

Rassegna del 03/08/2018

Mf	11	Bollette a 28 giorni, Codacons contro Tim e Wind Tre	<i>Follis Manuel</i>	1
Giorno - Carlino - Nazione	19	L'utile di Poste balza dei 44% Più efficienza, boom e-commerce	<i>Gozzi Alessia</i>	2
La Verita'	17	Poste in utile (+44%) si butta soll' ecommerce	<i>Grizzuti Antonio</i>	3
Stampa	21	Agcom multa Amazon per 300 mila euro Postino non autorizzato	...	4
Il Fatto Quotidiano	4	L'Agcom multa Amazon: "Attività postali senza titolo"	...	5
Corriere della Sera	27	Apple arriva prima di Google e Amazon: a Wall Street supera quota 1.000 miliardi	<i>De Cesare Corinna</i>	6
Repubblica	24	Se una mela vale mille miliardi - Apple a meraviglia ora vale mille miliardi	<i>Zampaglione Arturo</i>	8
Stampa	20	Una mela da 1000 miliardi, Apple vale quattro volte la Grecia - Mille miliardi Apple a Wall Street è la nuova regina per capitalizzazione	<i>Semprini Francesco</i>	10
Corriere della Sera	13	Progetto Libellula: Google si arrende e studia un'app per tornare in Cina	<i>Giambertone Francesco</i>	13
Stampa	11	Google si censura per ritornare in Cina	<i>Radicioni Francesco</i>	14
Manifesto	1	Google «torna» a Pechino e si inchina al Pcc - Il mercato cinese val bene una censura	<i>Pieranni Simone</i>	15
Corriere della Sera	13	E Starbucks si allea con Alibaba	...	16
Sole 24 Ore .marketing	22	WhatsApp a pagamento per i servizi business	<i>Biagio Simonetta</i>	17
Sole 24 Ore .marketing	22	L'italiana Kaleyra fa shopping negli Usa	...	18
Italia Oggi	13	P&G ora scommette sull'online	<i>Sottilaro Francesca</i>	19
Sole 24 Ore .marketing	23	La nuova moda per gli sportivi? Creare una app per gli smartphone	<i>Fr.Mi.</i>	21
Giornale	34	Alta definizione - I dieci anni di «app» in cui tutto è cambiato	<i>Lombardo Marco</i>	22
Giornale	34	Alta definizione - 8 domande sul domani	<i>Lombardo Marco</i>	23
Giornale	35	Alta definizione - Intervista a Bryce Goodman - «I robot una minaccia? Forse, ma non potranno mai pensare come noi»	<i>Lombardo Marco</i>	24
Giornale	34	Alta definizione - Intervista a Hod Lipson - «Presto sarà difficile spiegare ai nostri nipoti come abbiamo vissuto»	<i>Lombardo Marco</i>	26
Avvenire	3	Vite digitali - Quanto stiamo sul digitale e come farlo al meglio	<i>Rancilio Gigio</i>	28
Sole 24 Ore	18	Italia e Francia spingono la web tax ma la strada è in salita	<i>Gallucci Giovanni - Pennesi Maricia</i>	29
Stampa	11	Cyberguerra, web libero e basi del Pacifico L'offensiva di Washington contro il Dragone	<i>Semprini Francesco</i>	30
Sole 24 Ore - Focus	21	Dalla realtà virtuale al giubbotto smart, le strategie di Enel	<i>Cl.T.</i>	31
Sole 24 Ore - Focus	21	La prevenzione diventa «4.0» con la spinta delle tecnologie	<i>Tucci Claudio</i>	32
Sole 24 Ore - Focus	21	Intervista ad Attilio Cherubini - «Il digitale ci permetterà di migliorare ancora»	<i>G.Pog.</i>	35
Corriere della Sera	27	Open Fiber: 3,5 miliardi per il piano	<i>Polizzi Daniela</i>	36
Sole 24 Ore	5	Intervista a Fulvio Conti - Conti: «Nell'interesse dell'Italia una rete unica di tlc» - «Una rete tlc unica è nell'interesse di tutti: uno spreco duplicare»	<i>Olivieri Antonella</i>	37

Bollette a 28 giorni, Codacons contro Tim e Wind Tre

di Manuel Follis

Non c'è pace per gli operatori tlc dopo la vicenda legata alle bollette a 28 giorni. La nuova puntata dello scontro tra consumatori e compagnie telefoniche riguarda un nuovo esposto presentato dal Codacons all'Agcom. Nel documento, che *MF-Milano Finanza* ha potuto visionare, l'associazione in sostanza chiede che il «ristoro del consumatore» tenga conto non solo del periodo tra l'introduzione delle tariffe a 28 giorni e la loro fine (più o meno luglio 2017-marzo 2018) ma anche del periodo (tuttora in corso) nel quale le compagnie hanno modificato le loro tariffe. Insomma, il ristoro dovrebbe essere più ampio. Per il Codacons «la prima comunicazione (in cui Tim annunciava l'aumento dell'8,6%) è priva di effetti a seguito del provvedimento cautelare di Antitrust e non può essere presa come riferimento per una successiva comunicazione di segno opposto». La compagnia telefonica invece, avendo inviato ai suoi clienti un messaggio che annunciava una riduzione dello 0,4% dei prezzi, per il Codacons ha in sostanza ammesso «di non avere mai sospeso la sua manovra e anzi di prenderla come riferimento per una successiva variazione della stessa». Una posizione che sembra aver trovato una sponda in alcuni parlamentari, in particolare i deputati della Lega Elena Maccanti e Massimiliano Capitani, e di Fd'I, Carlo Fidanza e Mauro Rotelli, che nel recente question time alla Camera hanno presentato interrogazioni al Mise ritenendo «di assoluta urgenza che si intervenga al fine di disporre immediatamente la cessazione delle condotte di Tim e Wind Tre, l'infrazione di un'adeguata sanzione ai due operatori e il pieno ristoro dei consumatori», interrogazione cui il Mise ha risposto rifacendosi in toto alle posizioni Agcom, che è al lavoro sul tema. Dal canto suo, Tim ha preso atto «con stupore» delle affermazioni del Codacons che «non sono assolutamente condivisibili in quanto prive di alcun fondamento giuridico» e si mostra «estremamente preoccupata per la deriva che la tematica rischia di assumere». La società ha ricordato di aver sempre agito «nel pieno rispetto della normativa di riferimento e nel caso di specie si è limitata ad ottemperare a quanto ordinato dall'autorità Antitrust». Ferma restando la consapevolezza della legittimità del proprio operato, Tim ha quindi confermato «la propria attenzione alle esigenze dei clienti e desidera proseguire nel dialogo con le associazioni dei consumatori, sempre improntato su principi di reciproca correttezza e lealtà». (riproduzione riservata)



L'utile di Poste balza del 44% Più efficienza, boom e-commerce

Profitti a 735 milioni. Del Fante: obiettivi confermati. Ma il titolo soffre



Trasformeremo 2.000 contratti a termine e part time in rapporti a tempo indeterminato

Alessia Gozzi
■ ROMA

PIÙ EFFICIENTE, sempre più votata al mondo dell'e-commerce ma con gli uffici postali che restano il cuore del business. Poste Italiane archivia i primi sei mesi dell'anno con un utile netto di 735 milioni di euro, segnando un balzo del 44% rispetto ai primi sei mesi del 2017, l'accelerazione è più marcata nell'ultimo trimestre che contribuisce con 250 milioni (+57,2%). Rallentano invece i ricavi a quota 5,4 miliardi nel semestre (-1,3%), mentre migliorano i costi operativi, in calo del 6,4% nel secondo trimestre, grazie soprattutto a una maggiore efficienza e a una riduzione di 2.700 dipendenti. «L'esecuzione del piano Deliver 2022 è solida» e «procede come stabilito», assicura il ceo Matteo Del Fante. Tradotto: obiettivi 2018 confermati.

IL TOTALE delle masse gestite ha raggiunto i 510 miliardi a giugno 2018, in aumento di 4 miliardi rispetto al 2017, grazie ad una raccolta netta pari a 4,4 miliardi nel primo semestre del 2018, supportata da prodotti vita, depositi e fondi. «Arrivano inoltre riscontri positivi – sottolinea Del Fante – dal progetto di digitalizzazione del gruppo, che è in fase di accelerazione anche grazie alla costituzione di un istituto di moneta elettronica che sarà operativo entro la fine dell'anno». I ricavi del settore pagamenti, mobile e digitale vedono infatti una crescita del 10,4% ri-

spetto al primo semestre del 2017. In particolare, i pagamenti con carte sono aumentati del 23% a 122 milioni, grazie al boom delle carte PostePay. In Italia, un acquisto online su 4 – sottolinea il ceo – è pagato con la carta del gruppo, motivo che spinge il manager a prevedere «un consolidamento della nostra leadership nell'e-commerce». Il cambiamento è anche culturale e Poste segnala che il numero degli utenti digitali giornalieri, circa 1,4 milioni, si avvicina a quello del milione e mezzo di visitatori giornalieri presso gli sportelli postali. Glissa sul dossier Alitalia («non ho sentito nulla», assicura) ma sottolinea che il neo ministro dello Sviluppo, Luigi Di Maio, «ha confermato la linea» del piano di sviluppo. Avrà gradito il fatto che Poste abbia già previsto «la trasformazione di 2.000 contratti da tempo determinato e part time in contratti a tempo indeterminato», ricorda l'ad. Inoltre è prevista l'assunzione di 500 laureati da inserire nelle sale consulenza dei 12.800 uffici postali. Sì perché anche si confina del business si espandono sempre più per abbracciare le potenzialità delle nuove tecnologie, gli uffici postali rimangono comunque al centro del business di Poste. Del Fante assicura, infatti, che il piano non prevede la chiusura di «nessun ufficio in nessuna piccola città», cioè nei comuni con 5.000 abitanti o meno.

Nonostante gli ottimi numeri, il titolo in Borsa ha perso il 5,4% a 7,52 euro con tanto di sospensione e riammissione dagli scambi. L'amministratore delegato ha voluto quindi rassicurare gli analisti sulle performance di PosteVita, che ha in portafoglio molti Btp (ieri finiti nuovamente sotto pressione): «La situazione – ha sottolineato – è monitorata molto da vicino» e non vi è alcuna «preoccupazione circa la capacità di raggiungere i nostri impegni presi nel piano industriale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



SODDISFATTO
Matteo Del Fante, 51 anni, è ad di Poste Italiane dall'aprile 2017



Poste in utile (+44%) si butta sull'e-commerce

Il gruppo guidato da Del Fante porta a casa un risultato di 735 milioni. I ricavi restano fermi a 2,5 miliardi

di **ANTONIO GRIZZUTI**

■ Utili alle stelle nel primo semestre 2018 per Poste Italiane. Secondo i dati presentati ieri a Roma, nei primi sei mesi dell'anno il gruppo ha conseguito un risultato positivo per 735 milioni di euro, con un incremento del 44,1% rispetto allo stesso periodo del 2017. Un dato trainato dall'aumento del risultato operativo, in notevole rialzo a 350 milioni. Flettono invece i ricavi, fermi a 2,5 miliardi nel primo trimestre (-1,3%) e 5,4 miliardi nel secondo (-4,5%). Positivi sotto questo punto di vista i risultati conseguiti nel settore Pagamenti, mobile e digitale (307 milioni, +10,4%), mentre calano i proventi da servizi assicurativi (-1,9%) e dai settori Corrispondenza, pacchi e distribuzione (-2,8%) e Servizi finanziari. Le masse gestite ammontano a 510 miliardi di euro (+4 miliardi rispetto a dicembre 2017).

Giù i costi operativi, scesi a 2,2 miliardi nei primi tre mesi (-5,9%) e a 4,4 miliardi nel trimestre successivo (-6,4%). Un dato influenzato positivamente dall'abbassamento dei costi per beni e servizi e minori accantonamenti, nonché alla riduzione dei costi per il personale (-3% nel primo semestre, pari a 88 milioni). Ciò è stato possibile grazie a un taglio dei dipendenti, diminuiti di quasi 2.700 unità rispetto allo stesso periodo del 2017 (-1,95%). Migliora anche la produttività, con un costo per dipendente ridotto dell'1,9%, in linea con gli obiettivi per il 2018. Le risorse umane rivestono comunque un'impor-

tanza strategica per l'azienda, che ha annunciato la messa a disposizione di 20 milioni di ore di formazione da qui al 2022 e l'assunzione di 500 laureati da destinare alle 12.800 sale di consulenza.

Soddisfazione è stata espressa da **Matteo Del Fante**, amministratore delegato di Poste. L'azienda «procede con una solida attuazione degli obiettivi di *Deliver 2022* e la performance del secondo trimestre conferma i primi impatti positivi dell'esecuzione del piano», sostiene **Del Fante** nella nota diffusa a margine della presentazione dei risultati. Il piano strategico quinquennale è stato annunciato lo scorso febbraio e ha come scopo quello di massimizzare il valore della più grande rete distributiva d'Italia. Tra i principali obiettivi finanziari previsti dalla strategia, l'aumento dei ricavi con un crescita media annua (Cagr) dell'1% e ricavi consolidati netti a 11,2 miliardi entro il 2022; l'aumento del risultato operativo con un Cagr del 10% a 1,8 miliardi nel 2022; l'incremento dell'utile netto fino a 1,2 miliardi entro la scadenza del piano.

«Sono molto soddisfatto dei primi risultati del nuovo modello di recapito e dalla perfetta esecuzione del suo piano di attuazione», ha aggiunto il manager. «Siamo in grado di offrire, fra le altre cose, consegne serali e nei fine settimana. Siamo efficienti e competitivi nell'e-commerce e offriamo una gamma di servizi per i clienti B2c che ha spinto Amazon a sceglierci come partner di lungo termine». **Del Fante** si è poi dichiarato «orgoglioso» dell'ac-

cordo firmato lo scorso maggio tra Poste italiane e la Federazione italiana tabaccai, che conta oltre 48.000 associati. Grazie a questa intesa, le tabaccherie faranno parte della nuova rete di accesso ai servizi per l'e-commerce, permettendo ai clienti di ritirare pacchi, consegnare i resi ed effettuare spedizioni prepagate o preaffrancate. L'accordo siglato prevede inoltre la possibilità da parte dei tabaccai di ricevere la corrispondenza e la semplificazione della distribuzione e della vendita dei francobolli. «Considerando la presenza diffusa sul territorio dei tabaccai aderenti, l'accordo ci consente di proteggere efficacemente la nostra posizione di mercato», ha dichiarato l'amministratore delegato.

