille volte la connettività wireless. È l'innovazione dei ricercatori della National University of Singapore: indumenti intelligenti che creano una rete potente intorno al corpo. Tutti i dispositivi indossabili sfruttano reti wireless per funzionare e buona parte delle loro batterie viene impiegata nella ricerca di una connessione. I nuovi indumenti aumentano esponenzialmente il segnale, consentendo un trasferimento dati più veloce con ridottissimo dispendio energetico, tanto da pensare a indossabili senza batteria. Sono realizzati in stoffa comune potenziata con tessuti conduttivi noti come metamateriali. Economici (pochi dollari al metro), i metamateriali sono tagliati al laser in strisce e incollati sugli indumenti. I capi possono essere lavati, asciugati e stirati e le strisce conduttive conservano l'efficienza anche in seguito a piccoli tagli e strappi.

Mini-automati

Sono grandi quanto la più piccola formica, i robot realizzati nel laboratorio Gatech del Georgia Tech. Automati che operano in gruppo, possono ricoprire quattro volte la loro lunghezza in un secondo, e si muovono sfruttando le vibrazioni di attuatori piezoelettrici, da sorgenti a ultrasuoni e altoparlanti acustici. Dotati di microsetole come zampe, i robot misurano 2 millimetri di lunghezza, 1,8 di larghezza e 0,8 di spessore, e pesano 5 milligrammi. Sono costituiti da un attuttore piezoelettrico incollato su un corpo polimerico stampato in 3D. Le vibrazioni muovono le gambe elastiche, spingendo avanti i micro-bot progettati per rispondere a diverse frequenze. Sciame di questi minuscoli robot potrebbero rilevare i cambiamenti ambientali, spostare materiali o riparare lesioni all'interno del corpo umano.

Cristina Pellecchia

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Indossabili

I metamateriali flessibili in strisce Nus, applicabili sui capi, consentiranno di produrre wearable intelligenti senza batteria



Ritardo digitale

La Commissione europea ha pubblicato il rapporto Desi, l'indicatore che misura il livello di attuazione dell'Agenda digitale di tutti gli stati membri e che rileva i progressi compiuti in termini di digitalizzazione. Anche quest'anno è emerso il tema del ritardo italiano come importante "freno" allo sviluppo economico e sociale del paese. Infatti, l'Italia si piazza al 26esimo posto (su 28) fra gli stati membri dell'Unione europea. Il 19 per cento degli italiani, fra l'altro, non ha mai usato internet, il doppio della media europea. Numeri di **Mariarosaria Marchesano**.

44 per cento

La quota di italiani fra 16 e 74 anni che può vantare competenze digitali di base contro la media europea del 57 per cento.



1 per cento

La quota di laureati italiani in materie di Ict (Tecnologie dell'informazione e della comunicazione) contro la media europea del 3,5 per cento.



30 per cento

L'aumento di richiesta di professionisti in ambito Ict che ci sarà in Italia nei prossimi cinque anni secondo Kelly Services.



60 per cento

Il gap tra domanda e offerta

di lavoro che ci sarà per i laureati in Ingegneria informatica, profilo già ambitissimo dalle aziende.



36 per cento

E' la percentuale di italiani che secondo l'ultimo rapporto Ocse è in grado di utilizzare internet in maniera complessa e diversificata. E' il livello più basso tra i paesi Ocse.



50 per cento

La percentuale della popolazione che non possiede competenze digitali di base. Nell'outlook per il 2019 l'Ocse aveva definito l'Italia "impreparata ad affrontare le sfide della digitalizzazione" e l'aveva inserita nel gruppo "con il ritardo digitale più consistente" in compagnia soltanto di Grecia e Polonia.



40 per cento

La percentuale di recruiter italiani che pensa che non vi siano abbastanza candidati con le giuste competenze digitali per i posti di lavoro disponibili, secondo una recente indagine di LinkedIn.



19°

In questo scenario è buona, invece, la situazione della connettività. L'Italia si colloca al 19esimo posto recuperando sette posizioni rispetto alla classifica del rapporto Desi del 2018.



«SENZA GRANDI AZIENDE NÉ RICERCA NÉ CLASSE DIRIGENTE»

Un manager di lungo corso giudica i cambiamenti del sistema imprenditoriale: Franco Tatò a «Merito e regole»

di Roger Abravanel su Corriere.it

Ha guidato diverse gruppi, da Enel a Mondadori, e oggi spiega perché il «capitalismo familista» è un freno

di **Sergio Bocconi**

**A guardar bene,
nel capitalismo
di Stato
ci sono stati tanti
esempi di eccellenza
manageriale**

**La politica? Ciampi
e Draghi al Tesoro,
Bersani all'industria
Quelle erano le nostre
controparti. Scusate,
ma era un po' diverso..**

**La capacità
professionale da sola
non serve a nulla, se
non è accompagnata
da solide qualità
di carattere**

L'Italia ha un serio problema di classe dirigente soprattutto al confronto con Paesi come Germania o Francia, e anche per questo non cresce? La ragione principale non va ricercata tanto nella politica, come talvolta si tende a fare guardando a un perimetro ristretto del problema. La responsabilità maggiore è invece individuabile nella scarsa presenza di grandi aziende, che sono anche scuole di management e fucina di élite. A sottolinearlo è Franco Tatò, che è stato alla guida di diverse big industriali pubbliche e private, in Italia e all'estero, e ha anche coltivato esperienze in società di minori dimensioni, con azionisti di tipologia assai diversa, dallo Stato ai protagonisti del più classico capitalismo familiare.

