

Rassegna del 03/04/2019

Sole 24 Ore	21 Esenti da Iva le commissioni per i pagamenti elettronici	<i>Parisotto Renzo</i>	1
Italia Oggi	36 Pagamenti via app, no Iva tra banca e negoziante	...	2
Corriere della Sera	31 Nexi, prima tech company in Borsa Arriva il bonus a tutti i dipendenti	<i>Sabella Marco</i>	3
Sole 24 Ore	13 Parterre - Ipo di Nexi, book coperto già due volte	<i>C.Fe.</i>	5
Italia Oggi	18 Chessidice in viale dell'editoria - Stefania Mantegazza nominata responsabile investor relations di Nexi	...	6
Corriere della Sera	33 Intervista a Roberto Viola - «Più futuro in Europa: la blockchain? Saremo la culla hi tech, come per il Gsm»	<i>Basso Francesca</i>	7
Giornale	20 Walmart si allea a Google e lancia la sfida ad Amazon	<i>Camera Maddalena</i>	9
Sole 24 Ore	7 Cina, la corsa delle Pmi su Alibaba - La corsa delle pmi su Alibaba Sono 285 gli store virtuali italiani	<i>Cavestri Laura</i>	11
Sole 24 Ore	7 Glocalizzazione - La cinese AliExpress apre ai prodotti tricolore Sistemi di pagamento ok	<i>Carrer Stefano</i>	13
Italia Oggi	2 Un buon orologio cinese a 12 euro, spedizione compresa - Un'Europa assopita e una Cina rampante	<i>Longoni Marino</i>	14
Italia Oggi	19 Web: +2,6%. Galantis presidente di Fcp Assointernet	...	15
Italia Oggi	31 Solo il 13% delle imprese è interessato a Industria 4.0	<i>Lenzi Roberto</i>	16
Sole 24 Ore	22 Innovation manager, agevolazione congelata	<i>Latour Giuseppe</i>	17
Il Fatto Quotidiano	8 Casaleggio, gli sponsor vicini ai 5Stelle: rider, bus e Internet - Gli sponsor di Casaleggio che puntano sui 5 Stelle	<i>Feltri Stefano - Tecce Carlo</i>	18
Italia Oggi	17 Facebook, news da remunerare	<i>Secchi Andrea</i>	20
Manifesto	19 Ri-mediamo - Regolare la Rete, prima che la Rete regoli noi	<i>Vita Vincenzo</i>	21
Sole 24 Ore	14 Tlc europee con ricavi piatti alla vigilia dell'arrivo dei 5G	<i>Biondi Andrea</i>	22
Sole 24 Ore	14 Tim, Cdp aspetta la rete unica e non chiede di entrare in cda	<i>Olivieri Antonella</i>	23

Esenti da Iva le commissioni per i pagamenti elettronici

L'ALTRA MONETA

Stessi benefici riservati agli esercenti per l'erogazione di denaro

Renzo Parisotto

Il principio di diritto 12 diffuso ieri dall'Agenzia riguarda il regime Iva applicabile alle commissioni pagate alle banche in relazione ai pagamenti effettuati da clienti presso esercenti attraverso moneta elettronica o di erogazioni di contanti nel contesto della stessa operazione. La posizione espressa dall'Agenzia è di ausilio - vedi esenzione da Iva - nel momento che il mercato sempre più utilizza tali mezzi in sostituzione del denaro contante. Va ricordato come la definizione di moneta elettronica sia contenuta nell'articolo 1 paragrafo 3 letterab) della direttiva 2000/46/Ce quale valore monetario che rappresenta un credito vantato nei confronti dell'emittente incorporato in un dispositivo elettronico e accettato come mezzo di pagamento da imprese diverse dall'emittente. Si vedano anche le definizioni di strumenti alternativi al contante reperibili sul sito Bankitalia.

Sulla base di tali premesse oggettive l'Agenzia precisa che le commissioni che la banca addebita all'esercente, previamente convenzionato, che ha accettato quale pagamento delle prestazioni/cessioni effettuate a favore del proprio cliente sono esenti da Iva ricadendo nell'ampia nozione prevista

al 1° comma n) dell'articolo 10 del Dpr 633/72 (operazioni sui conti correnti, pagamenti, girconti e così via).

Merita tuttavia segnalare l'inciso «tramite una specifica applicazione informatica» laddove, vista l'ampia nozione di moneta elettronica, si andranno verosimilmente a collocare i nuovi servizi di pagamento digitali denominati bancomat pay tra cui si annoverano il trasferimento di denaro tra privati, l'acquisto di beni e servizi sia online sia presso punti di vendita e altrettanto pagamenti a favore della Pa centrale e locale attraverso smartphone senza quindi la tradizionale carta. L'Agenzia sottolinea come l'esenzione sia collegabile alla garanzia e gestione dei pagamenti che essa offre agli esercenti: vedi in analogia l'"acquiring" di cui alla risoluzione 354/E/07 «Prestazioni di servizi telematici che consentono trasferimenti di fondi tra i soggetti interessati dalle operazioni economiche sottostanti».

In secondo luogo l'Agenzia ritiene esenti da Iva le commissioni che la banca dovesse versare ai medesimi esercenti convenzionati laddove concedessero ai propri clienti, in aggiunta al servizio di pagamento, anche quello di erogazione denaro: per esempio a fronte di un acquisto per 100 viene utilizzata la carta di pagamento per 150 da cui l'erogazione. Dal punto di vista Iva si ricade nel punto 9 dell'articolo 10 trattandosi di mandato/mediazione sui servizi finanziari già previsto al punto 1).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Pagamenti via app, no Iva tra banca e negoziante

In caso di pagamenti tramite app, non c'è Iva nei rapporti tra banca e negoziante. Così come per i prelievi di contante effettuati con lo smartphone presso gli stessi esercizi convenzionati. In entrambi i casi di applica l'esenzione prevista dall'articolo 10, comma 1 del dpr n. 633/1972, anche se sulla base di presupposti differenti. Lo ha chiarito l'Agenzia delle entrate con il principio di diritto n. 12 del 2019.

La precisazione riguarda il corretto trattamento ai fini Iva degli acquisti effettuati dai consumatori attraverso applicazioni informatiche che consentono di pagare direttamente al venditore i beni o i servizi. La banca provvede poi a regolare il flusso di denaro, prelevando la somma dal conto dell'acquirente e trasferendola su quello del venditore convenzionato. A fronte di tale attività l'istituto di credito applica una commissione a carico del venditore.

Tale fee risulta esente da Iva. La banca assume un ruolo di «garanzia e gestione dei pagamenti a favore degli esercenti convenzionati, assimilabile all'attività di acquiring», sulla quale l'Agenzia si è già pronunciata con la risoluzione n. 354/E del 2007. Ciò in quanto la movimentazione di moneta elettronica genera «esposizione finanziarie a credito o a debito produttive degli effetti propri delle operazioni finanziarie», assumendone quindi il medesimo status ai fini impositivi.

Niente Iva nemmeno se i ruoli si capovolgono, ossia quando a versare le commissioni è la banca e a riceverle sono gli esercenti, presso i quali i clienti possono effettuare dei prelievi di contante «cardless», tramite la medesima app. In questo caso la norma che regge l'esenzione non è l'articolo 10, comma 1, numero 1) del dpr n. 633/1972, bensì il numero 9) dello stesso comma. Le commissioni pagate dall'istituto di credito, infatti, «remunerano una forma di interposizione nella circolazione di denaro contante, resa dall'esercente per conto della banca, che integra una prestazione di mandato, mediazione o intermediazione relativa a operazioni di cui ai numeri da 1) a 7).



Nexi, prima tech company in Borsa Arriva il bonus a tutti i dipendenti

A 400 manager fino al 3,2% delle azioni, da tenere per almeno un anno

Il collocamento

Il maxi collocamento presso gli investitori istituzionali fino all'11 aprile. Un'Ipo da 8,1 miliardi di euro

Il più grande collocamento azionario di Piazza Affari del 2019 (ai primissimi posti anche in Europa), quello del gruppo «pay tech» Nexi, valutato fino a 8,1 miliardi di euro, produrrà benefici non soltanto per gli azionisti venditori — i fondi e le banche — ma anche per i manager e i dipendenti. Per la prima volta in questo tipo di collocamenti, i fondi venditori, Advent, Bain Capital e Clessidra sgr, che attraverso il veicolo Mercury detengono oltre il 94% del capitale, hanno deciso di offrire un bonus fino a un massimo di 155 milioni di azioni (pari al 3,2% del capitale) a 400 tra manager e quadri della società. Per i top manager, molti dei quali provenienti da altri primari gruppi, che hanno anche investito attraverso i warrant nel progetto Nexi, ci sarà la possibilità di convertire i titoli in azioni, per un controvalore, secondo la forchetta indicata, fino a 50 milioni di euro. Con un lock up tra 12 e 24 mesi. Gli oltre 1.600 impiegati riceveranno invece un premio «liquido» per un montante complessivo di 4-5 milioni di euro.