Nonostante l'ottimismo di **Del Fante**, Poste ha dovuto affrontare una giornata molto dura a Piazza Affari. Durante la seduta il titolo è stato sospeso per alcuni minuti a fine mattinata, per chiudere in calo di oltre il 5%. L'occhio degli investitori è puntato sulla solvency ratio di PosteVita, calato dal 279% di fine dicembre al 185% del primo semestre. Un risultato legato almeno in parte alla volatilità dei titoli di stato italiani, comunque ancora piuttosto lontano dal livello di guardia fissato al 130%.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



MANAGER Matteo Del Fante



Agcom multa Amazon per 300 mila euro Postino non autorizzato

Fa il postino, ma senza i dovuti permessi. Per questo l'Agcom, l'autorità che vigila sulle comunicazioni, ha sanzionato Amazon per complessivi 300 mila euro. Non granché per il colosso di Jeff Bezos. L'istruttoria, avviata nel marzo scorso, ha accertato che il gigante americano, «nel ben più esteso perimetro di attività della filiera del commercio online», svolge anche attività postali come «la logistica, la consegna pacchi o la gestione dei centri di recapito». E tutto questo, per dirla nel linguaggio burocratico dell'autorità guidata da Angelo Marcello Cardani (foto), «in carenza di autorizzazione amministrativa». Postini abusivi. Da Amazon Italia non cercano lo scontro. Anzi: «Consideriamo importante la cooperazione con le autorità e ci impegnamo affinché tutte le osservazioni che ci vengono rivolte siano affrontate il più rapidamente possibile - è la loro risposta -. Abbiamo pertanto esaminato attentamente i riscontri presentati dall'Agcom, fornendo una risposta puntuale a ciascuno di essi. Valuteremo la decisione presa da Agcom».

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



SANZIONE DI 300MILA EURO

L'Agcom multa Amazon: "Attività postali senza titolo"

▶ AMAZON svolge anche attività postali, come la logistica e la consegna di pacchi o la gestione dei centri di recapito, senza titolo autorizzativo. Lo ha verificato l'Agcom, che ha comminato una sanzione complessiva di 300mila euro a tre società del colosso dell'e-commerce: 50mila euro ad Amazon Italia Logistica, 100mila ad Amazon Italia Transport e 150mila ad Amazon Eu. L'Autorità ha anche avviato un'analisi di mercato sui servizi di consegna dei pacchi. L'istruttoria era partita nel mese di marzo con l'atto che contestava all'impresa di operare senza le dovute autorizzazioni. Adesso l'Autorità ha riscontrato che "il gruppo Amazon svolge nel ben più esteso perimetro di attività della filiera del commercio online, anche attività postali, quali la logistica e la consegna di pacchi o la gestione dei centri di recapito". La sanzione deliberata è la massima consentita per illeciti di questo tipo. "Valuteremo la decisione presa da Agcom - ha commentato Amazon - e siamo disponibili a cooperare con le autorità al fine di fornire ulteriori informazioni relative alle nostre attività".



Apple arriva prima di Google e Amazon: a Wall Street supera quota 1.000 miliardi

È la società più capitalizzata della storia

Tecnologia

di **Corinna De Cesare**

L'impennata

Nel 1980 il debutto in Borsa: da allora le azioni sono cresciute di oltre il 50.000%

Una cifra che fa incrociare gli occhi: mille miliardi di dollari di capitalizzazione. È il valore raggiunto ieri da Apple a Wall Street che in questo modo si aggiudica il titolo della prima società quotata della storia della Borsa statunitense a superare la soglia dei 1.000 miliardi di dollari. La compagnia fondata da Steve Jobs ha guadagnato ieri il 2,9% a 207,39 dollari per azione, portando a circa il 9% il guadagno complessivo accumulato da martedì quando ha annunciato utili trimestrali superiori alle attese. E così per comprare appena tre azioni Apple, bisogna spendere più o meno la stessa cifra di un iPadPro.

Un traguardo che arriva a

dieci anni esatti dall'arrivo in Italia del primo iPhone, il telefono che ha cambiato i telefoni, e a 42 anni dalla nascita della società diventata simbolo e ispirazione di migliaia di ragazzi in tutto il mondo. Una storia che ha fatto del garage americano da cui parti tutto, una versione moderna del sogno americano dove tutto è possibile. Anche spingere il fatturato di un'azienda che nel 1997 stava per fallire, a superare il Pil di paesi come il Portogallo o la Nuova Zelanda. Quando Steve Jobs, dopo un esilio lungo oltre dieci anni, rientrò in Apple, ci fu un momento in cui l'azienda aveva in cassa risorse che l'avrebbero tenuta in vita per appena 90 giorni. Nel 1980 il debutto in Borsa e da allora le azioni dell'azienda sono cresciute di oltre il 50.000%. Il resto è storia, compresa l'evoluzione da azienda produttrice del computer Mac a snodo cruciale della rivoluzione digitale. Grazie ovviamente alla figura di Steve Jobs ma anche nonostante Steve Jobs. Dalla morte del fondatore nel 2011, la Apple di Tim Cook ha quasi raddoppiato i profitti del gruppo,

nonostante non sia ancora riuscita a creare un prodotto in grado di replicare il successo dell'iPhone, le cui vendite cominciano a mostrare il passo. Nel 2006, anno del lancio mondiale del primo iPhone, Apple generò un fatturato inferiore ai 20 miliardi di dollari e utili per appena 2 miliardi. L'anno scorso le vendite hanno toccato quota 229 miliardi e gli utili si sono attestati a 48,4 miliardi, trasformando Apple nella società più redditizia del listino statunitense. Ora la sfida è reinventarsi oltre l'iPhone per mantenere la leadership e respingere l'assalto dei nuovi colossi come Google e Amazon. L'ultima trimestrale ha sì premiato i risultati oltre le attese ma ha anche evidenziato la sofferenza dello smartphone. Il colosso di Cupertino ha giocato d'astuzia: meno unità vendute ma a prezzo più alto (iPhone X a mille dollari) e più diversificazione: tra aprile e giugno, i servizi come Apple Pay e Apple Care sono cresciuti del 31% anno su anno e hanno portato nelle casse di Cupertino 9,5 miliardi. Ma l'iPhone pesa ancora il 56% sul fatturato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri

- L'azienda di Cupertino ha raggiunto nella giornata di ieri i mille miliardi di dollari di capitalizzazione. Ha battuto i rivali Amazon e Google

- Nel 2011 quando è arrivato Tim Cook l'azienda valeva 350 miliardi di dollari. Il valore della società supera il Pil della Grecia di quattro volte

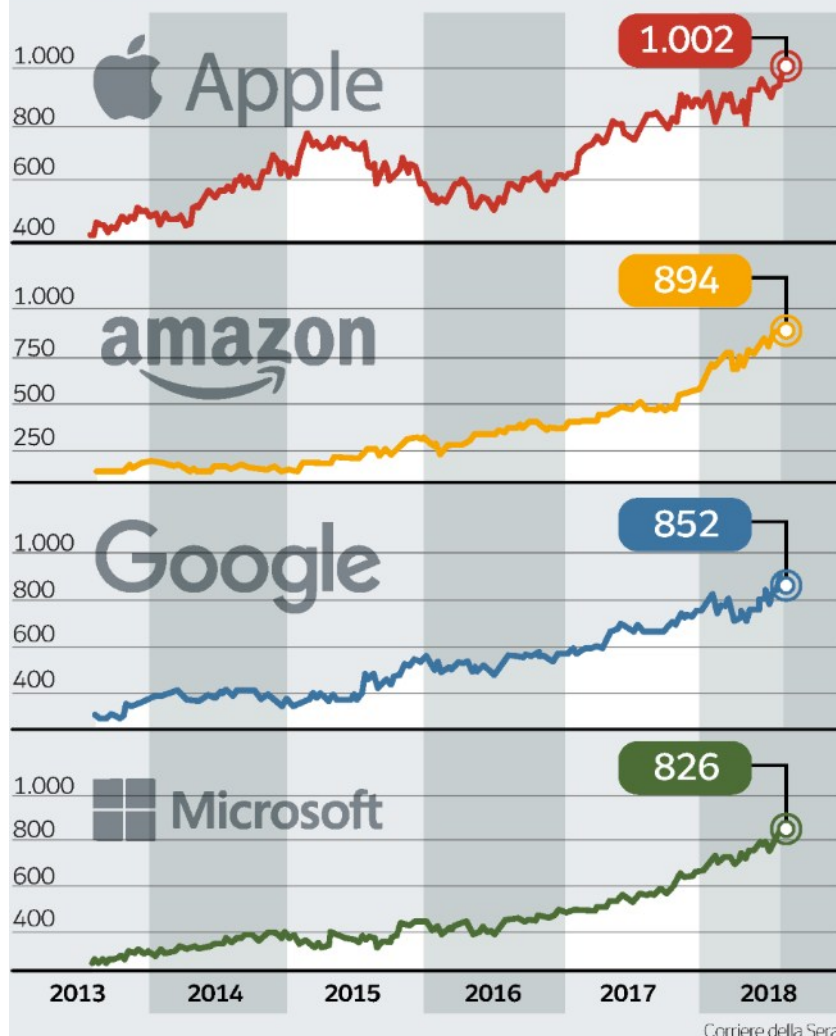
- In questi anni ha lanciato nuovi prodotti tra cui l'Apple Watch e gli AirPods

- Anche con i dazi la Cina rimane un mercato chiave per la vendita e la produzione



La capitalizzazione delle aziende tech più grandi al mondo

(dati in miliardi di dollari)



SE UNA MELA VALE MILLE MILIARDI

Arturo Zampaglione

Quando nel 2007 Steve Jobs presentò al mondo per la prima volta un oggetto che allora era quasi misterioso, l'iPhone, la Apple aveva un valore a Wall Street di appena 73 miliardi di dollari. Nel 2011, quando sorpassò la ExxonMobil, prendendo il primo posto nella hit parade della capitalizzazione di Borsa, era a 343 miliardi.

pagina 24

Il record Prima volta nella storia

Apple delle meraviglie ora vale mille miliardi

Le ultime vendite di iPhone e servizi accessori entusiasmano la Borsa: Cupertino diventa la società di maggior valore al mondo

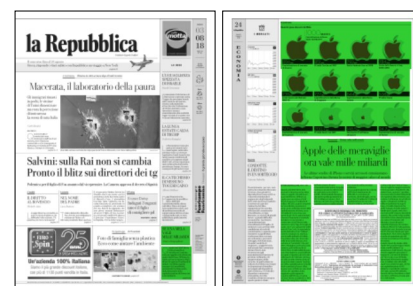
ARTURO ZAMPAGLIONE, NEW YORK

Quando nel 2007 Steve Jobs presentò al mondo per la prima volta un oggetto che allora era quasi misterioso, l'iPhone, la Apple aveva un valore a Wall Street di appena 73 miliardi di dollari. Nel 2011, quando sorpassò la ExxonMobil, prendendo il primo posto nella hit parade della capitalizzazione di Borsa, era a 343 miliardi. E ieri, dopo uno sprint finale che ha appassionato il mondo finanziario e seminato invidia tra i concorrenti, a cominciare da Jeff Bezos della Amazon e Larry Page di Google, la Apple, che è ora saldamente nelle mani di Tim Cook, ha superato la quota simbolica di un "trillion", come lo chiamano in America: cioè di mille miliardi di dollari. E' la prima volta che ciò accade nella storia delle finanze, se si esclude un "incidente" che, nel 2007 a Shanghai, portò per pochi istanti a quel livello anche la PetroChina. E mille miliardi sono una cifra immensa, quasi difficile da capire o digerire: più del costo delle guerre in Vietnam o in Iraq,

più del prodotto interno lordo di un grande stato come la Turchia, più della capitalizzazione di tutti i titoli scambiati a Piazza Affari. Eppure non è affatto un caso che il colosso di Cupertino abbia raggiunto quel traguardo: sospinto dall'iPhone, di cui ha venduto finora un miliardo e 400 milioni di esemplari, e aiutata dall'entusiasmo di tanti consumatori nel mondo, la Apple continua a produrre utili record ed esplorare nuove fonti di reddito. Molti analisti ritengono che anche quella quotazione di 207,5 dollari per azione, che è stata toccata ieri e ha portato alla capitalizzazione di mille miliardi, sarà superata nelle prossime settimane.

