

## Rassegna del 30/10/2018

	***		
Economy	26	E adesso la bolletta si salda con un click	1
Economy	17	Yes, we pos - Nella guerra al contante ci guadagnano tutti	2
Economy	118	I farmaci online valgono miliardi. Ma serve la ricetta giusta	6
Economy	22	Anche Sisal partecipa al gran ballo dei pagamenti	7
Economy	20	Intervista a Marco Ferrero - Benvenuti nel domani digitale dei pagamenti	8
Economy	24	Intervista a Nicola Cordone - «Noi di Sia lo dimostriamo, il digitale è più sicuro del cash» - «Il digitale? Più sicuro del cash. C'è differenza, ma sta finendo»	9
Economy	23	Intervista ad Andrea Dalmassi - In Italia i clienti saranno 10 milioni e noi li stiamo conquistando	11
Economy	22	Intervista a Carlo Gualandri - «Io non vedo rivoluzioni all'orizzonte e in giro ci sono troppi imitatori» - La monetica non rischia la bolla, ma perchè tutti offrono le stesse cose?	12
Economy	43	e-Commerce le soluzioni di Mail Boxes Etc. per le aziende	13
Economy	34	Il Forum dei Millennials prepara i mestieri di domani - Flessibilità, studio, opportunità: il futuro spiegato ai millennials	14
Economy	30	Intervista a Claudio Durigon - Durigon: «Largo alle imprese che vogliono evolversi»	16
Economy	29	Una proposta di legge per finanziare le Pmi che assumono dirigenti - Innovare non è un optional: è un affare da executive	18
Economy	30	Cardoni: "Tutto va finalizzato alla crescita"	20
Sole 24 Ore	17	Parterre - Tim, cda per l'Antitrust Le cessioni in comitato	21
Messaggero	18	Mediaset La fiducia di Vivendi sarà sotto esame ad ogni assemblea	22
Economy	14	Sarò Franco - La crescita non si costruisce con i dazi o i sussidi, ma con l'innovazione e la cultura	23

## E adesso la bolletta si salda in un click

**Con l'app MyHera basta inserire il proprio numero di cellulare per autorizzare il pagamento. Ecco come funziona il nuovo servizio Jiffy di Sia**



A LATO, UNA SCHERMATA DEL NUOVO SISTEMA DI PAGAMENTO ELABORATO DA HERA



**P**agare le bollette, una scocciatura che non sempre è possibile risolvere tramite home banking. Per questo, il Gruppo Hera - una delle quattro più grandi multiutility italiane - ha sottoscritto un accordo con Sia per permettere ai clienti di pagare con il proprio numero di cellulare grazie al servizio Jiffy. Come? Attraverso l'app MyHera o con i servizi online del Gruppo si potrà saldare il dovuto digitando il proprio numero di cellulare senza bisogno di inserire i riferimenti della carta di credito o l'Iban. Il cliente, per autorizzare definitivamente il pagamento, dovrà cliccare su un link che gli arriverà tramite notifica direttamente sullo smartphone.

**MIGLIORARE LA CUSTOMER EXPERIENCE, MA ANCHE SEMPLIFICARE I RAPPORTI CON LA CLIENTELA: LA STRATEGIA DEL GRUPPO HERA FA LEVA SUL DIGITALE**

L'accordo con Sia fa parte di una più ampia strategia del Gruppo Hera che già da tempo ha intensificato gli sforzi per migliorare la customer experience e per semplificare i rapporti con la clientela. L'obiettivo è quello di aderire agli elevati standard dell'Onu per l'Agenda 2030, che vuole concorrere alla realizzazione di un mercato unico digitale. Altri accordi stretti dal Gruppo Hera con i principali player del settore dei pagamenti sono quelli con MyBank e CBill, per migliorare la user experience della clientela migliorando l'offerta di servizi a disposizione. Nello

specifico, tramite MyBank sarà possibile effettuare bonifici online irrevocabili in modo semplice e sicuro, utilizzando il servizio di internet banking della propria banca. Il servizio garantisce la conferma real-time dell'avvenuto pagamento e la velocizzazione dei processi di riconciliazione. Un sistema che contribuisce, oltretutto, a ridurre ulteriormente il rischio frode. CBill, invece, consente al cliente di effettuare i pagamenti attraverso il proprio internet banking, così come via mobile, ATM e sportelli, garantendo in questo modo - oltre ai pagamenti sicuri - anche la possibilità di effettuare la rendicontazione in tempo reale, con una copertura completa e integrata dell'intero processo di incasso delle bollette, dall'emissione dell'avviso fino alla riconciliazione. A dare il via a questa rivoluzione digitale portata avanti dal Gruppo Hera è stata la partnership con UniCredit per la creazione di sei milioni di conti digitali. Si tratta di un'intesa unica nel suo genere nel nostro paese che ha consentito di mettere a disposizione di ciascun cliente della multiutility un Iban virtuale, che permette una semplificazione del meccanismo dei pagamenti e una maggiore efficienza nei costi. Il servizio, che prende il nome di Virtual Account