Procede intanto il road show di Nexi, la presentazione dell'operazione ai gradi in-

vestitori internazionali, che ieri ha toccato la piazza di Londra e che domani raggiungerà New York. Non dimentichiamo che il collocamento è rivolto unicamente agli investitori istituzionali e che i privati potranno acquistare azioni Nexi solo sul mercato secondario una volta aperte le contrattazioni in Piazza Affari: la data prevista è quella del 16 aprile prossimo.

Secondo indiscrezioni, già ieri, sul totale delle azioni destinate al collocamento per un controvalore compreso tra 1,9 e 2,2 miliardi di euro (di cui 700 milioni a titolo di aumento di capitale, destinati ad abbattere il debito della società) gli ordini di acquisto erano già pari al doppio dell'ammontare offerto.

Una risposta così positiva da parte degli investitori — se confermata — trae origine dalle numerose peculiarità del collocamento Nexi. La società guidata da Paolo Bertoluzzo infatti è percepita dagli investitori come una «tech company» e come tutte le società del comparto hi tech è valutata a multipli superiori rispetto alla media di mercato. Se intesa come società tecnologica, Nexi, una volta quotata sarà la quinta per dimensioni in Europa all'interno del settore. Nexi, che nel 2018 ha realizzato ricavi per oltre 931 milioni di euro, con un Ebitda di 424 milioni, opera in tre aree d'affari che vanno dalle carte di credito (con 41,3 milioni di carte emesse), dei Pos con gli esercizi commerciali conven-

zionati (890 mila) e dei servizi alle banche (sono oltre 150 le banche servite) tra cui figurano anche oltre 15 mila postazioni Bancomat. Vista la diversificazione delle sue attività Nexi non ha un competitor unico, ma a seconda dei servizi offerti si trova in concorrenza con le banche (ad esempio nell'emissione di carte di credito) o con società hi tech attive nei servizi di pagamento. Proprio per anticipare i trend tecnologici del settore dei servizi di pagamento Nexi ha realizzato importanti investimenti sia nel personale che nelle infrastrutture. Negli ultimi due anni la società ha assunto circa 230 persone tra neolaureati e personale qualificato con una precedente esperienza maturata in aziende tech come Paypal, Google, Amazon. Il piano industriale 2017-2020 prevede inoltre investimenti in infrastrutture tecnologiche per circa un miliardo di euro.

Il perimetro di Nexi è cambiato significativamente negli ultimi due anni durante i quali sono stati investiti oltre due miliardi di euro per l'acquisizione di Setefi, le carte di credito di Intesa Sanpaolo, Bassilichi, un produttore di Atm e i cosiddetti Merchant Book, ovvero i portafogli di carte di credito di Mps, Carige, Deutsche Bank. Depo Bank, la banca depositaria che faceva parte del gruppo è stata invece scorporata e non rientrerà nella corrente operazione di Ipo.

Marco Sabella

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I numeri di Nexi

Milioni di euro



150
banche
servite



41,3 milioni
carte
gestite



890 mila
POS



15 mila
postazioni
Atm



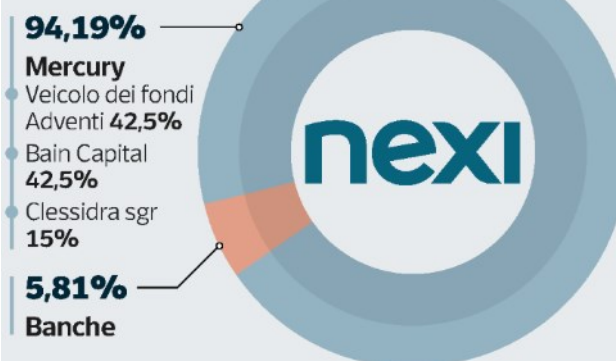
5,5 miliardi
transazioni
processate
in un anno



446 miliardi
di euro
transati
ogni anno

Azionisti venditori

(% del capitale)

Forchetta di prezzo
della quotazione (euro)

Valore dell'azienda



CdS

PARTERRE

Ipo di Nexi, book coperto già due volte

L'Ipo di Nexi continua a registrare il tutto esaurito da parte degli investitori italiani ed esteri. Mentre il management è in road show a Londra (stasera dovrebbe volare con destinazione New York), secondo le indiscrezioni il book sarebbe già stato coperto per due volte dagli istituzionali. È previsto che l'offerta delle azioni del gruppo leader nel segmento dei pagamenti digitali (l'ex CartaSi) termini l'11 aprile. La data di avvio delle negoziazioni a Piazza Affari è prevista per il 16 aprile. Ma è prevedibile che la chiusura sia anticipata, forse anche di una settimana, visto l'esito di questi primi giorni e il buon lavoro del consorzio bancario (composto da Banca Imi, Bofa-Merrill Lynch, Credit Suisse, Goldman Sachs e Mediobanca come global coordinator) e da ben otto bookrunner (Barclays, Citi, Hsbc, Unicredit, Banca Akros, Ubi Banca, Mps e Ubs). Il collocamento è riservato a investitori qualificati in Italia e investitori istituzionali all'estero. L'Ipo della società guidata dall'ad Paolo Bertoluzzo, e controllata dai private equity Advent, Bain e Clessidra avverrà sia con un aumento di capitale per 700 milioni, sia con la vendita di azioni. (C.Fe.)



CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

Stefania Mantegazza nominata responsabile investor relations di Nexi. La PayTech delle banche attiva nel mercato italiano dei pagamenti digitali ha nominato Stefania Mantegazza responsabile investor relations. Riporterà a Bernardo Mingrone, chief financial officer, e avrà l'incarico di gestire i rapporti con gli investitori, gli analisti finanziari e la comunità finanziaria. Dal 2014 a marzo 2019 Mantegazza è stata responsabile investor relations in FinecoBank.



«Più futuro in Europa: la blockchain? Saremo la culla hi tech, come per il Gsm»

Viola (Dg Connect) lancia a Bruxelles l'associazione Intaba. Tra i fondatori Intesa Sanpaolo

MILANO Oggi a Bruxelles la commissaria europea per l'Economia e la società digitali Mariya Gabriel e il direttore generale Roberto Viola, numero uno della Dg Connect, lanciano la *New international association of trusted blockchain applications* (Intaba), che riunisce oltre cento tra imprese e organizzazioni internazionali con l'obiettivo di creare una cornice di governance globale per blockchain: un punto di svolta nello sviluppo di questa tecnologia. Tra i fondatori c'è anche Intesa Sanpaolo e la scorsa settimana sono entrati a farne parte la Banca Mondiale, l'Ocse, la Banca europea per gli investimenti e la Convenzione delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici. Circa 70 tra imprese e organizzazioni sono in lista di attesa.

Direttore Viola, cos'è la blockchain?

«Si pensi al lavoro del notaio quando una persona acquista una casa: controlla i proprietari precedenti, certifica l'atto nuovo, lo chiude e lo aggancia agli altri. Il notaio successivo farà la stessa cosa e aggiungerà un nuovo atto. Non è possibile modificare gli atti passati, ma solo quelli futuri. La blockchain funziona così e il vantaggio è che nessuno può modificare il passato. Questa tecnologia è già applicata al cibo, all'alta moda, agli orologi di lusso e ai gioielli, consente la tracciabilità del prodotto, dalla materia prima al momento dell'acquisto: è possibile ricostruire tutti i

passaggi».

È un sistema sicuro?

«Non si può ingannare la matematica, il sistema garantisce l'integrità delle varie transazioni e le aggancia alle future. Le prime applicazioni sono state nelle criptovalute, ma questa tecnologia è rivoluzionaria per molti settori. Ad esempio con un solo pc si possono risolvere i problemi che sono gestiti da un palazzo dell'amministrazione pubblica. E poi c'è la sicurezza alimentare. Fondamentale anche il contributo in campo sanitario: il 3 febbraio scorso è stato adottato lo standard per la cartella clinica europea. Grazie alla blockchain il paziente saprà chi ha avuto accesso alla sua cartella e i dati precedenti non potranno essere modificati».

Quali sono le sfide?

«Un sistema così è matematicamente molto complesso, più è lunga la catena e più gli algoritmi devono essere potenti, perciò la blockchain è legata alla sfida del supercalcolo. Poi c'è la protezione dei dati, che è fondamentale. In campo finanziario la protezione deve andare pari passo con le regole anti-riciclaggio. Per tutte queste ragioni la Commissione europea ha chiesto agli Stati membri di lavorare insieme creando un gruppo pilota. Ora stiamo individuando i progetti pilota nella sanità in cui introdurre la blockchain».