Fino a qualche giorno fa, i colossi dell'hi-tech sembravano in difficoltà. Lo scivolone di Facebook, che il 26 luglio, aveva perso ben 120 miliardi di dollari di capitalizzazione in una sola seduta borsistica, aveva avuto contraccolpi per l'indice Fang+, che raccoglie le maggiori aziende hi-tech quotate a Wall Street. Ma

martedì sera, quando Cupertino ha annunciato risultati trimestrali ben superiori alle previsioni, una ventata di ottimismo ha avvolto la Apple, contagiando la Silicon valley e riportando in auge il Fang+. Di solito il periodo tra aprile e giugno è molto piatto e banale per la Apple, visto che i nuovi prodotti vengono lanciati in autunno. Ma questa volta analisti e investitori sono rimasti sorpresi, non solo per l'aumento del fatturato, ma anche per la capacità del gruppo di vendere molti più iPhone X di alta gamma, e quindi più cari, facendo crescere del 15% l'incasso medio per ogni smartphone. Non solo: la Apple è riuscita ad aumentare più del

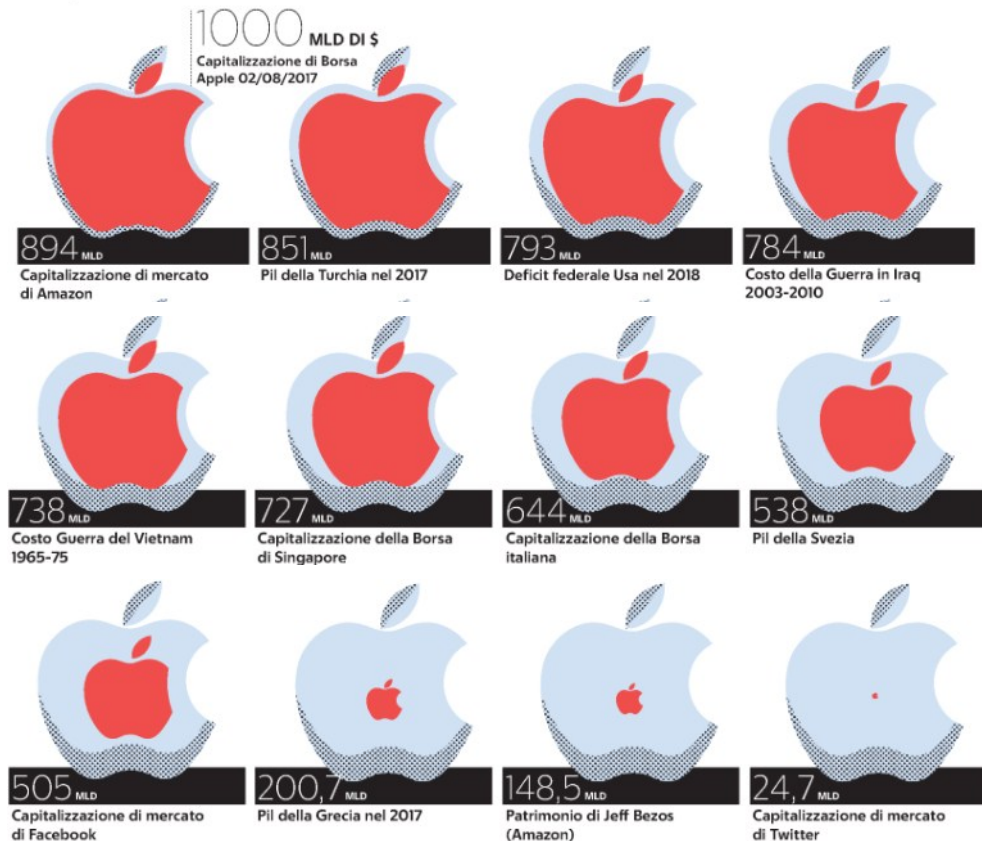


previsto le entrate per i business secondari. Quanto durerà il primato della Apple? Per quanto tempo resterà sopra ai mille miliardi? La sensazione a Wall Street è che, pur avendo raggiunto per primo il traguardo, non sarà facilissimo per Tim Cook e i suoi 100mila dipendenti difendere la maglia rosa. Ad alitare sul collo della Apple sono infatti Google, che ha una capitalizzazione di 851 miliardi, e soprattutto Amazon che è già a quota 894 miliardi, facendo del suo fondatore e chief executive, Jeff Bezos, l'uomo più ricco del mondo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il confronto

Quanto pesa davvero la Mela



Una mela da 1000 miliardi, Apple vale quattro volte la Grecia

Apple è la prima società quotata Made in Usa a superare la capitalizzazione di mille miliardi di dollari **SEMPRINI — P.20**

RECORD IN BORSA

Mille miliardi Apple a Wall Street è la nuova regina per capitalizzazione

Così l'azienda vale 4 volte il prodotto lordo della Grecia
Agli azionisti 25 miliardi fra dividendo e buy-back azionario

**Il titolo ha chiuso
a 207,42 dollari**

**Il totale corrisponde
a 1005 miliardi**

**FRANCESCO SEMPRINI
NEW YORK**

Apple a mille. Il colosso della Mela chiude a mille miliardi di capitalizzazione di mercato, forte dello slancio della ottima trimestrale e delle vendite del suo gioiello di casa l'iPhone. Così la Apple arriva a valere quattro volte il prodotto lordo della Grecia.

Il titolo di Cupertino tocca quota mille già dopo due ore e venti minuti dall'avvio degli scambi sul Nasdaq e una partenza in lieve rialzo ma piuttosto fiacca. Poi arriva lo scatto che permette di toccare la soglia dei 207,05 dollari identificata come valore di riferimento per raggiungere i mille miliardi, segue un riflusso ma di nuovo si superano i mille miliardi con il titolo in chiusura a 207,42 dollari.

Si tratta di uno straordinario successo per la Corporate America, secondo nella storia solo a quello di PetroChina, che toccò brevemente la stessa soglia (attualizzata sarebbe pari a 1145 miliardi) il 5 novembre 2007 nel suo primo giorno di scambi sullo Shanghai Stock Exchange. Un tra-

guardo reso possibile grazie alla ottima performance di ieri, quando Apple ha segnato un altro record superando la soglia dei 200 dollari per azione. Il titolo ha quindi chiuso ieri sopra la soglia del «trilione» a quota 1005 portando il guadagno a circa il 9% da martedì, giorno della trimestrale.

A sostenere l'impresa di Cupertino sono stati infatti i conti del terzo trimestre fiscale pubblicati due giorni fa. Con utili per azione pari a 2,34 dollari, per complessivi 11,52 miliardi di dollari, in rialzo del 40% rispetto allo stesso trimestre dell'anno scorso, e oltre i 2,18 dollari stimati dagli analisti di Wall Street. Molto bene anche i ricavi saliti del 17% a 53,3 miliardi di dollari, rispetto ai 52,33 stimati alla vigilia. Le vendite internazionali hanno inciso per il 60% sui ricavi del trimestre concluso il 30 giugno.

«Siamo entusiasti nell'annunciare il miglior terzo trimestre di sempre e il quarto trimestre consecutivo di crescita a doppia cifra dei ricavi - ha commentato l'ad Tim Cook -. A trainare la performance sono state anche le vendite di iPhone [29,91 miliardi di dollari complessivi] e

i servizi». L'italiano Luca Maestri, direttore finanziario del colosso della Mela, tiene a sottolineare la crescita del giro di affari in tutti i comparti geografici e i flussi di cassa operativi per il trimestre pari a 14,5 miliardi di dollari. «Abbiamo restituito agli azionisti 25 miliardi di dollari, - prosegue - 20 miliardi dei quali attraverso il riacquisto di azioni». Il cda ha inoltre fissato un dividendo in contanti per gli azionisti pari a 0,73 dollari per ogni azione comune esigibile il 16 agosto.

Apple inoltre stima tra 60 e 62 miliardi i ricavi per il quarto trimestre. L'azienda nata nel garage del co-fondatore Steve Jobs nel 1976 (che valeva 350 miliardi di dollari nel 2011, quando è morto), solo nel 1997 vacillava sull'orlo della bancarotta, schiacciata dallo stradominio di Microsoft. Quindi il riscatto, grazie a una rapida innovazione, una serie di prodotti dal suc-



cesso planetario creati dal genio di Jobs, come l'iPod e l'iPhone. Gli operatori ora sperano in un effetto virtuoso di Apple sull'intero settore tecnologico rallentato dalle deludenti trimestrali di Netflix e soprattutto di Facebook protagonista quest'ultimo di pesanti ribassi sui listini azionari replicati dall'altro gigante dei social, Twitter.

In ogni caso il primato di Cupertino consacra la leadership americana oltre a quella di Silicon Valley che, forse suo malgrado, serve al presidente Donald Trump un assist per far lustro di un altro primato raggiunto sotto l'ombrello della Trumpeconomics. —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

GLI ALTRI BIG



dati in miliardi di dollari

847

Alphabet

amazon



883

Amazon

822

Microsoft

Alphabet

facebook

502

Facebook



BERKSHIRE
HATHAWAY
HomeServices

491

Berkshire Hathaway





JOSH EDELSON/AFP

La mela simbolo di Apple

Progetto Libellula: Google si arrende e studia un'app per tornare in Cina

A 8 anni dall'addio

Mountain View prepara un motore di ricerca che oscuri termini e siti sgraditi al governo

La resistenza di Google al fascino oscuro del mercato cinese potrebbe crollare dopo una fiera opposizione durata otto anni. Dopo aver lasciato la Cina nel 2010 per protesta contro la «censura e i tentativi di hackeraggio dei nostri sistemi» da parte della Repubblica popolare, il gigante di Mountain View sarebbe pronto a tornare sui suoi passi: secondo le rivelazioni di *The Intercept* l'azienda americana starebbe lavorando al lancio di una nuova applicazione per il mercato cinese, un motore di ricerca «censurato» per gli smartphone Android che filtrerebbe in automatico i siti e i termini oscurati dal governo, finendo per accettare in toto le restrizioni imposte a Internet dal «Great Firewall» di Pechino.

Secondo gli anonimi dipendenti di Google che hanno svelato il fascicolo top secret, il «project Dragonfly» (progetto Libellula) porterebbe al lancio dell'app entro 6-9 mesi, a patto che il presidente Xi Jinping — a cui è già stato illustrato — lo approvi. Non è scontato: i colloqui tra l'amministratore delegato Sundar Pichai e gli alti ufficiali cinesi erano iniziati

nel 2017, prima che Donald Trump lanciasse la guerra dei dazi alla Cina che ha frenato tutto il processo (ma ora Pechino potrebbe giocare la carta di Google per fare pressione sul presidente Usa).

I vertici del Big tech non commentano, ma le associazioni per i diritti umani sono già insorte. In un Paese dove sono bloccati Facebook, Instagram, Twitter e Wikipedia, inaccessibili *New York Times*, *Wall Street Journal* e *Bbc*, dove i 750 milioni di internauti (quanti quelli di tutta Europa) che usano il limitatissimo motore di ricerca Baidu non ottengono risultati per termini come «dissidenti» e «Tienanmen», la resa di un colosso occidentale come Google appare come «un enorme colpo per la libertà d'informazione — denuncia *Amnesty International* — e un giorno buio per la libertà della rete». Per Patrick Poon, ricercatore della Ong, sarebbe «un trionfo del governo cinese e un pericoloso precedente: il segnale che nessuno proverà più a sfidare la censura». Lo fece proprio Google nel 2010, rinunciando a offrire Youtube, il motore di ricerca e il Play store. Il ritorno di quest'ultimo è il vero obiettivo: nel 2017 sui software concorrenti i cinesi avrebbero scaricato applicazioni per 35 miliardi di dollari. Una torta a cui Google sembra non voler più rinunciare.

Francesco Giambertone

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Google si censura per ritornare in Cina

Lancerà Dragonfly, un'App che blocca le ricerche su temi scomodi per il regime. Gli attivisti: un giorno nero

FRANCESCO RADICIONI
BANGKOK

Nel 2010 Google usciva dal mercato cinese dicendosi non più disposta a tollerare la censura imposta dalle autorità di Pechino. Otto anni dopo, il motore di ricerca si starebbe invece preparando a tornare in Cina grazie a una app sviluppata appositamente per gli utenti della Repubblica popolare.

Niente Tiananmen sul Web

Il piano - reso pubblico da «The Intercept» - prevede che entro 6 o 9 mesi Google lancerà una app per Android dove saranno filtrati automaticamente i risultati delle ricerche con termini politicamente sensibili: la tragedia della Tiananmen del '89, il Dalai Lama e le informazioni sulla leadership di Pechino. Inoltre, Dragonfly - come è conosciuta la app negli uffici di Google - non indicizzerà Facebook, Twitter, il «New York Times» e gli altri siti bloccati dal Great Firewall, il sistema della censura su Internet in Cina.

Il ruolo del Ceo Sundar Pichai

«Un giorno nero per la libertà di Internet», l'ha definito Amnesty International. Il gigante di Mountain View starebbe lavorando allo sviluppo della app fin dalla primavera dello scorso anno, ma l'accelerazione ci sarebbe stata solo dopo un incontro tra Sundar Pichai, ceo di Google e un alto esponente della nomenclatura di Pechino. «Vogliamo essere in Cina», aveva detto Pichai nel 2016, solo una manciata di mesi dopo essere arrivato alla guida del colosso tecnologico. Nel 2010, all'apice di un contenzioso con le autorità locali, il gigante di Mountain View aveva rimosso i filtri della censura dalla versione locale del motore di ricerca. Da allora, la maggior parte dei servizi offerti dal colosso della Silincon Valley - Gmail, YouTube e le

semplici funzioni di ricerca - sono bloccate nella Repubblica popolare.

Etica e mercato

Google era stata una delle poche aziende internazionali a uscire dall'enorme mercato cinese per motivi etici. Anche se già prima che Google venisse oscurato in Cina, molti avevano notato che il motore di ricerca americano aveva perso la sfida con Baidu, la scelta preferita dall'80% degli utenti cinesi. Questo sarebbe solo l'ultimo tentativo fatto dal gigante della Silincon Valley di rientrare nella Repubblica popolare: un mercato da 750 milioni di utenti Internet, in gran parte da smartphone e tablet, che non può però essere ignorato da Google. Nonostante la censura su molti prodotti, in questi anni Google ha mantenuto una presenza in Cina: circa 700 dipendenti del colosso americano continuano a lavorare negli uffici di Pechino, Shanghai e Shenzhen, mentre il sistema operativo Android è tra i più usati sugli smartphone cinesi.

A dicembre Google aveva anche promesso l'apertura a Pechino del suo primo laboratorio sull'Intelligenza Artificiale in Asia. Il colosso di Mountain View ha annunciato un investimento di 550 milioni di dollari nel gigante dell'e-commerce JD.com.