permette un'ulteriore semplificazione per l'utenza, che potrà pagare anche dal proprio internet banking, con il riconoscimento automatico e univoco della transazione. UniCredit, poi, provvederà all'accredito sul conto corrente della multiutility, inviando all'azienda un rendiconto delle operazioni effettuate indipendentemente dalla tipologia. Il Gruppo Hera ha investito, soltanto nel 2017, 78 milioni di euro in progetti dedicati alla diffusione della digitalizzazione, in ambiti quali smart city, data analytics, business intelligence, Utility 4.0, economia circolare e customer experience, meritandosi tra gli altri il riconoscimento di utility più digitale tra le 13 prese in esame da un'indagine di Utilitatis. Un primato che per l'azienda si pone quale stimolo per un miglioramento continuo, specie in un settore, come quello dei servizi, in costante evoluzione, nonché chiamato a fronteggiare, ogni giorno, un pubblico di nativi digitali che si affaccia al mercato con nuovi paradigmi e modalità di consumo. Accordi come quelli conclusi da Hera sono determinanti per compiere un salto di qualità e intercettare i bisogni dei clienti. (m.s.)

**FEDERMANAGER / Una proposta di legge per finanziare le Pmi che assumono dirigenti**

# Economy

MODELLI. OPPORTUNITÀ. SOLUZIONI.

## YES, WE POS

**2019, big-bang del denaro elettronico, con una valanga di novità in arrivo. I consumatori risparmieranno, le imprese dovranno accettarlo. Tutte.**