Tatò, che in questi giorni compie 87 anni, ha tracciato in base alla lunga ed estesa esperienza, un ritratto dell'Italia e del suo capitalismo nel corso della trasmissione «Merito e regole» su *Corriere.it*. Intervistato dall'ex consulente McKinsey e saggista Roger Abravanel e Daniele Manca, vicedirettore del *Corriere della Sera*, Kaiser Franz, come è stato soprannominato per la severità e il rigore «tedeschi» impiegati nel risanamento di diversi gruppi aziendali, non ha risparmiato commenti altrettanto severi all'Italia di oggi, soprattutto se paragonata ad alcune «finestre» (come le ha definite) del passato in cui il nostro Paese ha invece espresso eccellenze di governance.

Eccellenze

E proprio a una di queste eccellenze Tatò ha dedicato ampio spazio perché particolarmente significativa è la differenza riscontrabile fra presente e «storia recente». Siamo nel 1996. Il manager ha già accumulato esperienze importanti. Se l'impresa per prima cosa ha voluto dire per lui nel 1956 la catena di montaggio Olivetti, dove lavora sei mesi, la sua scalata nella formazione delle competenze (con laurea ad Harvard pagata con borsa di studio) e al «comando» è rapida. Nella stessa Olivetti, con una parentesi in Germania alla guida di Mannesmann-Kienzle, poi in Mondadori, quindi nel gruppo Berlusconi. Sempre risanamenti, ristrutturazioni, e rapporti tutt'altro che facili con azionisti come Carlo De Benedetti e Silvio Berlusconi.

E proprio grazie soprattutto alla sua fama di risanatore nel 1996 viene chiamato in Enel su iniziativa del governo di Romano Prodi. «Capite bene», dice Tatò, «che ministro del Tesoro era Carlo Azeglio Ciampi, direttore generale del Tesoro Mario Draghi, ministro dell'Industria Pier Luigi Bersani: quelle erano le nostre controparti. Scusate ma era un po' diverso...». E racconta il «viatico» di Ciampi: «Il giorno delle nomine in Enel mia e di Chicco Testa alla presidenza, Ciampi ci scrive una lettera dove dice: congra-

tulazioni, risanate e privatizzate». Il mandato era dunque chiaro. «Trasformare l'Enel da Moloch di Stato a un'azienda funzionante con criteri di mercato. Abbiamo capito che in quel momento c'era un'opportunità di fare malgrado tutti i nodi dell'Italia, che c'erano allora come oggi. E per due anni e mezzo abbiamo lavorato come un'azienda privata». Del resto, commenta: «Di fondo si commette uno sbaglio, ma è la politica che sbaglia», a fare contrapposizioni pubblico-privato, «perché cosa c'è di più pubblico, di public company, di un'azienda che appartiene allo Stato, cioè a tutti?».

Il sistema Paese

Ciò significa che il capitalismo di Stato è stato da noi migliore? «Forse in quella finestra. Poi, a guardarsi bene attorno, nel capitalismo di Stato ci sono stati tanti esempi di vera eccellenza manageriale e amministrativa e anche tanti esempi del contrario. Ma questo vale anche per il privato». Il fatto è, prosegue Tatò, «che nella mia



esperienza lavorare in Italia è molto più difficile anche perché nel nostro Paese il lavoro è combattimento. Bisogna conquistarsi pezzo per pezzo quello che si fa. All'estero, e in particolare mi riferisco a Germania o Stati Uniti, il sistema Paese è organizzato in modo tale da aiutare le aziende perché sono importanti per il Paese e c'è quindi una consonanza che aiuta». Anche nella selezione delle persone che lavorano e guidano le società: «È uno dei presupposti della meritocrazia. Siccome si è misurati sui risultati non si può scegliere persone incapaci perché qualcuno li ha raccomandati: ci si rimette anche personalmente. Tutto il sistema è misurato su quanto è capace di fare».

Sistema, aziende, mercato, merito. Una consonanza che in Italia non c'è. Tatò punta il dito sul fatto che «spesso sottovalutiamo quando è importante per un Paese avere grandi aziende. «Hanno grandi capacità di investimento, promuovono tecnologie e futuro, ma soprattutto sono scuole di management. Quando i dirigenti di

aziende big escono per varie ragioni e vanno in imprese più piccole danno loro vitalità. Tutto il sistema si muove con questo indirizzo». In Italia ciò non funziona perché ci sono poche grandi aziende e «soprattutto il nostro capitalismo familista» rappresenta un problema. «Il padrone che fa i suoi interessi non fa gli interessi di tutti. Mentre li fa il manager professionista che fa gli interessi degli azionisti. Una differenza fondamentale, spesso dimenticata».