Molti rimangono scettici che Pechino autorizzerà in tempi brevi l'ingresso di Dragonfly sul mercato cinese e ieri il quotidiano cinese Zhenquan Shibao ha negato l'indiscrezione. «Forniamo una serie di app in Cina, come Google Translate e Files Go, aiutiamo gli sviluppatori in Cina e abbiamo investimenti significativi in aziende cinesi come JD.com», ha detto un portavoce di Google. «Ma non facciamo commenti su piani futuri». —

© BY-ND/NO ALL'UNICI DIRITTI RISERVATI



Il quartier generale di Google a Pechino

AFF



Sovranità digitali

Google «torna» a Pechino e si inchina al Pcc

Google a Pechino

Il mercato cinese val bene una censura

SIMONE PIERANNI

Google sarebbe pronto a tornare in Cina, dopo la «cacciata» del 2010 e il trasferimento a Hong Kong. E lo farebbe con una app per Android «già censurata» di comune accordo con Pechino.

La notizia è stata resa nota da «The Intercept», il magazine che con gli articoli di Glenn Greenwald rivelò al mondo il *Datagate*.

Secondo le fonti e i documenti in possesso del sito, Google starebbe dialogando con i funzionari cinesi per introdurre una app di ricerca per smartphone, già filtrata sulla base delle richieste del partito comunista.

Il progetto si chiama «Dragonfly», sarebbe in lavorazione da tempo e potrebbe vedere la luce già nei prossimi nove mesi. L'intoppo potenziale è l'attuale situazione delle relazioni tra Cina e Stati Uniti, preda dello scontro commerciale tra i due paesi.

Secondo quanto rivelato, l'app di Google prevederebbe già al proprio interno i filtri che avrebbe richiesto Wang Huning in persona, membro del comitato centrale del Politburo e considerato il vero e proprio ideologo del presidente Xi Jinping, nonché il fautore delle teorie del «neo-autoritarismo». Su questo «ritorno» eventuale di Google in Cina, si possono innervare alcune riflessioni che, partendo da Pechino, disegnano le attuali

strategie degli ex ragazzi terribili della Silicon Valley.

Innanzitutto: Google, nel 2010, spostò le proprie attività a Hong Kong su indicazione del governo cinese, dopo una dura polemica legata alla volontà del motore di ricerca di non accettare la censura e i filtri cinesi.

Fu una soluzione che risultò gradita a entrambi: la cosa più importante, per i cinesi, è non «perdere la faccia» e vale anche per i propri avversari: mai umiliare il nemico.

Da quel momento, però, il mercato della rete cinese è cresciuto, così come sono cresciute le aziende cinesi. Oggi - e non è un caso che Google abbia pensato a una app - il 95 per cento degli oltre 780 milioni di utenti cinesi, si collega a internet con uno smartphone. Dal 2010 i numeri sono cresciuti, così come la forza globale della Cina.

Ma questo «ritorno» di Google non sarebbe da considerarsi come un elemento di totale novità: dopo le vicende del 2010, l'azienda che oggi è guidata dall'indiano Sundar Pichai, dal 2015 è già ampiamente tornata in Cina.

Google sta finanziando da allora un centro di ricerca per l'intelligenza artificiale a Pechino e di recente ha investito in una startup cinese specializzata in Ai (e tecnologie vocali). Mountain View ha dimostrato di aver compreso due cose: che l'intelligenza artificiale poteva essere una porta per riaffacciarsi in Cina e che fi-

nanziando ricerca e aziende cinesi si sarebbe ripresentata di fronte alla dirigenza cinese in modo più consona.

Le startup cinesi con focus sull'intelligenza artificiale, oggi, sono quelle che raccolgono il maggior numero di finanziamenti da fondi e aziende nel mondo, superando quanto raccolto dalle startup americane.

Siamo di fronte a un paradosso per chi ancora leggeva la Cina come «fabbrica del mondo», o una conseguenza ovvia per chi - invece - segnala da tempo gli investimenti cinesi in termini di innovazione tecnologica: oggi le aziende del mondo occidentale, se vogliono innovare, devono andare in Cina.

Ma «andare in Cina» significa ritrovarsi di fronte il concetto di «sovranità digitale» su cui Pechino non transige: la rete sarà pure globale, ma a Pechino, dicono i funzionari, si fa come dicono loro.

Google ha pagato il centro di ricerca, la startup e ha riconquistato un biglietto da visita presso i dirigenti del Pcc, ma i tempi sono cambiati: ora le regole le dettano a Pechino.



L'accordo

E Starbucks si allea con Alibaba

«**C**rediamo che questa partnership farà crescere la cultura del caffè in Cina». Con queste parole il presidente di Starbucks, Kevin Johnson, ha annunciato a Shanghai il nuovo sodalizio con Alibaba, l'azienda cinese di e-commerce fondata da Jack Ma. L'accordo (a cifre ignote) prevede che da settembre Alibaba, attraverso la startup Ele.me di cui è proprietaria, consegnerà a domicilio i prodotti di Starbucks gestendo le ordinazioni tramite un'app. È la risposta dell'azienda di Seattle alla crescita di Luckin Coffee, una catena nata appena un anno fa a Pechino che si è espansa rapidamente grazie al *delivery* del proprio caffè e punta a raggiungere i 2 mila negozi entro il 2018. Ma Starbucks non vuole perdere terreno nel suo secondo mercato chiave: nel 2022 vorrebbe aver raddoppiato i suoi 3.400 store, all'interno dei quali però le vendite sono calate del 2%. Ecco perché l'accordo con Alibaba, ha commentato Johnson, per la sua compagnia «è come carburante per razzi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



WhatsApp a pagamento per i servizi business

Da quando Facebook ha acquistato WhatsApp, uno dei crucci di Mark Zuckerberg è stato quello di rendere redditizia l'app. Oggi un nuovo piano si sta concretizzando grazie a WhatsApp Business, la versione dell'app per aziende. Grazie al rilascio di alcune API le aziende che utilizzano WhatsApp Business potranno chattare con i loro clienti in forma gratuita per le prime 24 ore dal primo messaggio inviato, per poi pagare un costo fisso per ogni messaggio. Un esempio: per una compagnia aerea che offre un servizio clienti tramite la chat di WhatsApp, fornire una richiesta di informazioni su un biglietto è gratuito se la risposta al quesito dell'utente arriva entro 24 ore. Un minuto scatta il servizio a pagamento. Offrire un servizio gratuito solo per le prime 24 ore dovrebbe costringere le aziende a rispondere in modo più veloce alle richieste via WhatsApp e consentire al contempo la monetizzazione del servizio, con le aziende che potrebbero avere un canale diretto coi loro clienti, e per più giorni, pagando i messaggi inviati.

Grazie alla nuova release, WhatsApp Business sarà integrabile con alcuni dei più diffusi software Crm. Un dettaglio non di poco conto, dato che la conservazione dei dati (conversazioni, numeri di telefono, email) all'interno dei propri database, rimane un obiettivo importante per qualsiasi azienda. E trovarsi nelle mani di servizi terzi poco malleabili non è mai visto di buon occhio. Si tratta di un passaggio fondamentale per WhatsApp. Qualcosa si sta muovendo poi anche sul fronte dell'advertising. Fonti vicine all'azienda raccontano del progetto di introdurre, entro la fine dell'anno, annunci pubblicitari nella sezione "Stato di WhatsApp". Fra quelle che non sono altro che delle "Storie" simili a Instagram (e prima ancora a Snapchat), molto presto dovrebbero comparire dei contenuti sponsorizzati.

— **Biagio Simonetta**



Il tempo è denaro.
Le aziende pagheranno dopo 24 ore



L'italiana Kaleyra fa shopping negli Usa

L'italiana Kaleyra (fornitura di servizi di messaggistica mobile per banche e aziende) rileva Hook Mobile (Usa), proprietaria di una piattaforma basata sul modello cloud computing. «Con questo deal - spiega Dario Calogero, Ceo di Kaleyra - poniamo le basi per entrare negli Usa e in Sud America, dove per operare è necessario avere specifici requisiti per il routing e i servizi Virtual Local Number». Con sede a Vienna, in Virginia, Hook Mobile è stata tra le aziende più innovative sui servizi di Virtual Local Number, lanciando nel 2013 per la prima volta un servizio Vln all'estero. Hook Mobile raggiunge 50 nazioni con servizi di Vln e 200 Paesi con servizi di messaggistica standard, gestendo miliardi di messaggi su scala mondiale. Kaleyra, nata a Milano nel 1999, ha ricavi per 107 milioni di dollari ed è già presente all'estero (nel 2016 ha aperto in Svizzera e ha rilevato l'indiana Solutions Infini) - gestisce servizi di comunicazione integrata multi-canale, che prevedono l'uso di messaggi, notifiche push, e-mail, instant messaging, servizi voce e chatbot. La tecnologia di Kaleyra permette di gestire al mese 3 miliardi di messaggi e notifiche mobile.



Dario Calogero Il Ceo di Kaleyra ha acquisito Hook Mobile



L'e-commerce cresce del 30% per 3,8 miliardi di euro e conquista millennial e over 50

P&G ora scommette sull'online

Il gruppo torna a fare shopping: occhi sui brand naturali

DI FRANCESCA SOTTILARO

La «disruption» secondo Procter&Gamble fa rima con e-commerce e prodotti naturali. Con questi due alfieri **David Taylor**, ceo del colosso americano dei beni di largo consumo, si è presentato mercoledì sera agli analisti per commentare i dati di mercato e le prospettive per il 2019. Nell'anno fiscale terminato al 30 giugno, P&G ha registrato un reddito netto di 9,86 miliardi di dollari (pari a 8,4 mld di euro), in calo del 3% rispetto all'anno prima e la società si attende una crescita «modesta» per il 2018. La nicchia da cui trarre nuova linfa è individuata sul web e nella mutata sensibilità

dei consumatori verso la sostenibilità. «Ci stiamo strutturando per costruire una cultura (digitale, ndr) che ci metta continuamente di fronte al cambiamento, per cavalcare l'onda di questo momento dinamico», ha spiegato Taylor, «in questo senso saremo di rottura nel nostro segmento: andando dove sono gli acquirenti assicurando di avere marchi disponibili ovunque essi siano».

Il colosso di Cincinnati sta concentrando sempre più i suoi sforzi e sull'e-commer-

ce, dove i consumatori acquistano e interagiscono con i marchi.

A livello mondiale le vendite online di P&G sono cresciute in quasi la totalità delle categorie di prodotto in misura del 30% a 4,5 miliardi di dollari (3,8 mld di euro), raggiungendo circa il 7% del fatturato totale. La Cina, dove P&G vende online il 30% del proprio business, continua a fare da traino con 1,6 miliardi di dollari (1,3 mld di euro).

In Europa le vendite online sono circa 1 miliardo di dollari (800 mila euro) e crescono a doppia cifra.

Si cerca di far fruttare gli errori del passato. Ad esempio Taylor ha ammesso di aver posto maggiore attenzione nel supportare i brand della rasatura sia online che offline dopo il successo di marchi nati sul web come Harry's e Dollar Shave Club (ora di proprietà di Unilever). «Abbiamo prodotti superiori e strumenti per vincere», ha sottolineato il ceo riferendosi a Gillette. «Ora che stiamo mettendo l'innovazione anche nei prodotti di basso e medio livello siamo ben posizionati per competere».

La sfida sul fronte della crescita dei marchi arriva anche dai prodotti naturali. Le vendite sono quadruplicate nel 2018 e P&G prevede che raddoppieranno nel prossimo anno fiscale. In questa area

c'è stato il lancio di Pampers Pure Protection e l'acquisto del brand Native, che produce deodoranti naturali. «La maggior parte di questa crescita proviene dall'innovazione dei marchi esistenti», ha affermato Taylor. Ma il gruppo pensa di tornare a fare shopping a quattro anni dall'annuncio per dimezzare i brand in portafoglio. «Non vogliamo tornare ad avere tonnellate di marchi ma seminare in aree di crescita», ha aggiunto.

La digitalizzazione è al centro quando si parla di Italia dove si è insediato il nuovo ceo, **Franco Giannicchi**. Il gruppo ha integrato l'e-business ai piani di vendita e di marketing a ogni livello e si investe molto per migliorare le competenze digitali. Nella Penisola il 45% degli acquirenti cerca e prova prodotti in negozio, ma li acquista online; il 58% fa il contrario. Un segnale di un nuovo sviluppo dell'e-commerce.

Non solo, il digitale ha permesso di raggiungere sia il target dei millennial che quello dei cinquant'anni nel quale P&G è impegnata con il programma Victoria lanciato nel 2013. E l'accordo con i big come Amazon, ha avuto anche risvolti sociali: P&G ha tra gli altri supportato per ogni acquisto di prodotti dei suoi brand (Dash, Ambipur, Fairy, Viakal, Mastro Lindo, Swiffer, Lenor, Unstoppables, AZ, Oral B, H&S, Gillette, Gillette Venus, Braun, Olaz) le attività formative promosse da Save The Children a favore dei bambini in Italia a rischio povertà educativa.

—© Riproduzione riservata—





La monumentale sede di P&G negli Usa a Cincinnati



TECNOLOGIE E TLC

La nuova moda per gli sportivi? Creare una app per gli smartphone

Non solo social network: la nuova tendenza per i calciatori è quella di lanciare delle app. L'ultimo in ordine di tempo ad approdare sugli store di applicazioni per smartphone è stato Gianluigi Buffon, con una "sport platform" che permette ai suoi fan di seguire la sua avventura a Parigi. App simili sono state lanciate da Giorgio Chiellini, Leo Messi, Marcelo e Marco Reus. Altri calciatori, invece, hanno sviluppato app con feature differenti: Ronaldo ha una app chiamata CR7Selfie che permette ai suoi fan di scattarsi una foto con lui; Neymar Jr ha una app che consente di allenarsi seguendo i suoi consigli; Fernando Torres ha invece puntato su una app per creare emoji.