Perché è nata l'associazione Intaba?

«È responsabilità delle

aziende private sviluppare una blockchain a misura d'uomo. La Commissione ha invitato le aziende ad associarsi per definire la governance della blockchain che può essere usata dalle grandi imprese e dai fornitori di servizi nel rispetto delle persone e dei loro diritti. Intesa Sanpaolo è tra le aziende fondatrici ed è anche nel board direttivo».

Come si posiziona l'Europa?

«Sulla blockchain siamo davanti a tutti, anche a Stati Uniti e Cina. Le grandi aziende mondiali hanno aderito all'Associazione, lavorano tutti assieme. L'Europa si candida a diventare la culla della blockchain così come lo è stata per lo sviluppo della telefonia mobile e del sistema Gsm. Le regole più importanti sul digitale vengono sviluppate in Europa. Abbiamo pubblicato bandi per programmi di ricerca sulla blockchain per 100 milioni, 10 milioni sono stati destinati allo sviluppo delle centrali pubbliche e i centri piloti. Nei prossimi due anni investiremo circa 300 milioni. Bisogna poi aggiungere 2,5 miliardi sul supercalcolo, che vale per tutti».

L'Italia è al passo?

«L'Italia fa della blockchain una delle bandiere dell'innovazione, c'è una volontà politica forte. Inoltre banche, istituzioni finanziarie e assicurazioni stanno lavorando intensamente sulla blockchain, c'è molta attenzione».

Francesca Basso

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'iniziativa

● Oggi a Bruxelles la commissaria europea per l'Economia e la società digitale Mariya Gabriel e il direttore generale Roberto Viola, numero uno della Dg Connect, lanciano la *New international association of trusted blockchain applications (inatba)*

● Secondo la Commissione europea, la tecnologia blockchain potrebbe aiutare il progresso dell'industria del continente, dalle start up alle multinazionali

● Il 10 aprile 2018 è nata la European blockchain partnership che riunisce 26 Stati membri più la Norvegia per lavorare insieme sulla nuova tecnologia

340**milioni**

L'investimento sulla blockchain nei prossimi due anni da parte dell'Unione europea



Commissione Ue Roberto Viola, direttore generale della Dg Connect

LA GUERRA DEL CARRELLO NEGLI USA

Walmart si allea a Google e lancia la sfida ad Amazon

Ora la spesa si fa parlando con l'assistente digitale. Presto accordi con Siri e anche Alexa

CONTROMOSSA

Bezos taglia i prezzi della sua Whole Foods La catena «Amazon Go»

Maddalena Camera

■ Sfida sul digital assistant più efficiente tra Google e Amazon. La casa di Mountain View grazie a un'alleanza con Walmart entra nel mercato della spesa online delle famiglie americane. A partire da questo mese basterà chiedere a Google assistant di parlare con Walmart per accedere al servizio e riempire il carrello usando la voce.

Del resto, per Walmart e Google il concorrente è uno solo: Amazon. La creatura di Jeff Bezos, oltre ad aver acquistato per 14 miliardi di dollari la catena Whole Foods, sta testando una rete di supermarket ipertecnologici senza cassa - gli «Amazon Go» - dove la spesa viene caricata direttamente sullo smartphone. Non solo, Amazon ha anche sviluppato il digital assistant

più popolare: Alexa.

«Fare la spesa sarà sempre più facile - ha detto ieri Tom Ward, vice presidente di Walmart - . Continuiamo a innovare per questo introduciamo Walmart Voice Order». Pronunciando le parole, «Hey Google, talk to Walmart» da qualunque dispositivo dotato di Google Assistant, non solo Home Hub, ma anche smartphone, smartwatch Android e pure gli iPhone equipaggiati con la app, sarà possibile fare la spesa online. Quanto a sicurezza e privacy, Walmart è pronta a fornire rassicurazioni agli utenti. Il sistema è dotato di intelligenza artificiale e saprà riconoscere le necessità dei singoli consumatori. Per esempio, se un cliente dice: «Aggiungi il latte al carrello», Walmart si assicurerà di caricare la marca e il tipo di latte solitamente acquistato da singolo.

I clienti di Walmart potranno fare la spesa anche un articolo alla volta, completando l'acquisto solo quando sono pronti, anche dopo giorni. Con un sistema multi-piattaforma e flessibile Walmart si

allinea «al modo in cui le persone vogliono fare la spesa», ha proseguito Ward. Google Assistant è già disponibile su più di un miliardo di device.

Da parte sua Amazon offre lo shopping dei generi alimentari tramite l'assistente vocale Alexa. Il colosso online attualmente domina il mercato americano degli smart speaker con una quota di mercato del 67%. Google, però, può godere della enorme diffusione degli smartphone con sistema operativo Android per i suoi dispositivi per la smart home comunque in forte crescita.

La battaglia che vedeva Walmart soccombente ad Amazon è in ogni caso appena incominciata. Del resto il colosso della grande distribuzione Usa ha annunciato che dopo l'accordo con Google arriveranno anche quelli con i digital assistant concorrenti e quindi la stessa Alexa e naturalmente Siri di Apple. Amazon comunque non vuole farsi trovare impreparata, tanto che la sua catena Whole Foods ha annunciato proprio ieri un taglio ai prezzi di molti prodotti anche per chi non è cliente di Amazon Prime.

514

Sono i miliardi di dollari di fatturato del gigante della grande distribuzione americana Walmart





STRATEGIE

Jeff Bezos,
inventore e
amministrato-
re delegato
di Amazon

Cina, la corsa delle Pmi su Alibaba

E-COMMERCE

Sono 285 i negozi virtuali italiani presenti su Tmall e Tmall Global

In Cina si può crescere di più, sfruttando l'e-commerce. Sono 285 gli store virtuali italiani sulle piattaforme Tmall e Tmall Global per i consumatori cinesi e oltre mille i brand italiani che hanno una finestra sulla galassia Alibaba. **Carrer e Cavestri** — a pag. 7

La corsa delle pmi su Alibaba Sono 285 gli store virtuali italiani

COMMERCIO

Per vendere ai cinesi le piattaforme utilizzabili sono Tmall e Tmall Global

Le imprese pagano 5mila euro l'anno per aprire e mantenere una presenza

Laura Cavestri

MILANO

«I biscotti? Possibilmente in miniconfezioni o addirittura monoporzione. Non si consumano a colazione. Divino? La domanda è alta. Ma il consumatore medio ha 23 anni. Forse una bottiglia colorata o un packaging accattivante aiuterebbero». Come spiega Rodrigo Cipriani Foresio, managing director di Alibaba Group per Italia e Sud Europa, la "Via della seta" è già online. Ma per percorrerla bisogna avere una strategia, sapere che mezzo di trasporto usare e un'idea di destinazione. Soprattutto bisogna avere l'orgoglio del proprio "saper fare" e, insieme, l'umiltà di mettersi nei panni di un consumatore completamente diverso per gusti, abitudini e storia. «E qui entra in gioco il mio team — ha aggiunto Cipriani Foresio —. In Italia, il Gruppo — 12 persone in un ufficio colorato con ampio terrazzo vista Duomo — ha l'obiettivo di connettere aziende e brand con le opportunità dell'espansione del mercato cinese. L'Italia è stato il primo Paese dell'Europa continentale in cui abbiamo aperto una controllata, Alibaba Italia, operativa da ottobre 2015».

La «galassia» Alibaba

Alibaba è, essenzialmente, una delle principali *Data technology company* del mondo, che mette a disposizione l'in-

frastruttura tecnologica su cui basa un ecosistema di diversi marketplaces digitali che consentono a grandi imprese ePmi, di offrire prodotti e servizi sia nel mondo che in Cina. Paese che da solo, conta, sulle piattaforme, 636 milioni di consumatori attivi (200 milioni al giorno per il 95% su smartphone) che chiedono informazioni, esprimono opinioni, si scambiano foto e idee, diffondono mode e tendenze. Per una media di 22 minuti al giorno. E soprattutto acquistano da 10 milioni di aziende e da un catalogo "virtuale" di oltre 3 miliardi di prodotti. Su Alipay — il sistema di pagamento "garante" tra venditore e acquirente — le transazioni hanno raggiunto i 750 miliardi di dollari l'anno.

Si va da Alibaba.com — il marketplace B2B più grande del mondo, i cui acquirenti sono agenti di commercio, grossisti, dettaglianti, produttori e Pmi impegnate nell'import-export — ad Alibaba Cloud (il 3° a livello mondiale, che offre servizi di cloud computing alle aziende di tutto il mondo ed è anche partner ufficiale del Comitato Olimpico). Per i clienti di tutto il mondo che vogliono acquistare B2C prodotti cinesi e internazionali c'è Aliexpress (tra i mercati principali ci sono, infatti, Russia, Brasile e Spagna). Alla logistica in Cina pensa Cainiao (che fa leva su corrieri privati "partner" per le consegne) e Alimama.com (la piattaforma di marketing). Infine, si viaggia con "Fliggy", la piattaforma di servizi di viaggio (dai biglietti ai pacchetti vacanze).