Merito e carattere

Un'altra caratteristica poi secondo Tatò non favorisce il merito nel nostro Paese. Lui che ha lavorato a più riprese anche in Germania fa riferimento a una «lezione» ricevuta da un top manager di Mannesmann, che gli ha spiegato come il capitalismo tedesco sia fondato sulla gestione collettiva. «Le aziende italiane sono molto più autoritarie». Ed emerge un'altra differenza: «Nei Vorstand, mi ha chiarito con estrema sintesi, siete colleghi, al-

la pari. Poi c'è il presidente che deve avere una personalità forte per riuscire a guidare questi gruppi di professionisti spesso molto bravi». E qui si tocca un punto che per il manager che ha affrontato non di rado i propri azionisti (i quali, lo dice, in qualche caso alla fine lo hanno anche «cacciato») è di vitale importanza nel parlare di merito. Personalità, carattere sono determinanti nella selezione e nella costruzione delle carriere. «La capacità professionale da sola non serve a nulla, se non è accompagnata da solide qualità di carattere. Cosa me ne faccio se la uso male, se la indirizzo in maniera sbagliata, non obiettiva?». Un tema spesso sottovalutato, ma che fa la differenza. Forse in Italia è però ancora sullo sfondo, secondario, secondo Tatò: «Tutti sono ancora convinti che si fa carriera con appoggi e spinte varie. Che si possa farla grazie ai risultati non credo interessi a nessuno». La sintesi? Non è incoraggiante: senza grandi aziende e con questi presupposti, classe dirigente, addio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



● Chi è

Classe 1932, dopo la laurea in Filosofia al Collegio Ghislieri di Pavia, nel 1956 comincia la sua carriera in Olivetti, dove rimane fino al 1990. Qui risana Triumph Adler e amministra diverse aziende del gruppo. In seguito è chiamato ad amministrare e risanare diverse società. Ricopre l'incarico di presidente e amministratore delegato di Mondadori prima e Fininvest poi. Nel 1996, viene scelto per guidare la privatizzazione di Enel. Ha poi incarichi in diverse aziende: da Treccani a Berco, passando per Parmalat.



Il colloquio



Oppo: "Con il 6G l'Intelligenza artificiale sarà nello smartphone"

ERNESTO ASSANTE, ROMA

Parla Neil Yang, manager di punta del produttore cinese. E dice che la futura generazione di cellulari riserverà nuove sorprese

Il 5G per Oppo è solo l'inizio del futuro. Ne è convinto Neil Yang, Senior 5G Standard Engineer dell'azienda cinese, che nelle scorse settimane ha presentato in Italia il suo primo terminale 5G, il Reno, in partnership con Tim: «Il 5G è il futuro dell'industria degli smartphone portando, con le sue infinite possibilità di creatività, immaginazione e una connettività potenziata, ma vedremo cose straordinarie anche dopo».

Oppo è entrata nell'era del 5G da anni: ha formato il primo team 5G nel 2015 e lavorato con vari partner - Swisscom, l'inglese EE, la SingTel di Singapore, le australiane Telstra e Optus, Tim - per supportare e affermare la sua leadership nell'implementazione dei servizi 5G e nel potenziamento delle connessioni. In febbraio ha firmato una licenza pluriennale di brevetto globale con Ericsson, cui si aggiungono una serie di accordi di licenza sempre sui brevetti stipulati con i principali partner del settore delle telecomunicazioni, tra i quali Qualcomm, Dolby e Nokia. Dice Yang: «Abbiamo investito in design e tecnologia per assicurare la produzione di uno smartphone desiderabile, che non compromettesse le proprie funzionalità per accogliere i benefici e le funzionalità del 5G. Il 5G consentirà una connettività senza precedenti, cambiando il mondo che ci circonda. Ogni attore del settore 5G trarrà beneficio dal passaggio alla nuova generazione. E di certo questa nuova tecnologia emozionerà anche parecchio le esperienze e la vita di tutti i giorni degli utenti».

L'IMMAGINE AL CENTRO

Sul 5G punta tutto il mercato, anche perché da qualche tempo il segno meno compare davanti alle cifre di vendita globali degli smartphone: «È un mercato competitivo in cui cerchiamo di differenziarci, impegnandoci nell'offri-

re esperienze innovative e a creare maggiore valore per gli utenti prevedendo il loro stile di vita futuro. Ricerchiamo una perfetta sinergia tra design e tecnologia con un'elevata attenzione all'innovazione, come crediamo di avere dimostrato con i prodotti *flagship* come Find X e la Serie Oppo Reno, e puntando molto sulla fotografia, che è al centro della nostra strategia. Sia nell'hardware che negli algoritmi non abbiamo mai smesso di innovare ed esplorare, cercando di offrire agli utenti una migliore esperienza fotografica».

Oppo è uno dei 5 marchi top di smartphone nel mondo (con una quota di mercato globale dell'8,4%, secondo IDC) e possiede 32 mila brevetti tecnologici a livello globale. È conosciuto in Asia per essere un innovatore e creatore di tendenze, sviluppate tenendo conto delle esigenze dei consumatori. E adesso si muove con forza per conquistare spazio in Europa, forte dei numeri e dei suoi device: l'azienda cinese ha reso disponibili 29,9 milioni di smartphone per i consumatori in oltre 40 Paesi e regioni e 400 mila negozi nel mondo nel terzo trimestre 2018.