— **Fr.Mi.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ALTA DEFINIZIONE

RIVOLUZIONE DIGITALE

I DIECI ANNI DI «APP» IN CUI TUTTO È CAMBIATO

a cura di **Marco Lombardo** (<http://blog.ilgiornale.it/lombardo/>)

L'App Store ha compiuto dieci anni: era infatti il 2008 quando Apple lanciò le prime 500 applicazioni per l'iPhone, ma nessuno poteva immaginare quale rivoluzione sarebbe stata. L'App Store ha inciso sull'economia (basti pensare agli oltre 100 miliardi di dollari finora pagati agli sviluppatori da Cupertino), ma ha prodotto anche un cambio culturale e sociale. All'App Store di Apple è seguito il Google Play Store, e ormai i programmi che finiscono sui nostri dispositivi mobili sono un'infinità. Recentemente è stata fatta una classifica: tra le app gratuite vince Facebook, davanti a Messenger, YouTube, Instagram e WhatsApp. Tra quelle a pagamento ecco Netflix al primo posto (oltre 1 miliardo di ricavi dalla sola app), poi Spotify, Pandora Radio, Tencent Video e Tinder. Dunque chat, social network, video, musica, incontri. Ma poi ci sono anche domotica, medicina, banche, pagamenti e tutto quant'altro è ora a disposizione nella nostra tasca. Questo per dire che appunto era solo 10 anni fa quando tutto è cambiato. Pensate cosa potrà essere il mondo tra 10 anni.



ALTA DEFINIZIONE

8 DOMANDE SUL DOMANI

Marco Lombardo

■ «Disruption». Si traduce «dirompenza», per spiegare il cambiamento che il nostro presente sta vivendo. Disruption è stato anche il tema di un incontro su due giornate che si è tenuto a Milano qualche settimana come preludio del SingularityU Italy Summit, previsto il 2-3 ottobre. Un appuntamento in cui le menti migliori del pianeta - innovatori, imprenditori, scienziati, visionari - racconteranno le tecnologie esponenziali. Cioè come la tecnologia possa trasformare il mondo grazie a opportunità senza limiti per un positivo impatto sulla vita umana. «La singolarità è vicina» è il libro di Ray Kurzweil uscito nel 2005 nel quale la «singolarità» è il giorno in cui le intelligenze di uomo e macchina si fonderanno per creare una nuova specie. E quel giorno non è lontano: più o meno nel 2050. Singularity University nasce da lì: un ateneo in California finanziato dalle più grandi aziende tech del pianeta per formare le menti del futuro. Per guidare questo cambiamento la cui velocità ogni giorno raddoppia, fino a un limite che appunto noi non conosciamo. Una strada che presenta opportunità meravigliose, ma anche grandi pericoli dietro l'angolo. Perché una macchina pensante non è altro che la proiezione di un uomo, però senza convenzioni, regole ed etica. Il domani insomma è un punto di domanda da risolvere in fretta: abbiamo così posto 8 domande a due grandi esperti del settore protagonisti del «Disruption Workshop». Questo è il mondo che si aspettano. Praticamente quello che ci aspetta.

- 1 L'intelligenza artificiale è un elemento di cambiamento dirompente: l'uso incontrollato di questa tecnologia da parte dell'uomo potrebbe essere un pericolo?
- 2 Cosa devono fare i governi per guidare un futuro sempre più tecnologico?
- 3 Il mondo è oggi dominato economicamente dalle grandi aziende hi-tech. Questo aspetto sta portando a una sorta di oligopolio?
- 4 Come si evolverà il futuro delle Nazioni? Il concetto di «Nazione» subirà una trasformazione?
- 5 Oggi l'intelligenza artificiale è in grado di prendere decisioni autonome: qual è il limite della sua conoscenza futura?
- 6 Le automobili autotrasportate saranno in grado di riconoscere la realtà che le circonda e di prendere decisioni etiche?
- 7 L'uso di robot in guerra potrebbe essere un limite all'innocenza umana o un pericolo che può portare a conseguenze terribili?
- 8 Qual è l'aspetto positivo di un futuro dominato dalla tecnologia?



ALTA DEFINIZIONE

BRYCE GOODMAN

«I robot una minaccia? Forse, ma non potranno mai pensare come noi»

L'imprenditore: «Un automa non può fare scelte etiche. Dipende tutto dai dati che gli diamo»



IL PERICOLO

Armi autonome potrebbero spingere i Paesi a fare più guerre

AZIENDE TECH

I governi non puniscano i fallimenti. Senza, non c'è progresso

Marco Lombardo

Bryce Goodman è imprenditore e fondatore start-up esperto in etica, innovazione e imprenditorialità. Lavora presso l'unità sperimentale di innovazione del Dipartimento della Difesa Usa dove supervisiona progetti su intelligenza artificiale, apprendimento automatico e Internet delle cose. È anche un consulente indipendente sulla politica AI per Google.

1 Assolutamente sì. La tecnologia avanza così rapidamente che le nostre capacità tecnologiche possono benissimo superare le nostre capacità morali. Ma questo non è necessariamente un nuovo dilemma sul futuro: abbiamo in-

contrato qualcosa di simile con l'avvento delle armi nucleari. Per la prima volta gli esseri umani avrebbero potuto distruggere il mondo con la semplice pressione di un pulsante. L'intelligenza artificiale non rappresenta lo stesso tipo di minaccia, ma una minaccia diversa: è possibile trasferire decisioni importanti a sistemi che non si comportano come esseri umani.

2 I governi devono accettare che il progresso sarà sempre accompagnato da una dose di fallimento. Senza leggi che consentano agli imprenditori di fallire, non ci saranno più tanti imprenditori disposti a rischiare. I governi devono anche investire massicciamente nell'istruzione, a tutti i livelli. E soprattutto devono acquisire un'alfabetizzazione tecno-

logica: quando persone che non sanno nulla di tecnologia cercano di regolamentarla, la situazione diventa pericolosa.

3 Viviamo già in un oligopolio, però non sono sicuro che questo sia diverso da qualsiasi altro già vissuto in passato. Il fatto che le società tecnologiche siano la potenza principale può sembrare diverso, ma si pensi per esempio alle società finanziarie, oppure a quelle petrolifere o del gas. E prima di esse alle società ferro-



varie. Penso che tutto questo faccia parte della natura del capitalismo.

4 Penso che le persone siano inclini a sopravvalutare ciò che accadrà nel breve termine, ma sottovalutino ciò che potrebbe accadere nel lungo termine. La nazionalità è un'identità, non una forma di governo. Le linee che delimitano quell'identità stanno cambiando e la tecnologia sta aiutando questo cambiamento: il fatto che io possa facilmente volare da un Paese all'altro o portare il mio lavoro dove vado, cambia il mio legame con un luogo specifico e quindi ha un impatto sulla mia identità. Ma io sono uno dei fortunati ad essere in questa posizione, mentre penso ancora che questo non sia ancora possibile per la maggior parte delle persone. Che continuano ad avere un lavoro legato a livello locale. E dunque conservano un concetto di appartenenza.

5 L'intelligenza artificiale prende decisioni costruendo un modello di realtà e questo modello si basa sui dati che noi umani forniamo. Quindi, quando chiediamo ad AI di prendere decisioni sul futuro, è per definizione uscire da ciò che «sa». In questo modo non è diversa dall'uomo: la differenza può essere che un cervello artificiale può ingerire molte più informazioni e mantenere quel «presente» quando si fa una previsione futura. Ma questo non significa necessariamente che le decisioni siano migliori: se i dati o il mo-

dello sono cattivi, anche le decisioni saranno anche cattive.

6 Le auto che si guidano da sole non «riconoscono» la realtà come può farlo una persona. Ci sono un sacco di sistemi in grado di rilevare gli oggetti e pianificare di evitarli, ma non bisogna confondere questo con la coscienza. Un aereo che può atterrare da solo non è cosciente. Allo stesso modo, quando pensiamo a decisioni etiche, dobbiamo chiederci come gioca la coscienza. Una macchina senza coscienza può prendere decisioni etiche? Probabilmente no. Ma può sicuramente prendere decisioni che hanno conseguenze etiche.

7 Le armi autonome potrebbero certamente essere pericolose se spingessero i Paesi ad essere più disposti a impegnarsi in una guerra. O se si comportassero in modo imprevedibile.

8 Non credo che vogliamo essere «dominati» dalla tecnologia. Non credo che la tecnologia cambi davvero ciò che conta nella vita: le nostre connessioni tra di noi e il mondo che ci circonda, il nostro senso di scopo, la bellezza e la compassione. Nella misura in cui la tecnologia consente e preserva tali connessioni, è una buona cosa. Se li distrugge o le inibisce, è negativo. La tecnologia farà sempre entrambe le cose perché il mondo è troppo complesso per poterne realizzare una sola.

ALTA DEFINIZIONE

HOD LIPSON

«Presto sarà difficile spiegare ai nostri nipoti come abbiamo vissuto»

L'ingegnere: «L'intelligenza artificiale è il passo finale verso un pianeta senza confini e malattie»



VITE SALVATE

Le auto senza pilota sono più razionali di un umano egoista

«LEGGI» SUPERATE

Asimov diede regole alle macchine. Ora quei limiti non ci sono più

Hod Lipson è un ingegnere americano specializzato nella robotica: ha 52 anni ed è direttore del laboratorio di macchine creative della Columbia University. È anche esperto in argomenti come la robotica evolutiva, l'automazione del design, la vita artificiale e la creazione di macchine in grado di dimostrare alcuni aspetti della creatività umana. È stato inoltre pioniere della stampa in 3D open source oltre che della stampa 3D elettronica, della bio-stampa e della stampa alimentare

1 L'intelligenza artificiale è davvero una tecnologia potente, ma non è pericolosa da sola. Il rischio non è quello che l'intelligenza artificiale fa-

rà alle persone, ma quello che le persone faranno alle persone utilizzando l'intelligenza artificiale. Non è diverso da molte altre tecnologie - come la biologia, la chimica e la fisica - che sono stati perfezionati nel corso del secolo scorso e che potrebbero essere potenzialmente utilizzate per fare del male, ma che invece per la maggior parte sono stati utilizzati per il bene. Sono ottimista sul fatto che troveremo il modo di usare l'intelligenza artificiale per sempre e nel modo più giusto.

2 I governi dovrebbero contribuire a garantire che la tecnologia sia accessibile a tutti e che tutti possano dividerne i benefici. Ad esempio il libero accesso a internet e ai dati sta diventando importante quanto l'accesso alle strade e all'elettricità.

3 Sì, c'è il rischio di monopoli dominati da enormi quantità di dati. Le restrizioni alla raccolta dei dati possono finire per rendere difficile la concorrenza tra le piccole imprese. Politiche sui dati più flessibili e libere possono garantire un mercato dell'intelligenza artificiale più egualitario, perché gli algoritmi e la potenza di calcolo dell'intelligenza artificiale sono gratuiti: sono i dati che sono diventati il punto di forza.

4 Certamente internet rende il mondo più piatto e con meno barriere tra stato e stato. Secondo me così farà anche l'intelligenza artificiale.

5 Fondamentalmente penso che non ci sia limite a ciò che l'intelligenza artificiale potrebbe apprendere: una



volta che vengono immessi dei dati, l'AI li raccoglie e li elabora per interpretarli e migliorarli. E diventa un ciclo virtuoso. Un cervello artificiale può imparare tutto ciò che gli esseri umani possono imparare, ma poi andare oltre. Perché non è limitato ai nostri cinque sensi.

6 L'intelligenza artificiale prende decisioni statisticamente. Nel caso di un incidente stradale imminente, l'elaboratore non decide chi uccidere o chi non uccidere ma prende in considerazione mille manovre diverse e calcola quale sia statisticamente la causa del minor danno complessivo. In questo modo l'intelligenza artificiale è molto più razionale ed etica di un automobilista egoista che spesso pensa soprattutto a come salvare la propria vita. Ed oggi le auto senza conducente possono già riconoscere il loro ambiente, spesso meglio del conducente medio.

7 Ritengo che l'uso di robot contro l'uomo debba essere vietato. Ma i robot contro altri robot potrebbero essere utopia. Le famose leggi di Asimov rese note dai suoi libri oggi sono un concetto un po' ingenuo: l'idea che i robot possano essere programmati limitandoli con delle regole affon-

da le sue radici nel modo di programmare i robot degli anni Cinquanta. Oggi, i robot sono sempre più programmati con l'apprendimento automatico, dove è difficile codificare o applicare appunto delle regole.

8 Stiamo già assistendo a una trasformazione positiva grazie all'intelligenza artificiale. Per esempio è già possibile la diagnosi medica in alcuni tumori fatta in modo più accurato, economico e veloce rispetto ai medici addestrati. E ciò significa che presto tutte le persone potranno disporre gratuitamente di un'eccellente diagnostica medica. Lo stesso vale per la robotica agricola. Le auto senza conducente salveranno 23.000 persone alla settimana che oggi vengono uccise da conducenti umani (più di tutte le guerre, la violenza, la droga e il terrorismo, messi insieme). Come sarà la vita umana? La transizione è molto graduale, ma così come c'è stata una data in cui internet ha trasformato la nostra vita, allo stesso modo abilità di intelligenza artificiale sempre più sofisticate saranno disponibili gradualmente. Poi ci sarà un momento in cui sarà difficile spiegare ai nostri nipoti come abbiamo vissuto senza di essa.

Marco Lombardo

vite
digitali

Quanto stiamo sul digitale e come farlo al meglio



di Gigio Rancilio

Una delle convinzioni più diffuse è che passiamo troppo tempo attaccati ai telefonini. Per questo molti saranno felici nel sapere che Facebook e Instagram lanceranno «un nuovo cruscotto che permetterà di monitorare quanto tempo spendiamo su questi social». Non solo: sarà possibile «impostare un limite di uso quotidiano, e un nuovo modo per limitare le notifiche così da non essere disturbati». Visto che un servizio simile è stato annunciato anche da Apple e da Android, immagino le facce soddisfatte soprattutto di tanti genitori che potranno così limitare lo spreco di tempo dei figli.