Pmi italiane in Cina

Per poter vendere dall'Italia ai consumatori cinesi, le piattaforme di riferimento della "galassia Alibaba" sono Tmall e Tmall Global. Per essere su Tmall bisogna avere una sede cinese. Mentre Tmall Global permette anche alle aziende senza sede cinese e pre-

senza fisica in Cina di vendere online.

«Oggi — spiega sempre il managing director del Gruppo in Italia — sono 285 gli store virtuali italiani presenti su Tmall e Tmall Global. Oltre mille i brand italiani con presenza sulle piattaforme Alibaba. Grandi nomi della moda e del food, ma anche cantine, aziende di arredo-design, orologi, laboratori di cosmetica che hanno fatto la "storia" ma che oggi, anche in Italia, hanno un mercato di nicchia. Alibaba guadagna dalle commissioni sulle transazioni, che variano in base alle categorie merceologiche: vanno dal 2% (ad esempio sul food) al 5% (moda). C'è una fee di 5mila euro l'anno per aprire e mantenere lo store. Ma essenziale è affidarsi a un partner (noi ne suggeriamo un bouquet poi è l'azienda che sceglie) che ne curi la "gestione", il marketing, la promozione, anche sui social. Diciamo che un'azienda media dovrebbe reinvestire in promozione almeno il 10-15% del giro d'affari che le deriva dalla stessa piattaforma. In ogni caso, prima di partire bisogna fare un'analisi di mercato, avere una strategia credibile. Su come percorrere la strada ci siamo noi».

Parola d'ordine: import

Dal 1° aprile, l'Iva sulle importazioni è passata, per alcune categorie di merci, dal 16 al 13%, per altre dal 10 al 9%: due anni fa erano al 22 per cento. Se prima del 2014, per vendere in Cina era necessario avere una *legal entity* locale, «da 5 anni — ha concluso Cipriani Fo-



resio – è possibile esportare attraverso il canale *cross-border*, gestendo la logistica direttamente dall'Italia e senza bisogno di tradurre le etichette in cinese». Si allunga, poi, di anno in anno, la lista di prodotti acquistabili *cross-border*: ultimi, vino e pet food.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sede. Il quartiere generale di Alibaba Group ad Hangzhou in Cina

GLOCALIZZAZIONE**LA NOVITÀ**

La cinese AliExpress apre ai prodotti tricolore

Sistemi di pagamento ok

Una piattaforma di e-commerce che vende prodotti cinesi a oltre 100 milioni di persone nel mondo ha deciso di iniziare a vendere prodotti italiani, specialmente quelli di piccole e medie aziende, a consumatori italiani ed europei: è AliExpress, parte del gruppo Alibaba, che comincia dall'Italia la sua «glocalizzazione».

Dal quartier generale di Hangzhou, la general manager di AliExpress Wang Minqiang ha parlato dell'avvio di un «modello italiano» per il suo business che si espanderà in seguito in altri Paesi, sottolineando che il nostro Paese è stato scelto con un ruolo pionieristico per via dell'unicità e attrattività del «made in Italy», considerato perfetto per ampliare la diversità e qualità dell'offerta della piattaforma.

La responsabile del progetto italiano, Qin Qing, evidenzia che è stato approntato il sistema di pagamento con normali carte di credito per l'Eurozona e risolto il problema di una distribuzione tempestiva tramite un accordo tra il sistema logistico aziendale Cainiao e Sda di Poste Italiane: il decollo vero e proprio dovrebbe avvenire a fine mese. I responsabili di AliExpress in Italia trovano ospitalità negli uffici di Milano di Alibaba in corso Europa: su una sede autonoma non è ancora stata presa una decisione, mentre sono cominciate le assunzioni di personale, che saranno comunque limitate in quanto quasi tutto avviene online. Per adesso c'è una sezione sul sito AliExpress dedicata ai prodotti italiani, mentre già è

aperta la possibilità, per le imprese interessate, di effettuare l'autoregistrazione, aprendo il loro negozio virtuale tramite un link apposito. Chi ha difficoltà sarà aiutato, in prospettiva anche da provider di servizi che offriranno la loro consulenza. «Penso che la differenza tra noi e altre piattaforme stia nel fatto che il nostro focus non sia sui prodotti ma sui produttori e venditori – afferma Qin Qing – Possiamo aiutare le pmi a costruire un brand. Abbiamo notato che in Italia sono davvero in molti a creare eccellenze attraverso una grande creatività, ma non pochi hanno bisogno di incubare propri brand». Inoltre, tramite i big data, la piattaforma di Alibaba promette di consentire di verificare il traffico sul sito, anche con un sistema di messaggistica che potrà contribuire ad agevolare le attività offline.

«Crediamo nell'integrazione tra online e offline e non crediamo che l'uno escluda o affossi l'altro – continua Qin, riferendosi a quanto successo a margine della recente iniziativa congiunta con Altaroma per la promozione di giovani marchi della moda: «Abbiamo presentato lo Specchio Magico, molto popolare in Cina: ha avuto un grande successo a Roma tra il pubblico. E' uno specchio che consente di 'indossare' virtualmente e su misura i vestiti che si scelgono, che poi si possono acquistare online con un click. Piace anche la possibilità di postare sui social foto con tanti capi di abbigliamento». AliExpress è alla ricerca di altri partner e collaboratori per creare un proprio ecosistema di commercio online in Italia.

–Stefano Carrer

© RIPRODUZIONE RISERVATA

100

MILIONI

La piattaforma di e-commerce AliExpress vende prodotti cinesi a oltre 100 milioni di persone nel mondo ha deciso di iniziare a vendere prodotti italiani



LA LOGISTICA DI PECHINO BRILLA PER EFFICIENZA

Un buon orologio cinese a 12 euro, spedizione compresa

In vent'anni la Cina è diventata la fabbrica del mondo: la sua capacità produttiva ha superato in molti campi quella del vecchio mondo. E così la logistica. Un esempio? Qualche giorno fa un collega mi chiede di valutare il suo orologio. Un bel prodotto, dal design moderno, pulito, sobrio, ben rifinito, cin-

turino in metallo con maglia fine. A occhio e croce più di 200 euro. Invece è stato acquistato a 12 euro, spedizione compresa, su Aliexpress, il più grande sito di e-commerce cinese. Ce l'ha al polso da qualche mese e dice che funziona benissimo.

Longoni a pag. 2

L'ANALISI

Un'Europa assopita e una Cina rampante

E nessuno vuol tirare le conclusioni

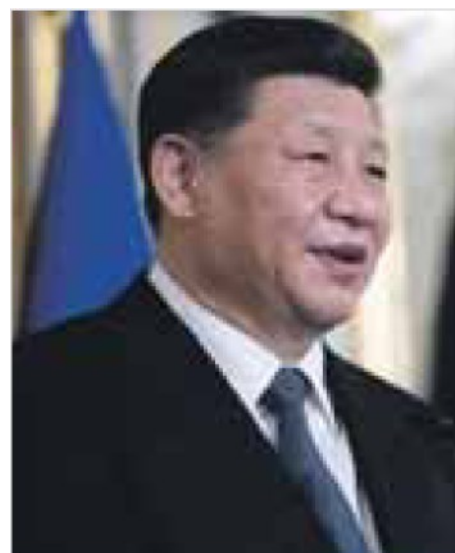
DI MARINO LONGONI

Vent'anni fa il prodotto interno dell'Eurozona era il 22% di quello mondiale, oggi è sceso al 15%. Gli altri, in particolare la Cina, sono cresciuti. L'Europa è rimasta praticamente ferma. In questi vent'anni la Cina è diventata la fabbrica del mondo: la sua capacità produttiva ha superato in molti campi quella del vecchio mondo. Un paio di esempi concreti può rendere l'idea di quanto sia impossibile oggi competere con Pechino.

Qualche giorno fa un collega mi chiede di valutare il suo orologio. Un bel prodotto, dal design moderno, pulito, sobrio, ben rifinito, cinturino in metallo con maglia fine. Qualità percepibile, certamente superiore a uno Swatch. A occhio e croce più di 200 euro. Invece è stato acquistato a 12 euro, spedizione compresa, su Aliexpress, il più grande sito di e-commerce cinese. Ce l'ha al polso da qualche mese e dice che funziona benissimo. Com'è possibile? Solo la spedizione di una busta da qui a Shanghai con dentro un orologio costa più di 5 euro. Il viaggio inverso non costa nulla?