**IL PIONIERE / Parla Gualandri**  
«Io non vedo rivoluzioni all'orizzonte e in giro ci sono troppi imitatori»



**IL LEADER / Parla Cordone**  
«Noi di Sia lo dimostriamo, il digitale è più sicuro del cash»



Alle pagg 128 -131

## LA MISSION IMPOSSIBILE DELL'AUTO ELETTRICA

LA SFIDA DA PARIGI: VENDERE 5 MILIONI DI MACCHINE GREEN IN 3 ANNI

### CONTENZIOSO FISCALE

Nasce l'impresa che lotta contro le iniquità tributarie

### HRC

Il Forum dei Millennials prepara i mestieri di domani

### MERIDIONE

I segreti della Regione Puglia che sa sfruttare i fondi europei

### STUDI LEGALI

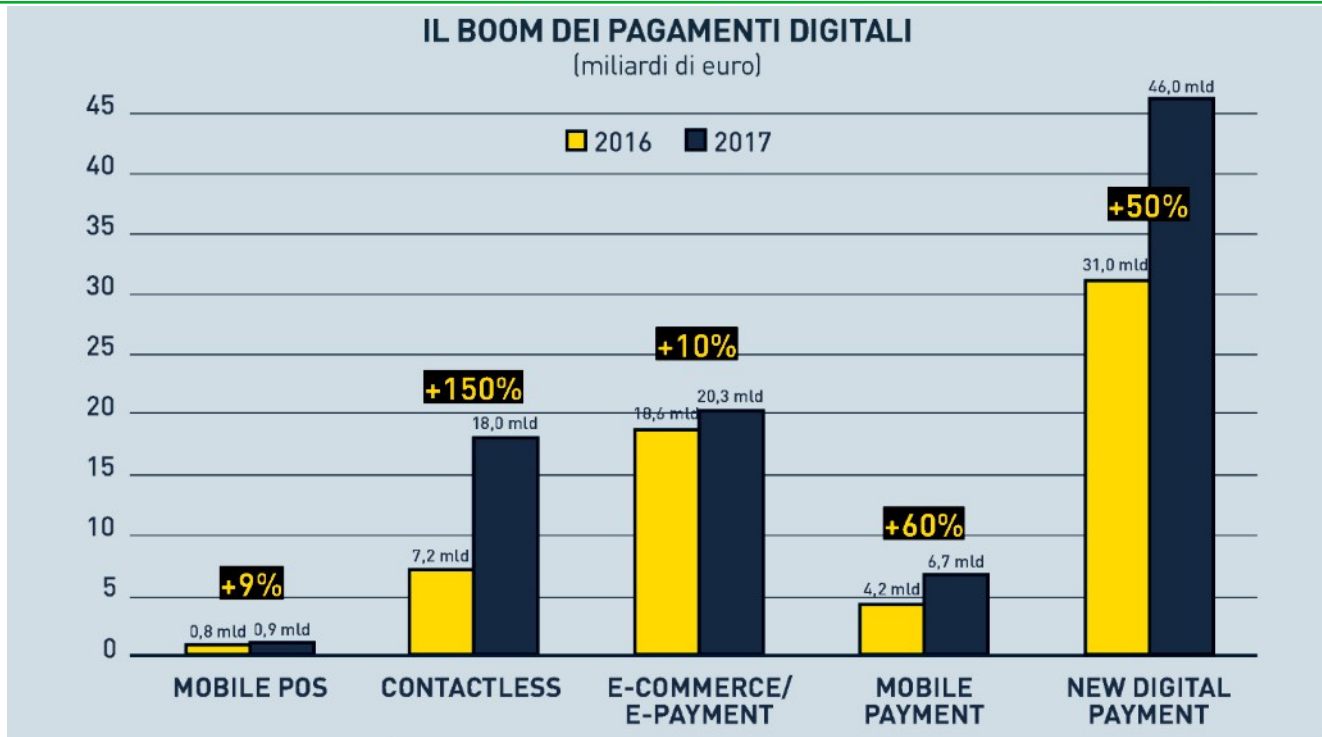
Avvocatura in crisi ovunque solo il marketing li può salvare

### COOP

Come può un microproduttore trovare spazio sugli scaffali

### ABOCA

La svolta solidale dell'impresa che vince con i suoi integratori



## NELLA GUERRA AL CONTANTE CI GUADAGNANO TUTTI

**C'è chi vuole la carta di debito per avere contanti, perché si rifiuta di utilizzarla nei negozi. E chi invece già spende solo con lo smartphone. Ma ecco come la Psd2 sta per rivoluzionare i sistemi di pagamento**

di Marco Scotti

**R**idurre il costo dei conti correnti, abbassare le commissioni per gli esercenti che utilizzano il pos, aumentare la sicurezza delle transazioni e incentivare la *war on cash*, la guerra al contante, ovvero lo strumento di pagamento che è tra i responsabili dell'evasione fiscale *monstre* che attanaglia il nostro paese. E ancora: pagare parcheggi e bollo auto, biglietti della metropolitana e servizi di mobilità senza dover frugare nelle tasche all'affannosa ricerca di qualche monetina. Non è la lista dei buoni propositi degli istituti di credito, ma alcune delle novità che attendono gli italiani dal 2019. Allacciate

**LA DIRETTIVA EUROPEA IMPONE IL PIENO INTERSCAMBIO DI INFORMAZIONI DAL 14 SETTEMBRE 2019. MA I TEST DOVRANNO PARTIRE A METÀ MARZO**

le cinture di sicurezza, quindi, perché la rivoluzione è imminente e dirompente. Dopo anni di "carburazione", da gennaio l'Italia potrebbe trovarsi - finalmente - proiettata verso il futuro. In una dimensione che è già abitata dai

paesi anglosassoni e del nord Europa.

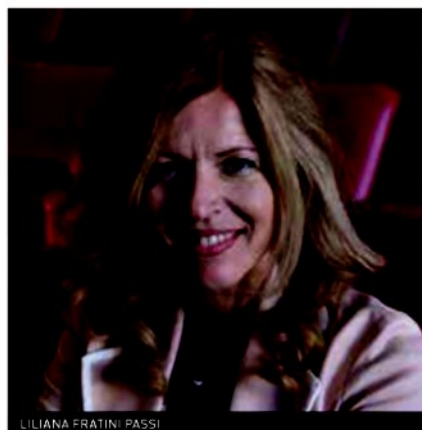
A guidare la nuova era dei pagamenti, una direttiva europea, la