Come si usa dire: bene, ma non benissimo. Per capire questa mossa dobbiamo infatti tenere presente che per via di scandali come quello di Cambridge Analytica negli ultimi mesi abbiamo mutato il modo col quale guardiamo a questi colossi. Come spiega Nicola Zamperini, non li vediamo più «come i sovrani taumaturghi del presente, ma come strumenti e spazi in cui avventurarsi con cautela, osservandone pregi e difetti». Insomma, quella di Zuckerberg, Apple e Android non sarebbe (solo) un servizio alla collettività ma (anche) una furba operazione di marketing per apparire più responsabili. Tanto più che il tempo speso da ognuno di noi su app, social e web è una delle monete più preziose nel mondo digitale. Sarebbe, quindi, assurdo che questi colossi andassero contro i loro interessi. Se lo fanno è perché sono convinti che una simile mossa farà (ri)guadagnare loro parte della fiducia delle persone (e quindi ci farà paradossalmente spendere più tempo nel digitale) e al contempo, pur apprezzando un servizio simile, solo pochi lo useranno davvero per limitare e limitarsi. Perché siamo pigri, perché siamo abitudinari e perché a molti tutto questo interessa a parole, ma nei fatti molto meno.

Aggiungo che per potere fare un ragionamento corretto sul «tempo digitale» dovremmo chiederci: quante ore passiamo davvero nel digitale e come le spendiamo?

Secondo il rapporto We are social, il tempo degli italiani in Rete (con app, social e web) è nella zona inferiore della classifi-

ca mondiale. Non è una giustificazione, è un dato. Usando pc, tablet e smartphone l'italiano si connette mediamente ogni giorno alla Rete 6 ore e 8 minuti. E di queste, 2 ore e 20 minuti al giorno solo usando gli smartphone. Per fare che cosa? Tre ore e un minuto al giorno, cioè la metà del totale, per guardare video su YouTube ma anche film o serie tv su piattaforme come Netflix o Prime Video; mentre 45 minuti al giorno per ascoltare musica con Spotify o YouTube; il tempo passato sui social è invece mediamente di 1 ora e 53 minuti.

Tanti sono convinti che sia troppo. Tutto. Troppi social, troppi video, troppi Whatsapp, troppo web e, ovviamente, troppi giochi. Eppure a confronto con un indonesiano, un sudafricano, un malese, un argentino o un egiziano siamo «morigerati» visto che in quei Paesi si passano oltre 8 ore al giorno sulla Rete. I cinesi invece usano gli smartphone il 50% più di noi e gli argentini il doppio, mentre gli americani passano più tempo di noi in Rete ma sono più morigerati nell'uso degli smartphone. I belgi invece usano i cellulari in Rete la metà degli italiani, finendo all'ultimo posto di questa classifica.

Se la quantità di tempo spesa nel digitale fosse davvero un indice assoluto, ne potremmo dedurre che i belgi sono più responsabili e più «sani» di noi, mentre i filippini sono «malati gravi» visto che passano il triplo delle ore sui telefonini.

Il problema di quanto tempo spendiamo non solo in Rete ma anche semplicemente attaccati ai cellulari è serio e di portata mondiale. È evidente che tutti dobbiamo educarci a usare nella maniera più corretta il digitale. Ma per farlo, per prima cosa, dobbiamo sgomberare la testa dai facili entusiasmi per certe novità che poi magari si rivelano ininfluenti ma anche da tanti preconcetti. Sarà banale (ribadirlo: ciò che conta non è solo e tanto il tempo speso nel digitale ma come lo usiamo. E non esiste applicazione che possa insegnarcelo. Per questo servono educatori e genitori appassionati. Quelli che Pier Cesare Rivoltella chiama «i mediattivi». Adulti che abitano il digitale e che non si limitano a vietare ma aiutano i ragazzi a elaborare un pensiero critico. Se c'è infatti un dato estremamente positivo di questa rivoluzione che tocca tutti è che chiama ognuno di noi ad essere sempre più responsabile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Italia e Francia spingono la web tax ma la strada è in salita

DIGITAL ECONOMY

La proposta è oggetto di molte critiche anche per difficoltà applicative

Giovanni Gallucci
Maricla Pennesi

Con un comunicato congiunto del 1° agosto, il ministro dell'Economia Giovanni Tria e l'omologo francese Bruno Le Maire hanno ribadito «l'impegno per l'adozione in tempi brevi della proposta della Commissione europea sulla tassazione dei servizi digitali a partire dalla fine del 2018, con l'obiettivo di iniziare ad affrontare il tema della tassazione dell'economia digitale, e concordano sul fatto che la questione sia della massima importanza per i cittadini e garantirebbe maggiore equità ed efficienza». L'impegno sembra essere quello di lavorare per l'adozione, entro la fine dell'anno, della proposta di direttiva del Consiglio europeo del 21 marzo relativa alla digital tax su alcuni servizi digitali.

Si va, quindi, verso l'imposta del 3% sui ricavi derivanti dalla fornitura dei servizi digitali B2B e B2C caratterizzati dall'attività degli utenti su interfacce digitali, che dalle prime stime dovrebbe interessare circa 200 imprese operanti in Europa. Obiettivo non semplice dato l'ostruzionismo di molti Paesi che hanno espresso perplessità in merito alla concreta efficacia della proposta del Consiglio, ritenendo che la soluzione debba trovare un consenso globale. Tra questi, oltre ai Paesi che traggono vantaggio dagli attuali sistemi fiscali (Irlanda, Lussemburgo, Olanda, Malta), esprimono riserve anche la Svezia e la Germania. Del resto non sembra che la proposta europea superi le critiche già avanzate per la digital tax italiana in merito a fenomeni di doppia imposizione e alla totale irrilevanza degli utili o perdite effettivi per misurare

la capacità contributiva, nonché alle specifiche difficoltà applicative soprattutto in merito alla geolocalizzazione degli utenti in base alla quale assolvere l'onere fiscale nei vari Paesi dell'Unione. La mancanza di unanimità richiesta per l'adozione della direttiva, tuttavia, non dovrebbe essere un ostacolo potendosi percorrere la via della cooperazione rafforzata, sempreché vi sia unità d'intenti tra almeno nove Paesi.

Dal comunicato si evince, inoltre, che, è opportuno adottare rapidamente la direttiva sulla Common consolidated corporate tax base (Ccctb), che dovrebbe integrare anche i principi di tassazione riferibili alle imprese digitali. Tuttavia, non è specificato come la Ccctb vada ad integrarsi con la proposta di direttiva istitutiva della «presenza digitale significativa», e come si vogliono disciplinare le medesime situazioni rilevanti fiscalmente con riferimento ad imprese digitali residenti in Paesi extra Ue in tutti quei casi in cui prevalrebbero le norme convenzionali che dovrebbero essere, pertanto, rinegoziate. Si conferma, quindi, la percezione di una disparità di trattamento a danno delle imprese europee localizzate in Paesi con un livello di tassazione adeguato, e sancendo il mancato raggiungimento dell'obiettivo di equità ed efficienza, per prevenire una concorrenza sleale fra le imprese digitali.

Qualora la soluzione Ue non si perfezioni entro il 2018, come è probabile, tornerebbe in auge con tutti i limiti ed effetti distorsivi del caso, la digital tax domestica. In questa evenienza, sarebbe comunque opportuno pensare a una ridefinizione della stessa più in chiave equitativa e internazionale per evitare che l'onere fiscale colpisca in modo indiscriminato anche e soprattutto le imprese italiane già assoggettate a tassazione congrua ottenendo l'effetto perverso di contribuire a una sensibile riduzione dei margini o addirittura a un possibile default.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Trump teme il progetto di Grande Muraglia digitale e rilancia la necessità che "Internet sia accessibile a tutti"
Il segretario di Stato Pompeo rafforza la presenza della Marina in Australia, a ridosso delle isole artificiali di Pechino

Cyberguerra, web libero e basi del Pacifico L'offensiva di Washington contro il Dragone

I terreni di scontro



Web libero

La «grande muraglia digitale» è il sistema di censura di Internet in vigore in Cina



Mari liberi

Gli Usa rafforzano la presenza nelle basi del Pacifico



Sicurezza informatica

Washington cerca alleati nella regione

IL CASO

FRANCESCO SEMPRINI
NEW YORK

Non solo dazi e sanzioni. La competizione tra Stati Uniti e Cina per cooptare sfere di influenza strategiche ha ramificazioni in tutti i settori e in tutte le aree del Pianeta. Così, se Washington e Pechino si contendono le rotte commerciali euroasiatiche e il Dragone punta a infilare una spina nel fianco di Donald Trump piazzandosi in America Latina, il presidente americano replica con l'assedio dalle acque degli oceani Indiano e Pacifico. E lo fa conferendo l'ardito incarico a Mike Pompeo, il collaboratore di maggior fiducia titolare dei dossier più caldi dell'agenda di politica internazionale della Casa Bianca, il quale scatenò l'offensiva al grido di «libero accesso ai mari, ai cieli e a Internet». Quando il segretario

il Stato ha inaugurato, qualche giorno, fa i lavori del Business forum indo-pacifico organizzato dalla Camera di commercio Usa, ha sottolineato l'importanza di salvaguardare la libertà e l'apertura della regione. «Libertà di tutelare la propria sovranità da ogni azione coercitiva, apertura delle rotte marittime e aeree» e digitali, fa intendere Pompeo. I riferimenti in quest'ultimo caso è al Great firewall cinese, la «grande muraglia digitale» che tiene in ostaggio 1,4 miliardi di persone tagliandole fuori da un importante fetta del mondo Internet, nonostante i colossi tecnologici del Dragone, come Alibaba e Tencent, abbiano tentacoli in tutto il Pianeta.

Una sorta di enorme buco nero che destabilizza l'intera area, e dinanzi al quale Pompeo annuncia un piano regionale da 25 milioni di dollari per avviare partnership locali e investimenti in connettività e cybersicurezza, oltre che nello sviluppo di infrastrutture della rete. Una goccia in un oceano, certo, ma l'inizio dell'iniziativa diplomatica regionale più significativa per promuovere gli investimenti privati. Come il presidente Trump ha più volte spiegato, quando la Cina permette la costruzione di una strada, questa conduce in Cina, quando si consente a una società privata di realizzare una connessione Internet questa porta in tutto il mondo, potenzialmente anche nella stessa Cina. Un ragionamento valido anche sul piano militare, spiega a "The National Interest" Salvatore Babones, tra i massimi esperti regionali dell'Università di Sydney: «Mi riferisco ai tentativi di isolamento e militarizzazione delle acque tra i due oceani». Dinanzi ai quali Marina e Aeronautica militare

americana stanno rimodulando le strategie, con le manovre di "freedom of navigation operations" (FonOps) nel mar cinese meridionale, e a ridosso delle 12 miglia marine dalle isole artificiali create da Pechino per marcare il territorio.

Il rinnovato sforzo richiede un riordino delle forze, spiegano fonti militari, e lo spostamento del baricentro verso l'Australia, solido alleato degli Usa, come ribadito di frequente da Trump. Così, dalle isole di Guam e Diego Garcia, unità navali, marines, caccia F-22 e bombardieri B-52 confluiscono verso la grande base di Darwin, cittadina di circa centomila abitanti dove Usa e Australia investono circa un miliardo in infrastrutture per la Difesa. E da dove ripartirà l'operazione "mari liberi", gestita dal rinnovato comando regionale che dal 30 maggio ha cambiato nome, forse non a caso, da Us Pacific Command a Usa Indo-Pacific Command. L'obiettivo è creare una "Partnership for Peace" modulata sulla base di quella creata in ambito Nato in Europa orientale. «Dove va l'America si creano alleanze e partenariati», afferma Pompeo. Parole che sembrano stridere con la linea dura di dazi e sanzioni con cui Trump conduce certe trattative internazionali. Ma che perfettamente si inseriscono nella strategia a doppia andatura della Casa Bianca per riequilibrare il Pianeta dall'avanzata cinese. —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Le 123 iniziative del colosso elettrico**Dalla realtà virtuale al giubbotto smart, le strategie di Enel**

Enella centrale idroelettrica di Palo Viejo in Guatemala che Enel nel 2009 ha introdotto la sua iniziativa di punta, la «lean peer review», mutuata dall'esperienza sulla sicurezza nucleare.

Si tratta di controlli di sicurezza incrociati, inter geografia e inter tecnologia, effettuati da team composti dai migliori esperti delle varie unità aziendali. Fino ad oggi ne sono stati eseguiti oltre 800. Da questi controlli emergono una serie di piani di azione la cui esecuzione viene strettamente monitorata (il 98% conclusi on time).

Proviene invece dall'esperienza degli impianti Nord Americani la rilevazione e la misurazione dei comportamenti a rischio dei lavoratori attraverso il sistema Bbs. L'obiettivo è ridurre questi comportamenti anche quando non hanno dato luogo né a infortuni né a near miss. Qui si utilizza il sistema Six Sigma adoperato nell'industria manifatturiera per ridurre i difetti fabbricazione.

È lungo l'elenco di iniziative, 123 quelle trasversali al gruppo, migliaia, se si considerano anche le locali, che il colosso elettrico guidato a Francesco Starace ha messo in campo, con l'ausilio del 4.0, per «cambiare passo» sul fronte della salute e sicurezza sul lavoro.

Particolarmente innovativi (e all'avanguardia) sono, inoltre, i dispositivi, semplici o complessi, e i processi per evitare che anche nel caso

di errore umano non si verifichi un infortunio.

Di cosa stiamo parlando? Del «Lock out Tag out», per fare un primo esempio: un sistema di sezionamento interruttori e chiusure valvole che non permette l'apertura finché tutto il personale presente nell'area messa in sicurezza non sblocca, con la sua chiave personale, un lucchetto che apre una Safety box che contiene a sua volta la chiave per l'apertura degli interruttori-valvole bloccati.

Ma parliamo anche del «Safety Jacket», un giubbotto smart, sviluppato sulla base dell'esperienza Moto Gp, capace di proteggere il lavoratore in caso di cadute dall'alto. Un'altra best practice targata Enel, è il «Personale voltage detector», un rilevatore di tensione integrato nell'elmetto che se, dopo tutte le sicurezze messe in atto per isolare elettricamente l'area di lavoro, a causa di un errore fosse presente tensione, emette un allarme che avverte la persona della situazione di pericolo e la aiuta così a non rimanerne vittima.