Un'esperienza simile mi era capitata con un telaio di bici da corsa in carbonio, pagato 254 euro su Aliexpress, spedizione compresa. Ci ho pedalato per più di 10 mila chilometri, senza problemi. L'avessi acquistato in Italia, l'avrei pagato almeno sei volte tanto: ora, spedire un telaio di bicicletta dall'Italia alla Cina costa almeno 150 euro, viceversa non costa nulla? Oppure la capacità logistica sviluppata dai cinesi è incredibile.

Sono esempi futili, ma servono a dare un'idea del divario competitivo che si è sviluppato negli ultimi 20 anni: al lento declino dell'Europa, ha fatto da contrappeso la crescita impetuosa di Pechino e dintorni. Così, mentre i redditi medi in Europa dal 1999 sono aumentati di pochissimo (in Italia sono rimasti fermi), in Cina sono decuplicati (da mille dollari a 10 mila). Anche perché, mentre i nostri imprenditori sono imbrigliati da una ragnatela di norme spesso inestricabile, i cinesi non devono rispettare regole antievasione, antilusione, antiriciclaggio, privacy, 231, antitrust e così via. Il capitalismo selvaggio è certamente brutto e sporco, ma si sta mangiando quello raffinato e politicamente corretto della vecchia Europa. Amen.



Xi Jinping



Web: +2,6%. Galantis presidente di Fcp Assointernet

Cresce dello 0,5% la raccolta pubblicitaria sul web a febbraio raggiungendo i 34,6 milioni, per un progressivo da inizio anno in aumento del 2,6% a quota 61,9 milioni di euro. È quanto emerge dai dati dell'Osservatorio Fcp-Assointernet (Fcp-Federazione Concessionarie Pubblicità), che evidenziano come gli investimenti in comunicazione su desktop/tablet siano diminuiti dell'11,8% a febbraio (pari a 23,4 milioni) e del 7,9% nel progressivo (a 42,5 milioni), mentre quelli su smartphone siano aumentati del 37,3% nel singolo mese (10,9 mln) e del 34,5% nel bimestre (18,9 milioni) e quelli su smart tv/console del 638,2% in febbraio (352 mila euro) e del 534,6% (409 mila euro) da inizio anno.

L'assemblea di Fcp-Assointernet del 27 marzo ha confermato presidente per il biennio 2019-2020 Giorgio Galantis (al suo terzo mandato).

I membri del nuovo consiglio direttivo sono Simone Branca (Rai Pubblicità), Carla Costa (Hearst Italia), Massimo Crotti (Italiaonline), Alessandro Furgione (Manzoni), Corinna Marrone Lisignoli (Teads), oltre al past president Roberto Zanaboni (Rcs Pubblicità) e allo stesso Galantis (Mediamond).

—© Riproduzione riservata—■

The thumbnail shows a newspaper page with a table of advertising data. The table has columns for various metrics and rows of data. The main headline in the thumbnail is 'Stampa, raccolta a -11,4%'.

NELLA RELAZIONE I NUMERI (POCO CONFORTANTI) SUL PERIMETRO DELL'AGEVOLAZIONE

Solo il 13% delle imprese è interessato a Industria 4.0**I numeri del 4.0**

- L'8,4% delle imprese utilizza le tecnologie abilitanti
- Il 4,7% delle imprese ha in programma investimenti in tecnologie abilitanti
- L'86,9% delle imprese non investe e non ha in programma di investire in tecnologie abilitanti

Industria 4.0 per pochi intimi. Solo il 13% delle imprese si avvale delle agevolazioni per la digitalizzazione. Il restante 87% dichiara di volere restare nell'alveo delle imprese tradizionali. Il motivo? Gli elevati costi per l'evoluzione tecnologica. Questo emerge dalla relazione illustrativa del dl crescita, atteso in consiglio dei ministri, con riferimento alla nuova agevolazione per la trasformazione digitale delle piccole e medie imprese che si propone di ridurre il digital divide con le grandi imprese. Nel tentativo di porre rimedio, il ministero dello sviluppo economico mette in campo gli incentivi per la trasformazione digitale che prevedono un contributo del 50% (vedasi articolo del 1° aprile 2019). Questi verranno erogati sotto la forma di contributo in conto impianti e finanziamento agevolato.

Solo il 13% delle imprese gravita nel mondo 4.0. La relazione fornisce dunque una prima quantificazione di interesse, riferita alla diffusione delle tecnologie che caratterizzano il nuovo paradigma del Piano Impresa 4.0, da cui emerge che l'8,4% delle imprese utilizza almeno una delle tecnologie abilitanti, mentre un ulteriore 4,7% di imprese, anche se non coinvolte attualmente, hanno in programma investimenti specifici nel prossimo triennio (si veda tabella in pagina). Le imprese cosiddette «tradizionali», ovvero che non utilizzano tecnologie 4.0 né hanno in programma interventi futuri, rappresentano la grande maggioranza della popolazione industriale, pari all'86,9% del totale. Questi numeri sono però destinati a cambiare in favore delle imprese che investono in tecnologie 4.0 verso la digitalizzazione dei pro-

cessi produttivi. La percentuale di imprese non ancora coinvolte che ha dichiarato di avere in programma interventi rappresenta, come detto, il 4,7% delle aziende, con una proiezione di crescita futura particolarmente accentuata per le piccole (9,4%) e medie imprese (8,2%).

Mix di fondo perduto e finanziamento agevolato. Se l'articolo della norma parla genericamente di «agevolazioni finanziarie» nella misura del 50% delle spese ammissibili, è la relazione illustrativa che chiarisce finalmente la composizione dell'agevolazione. L'intervento prevede infatti la concessione di agevolazioni nella forma del contributo in conto impianti e del finanziamento agevolato. Il mix tra le due forme agevolative sarà definito nelle successive disposizioni attuative nel rispetto delle modalità operative del fondo per la crescita sostenibile. Il mix terrà inoltre conto del fatto che l'agevolazione opererà in regime «de minimis».

Procedura di selezione valutativa. La relazione illustrativa chiarisce anche il motivo dell'esclusione delle imprese che non raggiungono i 500 mila euro di fatturato. L'adozione di questo criterio di selezione dei beneficiari basato sul conseguimento, nell'esercizio cui si riferisce l'ultimo bilancio approvato e depositato, di un importo dei ricavi delle vendite e delle prestazioni pari almeno a 500 mila euro, nelle intenzioni del governo dovrà consentire di adottare, per l'attuazione della misura, una procedura valutativa in grado di ordinare le imprese in funzione del «merito». Grazie a questo, l'ente gestore potrà «scremare» le imprese target sul potenziale di crescita e sviluppo dell'impresa, misurato, appunto, attraverso tale specifico criterio.

«Certificazione di qualità» per Im-

presa 4.0. La nuova agevolazione rappresenta un ulteriore tassello del piano Impresa 4.0. Lo scopo di questa specifica norma è quello di favorire la trasformazione tecnologica e digitale dei processi produttivi delle imprese, di micro, piccola e media dimensione, in coerenza con il Piano Impresa 4.0. L'accesso all'agevolazione è infatti subordinato alla realizzazione di un progetto strutturato di trasformazione tecnologica e digitale che verte sull'implementazione, nei processi aziendali, delle tecnologie abilitanti individuate nel Piano Impresa 4.0: advanced manufacturing solutions, additive manufacturing, realtà aumentata, simulation, integrazione orizzontale e verticale, industrial internet, cloud, cybersecurity, big data e analytics. La relazione illustrativa certifica inoltre quanto fatto fino ad oggi sostenendo che «gli strumenti di supporto, indirizzati in una logica 4.0, messi in campo dal governo italiano, hanno mostrato efficacia realizzativa e ricadute positive sullo sviluppo economico del tessuto imprenditoriale».

Roberto Lenzi



Innovation manager, agevolazione congelata

INDUSTRIA 4.0

Fermo al Mise il decreto che dovrà istituire l'elenco dei consulenti

Giuseppe Latour

Sono passati tre mesi abbondanti dall'entrata in vigore della legge di Bilancio 2019, ma il profilo dell'innovation manager (il superconsulente che dovrebbe aiutare le Pmi nella transizione verso il digitale) non è ancora stato definito con esattezza. E, a causa di questa mancanza, resta per ora congelata nel 2019 la dotazione, pari a 25 milioni di euro, che la manovra aveva destinato ai cosiddetti «voucher», i contributi a fondo perduto dedicati proprio a pagare le consulenze specialistiche per l'innovazione.