Psd2 (Payment Services Directive), che apre il mercato dei servizi finanziari e dei pagamenti alle cosiddette "terze parti". Si tratta di soggetti diversi dagli istituti di credito tradizionali, che possono però venire autorizzati dai privati a utilizzare i conti correnti degli utenti per

gestire varie operazioni tra cui la più ovvia è quella di pagare transazioni di diverso tipo. La norma è diventata operativa a gennaio di quest'anno, ma mancano ancora alcuni provvedimenti complementari che la rendano "funzionante" sotto tutti i punti di vista «Il 2019 - racconta Liliana Fratini Passi, direttore generale del Consorzio Cbi, che definisce in ambito condiviso le regole e gli standard tecnici e normativi del mondo bancario - è veramente l'anno in cui si completerà un percorso iniziato a gennaio. Il 14 marzo dell'anno prossimo, le banche che gestiscono conti correnti saranno obbligate dalla Psd2 a effettuare test di sviluppo per le modalità di dialogo con le terze parti. Il 14 settembre del 2019, poi, si passerà alla piena operatività dell'interscambio di informazioni».

Al momento l'Italia è ancora un paese arretrato per quanto riguarda i pagamenti con modalità differenti dal contante. «Il tasso di adozione della moneta elettronica - spiega ancora Liliana Fratini Passi - è ancora contenuto nel 10% del totale dei pagamenti. Se guardiamo quali sono i pagamenti tramite carta siamo un paese ad alta potenzialità di crescita, siamo un paese dove le strategie di *cashless society* sarebbero altamente auspicabili. Negli ultimi 15 anni, però, abbiamo osservato dei grandi cambiamenti comportamentali con le "lenzuolate" Bersani che hanno costretto, per esempio, le aziende a compilare il modulo F24 esclusivamente in via telematica. Bisogna però sottolineare che nessuna industria privatamente è in grado di cambiare in maniera dirimpante i comportamenti di un paese, ci deve essere un disegno e una strategia per arrivare a un determinato obiettivo. E per il momento l'esecutivo in carica non ha ancora annunciato quale debba essere la sua strategia in proposito».

Nel nostro paese il numero di pagamenti al dettaglio effettuati nel corso del 2017 con strumenti diversi dal contante ha proseguito



LILIANA FRATINI PASSI

la sua crescita (+1,9% rispetto all'anno precedente) seppur ad un ritmo inferiore rispetto al 2016. Il transato medio, invece, rimane sostanzialmente invariato a poco più di 1.500 euro all'anno. Questo significa che le carte non stanno più trovando quell'espansione continua che si era verificata negli anni passati per due motivi che sembrano opposti ma che invece sono estremamente vicini. Da un lato, perché i cosiddetti millennials utilizzano altri strumenti di pagamento, soprattutto sfruttando transazioni digitali tramite app e mobile phone. Dall'altro, perché il popolo italiano è tradizionalmente restio all'uso di carte e pre-

**LE CARTE DI PAGAMENTO NON STANNO PIÙ TROVANDO QUELL'ESPANSIONE CHE SI ERA VERIFICATA NEGLI ANNI PASSATI. MA CRESCE IL DIGITALE**

ferisce servirsi del cash. «Quello dell'italiano che è legato visceralmente al contante - spiega sorridendo (ma non troppo) Rita Camporeale è la responsabile ufficio sistemi e servizi di pagamento dell'ABI - non è soltanto un mito: basti pensare che sono ancora tanti quelli che vanno nei centri commerciali, effettuano un prelievo con la carta di debito e poi, con quegli stessi soldi, fanno acquisti in un negozio. Una pratica che non avrebbe gran senso, visto che è proprio nei centri commerciali che si ha la quasi certezza che le proprie carte di pagamento vengano accettate».

Quindi: cala chi utilizza il contante, rimane



## **SIAMO UN PAESE AD ALTA POTENZIALITÀ DI CRESCITA DEL CASHLESS**

stabile chi preferisce le carte e esplose la fetta di popolazione che si avvale dei cosiddetti digital payments. Secondo un'indagine condotta dal Politecnico di Milano, i nuovi strumenti di pagamento valgono da soli 46 miliardi di euro, il 21% dei pagamenti digitali con carta. Ma entro il 2020 il valore sarà più che raddoppiato, flirtando con la soglia dei 100 miliardi di euro. A decollare soprattutto i pagamenti via mobile, che sono cresciuti del 65% da un anno all'altro e hanno superato i 5,8 miliardi di euro.