Da segnalare, anche, il «Virtual Reality», un sistema di realtà virtuale di simulazione di situazioni a rischio per sessioni di training e addestramento.

Insomma, un cambio radicale del modo di lavorare sulla sicurezza sul lavoro che sta andando avanti da almeno dieci anni, iniziato da Enel Green Power e, nel tempo, esteso al resto del gruppo (appaltatori e nuovi ingressi, inclusi).

—Cl. T.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Da almeno dieci anni il gruppo ha cambiato radicalmente il modo di approccio alla sicurezza sul lavoro



Sicurezza sul lavoro

Secondo l'Inail nei primi sei mesi di quest'anno le denunce di eventi mortali sono calate di quasi l'1%. Lo sviluppo tecnologico ha consentito ad Enel di ridurre dell'80% gli infortuni diventando un benchmark

Effetto hi-tech Il ricorso a strumenti intelligenti rende sempre più sicuri i luoghi di lavoro

La prevenzione diventa «4.0» con la spinta delle tecnologie

Claudio Tucci

Un elmetto "intelligente" in grado di interagire con le macchine, e di avvisare, con un segnale luminoso o sonoro, di un possibile rischio per il lavoratore, impedendogli così di entrare in contatto con il pericolo. Oppure, "giubbetti smart", mutuati dall'esperienza della moto Gp, capaci di proteggere le persone in caso di cadute dall'alto.

Le nuove tecnologie, spinte dalla rivoluzione indotta nelle nostre fabbriche da Industria 4.0, possono giocare un ruolo fondamentale di "prevenzione", allontanando il lavoratore dal pericolo e supportandolo in ogni fase della lavorazione, anche per esempio, nei lavori notturni o in solitario; fino a spingersi, specie nelle grandi imprese industriali, come Enel, per esempio - si vedano intervista e focus in pagina - a introdurre vere e proprie best practice per garantire a tutti gli addetti un elevato livello di sicurezza nei vari stabilimenti sparsi nel mondo (il gruppo guidato da Francesco Starace è presente infatti in oltre 30 Paesi).

La sicurezza sul lavoro è un tema estremamente delicato, che non può e non deve essere ridotto al solo dato statistico: tuttavia, la riduzione degli eventi mortali costituisce il miglior incentivo per incrementare i livelli della prevenzione. I recenti dati Inail relativi al primo semestre 2018 evidenziano un calo delle denunce dello 0,8% rispetto allo stesso semestre del 2017, riduzione che si incrementa ulteriormente visto l'aumento di occupati nello stesso periodo. In particolare, diminuiscono le denunce di infortunio in azienda e aumentano quelle riferibili al rischio stradale (avvenute con mezzo di trasporto o nel tragitto casa-lavoro): segno che la prevenzione posta in essere dal datore di lavoro in azienda produce i propri effetti positivi, mentre le autorità preposte devono intervenire sul differente rischio della strada. Va poi posta attenzione sulle cause, lavorative o sociali, che incidono sull'aumento (+2,5%) delle denunce di malattia professionale.

Si tratta di «numeri che, per quanto positivi, vanno drasticamente ridotti» sottolinea Fabio Pontrandolfi, dirigen-

te di Confindustria dell'area Lavoro, welfare e capitale umano e responsabile dei temi di salute e sicurezza sul lavoro. In attuazione del patto della fabbrica, Confindustria intende porre al decisore politico la questione della salute e sicurezza d'intesa con il sindacato. Nelle nostre aziende - anche grazie al supporto finanziario dell'Inail, da semplificare nelle procedure - si sta affermando una vera e propria cultura della sicurezza, intesa ormai come valore più che fattore di competitività. Certo, bisogna aiutare le aziende, soprattutto le pmi, ad approcciare al meglio i temi della salute e della sicurezza, anche nel sistema degli appalti. In generale, penso che, pur confermandone la struttura, il testo unico del 2008 vada completato, ma



anche rivisto, in relazione pure alle nuove forme di organizzazione del lavoro, sempre più lontane dal modello tradizionale e slegate dall'ambiente aziendale e dal tempo di lavoro. Rivedere non significa essere meno rigorosi, tutt'altro, ma adeguarsi ai più avanzati principi del diritto penale, come interpretati dalla più recente giurisprudenza costituzionale e di legittimità. Bisogna poi puntare su una più profonda e diffusa cultura organizzativa, che responsabilizzi tutti gli attori della sicurezza. Fondamentale è poi Industria 4.0, iniziativa che va confermata e potenziata con incentivi mirati e di più facile fruizione. Si può intervenire ridu-

cendo i costi in modo strutturale e automatico in caso, per esempio, di acquisto di attrezzature nuove e più sicure». Così come sarebbe auspicabile un ulteriore "ammodernamento" della normativa sui controlli a distanza.

Il punto è che laddove la cultura industriale e sulla sicurezza si è legata allo sviluppo tecnologico i risultati si vedono. Grazie al nuovo approccio, che coniuga eccellenza nella sicurezza ed eccellenza tecnica, Enel, negli ultimi 10 anni, ha ridotto di oltre l'80% gli infortuni sul lavoro, diventando un benchmark nel settore elettrico europeo.

«Siamo incoraggiati dai risultati ottenuti, ma non ancora soddisfatti -

spiega la responsabile Risorse umane e organizzazione, Francesca Di Carlo -. Stiamo introducendo ulteriori iniziative per aggredire il miglioramento marginale, sempre più difficile considerando il livello finora ottenuto e l'ingresso continuo in Enel di nuove società con livelli di sicurezza diversi da quelli del Gruppo. Questo processo vuole coinvolgere ancora di più gli appaltatori che lavorano con noi, con iniziative specifiche dirette a instaurare una «Safety partnership», mettendo a loro disposizione le nostre esperienze e lavorando adeguatamente insieme in un piano di miglioramento continuo sulla sicurezza».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

2,5%

L'AUMENTO DELLE MALATTIE PROFESSIONALI

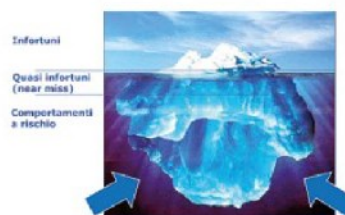
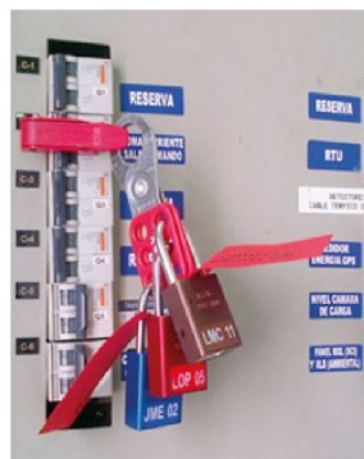
L'aumento delle denunce delle malattie professionali è legato a cause lavorative e sociali su cui va posta maggiore attenzione

I numeri e la strategia hi-tech



Le tappe dell'innovazione

Dalla realtà virtuale per simulare i rischi (in alto) al giubbotto smart per proteggere dalle cadute dall'alto, passando per il «Lock out Tag out», sistema di sezionamento interruttori e chiusure valvole (foto in basso)



Gli sviluppi

«Il digitale ci permetterà di migliorare ancora»

Ingegnerare, un nuova strategia sulla sicurezza sul lavoro?

Enel - risponde Attilio Cherubini, responsabile Health, Safety, Environment and Quality del Gruppo Enel - ha cambiato il modo di gestire la sicurezza industriale negli ultimi dieci anni. Si è passati da un approccio basato sul rispetto delle regole - condizione evidentemente necessaria ma non sufficiente - ad un approccio «oltre la compliance», verso l'eccellenza.

Che risultati avete ottenuto?

Il nuovo approccio ha portato Enel, negli ultimi 10 anni, ad una riduzione di oltre l'80% degli infortuni sul lavoro nel Gruppo, oltreché un innalzamento delle performance safety di tutte le country (più di 30 su 5 continenti) verso quelle migliori. Il miglioramento, in tutte le tecnologie e geografie, ha riguardato anche gli oltre 12mila contrattisti che lavorano con noi. I risultati ci incoraggiano, ma non ci distolgono dal voler raggiungere obiettivi sempre più incisivi.

Quali i fattori chiave in questo percorso di miglioramento?

È stato creato un percorso parallelo che connette l'eccellenza tecnica all'eccellenza sulla sicurezza. Un percorso focalizzato sulle attività operative di campo, che si è concretizzato in tre direttrici principali. È stata creata un'organizzazione capillare, inter-tecnologia ed inter-geografia, dedicata alla sicurezza, composta da circa 1.400 esperti operativi del business tecnologico, a supporto e controllo delle attività operative. Abbiamo focalizzato gli obiettivi di incentivazione sulla sicurezza, così come sui risultati tecnici. Sono stati inoltre creati percorsi di carriera e valutazioni manageriali che vedono la sicurezza come fattore

determinante per una valutazione positiva. Soprattutto, sono state implementate migliaia di iniziative che provengono dalla dimensione multinazionale del Gruppo, mettendo a fattor comune esperienze e pratiche sulla sicurezza sul lavoro. Le iniziative si muovono su tre direttrici che sono l'efficacia dei controlli in campo (più di 350mila nel solo 2017), la riduzione dei comportamenti a rischio e l'introduzione di sistemi a sicurezza intrinseca, prendendo spunto esternamente dal mondo scientifico e tecnologico.

Che ruolo ha giocato il 4.0?

Anni fa sicurezza e innovazione sembravano due poli opposti. Poi lo scouting esterno di soluzioni tecnologiche, dispositivi, digitalizzazione ci hanno permesso di dare un impulso al cambiamento. Oggi la sicurezza sul lavoro è forse l'ambito che più richiede una continua innovazione. La digitalizzazione ci darà ancora di più quel fattore moltiplicativo per il difficile miglioramento marginale.

Il vostro modello sarebbe adottabile anche da una pmi?

Sì, perché le nostre iniziative sono ad "ampio spettro". Inoltre, avendo coinvolto nelle attività di prevenzione anche i nostri contrattisti, ci interfacciamo anche in questo caso con aziende diverse, da quelle di grandi dimensioni e tecnologicamente avanzate, fino ad aziende piccole con attività di più bassa complessità tecnica. Enel, sia con i propri contrattisti, che con altre società del settore e non, ha intenzione di condividere le esperienze perché siamo convinti che la sicurezza non sia un fattore competitivo ma di responsabilità sociale, per noi intrinseco del nostro Business.

—G.Pog.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ATTILIO CHERUBINI
Responsabile Health, Safety, Environment and Quality del Gruppo Enel



Open Fiber: 3,5 miliardi per il piano

Attesa per oggi la firma con le banche. Impegno di Cdp ed Enel per 950 milioni

Mancano solamente gli ultimi dettagli ma è ormai pronto il finanziamento da 3,5 miliardi che sosterrà i piani di crescita impostati da Open Fiber per lo sviluppo della prima rete italiana ultra-broadband in fibra ottica. Sarà firmato oggi dopo un lavoro di un anno. È un passaggio chiave perché è destinato a imprimere velocità a un cantiere enorme i cui investimenti complessivi sono stati stimati in 6,5 miliardi. Un progetto «sistemico» perché paragonabile nel suo impatto all'effetto creato da opere come l'Alta velocità ferroviaria o — molto tempo addietro — l'Autostrada del Sole.

C'è una mole di documenti da firmare ma l'impegno è a chiudere al più presto. Al lavoro, oltre una ventina di controparti, tra studi legali, banche e i due soci paritetici di Open Fiber, guidata da Elisabetta Ripa, che hanno puntato sulla sfida della fibra ottica che raggiungerà quasi 20 milioni di unità immobiliari della Penisola: l'Enel con il ceo Francesco Starace e la Cassa depositi e prestiti (Cdp) con il neo amministratore delegato Fabrizio Palermo.

Il prestito si configura come il più grande finanziamento di progetto del mercato Emea, cioè Europa, Medio Oriente e Africa. Le linee saranno rese disponibili dopo la pausa estiva, avranno una durata di sette anni e vedono come banche capofila dell'operazione Unicredit, SocGen e Bnp Paribas che si apprestano a sindacare il prestito con un'altra decina di banche (tutte assistite dagli avvocati di Gianni Origoni Grippo, Cap-

PELLI). Molti gli istituti stranieri nel quadro di un'operazione che ha riscosso anche la fiducia internazionale di banche di standing primario. Tra le estere avrebbero aderito Crédit Agricole, la spagnola Caixa e l'inglese NatWest, oltre alle italiane Mps e Ubi.

Giocherà un ruolo chiave la Cdp che parteciperà con 350-400 milioni (ma potrebbe essere alla fine anche di più), quindi con un intervento non lontano a quello della Bei che fornirà 350 milioni. Segnando così la prima volta in cui la Banca Europea per gli investimenti finanzia un grande progetto nazionale in Italia. Il via libera del board è arrivato il 18 luglio e ha di fatto dato il nulla osta a tutto il progetto, visto che rappresentava l'ultima delle condizioni sospensive previste dall'accordo di aprile con le tre banche capofila per l'avvio del finanziamento.

L'altra novità è che Cdp (Lombardi Molinari Segni) ed Enel (Chiomenti), a conferma dell'impegno, forniranno un finanziamento di supporto di circa 950 milioni. Per adesso non si parla più di aumento di capitale.

Appare quindi a portata di mano per Open Fiber (White & Case) la realizzazione della rete FTTH (la fibra nelle case) per 7mila comuni. Il piano entra così nella fase due. E potrebbe avvicinare la svolta della società unica per la rete con Tim, di cui si parla da tempo e che il vicepremier Luigi Di Maio ha rilanciato la scorsa settimana in audizione alla Camera, indicando come modello proprio Open Fiber.