Il meccanismo della legge di Bilancio (legge 145/2018, articolo 1, commi 228 e seguenti) prevedeva per i periodi di imposta 2019 e 2020 un contributo a fondo perduto, nella forma di voucher, per l'acquisto di «prestazioni consulenziali di natura specialistica finalizzate a sostenere i processi di trasformazione tecnologica e digitale attraverso le tecnologie abilitanti previste dal Piano nazionale impresa 4.0». Il contributo per le micro e piccole imprese è pari al 50% dei costi sostenuti nel corso del periodo di imposta, entro il limite di 40mila euro. Per le medie imprese il contributo scende al 30%, con tetto a 25mila euro. In caso di adesione a un contratto di rete, il contributo è del 50%, con limite a 80mila euro. In sostanza, sono previste tre diverse gradazioni dell'incentivo dedicato agli innovation manager.

Tutti questi contributi sono subordinati alla sottoscrizione di un contratto di servizio tra l'impresa e la società di consulenza o il manager, che però devono essere iscritti «in un elenco istituito con apposito decreto del mini-

stro dello Sviluppo economico». In questo provvedimento, saranno stabiliti - come prevede la legge di Bilancio - i requisiti necessari «per l'iscrizione nell'elenco delle società di consulenza e dei manager qualificati, nonché i criteri, le modalità e gli adempimenti formali per l'erogazione dei contributi e per l'eventuale riserva di una quota delle risorse da destinare prioritariamente alle micro e piccole imprese e alle reti d'impresa».

Questo decreto, dalla cui approvazione dipende l'attivazione del meccanismo, era programmato «entro novanta giorni dalla data di entrata in vigore» della manovra. Quindi, entro il primo aprile. La scadenza è appena passata e, nonostante la grande attenzione delle imprese verso questa agevolazione, il ministero non è riuscito a rispettarla, lasciando il mercato in attesa di un lungo elenco di decisioni.

Oltre alla rilevanza ovvia delle modalità materiali di erogazione dei contributi, infatti, anche nel capitolo dedicato ai criteri di accesso al nuovo elenco ci saranno da prendere decisioni importanti. Bisognerà, ad esempio, stabilire quali sono le competenze necessarie e qual è il percorso formativo richiesto ai manager. O, ancora, in che modo andrà fatta l'iscrizione, per quanto tempo resterà valida e come i manager andranno integrati nell'organizzazione delle imprese.

Una bozza del decreto (che per entrare in vigore non ha bisogno della pubblicazione in Gazzetta ufficiale) risulta pronta e alla firma del ministro. La sua approvazione, però, non sarà l'ultimo passaggio prima della partenza del meccanismo. Servirà anche un secondo provvedimento, per regolare la procedura di presentazione delle domande di accesso all'elenco. Per consentire alle imprese una pianificazione efficace nel 2019, insomma, bisognerebbe partire subito.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'EVENTO Finanziano l'analisi sull'e-commerce aziende i cui destini sono legati al governo

Casaleggio, gli sponsor vicini ai 5Stelle: rider, bus e Internet

■ Tra i finanziatori c'è Deliveroo, che sta trattando le regole per i fattorini con

Di Maio, e uno degli enti che faranno la formazione legata al reddito di cittadinanza

◦ FELTRI E TECCE
A PAG. 8

IL DOSSIER

Intrecci Gli interessi di alcuni finanziatori del rapporto e-commerce curato dall'azienda dipendono da ministero del Lavoro e Parlamento

Gli sponsor di Casaleggio che puntano sui 5 Stelle

ENTI BILATERALI REGOLATI DA DI MAIO

Paga anche Fonarcom, che si occupa della formazione professionale riformata dal reddito di cittadinanza

» **STEFANO FELTRI E CARLO TECCE**

Q

uest'anno per la tredicesima edizione, il 16 aprile a Milano e l'8 maggio a Roma, la Casaleggio Associati presenta lo studio sull'e-commerce, un documento molto colorato e molto stilizzato di circa 60 pagine sull'andamento delle vendite online. Per la prima volta, Davide Casaleggio organizza l'evento mentre il M5S, il partito che controlla attraverso l'associazione Rousseau, è al governo.

IL FIGLIO DI GIANROBERTO, il fondatore dell'azienda e del Movimento, respinge ogni accusa di conflitto di interessi per il doppio ruolo che svolge, ma l'attrazione verso la Casaleggio Associati è in aumento. Per l'imminente appuntamento di Milano, al centro congressi della Fondazione Cariplo, e poi per quello di Roma all'università Luiss di Confindustria già otto società - nel 2017 erano la metà - hanno pagato per affiancare nome e logo alla Casaleggio As-

sociati, una piccola azienda che fa "strategie di rete" e che nell'ultimo bilancio fatturava 1,1 milioni di euro. Oltre a Binooole Institute, Webperformance, la svizzera Octoplus e la multinazionale Nexi, a vario titolo impegnate in attività di e-commerce, ci sono altri sponsor che, oltre ai destini di Internet, pensano anche alle relazioni con il governo, lato M5S. Flixbus, l'azienda che ha rivoluzionato il trasporto a bassocosto sui bus; Deliveroo, l'applicazione web di consegna di cibo a domicilio; Fonarcom, il fondo interprofessionale per la formazione dei lavoratori, costituito da Confederazione italiana federazioni autonome Cifa (presente tra i "partner") e dal sindacato Confasal. Ciascuno ha patrocinato il rapporto con una somma tra i 5.000 e i 10.000 euro. Il circuito per il pagamento digitale Nexi ha versato soltanto 7.500 euro perché non sarà tra gli oratori, Fonarcom ha speso 10.000 perché il presidente Andrea Cafà confida di parlare a Milano. Sono cifre basse, ma che permettono alle aziende di stringere contatti con la Casaleggio Associati, il cui presidente è pure al vertice dei Cinque Stelle.

IL MANDATO al ministero del Lavoro di Luigi Di Maio, vice-premier e capo del Movimento, è cominciato proprio con la dichiarazione di guerra alle applicazioni che usano i fattorini in bicicletta (rider), sfociata poi in un tavolo di trattative per riscrivere le regole del settore. Il 4 giugno 2018 Deliveroo ha ringraziato Di Maio per lo sforzo profuso con un comunicato del direttore generale Matteo Sarzana, lo stesso che ora ha autorizzato la sponsorizzazione a Casaleggio Associati. Il 26 febbraio, i rider hanno protestato proprio sotto la sede della Casaleggio. Tra i promotori dell'iniziativa i "Deliveroo Strike Riders".

Dopo una tiepida accoglienza nel mercato italiano, i Cinque Stelle hanno combattuto per Flixbus durante il governo di Paolo Gentiloni protestando per una norma che



rendeva “illegali gli autobus” a basso costo e Di Maio, il 30 novembre 2017, ha incontrato André Schwämmlein, amministratore delegato di FlixBus: “Ci piace immaginare un futuro dove l’innovazione migliora la qualità di vita delle persone”. Per la campagna elettorale in Abruzzo, a gennaio, in provincia di Teramo, la candidata governatrice Sara Marcozzi e diversi parlamentari pentastellati hanno invitato Fabio Maccioni, responsabile per le relazioni istituzionali in Italia del gruppo tedesco, a un convegno sul turismo. Non stupisce che Maccioni abbia scelto di incastonare il simbolo di FlixBus nello studio di Casaleggio Associati. Pure Cafà, capo di Fonarcom, ha risposto affermativo alla telefonata dei collaboratori di Davide Casaleg-

gio: “Mi hanno chiesto di partecipare e ho accettato perché l’e-commerce è un fenomeno europeo, mondiale e noi italiani siamo indietro. Noi facciamo formazione ai lavoratori e la formazione aiuta le imprese a vendere meglio anche su internet”.

Fonarcom, che si sostiene con lo 0,3 per cento delle retribuzioni che le imprese versano all’Inps per la formazione dei dipendenti, è un ente paritetico interprofessionale che ha guardato con grande attenzione all’arrivo del reddito di cittadinanza dei Cinque Stelle. Centinaia di migliaia di italiani avranno bisogno di formazione e i centri per l’impiego (pubblici) indizzeranno i beneficiari ai maestri della formazione, come i fondi interprofessionali, esplicitamente citati dalla

legge approvata pochi giorni fa in via definitiva.

“SI TRATTA DI ENTI o aziende private che vogliono sostenere una ricerca su un tema cruciale come l’e-commerce, non c’è nessuna interferenza da parte di Casaleggio con le attività del governo”, dicono dalla Casaleggio Associati. Finanziare Casaleggio per avere buoni rapporti con il M5S, però, rischia di configgersi con il principio fissato dalla legge “spazzacorrotti” voluta dal M5S che impone trasparenza assoluta su tutte le donazioni superiori a 500 euro. Regola che vale anche per i soldi che incassa l’associazione Rousseau (presieduta da Davide), non per i contributi alla Casaleggio Associati. L’azienda non è formalmente legata al M5S, ma il suo capo sì.