Tutto cambierà, dunque, ma come sarà, il futuro dell'azienda? «Ci vedrà sempre più impegnati nella Ricerca & Sviluppo e nello studio e sperimentazione di nuove tecnologie», tiene a sottolineare Yang, «quest'anno spenderemo 10 miliardi di renminbi (circa 1,46 miliardi di dollari) in ricerca e sviluppo. Abbiamo, inoltre, di recente annunciato l'apertura di un nuovo Centro ricerche nella città cinese di Chang'an, nella provincia di Guangdong, che sarà responsabile della R&S, progettazione e collaudo di una gamma di dispositivi intelligenti, inclusi smartphone e prodotti *Internet of things*. La ricerca sosterrà la nostra missione di offrire dispositivi e servizi intelligenti all'avanguardia per l'era della connettività intelligente».



LE VISIONI DI TANG

Sullo sviluppo futuro Yang insiste: «Qualche mese fa Henry Tang, Director of Standards Research and Chief 5G Scientist di Oppo, ha condiviso le prospettive e la visione della nostra azienda per l'evoluzione di una nuova era attraverso la connettività di prossima generazione. Immagina un mondo condiviso da persone ed agenti intelligenti, con Beyond 5G e 6G come fattori chiave per l'interconnettività "Human-Thing-Intelligence"».

Guardando alla più lontana era del 6G, Tang ha spiegato che sempre più imprese saranno gestite in gran parte senza l'intervento umano. In questo futuro, aumenteranno gli scenari in cui macchine e intelligenza artificiale interagiscono direttamente, creando la domanda di sistemi *swarming*, le cui capacità sono maggiori di quelle dei singoli agenti. «Henry Tang l'ha chiamata "collective intelligence". Un modello di business che emergerà durante questa fase dell'intelligenza artificiale riguarderà le connessioni intelligenti tra dispositivi intelligenti. Oltre ai dati tradizionali come i *media data*, *sensor data* e *control data*, un nuovo tipo di dati che occuperanno la rete 6G saranno trasmissioni "smart" basate sull'intelligenza artificiale, il che significa che i dispositivi saranno in grado di condividere e trasmettere messaggi intelligenti tra loro».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

8,4%

DEL MERCATO

Quota delle vendite globali di smartphone di Oppo, che ora punta sull'Europa

32

MILA BREVETTI

Sono detenuti dal produttore, che ha stretto accordi con Ericsson, Dolby e Nokia

Il personaggio



Neil Yang
Senior 5G Standard Engineer del produttore cinese di smartphone Oppo

Il nuovo business oggi punta sul "web cosmico": l'obiettivo è assicurare copertura satellitare ad ogni angolo del Pianeta Per questo programma a giugno, da Cape Canaveral, sono stati lanciati i primi sessanta veicoli della costellazione Starlink

In arrivo sulla Terra l'internet spaziale

L'IDEA DEI FINANZIATORI PRIVATI È QUELLA DI ORGANIZZARE SPEDIZIONI E TURISMO SIA SU MARTE CHE SULLA LUNA IL PROGETTO

Poche settimane fa, a qualche giorno dalle celebrazioni per i cinquant'anni dallo sbarco sulla Luna, alla domanda su quale sarebbe stata la prima frase pronunciata dall'uomo una volta arrivato su Marte, la direttrice dello Space and Rocket Center di Huntsville, negli Stati Uniti, ha risposto: «Qual è la password del wifi?». Secondo Deborah Barnhart, che da 8 anni guida quello che è il più importante museo al mondo di cimeli spaziali, uno dei prossimi obiettivi della corsa allo spazio sarà cercare di costruire delle comunicazioni più affidabili tra la Terra, il suo cielo e gli altri pianeti. Una mossa necessaria da un lato per permettere a navicelle e astronauti di raccogliere più dati ed avere connessioni più efficienti, dall'altro per gettare le basi del sogno umano di "abitare" l'universo.

LA RETE

Una serie di sfide affascinanti che però oggi si concretizzano in aspetti decisamente più commerciali. Vale a dire la creazione ad opera di privati di una rete internet spaziale destinata alla Terra. La conquista del "web cosmico" infatti, solletica l'istinto da businessman e i sogni di Elon Musk e Jeff Bezos. Con progetti distinti ma simili (Starlink e Blue Origin) i due multimiliardari si stanno adoperando per creare una copertura satellitare in grado di assicurare a ogni an-

golo del Pianeta, compresi oceani e regioni isolate, un servizio di connettività a banda larga.

LA CRESCITA

In pratica entrambi hanno scommesso sulla crescita esplosiva del settore dei satelliti nei prossimi vent'anni (per gli analisti della banca d'affari Usa Morgan Stanley, entro il 2050 potrebbe raggiungere il valore di mille miliardi di dollari) grazie alla crescente domanda di comunicazioni stabili in Africa o nel sud-est asiatico. Una previsione che, per essere confermata, ha bisogno di un'infrastruttura orbitale composta da migliaia di micro-satelliti di ultima generazione che operano a livelli di orbita più bassi. Così alla fine di giugno, dalla storica base californiana di Cape Canaveral, sono stati lanciati nello spazio i primi 60 satelliti della costellazione Starlink. Il programma spaziale di Musk, già a capo di Tesla e dei progetti per lo sviluppo dell'interfaccia macchina-cervello, è quello più prossimo alla realizzazione grazie ai razzi riutilizzabili "Falcon".