Daniela Polizzi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

20

milioni
le unità immobiliari che verranno connesse alla rete in fibra ottica (Ftth) da Open Fiber secondo il piano strategico

50

per cento
la quota di capitale di Open Fiber detenuta dai soci paritetici Enel e Cassa depositi e prestiti, unici azionisti della società



INTERVISTA AL PRESIDENTE DI TELECOM

Conti: «Nell'interesse dell'Italia una rete unica di tlc»

di **Antonella Olivieri**

«**D**uplicare è uno spreco: una rete di tlc unica è nell'interesse di tutti». Nella sua prima intervista da presidente di Telecom Italia, Fulvio Conti sostiene che è la regolamentazione a garantire la terzietà del sistema che nel caso dell'energia elettrica, per esempio, funziona molto bene e incentiva gli investimenti col meccanismo Rab (quello che si utilizza per stabilire i pedaggi autostradali) basato sul costo. Da presidente di un board composto quasi interamente da consiglieri indipendenti, il suo obiettivo è recuperare la centralità che

Telecom merita nel Paese, mantenendo quelli che chiama rapporti di «buona cittadinanza». Per far questo occorre però anche «lasciare lavorare l'azienda», garantendo «stabilità di assetto organizzativo e azionario» perché è così che si favorisce l'innovazione. Il Governo, da parte sua, mantiene alta l'attenzione sul settore e la guardia sull'azienda. Tant'è che - rivela Conti - quando il board, uscito rimpastato dalla campagna attivista del fondo Elliott, ha chiesto di rimuovere i vincoli del golden power, Palazzo Chigi ha risposto: «Per ora no». — a pagina 5



Telecom.
Fulvio Conti,
presidente
della società

IL PRESIDENTE DI TELECOM

Fulvio Conti. «Si produce maggiore innovazione quando è assicurata stabilità di assetto organizzativo e azionario»

«Una rete tlc unica è nell'interesse di tutti: uno spreco duplicare»



LO SPIN-OFF
Modello Rab come per l'energia elettrica e regole per garantire la terzietà del sistema



IL RUOLO
Tim deve recuperare la centralità che merita mantenendo rapporti di «buona cittadinanza»



IL GOVERNO
Abbiamo chiesto di togliere i vincoli del golden power. La risposta? «Per ora no»

Antonella Olivieri

Lavorava in Montedison e aveva appena chiuso l'accordo per la cessione di Himont alla Shell. Il presidente Guido Rossi e l'ad Enrico Bondi chiesero a Fulvio Conti di accompagnarli in Mediobanca perché si doveva illustrare l'operazione a Enrico Cuccia. L'anziano banchiere - che era ancora il referente centrale delle grandi famiglie del capitalismo italiano - aveva ascoltato in silenzio le relazioni di Rossi e Bondi, poi si era rivolto al più giovane della delegazione invitandolo a presentarsi al-

l'indomani di buona mattina. Cuccia li congedò, non prima di avere preso per sé i faldoni del dossier, costato a Conti tre anni di fatica. «Un buon lavoro», aveva detto secco, 12 ore dopo, al suo interlocutore. «Però», aveva aggiunto subito dopo - il punto 1 non lo posso proprio accettare, il punto 2 sarebbe meglio evitarlo, il punto 3 non mi piace. «Farò del mio meglio», rispose Conti. Non deve fare del suo meglio, ma quello che le dico, ribattè in sostanza il presidente di Mediobanca. «Dalla sera alla mattina aveva individuato i tre punti deboli dell'operazione - racconta Conti - Me la cavai spendendo il nome di Cuccia con gli olandesi della

Shell. «Se lo chiede Cuccia», dissero, «vedremo di accontentarlo».

Altri tempi, un'epoca nella quale l'Italia contava un po' di più sulla scena internazionale o nella quale contava forse un po' più il rispetto. «Ma la manifattura italiana è tuttora la seconda



in Europa», ribatte Conti, che oggi è tornato in Telecom (doveva «completare il lavoro», dice), portato alla presidenza dalla campagna attivista del fondo Elliott. «È un tessuto industriale fatto di quattro-cinque grandi aziende e di tante Pmi che sono la sua forza. In questo assetto Telecom occupa una posizione centrale. Il mio obiettivo è rendere edotti tutti noi di quanto un'azienda come Tim sia una realtà importante per il Paese». Conti cita il laboratorio di ricerca di Torino che, pur essendo stato ridimensionato negli ultimi anni, è considerato ancora un punto d'eccellenza globale e mantiene il record di brevetti in Italia. Telecom, insomma, secondo il nuovo presidente, deve recuperare la centralità che merita, mantenendo rapporti di «buona cittadinanza» con Governo, istituzioni, clienti e regolatori. Anche l'attuale esecutivo tiene alta l'attenzione sul settore e la guardia sull'azienda, tant'è che alla richiesta del nuovo board di rimuovere i vincoli del golden power, la risposta da Palazzo Chigi rivela il presidente Telecom - è stata: «Per ora no».

Come ci si sente a essere presidente di una società con una governance che non ha precedenti o quantomeno è altamente atipica?

Non sono stato presidente di molte società, ma di alcune sì, e non è impossibile trovare casi del genere, un paio li ho anche vissuti personalmente. Avviene abbastanza di frequente che un consiglio di amministrazione sia nominato da alcuni azionisti, ma non necessariamente dagli azionisti di maggioranza. È una situazione che si risolve con la capacità del consiglio di rispettare anzitutto le buone regole di governance e far sì che le aziende accrescano il loro valore, apportando risultati positivi, che sono poi la base fondamentale per cui il capitale viene investito in un'iniziativa economica, finanziaria o industriale che sia.

Però, diciamo, se l'azionista di maggioranza non esprime la maggioranza del board forse un po' di tensione latente c'è da aspettarsela.

L'obiettivo di un cda ben funzionante è quello che contempla le esigenze di tutti: la creazione di valore. Un buon consiglio, indipendentemente da chi lo nomina, è quello che riesce a conciliare le esigenze di tutti gli stakeholder, che non sono solo gli azionisti, ma anche chi in azienda ci lavora, i clienti, i fornitori.

Come presidente, cosa ha fatto o cosa intende fare per salvaguardare la società dalle tensioni dell'azionariato che nel caso di Telecom - non si può negare - ci sono state?

Il consiglio è fatto non solo di persone, ma anche di strumenti. Noi abbiamo attivato tutti gli strumenti a disposizione che funzionano egregiamente perché abbiamo una composizione del board straordinariamente ricca di contenuti professionali e di esperienze e questo non può che essere di grande aiuto allo sviluppo di una gestione trasparente e positiva. Abbiamo attivato i comitati: controllo e rischi, che è sostanzialmente un "audit interattivo"; parti correlate, il cui ruolo fondamentale è quello di mantenere l'equidistanza tra interessi particolari e interessi di tutti; nomine e remunerazione, cui non soltanto spetta di fissare un emolumento corretto per il management, ma anche di farsi promotore di sistemi di incentivazione e motivazione del personale dirigente. C'è poi anche il comitato strategico, che, se finora si è riunito una sola volta, è perché le strategie non si cambiano ogni due per tre. Funzionano molto bene e sono partecipati da tutti i componenti del board. Le ricordo che siamo in 15, tranne due tutti indipendenti, me incluso che, come presidente, non ho chiesto alcuna delega per avere maggiore libertà di partecipare ai comitati e di lavorare insieme al management, contribuendo per la mia parte. Gli altri consiglieri che non hanno deleghe sono tutti al lavoro nei vari comitati e forniscono "quantità e qualità" di capacità gestionale per influenzare positivamente l'andamento dell'azienda, a supporto del management.

Funziona anche il rapporto col management?

Il rapporto è perfettamente fluido e coeso con gli obiettivi che abbiamo, che sono quelli del piano. Una volta che c'è un piano è la capacità di attuarlo che diventa fondamentale. E qui vengo a un punto: da quando questa azienda è stata privatizzata, credo che ci siano state 24 nomine di presidenti e amministratori delegati e non è che così le cose siano migliorate.

Vuol dire che c'è stata troppa instabilità? A farne le spese è stata l'azienda, che negli anni si è ridimensionata. Non è un po' tardi per contrastare questo trend?

Guardi, le opportunità ci sono ancora. A volte basta rifocalizzarsi e poi si può ripartire. Questa azienda ha le competenze per farlo: ha sia un ottimo management, tecnicamente e professionalmente preparato, e ha un mercato che continua a evolvere. Dobbiamo però lasciarla lavorare senza distrazioni: paradossalmente si produce più innovazione quando c'è stabilità di assetto organizzativo.

Per lei stabilità vuol dire solo lasciar lavorare il management o stabi-

lizzare l'azionariato?

Paradossalmente le devo dare una risposta democristiana: entrambe le cose. A me sembra essenziale richiamare l'attenzione su quanto sia importante questa azienda per il Paese. Quando lei mette insieme il numero di persone che ci lavorano, il numero di clienti che si interfacciano con noi e hanno bisogno di noi per le loro attività quotidiane, quando lei mette insieme i fornitori, le tasse che paghiamo, i contributi che versiamo, gli investimenti che facciamo, mette insieme una grande realtà, fondamentale per l'Italia.

Quindi ha fatto bene Cdp a entrare in Telecom? Significa che lo Stato se ne è reso conto?

Certamente. Cdp deve giustamente investire in aziende che sono in grado di crescere e di dare impulso al sistema economico nazionale. Dal lato nostro dobbiamo tornare a essere essere percepiti dalle istituzioni, dai nostri colleghi lavoratori, dai regolatori come dei buoni cittadini, il che non vuol dire essere sottomessi, bensì essere proattivi e concilianti di tutte le esigenze. Quest'azienda era un po' sotto assedio da questo punto di vista. Era sotto assedio di una forte concorrenza, a volte paradossalmente perfino privilegiata rispetto a quello che una volta era il cosiddetto incumbent, e sotto assedio da parte di un sistema di regole che irrigidisce il nostro modo di lavorare e l'approccio verso clienti, fornitori e concorrenti.

Con Cdp avete poi avuto contatti?

Con i nuovi vertici, presidente e ad, no. Ma si sono appena insediati e giustamente bisogna lasciare loro il tempo di impadronirsi dei diversi dossier che hanno sul tavolo. Presidente e ad sono persone di qualità e esperienza, che conosciamo e stimiamo, e quindi speriamo di instaurare rapporti positivi e utili a entrambe le parti.

A proposito di azionisti, recentemente Vivendi ha espresso insoddisfazione sui risultati trimestrali e poi ha svalutato la partecipazione. C'è un nesso tra le due cose?

Non credo. Si tratta di valutazioni imposte dalla normativa contabile a seconda di come si classifica la partecipazione, con o senza controllo. Ma in realtà non cambia nulla a riguardo del valore dell'azienda. Quello che mi ha sorpreso però è come hanno spiegato la scelta, attribuendo cioè la svalutazione a un rischio di execution del piano, dal momento che non sono più loro al controllo. Motivazione bizzarra, considerato che sono nel board con quattro amministratori e il ceo, il capo-azienda che ha i poteri di execution del piano che il consiglio, da parte sua, sta seguendo. Vorrei ribadire che

il consiglio è uno, coeso, e intento a lavorare attraverso tutti gli strumenti che gli si danno.

Nel piano c'è la separazione della rete, un progetto già accantonato in passato. Questa è la volta buona?

Stiamo lavorando alacremente con un team molto ben strutturato che sta definendo il progetto. Che non vuol dire soltanto incorporare una rete, ma anche disegnare il contorno delle attività di vendita di prodotti che usano la rete e rendere possibile competere in modo trasparente con la stessa.

Molti considerano la rete un monopolio naturale, che quindi dovrebbe essere unica. Lei cosa ne pensa?

Condivido il principio. Duplicare è uno spreco: non è efficiente creare doppi binari, una doppia rete elettrica,

un doppio acquedotto. Non discuto le motivazioni che sono dietro la spinta a investire fuori dal contesto delle proprie attività, ma credo che in qualche modo sia un tema sul quale in futuro bisognerà ragionare.

L'ad Amos Genish giudica la rete un asset strategico di cui mantenere il controllo. Non pensa che questo potrebbe essere d'ostacolo alla possibilità di integrare le reti (l'altra è quella di Open Fiber)? Telecom potrebbe essere accusata di voler ricreare il monopolio.

Le cito l'esempio della rete elettrica: l'abbiamo separata ed è rimasta 100% Enel. La regolazione serve a garantire la terzietà del sistema e nel caso dell'energia elettrica il sistema funziona molto bene. La remunerazione è colle-

gata al costo, ma per utilizzare il cosiddetto modello Rab (quello che regola i pedaggi autostradali, per esempio, ndr) deve esserci un'infrastruttura unica, nell'interesse di tutti.

È un discorso che potrà essere affrontato col nuovo Governo?

A me sembra che ci siano buone possibilità che il tema sia affrontato e risolto. Mi pare che il ministro competente, Luigi Di Maio, guardi al settore con molta attenzione e questo mi sembra positivo.

Un'ultima domanda: il management gode ancora della fiducia espressa in assemblea e confermata all'insediamento del nuovo cda?

Per sembrare al di sopra delle parti, glielo dico in francese: *ça va sans dire*.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

13,1

MILIARDI DI EURO
È la capitalizzazione di mercato di Telecom Italia. Da inizio anno il titolo ha subito una flessione dell'11,42%. Una azione Tim vale 0,6382 euro.

DICE DI LORO



IL SOCIO FRANCESE
Vincent Bolloré, patron del gruppo Vivendi



LA POLEMICA SUI RISULTATI
Mi stupisce, visto che Vivendi è nel board con quattro amministratori e il capo-azienda



IL RIASETTO DELLA CDP
Fabrizio Palermo, nuovo ad Cassa Depositi e Prestiti



I NUOVI VERTICI
Ancora nessun incontro, ma li stimiamo e contiamo di instaurare rapporti proficui



IL CEO DI TELECOM
Amos Genish, ceo del gruppo tic



IL MANAGEMENT
Il rapporto è perfettamente fluido e coeso con gli obiettivi del piano



Presidente.

Fulvio Conti è stato nominato lo scorso 7 maggio presidente del nuovo board di Telecom Italia