La scheda

▪ **CHI SONO** Fonarcom, Webperformance e FlixBus: alcune delle aziende che fanno da sponsor al report 2019 sull’e-commerce prodotto dalla Casaleggio Associati, che sarà presentato il 16 aprile a Milano

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Capo e fattorini
Davide Casaleggio, presidente della Casaleggio Associati e dell’Associazione Rousseau e i lavoratori di Deliveroo
Ansa



Il social network si prepara a lanciare una sezione e a trovare accordi con gli editori

Facebook, news da remunerare

Zuckerberg: vogliamo l'informazione e ci sono opportunità

DI ANDREA SECCHI

Facebook vuole avere una sezione interamente dedicata all'informazione e per questo potrebbe stringere accordi direttamente con gli editori, per consentire loro di monetizzare i contenuti. Lo ha detto **Mark Zuckerberg**, durante un'intervista che lo stesso fondatore del social ha realizzato con **Matthias Döpfner**, l'amministratore delegato di Axel Springer, sul futuro del giornalismo. Zuckerberg non ha detto espressamente che la sua società pagherà i giornali, ma ha ripetuto più volte che gli editori devono essere messi in grado di monetizzare e che il lavoro di questi mesi sarà capire come realizzare la nuova sezione.

«Il newsfeed di Facebook è nato per connettere gli amici, avere aggiornamenti delle loro vite. C'è anche informazione, ma c'è molta gente che vuole avere le news in particolare. Una delle cose che ha più funzionato lo scorso anno è il lancio di Watch, un posto dedicato solo ai video. Possiamo usare una simile opportunità anche per le news», ha detto Zuckerberg a Döpfner spiegandogli che lui era stato chiamato proprio per dare un contributo di idee al progetto.

Un invito a nozze per il responsabile della casa editrice tedesca: «Puoi concretizzare meglio i tuoi piani?», ha chiesto Döpfner. «Qualsiasi cosa possa fare Facebook per rafforzare il giornalismo è molto apprezzato. Ma avete un modello equo? È possibile per gli editori avere realmente accesso ai consumatori e costruire una relazione diretta con loro? E/o avere una divisione dei ricavi? Penso che questo sia vitale, perché altrimenti se Facebook si trasformasse in un editore creerebbe una spiacevole dinamica che andrebbe anche

contro anche a se stesso».

Zuckerberg ha risposto che le domande di Döpfner sono qualcosa «su cui effettivamente riflettere» e ha spiegato quali saranno i principi che guideranno la realizzazione del servizio: in primo luogo concertare parlando con chi lavora nel settore; in secondo luogo cercare di avere «informazione di alta qualità e affidabile», il che significa anche porsi il problema di come ottenerla. «Penso che ci sia una reale opportunità», ha detto il ceo, «all'interno di un servizio di news separato, di ottenere una migliore monetizzazione per gli editori rispetto a quella che abbiamo oggi sul newsfeed. In questo caso Facebook potrebbe avere potenzialmente un rapporto diretto con gli editori per assicurarsi che il loro contenuto sia disponibile, se è veramente un contenuto di alta qualità».

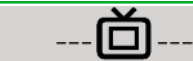
«Migliore è il business model che Facebook assicurerà agli editori, maggiore sarà l'attrazione per il giornalismo professionale», ha risposto il capo di Axel Springer. «Io sono stato sempre convinto che il giornalismo di qualità nel mondo digital può esistere solo se ci sono lettori paganti. E quando dieci anni fa ho suggerito che ci dovesse essere una sorta di framework legale per questo, c'era gente che rideva e diceva: questo ragazzo non conosce internet, internet deve avere tutto gratis: qui è tutto basato sulla reach, sui dati, non sui soldi. Ovviamente poi è venuto fuori che con quella reach non puoi pagare l'affitto, non compri la colazione. Così alla fine oggi c'è consenso sul fatto che il giornalismo digitale può esistere solo se c'è un pagamento». C'è bisogno di un «ecosistema in salute», ha concluso Döpfner rivolgendosi a Zuckerberg, «e voi avete bisogno di grande contenuto per restare rilevanti».

—© Riproduzione riservata—



Mark Zuckerberg e Matthias Döpfner



**Ri-mediamo****Regolare la Rete,
prima che la Rete
regoli noi**

VINCENZO VITA

Quarta o quinta che sia, l'era della Rete è oggi lontanissima da quella immaginata dai profeti digitali. Il sogno del creatore del World Wide Web, vale a dire il sistema di connessione tra i computer - Tim Berners-Lee - o del padre spirituale di Internet Vint Cerf si è infranto sugli scogli degli oligarchi dei dati: da Google a Facebook, alle potentissime società cinesi: un'aristocrazia dominante e priva di scrupoli. Dopo gli scandali delle intercettazioni di massa e della compravendita di milioni di profili personali attraverso intermediari come Cambridge Analytica, il clima di opinione è assai mutato. Ne ha dovuto prendere atto lo stesso Mark Zuckerberg che, in una lettera aperta al *Washington Post*, ha invocato norme e regole.

È un colpo di teatro difensivo o una reale disponibilità al confronto? Per verificare come stanno le cose c'è un solo modo: mettere all'ordine del giorno un corpo di norme transnazionali, riguardando la rete il mondo intero, avvolto in tempo reale come preconizzava per i media con virtù raddomantiche McLuhan.

Innanzitutto, va ripreso il filo conduttore che portò le Nazioni unite a concepire nella sua struttura l'Internet governance forum (Igf)

nel 2005 a Tunisi, nel corso del World summit sulla società dell'informazione (Wsis). Nel 2006 ad Atene si tenne il primo incontro, con un ruolo decisivo svolto da Stefano Rodotà. Il grande e compianto giurista ci ha lasciati e tuttavia non mancano personalità in Italia che ne potrebbero rilevare il testimone su un argomento così rilevante. Vi lavorò, tra l'altro, una importante commissione istituita dalla presidente della camera dei deputati Laura Boldrini e diretta proprio da Rodotà. Il documento licenziato nel 2015 è un materiale da cui ripartire. Così, sul piano internazionale sarebbe auspicabile che un ruolo chiave venisse affidato allo stimato docente di legge della Harvard Law School Lawrence Lessig, autore di testi fondamentali sui limiti del copyright (fautore dei Creative Commons) e sulla «neutralità» delle reti, vale a dire il diritto all'accesso libero e non discriminatorio ad un vero e proprio bene comune. Come deve tornare ad essere Internet. Insomma, è il momento di costruire una commissione di esperti di indiscussa autorevolezza, cui chiedere di scrivere un corpo di norme adeguato al tempo digitale.

I problemi sono numerosi, ovviamente. C'è la questione della concentrazione in pochissime mani di un potere abnorme, da risolvere con una secca scelta anti-

trust, simile a quella che portò la Federal communications commission (Fcc) degli Stati Uniti a decidere negli anni Ottanta lo smembramento in diverse società del monopolio nelle telecomunicazioni di At&T. Insomma, gli Over The Top devono sottostare a regole almeno omologhe agli orientamenti consolidati nei media delle stagioni precedenti. Almeno, perché i rischi sono cresciuti clamorosamente. Così, servirebbe un Golden power degli organi pubblici negli e sugli apparati societari. Imprese di tale mostruosa vastità non appartengono solo ai proprietari. La proprietà privata trova, infatti, qui un limite strutturale, che impone di tenere in conto la pervasività di chi dispone della più importante delle materie prime: l'identità delle persone. Quando si superano i confini conosciuti dal diritto nelle culture analogiche serve uno scarto coraggioso. E poi vi è la specifica regolazione delle campagne elettorali, lasciate ora all'oppressione dei forti sui deboli.

Anzi. Non è tutto questo uno dei banchi di prova per un'Europa da rinnovare, ora che si vota?



I NUMERI DEL SETTORE

Tlc europee con ricavi piatti alla vigilia dell'arrivo del 5G

In Borsa per il settore -2% da inizio 2019 a fronte del +15% di Euronext 100

Andrea Biondi

Ricavi piatti, con crescita prossima allo zero. Ed Ebitda in aumento dell'1,6%, il che vuol dire che la tendenza è tutto sommato mediocre rispetto ad altri settori.

L'industria delle telecomunicazioni non sta brillando per salute in Europa. Ed è certo non è un gran viatico proprio mentre ci si avvicina a una rivoluzione, quella del 5G, che significherà nuovi ricavi ma anche nuovi investimenti, per l'acquisto delle frequenze ma anche per arrivare all'implementazione delle reti di quinta generazione.

I dati messi in fila da MainFirst – che sul tema ha prodotto uno specifico report – sono quelli dei principali

21 operatori europei, fra incumbent e nuovi player. Centinaia di altri operatori sono fuori e in crescita, ma valgono meno del 10% del fatturato.