Più in generale Starlink, almeno idealmente, darà credibilità e soprattutto risorse al sogno di finanziare spedizioni spaziali vere e proprie - anche il cosiddetto turismo spaziale - alla volta di Marte e della Luna. Secondo le stime di Musk infatti, una volta a regime, la costellazione di satelliti web dovrebbe generare introiti per circa 30 miliardi l'anno. Tuttavia prima che ciò sia possibile ci vorrà ancora molto tempo. I 60 satelliti in orbita sono solo l'inizio dell'avventura: saranno necessari almeno altri 6 lanci di 60 satelliti ciascuno prima che Starlink possa iniziare a fornire una copertura internet minima, mentre ne serviranno altri 12 prima di poter garantire una copertura «moderata».

LA COLONIZZAZIONE

«Questo sistema non solo fornirà l'accesso a Internet alle aree che non ce l'hanno - ha detto il fondatore di Tesla - ma fornirà servizi Internet competitivi alle zone che già dispongono di questi servizi». Una complessa rete che prevede di schierare entro giugno 2020 quasi 12.000 micro-satelliti in tre diverse fasce orbitali più prossime al pianeta rispetto a quanto fatto fino a questo momento.

La Blue Origin di Jeff Bezos invece, ha rivelato i propri piani lo scorso aprile. Nell'ambito di quello che è stato chiamato Project Kuiper, l'azienda prevede di popolare lo spazio con milioni di persone che vivono e lavorano in stazioni e in centri lunari. Una colonizzazione che però passa proprio per la creazione di un'infrastruttura web che possa finanziarla.

Per questo Bezos ha appena chiesto alla Fcc, l'agenzia governativa statunitense che si occupa di telecomunicazioni, l'autorizzazione per mandare in orbita 3236 micro-satelliti e superare nella corsa allo spazio il collega Musk. Ad oggi è impossibile sapere chi arriverà per primo e come andrà a finire. Ciò che però possiamo immaginare, è che anche il web spaziale sarà «un piccolo passo per l'uomo e un grande passo per l'umanità».

Francesco Malfetano

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I numeri

30

i miliardi l'anno che dovrebbe rendere il "web cosmico"

6

lanci servono perché Starlink inizi a fornire copertura internet

12

i lanci che servono per poter garantire una copertura "moderata"

227

chili il peso di questi satelliti, circa 500 in meno di quelli classici

540

i chilometri di quota che i satelliti dovranno occupare



MULTIMILIARDARI

Sopra, Starlink e Blue Origin stanno lavorando ad una copertura satellitare in piccola zona della Terra



LA SCIENZIATA

Deborah Barnhart dirige lo Space and Rocket Center di Huntsville in Usa

Economia & Finanza

Netflix, Dazn e gli altri: esplose
il traffico sulla rete di Tim

LUCA PIANA • pagina 14

Il caso

Netflix, Dazn e gli altri: esplose il traffico sulla rete di Tim

LUCA PIANA, MILANO

Nel 2018 l'aumento medio sulle linee a banda larga e ultra-larga è stato del 27%, grazie anche alla diffusione dei servizi in streaming. Le città con i volumi più alti sono quelle del Sud Italia e, fra tutte, spicca Crotone

Crotone, che succede? Lo scorso anno la città calabrese e la sua provincia hanno raggiunto un singolare primato: il volume di traffico sulle linee a banda larga e ultra-larga di Tim è stato il più alto d'Italia. Crotone era già ben messa nel 2017, quando si era piazzata al secondo posto dopo Napoli. Nel 2018, però, il traffico generato dai crotonesi è esploso, segnando un aumento del 50 per cento e arrivando in vetta alla top ten delle città più "smanettone" d'Italia. Anche Napoli è balzata all'insù, più 34 per cento, ma non è bastato per conservare il primo posto.

Perché questo risultato? Il motivo appare, in parte, legato alle passioni che muovono i grandi numeri del web. L'autunno scorso le partite della serie B di calcio hanno iniziato a essere trasmesse - in gran parte in esclusiva - sul canale telematico Dazn e la squadra allenata da Giovanni Stroppa, appena retrocessa dalla A, si è ritrovata a gioca-

re proprio nella serie cadetta un campionato che si è poi rivelato lungo e difficile, concluso però con la salvezza. L'effetto Dazn è confermato da un fatto: nella città che fece grande Pitagora i picchi di traffico sulla rete, l'autunno scorso, si sono registrati proprio in concomitanza con le partite.

IL RAPPORTO NETBOOK

È questo uno degli spunti di riflessione che si possono trarre dal rapporto annuale Netbook che Tim redige sullo sviluppo della propria rete fissa e mobile, e che con l'edizione 2019 giunge ormai alla settima edizione. L'analisi curata dal Centro studi della società guidata da Luigi Gubitosi vuol essere una fotografia del livello di sviluppo digitale raggiunto dall'Italia, andando a misurarne gli effetti non solo macro, ma anche a livello di ogni singola provincia. In questo preciso momento della vita della società, tuttavia, il rapporto rappresenta anche qualcosa in più: è il punto d'inizio

di una nuova fase per le infrastrutture del gruppo Telecom, che si è accordato con Vodafone per realizzare insieme la rete mobile di quinta generazione (5G) e che, questa settimana, potrebbe fare valutazioni sulla tanto discussa - a livello economico, politico e di Antitrust - alleanza con Open Fiber, la società a controllo pubblico (Enel+Cdp) che sta posando la fibra ottica sul territorio italiano.

Uno dei possibili punti di partenza per leggere il rapporto Netbook sullo stato dell'arte della rete Tim è quello relativo ai volumi di traffico: nel 2018, scrive Gubitosi nella prefa-



zione, su ognuna delle linee fisse a banda larga e ultralarga utilizzate dalla compagnia e dagli operatori "ospiti" il volume di traffico medio ha raggiunto i 105 gigabyte al mese, cinque volte tanto quanto avveniva nel 2011: «Questo aumento significa che in questi ultimi anni abbiamo messo a disposizione di ogni singolo utente quasi ogni anno un'ulteriore "corsia" pari a quella di cui già disponeva nel 2011».

L'anno scorso l'incremento medio è stato del 27 per cento, due punti in più di quello registrato nel 2017. Ovviamente gran parte è il traffico in downstream (93,7 gigabyte al mese, più 26 per cento rispetto al 2017) ma non è da sottovalutare neppure quello generato dalle persone che caricano contenuti sulle varie piattaforme (il cosiddetto upstream), che l'anno scorso è cresciuto addirittura a ritmi più veloci, più 30 per cento (a 11,8 gigabyte al mese, sempre in media per linea).

La provincia di Crotone non è un caso che stia lassù, in cima alla Top ten. Ad eccezione di Prato, nona, tutte le altre province che occupano le prime posizioni sono infatti nelle regioni del Mezzogiorno. Un fenomeno che si spiega in gran parte con la maggior numerosità dei nuclei familiari ma che, in certa mi-

sura, può dipendere anche dalla più elevata concorrenza nelle regioni più ricche del Nord, dove i diversi concorrenti si contendono soprattutto i clienti che navigano più assiduamente. Per curiosità si può notare che nella Top ten si trovano altre due città le cui squadre l'anno scorso militavano in serie B: se a Crotone il traffico medio ha superato i 163 gigabyte al mese (contro i 105 della media nazionale), a Palermo pure è cresciuto più del resto d'Italia (+33 per cento, a 134 giga), mentre Salerno è entrata per la prima volta nelle prime dieci posizioni (124 giga, ottava posizione).

MA IL DIGITAL DIVIDE RIMANE

A livello generale la crescita del traffico riflette tra gli altri fattori la diffusione dei servizi di video in streaming come Netflix, Tim Vision, Chili e tanti altri, dal lato dell'offerta di contenuti, mentre dal lato dell'infrastruttura la compagnia sottolinea come ormai l'80 per cento (nel 2017 era il 77) delle abitazioni dei clienti sia raggiunta da servizi in fibra ottica mista a rame a banda ultra larga (con una velocità di trasmissione fino a 200 megabit al secondo). Ovviamente la distribuzione della rete Tim non è uniforme: ci sono regioni dove la

disponibilità della banda ultralarga sulla rete della compagnia supera l'80 per cento, come Lombardia, Liguria, Toscana, Lazio e Sicilia, mentre altre sono più o meno attardate, come il Molise, l'Abruzzo, il Friuli Venezia Giulia e il Piemonte.

È questo uno degli elementi in chiaroscuro che risaltano dal rapporto Netbook. La fibra ottica stesa da Tim - un lavoro che Gubitosi definisce una «grande opera» e che assieme allo sviluppo dell'infrastruttura per le comunicazioni mobili 5G assorbirà nel triennio da qui al 2021 circa 2,9 miliardi di euro di investimenti l'anno - ha raggiunto ormai i 17 milioni di chilometri, facendo viaggiare nel 2018 oltre 9,5 miliardi di gigabyte di traffico Internet, un volume che corrisponde al download di 600 milioni di film in definizione ultra-Hd oppure di 240 milioni di videogiochi.

Ma, allo stesso tempo, dicono i dati della Commissione europea e di Eurostat, più di un quarto delle famiglie italiane non ha un pc (in Germania e nel Regno Unito sono meno dell'8 per cento del totale) e quasi un italiano su cinque non ha mai utilizzato Internet. Il lavoro non manca.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

17

MILIONI DI KM

Lunghezza della rete in fibra ottica di Tim, con il modello "fiber to the cabinet"

600

MILIONI DI FILM

in definizione ultra HD: è l'equivalente del traffico sulle linee di Tim nel 2018



Luigi Gubitosi
ad
di Tim



Elisabetta Ripa
ad Open Fiber

La frase



In questi anni abbiamo messo a disposizione di ogni utente quasi ogni anno un'ulteriore "corsia" pari a quella di cui già disponeva nel 2011