Si tratta di numeri che fotografano un'industria magari non in declino, ma piatta, con i ricavi fermi del quarto trimestre 2018 che rappresentano il peggior risultato dal 2016. E il trend è stato decrescente nei trimestri del 2018: +0,9%; +0,3%; +0,2% e +0%. In questo quadro sono andati meglio gli incumbent (+0,8%; +0,6%; +0,6% e +0,1%) dei "challengers" (fra cui Altice Europe, Iliad, TalkTalk): +1,1%; -0,1%; -0,4%; -0,1%. Certo, non per tutti è andata allo stesso modo. Deutsche Telekom (+3,8% nel trimestre ottobre-dicembre), Telefónica (+3%); Orange (+1,4%) hanno avuto risultati differenti di Bt (-2%); Kpn (-2,1%) o Telecom (-1,3%).

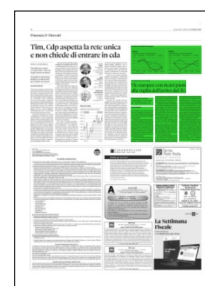
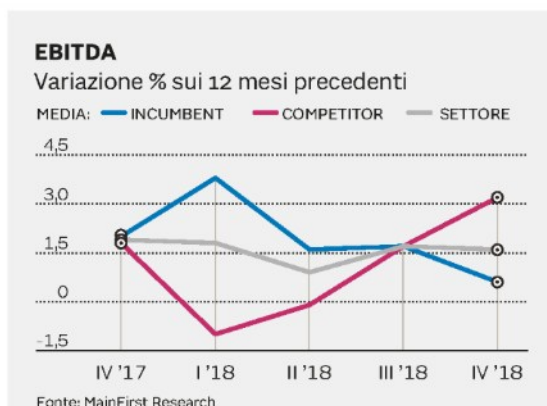
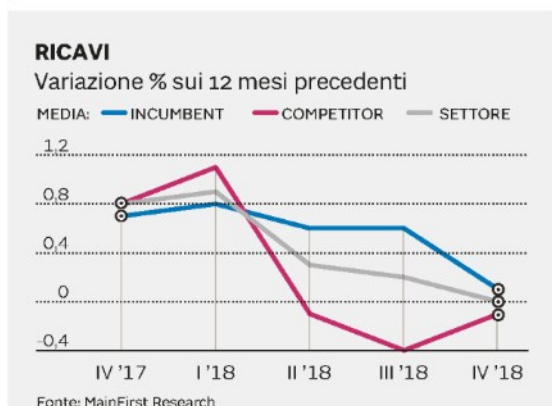
Il trend dell'Ebitda finisce poi per rendere più chiaro l'andamento da ritenere mediocre rispetto agli altri settori per una industry che alla fine

anche in Borsa sta mostrando la corda: i titoli del settore (indice SXKP) hanno perso il 3% contro il +5% del mercato (Euronext 100) negli ultimi 12 mesi. Da inizio gennaio la forbice si è divaricata ancora di più: -2% per le tlc e +15% per il mercato. Qualcosa, comunque, potrà aiutare in Borsa, scrivono gli analisti di MainFirst: «I primi segnali di un pricing più disciplinato (Francia, Italia)» oppure «i fondi infrastrutturali che guardano sempre più agli asset delle tlc».

Il settore intanto guarda con occhi sempre più attenti alla linea della Ue sul tema del consolidamento e delle operazioni di rafforzamento, come quella cui sta puntando Vodafone che attende il via libera dell'Antitrust Ue per l'acquisizione delle attività di Liberty Global in Germania, Repubblica Ceca, Ungheria e Romania. «A metà dell'anno – ha scritto in uno statement il gruppo Tlc – aspettiamo di ricevere l'approvazione finale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il confronto delle tlc europee



Tim, Cdp aspetta la rete unica e non chiede di entrare in cda

DOPO L'ASSEMBLEA

Venerdì nuovo round con Open Fiber. Telecom, meglio fusioni societarie

Vivendi ha la minoranza di blocco, no ad accordi per il rischio di concerto

Antonella Olivieri

Telecom non rialza la testa in Borsa. Anche ieri il titolo ha chiuso in calo dell'1,83% a 0,535 euro, mentre l'indice di Piazza Affari è rimasto in parità. Al di là delle frasi di convenienza, l'assemblea della settimana scorsa non ha portato certezza di pace duratura tra gli azionisti in lite, da una parte il primo socio Vivendi, che detiene il 23,94% del capitale, dall'altra Elliott, che ha il 9,55%. In mezzo Cdp, che - come si è appreso all'adunanza dei soci - ha ritoccato la sua partecipazione al 9,89%.

Si è molto speculato sul ruolo "stabilizzatore" della Cassa, che tra l'altro rientrava tra le motivazioni dell'intervento sull'incumbent. Ma la revoca di cinque amministratori chiesta da Vivendi non c'è stata. Il gruppo che fa capo a Vincent Bolloré ci ha rinunciato, anche perchè non sarebbe andata bene, e un eventuale ingresso della Cdp in consiglio non potrebbe che avvenire a spese della compagine di maggioranza del board, dove peraltro non risulta al momento che alcuno abbia intenzione di fare un passo indietro, tantomeno il presidente Fulvio Conti.

In teoria, la Cdp potrebbe sempre chiamare un'assemblea per chiedere l'allargamento del cda da 15 a 19, come aveva fatto il socio francese al momento del suo ingresso nel capitale di Telecom, ma questo non servirebbe né ad assegnare all'azionista pubblico un ruolo di ago della bilancia, né a togliere Vivendi dall'angolo dove l'ha cacciata l'offensiva del fondo Elliott lo scorso anno, quando è finita in minoranza in assemblea e nel board.

Non ne tira l'aria. Dal vertice della Cdp è stato più volte ribadito il messaggio che l'interesse non è per le poltrone bensì per il piano industriale e in particolare per l'unificazione tra la rete Telecom e quella di Open Fiber, un'operazione reputata nell'interesse del Paese per accelerare lo sviluppo di un'infrastruttura-chiave ed evitare duplicazioni e sprechi di risorse. Cdp è rimasta in Tim appena al di sotto della soglia del 10% che segna lo spartiacque delle società collegate e, anche se non ci sarebbero problemi formali, nella sostanza potrebbe risultare fonte di imbarazzo (o di strumentalizzazioni) trattare l'aggregazione delle reti essendo seduti da una parte e dall'altra.

Tra l'altro venerdì prossimo - chiuso il periodo delle "distrazioni" assembleari - dovrebbe riunirsi ancora il tavolo di confronto tra le due società, con Telecom che è rimasta sulla preferenza di un'integrazione societaria, senza escludere nessuna delle possibili combinazioni a riguardo. Comunque la si giri la soluzione non si prospetta però semplice. E intanto Open Fiber, proprio ieri, ha firma-

to l'atto di concessione del terzo e ultimo bando pubblico, che riguarda Calabria, Puglia e Sardegna, facendo quindi l'en plein per la copertura delle aree bianche (quelle a fallimento di mercato) dell'intero territorio nazionale.

Fatto sta che a inizio settimana Reuters ha riportato, citando una fonte governativa, l'affermazione che «Cdp non è al momento interessata a ottenere uno o più posti nel consiglio Telecom». Vivendi, che in assemblea ha dimostrato la sua insoddisfazione astenendosi su tutti i punti all'ordine del giorno (i suoi voti si sono sommati così ai voti contrari), non potrà perciò - almeno a breve - contare su un seppur involontario assist di Cdp per smuovere ancora le acque.

Vivendi, pur avendo perso la maggioranza in assemblea e in cda, conserva ancora il potere di una "sicura" minoranza di blocco da spendere nelle assemblee straordinarie, dove si delibera con il sì dei due terzi del capitale presente. Potrebbe utilizzare questo potere per contrastare la conversione delle azioni di risparmio, semmai fosse riproposta, ma senza la conversione che diluirebbe la somma della sua quota e di quella di Cdp al di sotto della soglia dell'Opa, nessun accordo sarebbe possibile tra i due azionisti senza incappare nel rischio di concerto. Oppure potrebbe utilizzare il diritto di veto per fermare alcune operazioni societarie. Se riguardassero la rete, tuttavia, è da tener presente che sull'infrastruttura sussiste il golden power, uno strumento di tutela in più in mano allo Stato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Telecom Italia

Andamento del titolo a Milano



FULVIO CONTI
 È presidente del board di Telecom Italia dallo scorso 7 maggio



LUIGI GUBITOSI
 Già ad di Wind, dg Rai e commissario Alitalia, è ad di Telecom



ARNAUD DE PUYFONTAINE
 È presidente del consiglio direttivo di Vivendi e consigliere Tim