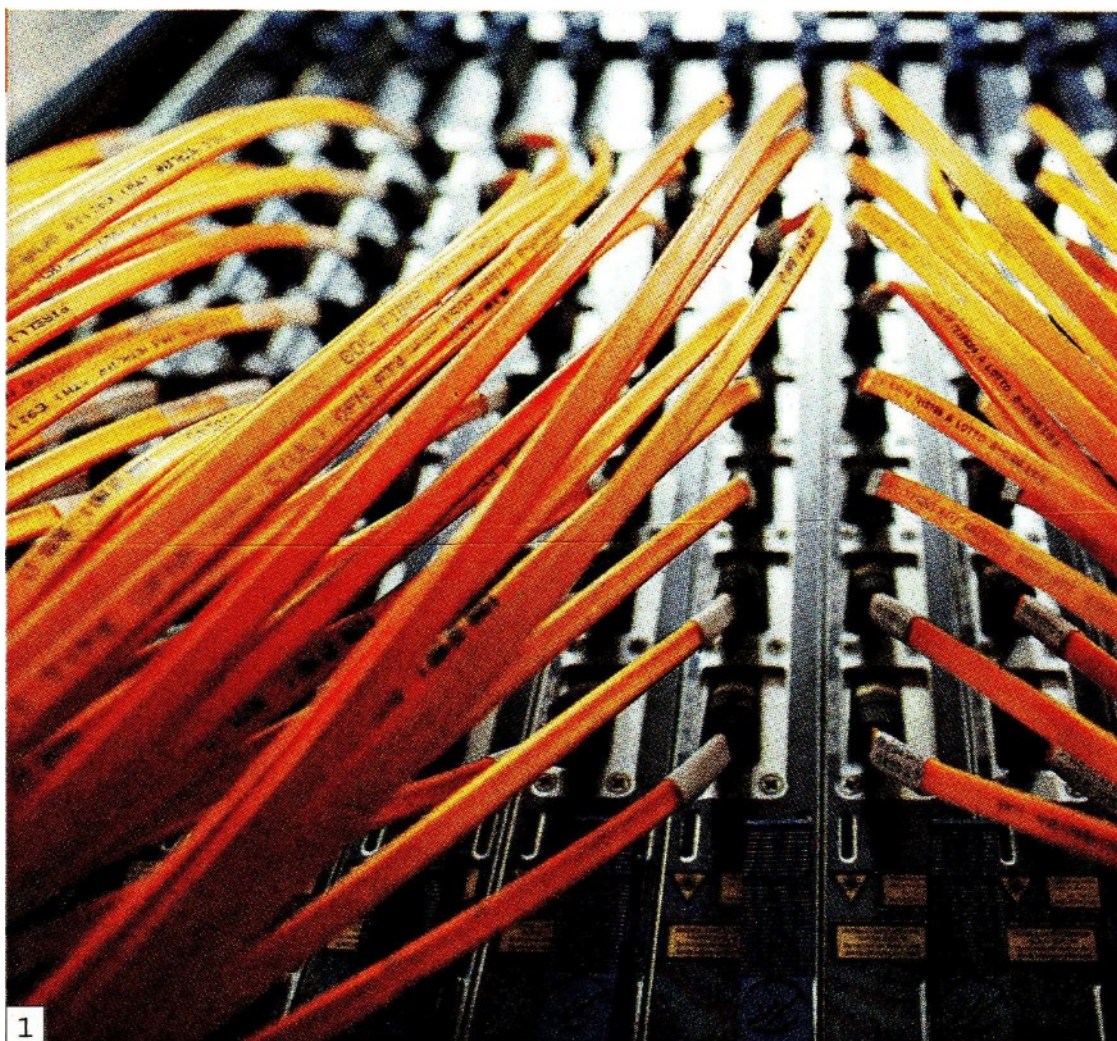
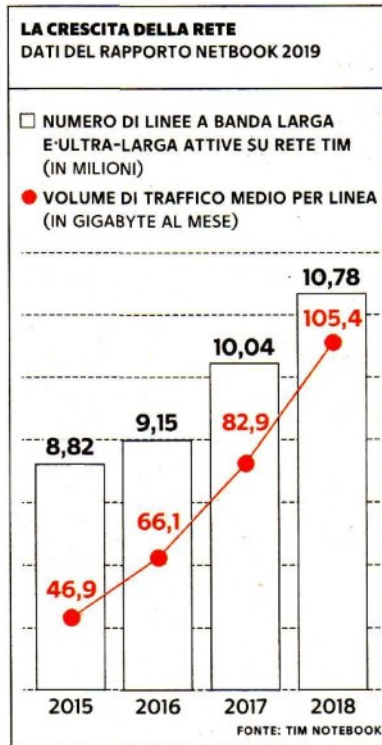
LUIGI GUBITOSI
AD DI TIM

I numeri

LA TOP TEN 2018 DELLE PROVINCE CON I MAGGIORI VOLUMI DI TRAFFICO
DATI MEDI MENSILI RELATIVI ALLE LINEE A BANDA LARGA E ULTRALARGA DI TIM

VALORE MEDIO IN UPSTREAM+DOWNSTREAM, IN GB/MESE (DATI DICEMBRE 2018)

CROTONE	163,83
NAPOLI	148,60
CASERTA	145,17
PALERMO	134,65
REGGIO CALABRIA	127,26
CATANIA	125,16
SIRACUSA	124,23
SALERNO	124,14
PRATO	123,55
TARANTO	123,33



Fibra ottica in un nodo della rete Tim, a Roma

MARKETING & AGENTI SPORTIVI L'USO DEI BIG DATA

La rivoluzione è dettata dal potere dei social che stanno cambiando la comunicazione sportiva

Decine di realtà stanno costruendo al loro interno dei veri e propri media-lab come dimostra il caso Inter

di **Fabio Savelli**

Il supporto strategico alle campagne di comunicazione, la produzione di contenuti originali e la gestione di eventi. Si chiama influencer marketing e nel mondo dello sport professionistico sta decollando, complice la necessità di curare l'immagine di sportivi già noti al grande pubblico su tutte le piattaforme social. Così stanno nascendo una serie di startup, assimilabili a marketplace che fanno incontrare la domanda di testimonial delle aziende e l'offerta di atleti in grado di veicolare l'immagine di un determinato marchio nella migliore maniera possibile. Tutto per conquistare il consumatore finale. Racconta la startupper Emanuela Perinetti, che ha appena creato Sport Dots, un'eccezione nel settore, «l'influencer marketing nello sport deve essere presente in modo più pulito, comunicare i valori e amplificare i valori del brand. Oggi i millennial hanno una modalità di rapporto molto più cooperativa e trasparente».

Una rivoluzione dettata dal potere amplificativo dei social che sta terremotando la filiera della comunicazione sportiva. Così stanno crescendo a dismisura le agenzie di procura, che oltre a supervisionare l'atleta nel rapporto con i brand (ad esempio nella contrattazione dei diritti d'im-

agine sui quali le società sportive tendono a voler internalizzare la gestione, come insegna il caso Napoli) ne curano anche i contenuti su tutte le piattaforme dove c'è un rapporto diretto con i supporter e gli appassionati. Allo stesso tempo le società professionistiche stanno curando sempre di più questi aspetti perché il rischio è che lo sportivo veicoli messaggi diversi da quelli che un'azienda vorrebbe destinare ai tifosi. Ecco perché molte realtà stanno costruendo al loro interno dei veri e propri media-lab (vedi l'Inter). Laboratori in cui lavorano a stretto contatto specialisti di comunicazione e marketing, social media manager, esperti di analisi di dati anche per supportare il dipartimento vendita che cura il rapporto con gli abbonati. Potremmo pertanto individuare due filoni, su cui anche le università e le academy (come quella di Rcs Mediagroup che pubblica questo giornale) stanno investendo per creare giovani professionisti in grado di esaudire questa domanda in crescita. La prima riguarda lo sport marketing, come detto, che incrocia anche le logiche di seo e di sem, cioè di indicizzazione dei contenuti sui motori di ricerca (non solo Google, ma anche Baidu e Yandex).

L'altra è lo sport tech, cioè i nuovi filoni hi-tech che spaziano dall'intelligenza artificiale all'uso dei Big Data e degli analytics per raggiunge-

re da un punto di vista pubblicitario il target, personalizzando sempre più i contenuti da proporgli in base alle sue inclinazioni. Anche qui funzionano molto le agenzie esterne, ma anche i grossi broadcaster, i distributori (e produttori) di contenuti come Sky, Mediapro e Dazn finiscono per essere piattaforme interessanti nella raccolta dati degli abbonati.

È chiaro che lo scambio di informazioni personali è appena stato sottoposto a vincoli stringenti dalla nuova normativa Ue sulla privacy, ma è altrettanto vero che l'uso dei dati industriali (quante ore sono davanti alla tv e cosa vedo, non come mi chiamo e dove vivo) è ancora consentito ed è oggetto di "arbitraggio" tra tutti gli attori della filiera sportiva per massimizzarne i profitti. Ecco perché sarà sempre più interessante intercettare il profilo di ingegneri, informatici, sviluppatori di applicazioni in ambiente Ios ed Android, anche nelle società sportive come nelle agenzie di procura che a Mila-



no stanno nascendo come funghi. Potremmo considerarle alla stregua di propaggini dei modelli di business delle società professionistiche. Una sorta di indotto che si sta amplificando e che ha bisogno di un ampio ventaglio di figure professionali che spaziano dai videomaker ai giornalisti, dagli specialisti di social media agli analisti di dati, dai procuratori agli avvocati esperti di diritti d'immagine e di contrattualistica. Fino agli intermediari nei rapporti con i marchi. Inserzionisti che pagano a peso d'oro gli spazi televisivi dei distributori a caccia di testimonial. Già raccontati altrove.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

24

milioni i follower dello sportivo italiano più seguito ovvero Valentino Rossi

Monti al vertice di Triboo

Il Consiglio di amministrazione di Triboo, gruppo attivo nel settore dell'e-Commerce e dell'Advertising digitale quotato sul mercato MTA, ha nominato Riccardo Maria Monti nuovo amministratore delegato. Monti è stato amministratore e socio di Value Partners, portandola da boutique con 30 professionisti a multinazionale italiana di servizi di consulenza con 3 mila dipendenti in 15 Uffici nel Mondo. Dal 2012 a oggi è stato in successione presidente dell'Ice, presidente di Grandi Stazioni per seguire la fase finale del processo di privatizzazione, presidente di Italferr e tesoriere nel board della Robert Kennedy Foundation. Nella sua carriera ha collaborato con Corporations e Governi di circa 50 paesi del Mondo.

—© Riproduzione riservata—