La cosa interessante da notare è che, diversamente da quanto avvenuto in molti altri settori che hanno vissuto processi di liberalizzazione e di apertura a nuovi soggetti, nel comparto finanziario e dei pagamenti le banche - nonostante una potenza di fuoco infinitamente superiore rispetto alle creature del fintech - hanno scelto di non aggredire i nuovi arrivati ma, al contrario, di contare su di loro per sviluppare servizi che, con le loro strutture burocratizzate e ingessate, non sarebbero mai riusciti a offrire alla clientela. Un partenariato tra vecchio e nuovo che ha creato un circolo virtuoso anche in Italia. «Inizialmente - racconta ancora la Fratini Passi - sembrava che le banche in qualche modo volessero porsi in maniera antagonista rispetto al mercato emergente. Quindi, a parte una fase iniziale, oggi il 66% delle banche italiane lavora in partnership con il fintech. Possiamo affermare che c'è una forma di cooperazione,

le *fintech* sono lo strumento attraverso cui le banche possono trovare delle forme snelle per posizionarsi nell'offerta di servizi a valore aggiunto».

Incentivare la cosiddetta *war on cash* non è soltanto una battaglia ideologica, ma serve soprattutto a garantire maggiore sicurezza agli utenti e a permettere una migliore allocazione delle risorse, oltre che una riduzione dei costi dei servizi delle banche. Prova ne sia il canone medio di un conto corrente: negli ultimi cinque anni, le famiglie che sono rimaste ancorate ai meccanismi tradizionali, senza sfruttare l'home banking, hanno visto lievitare il costo medio di quasi 30 euro, arrivando a quasi 173 euro all'anno. Costano di più anche le carte di credito tradizionali (37,5 euro), mentre per converso le banche online hanno abbassato i canoni e di tutti i servizi tipici, dal libretto degli assegni ai bonifici, prelievi presso sportelli di altre banche e altro. Proprio i bonifici, per esempio, sono il nuovo terreno su cui si combatte una "guerra dei prezzi". Tramite i circuiti tradizionali, un versamento con valuta differente dall'euro può arrivare a costare anche 15-18 euro, mentre tramite le tante app che sono disponibili questo medesimo servizio viene completato con una cifra compresa

tra un quarto e un quinto di questo valore. Che motivo c'è, quindi, di pagare di più per un servizio che può essere svolto nello stesso modo e con lo stesso successo?

Infine, è importante ricordare che i nuovi strumenti di pagamento, al netto di alcune accortezze che sono sempre necessarie, sono estremamente sicuri. «Si è fatto troppo clamore - spiega ancora Rita Camporeale - intorno alle carte di nuova concezione. Sono sicure, stiamo facendo tantissimi sforzi e questo è dimostrato anche dai dati sulle frodi, che hanno un'inci-

**LE FRODI HANNO UN'INCIDENZA MINIMA: APPENA LO 0,42% SUL TOTALE DELLE TRANSAZIONI EFFETTUATE CON LE CARTE. UN DATO INFINITESIMO**

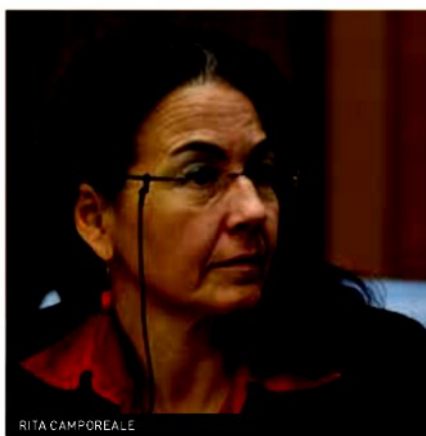
denza dello 0,042% sul totale delle transazioni effettuate con le carte nell'Unione Europea. Si tratta di un dato infinitesimo che ci deve far ben sperare. Poi è ovvio, stiamo parlando di un gioco di "guardia e ladri" in cui ci si continua a rincorrere tra chi mette a punto nuovi sistemi per truffare gli utenti e chi invece cerca di minimizzare questi tentativi. Piuttosto, è fondamentale educare la clientela (e noi lo faremo anche al Salone dei Pagamenti) perché adottati comportamenti responsabili. Con la

Psd2 si dà la possibilità alle cosiddette "terze parti" di accedere ai nostri conti correnti: una scelta che spesso si fa quasi senza pensarci, ma che può invece avere impatti significativi».

## Il salone dei pagamenti

A testimonianza del fermento intorno all'argomento, il 7-8-9 novembre prossimi, a Milano, si terrà il Salone dei Pagamenti, ribattezzato per l'occasione Payvolution, negli spazi del MiCo Milano Congressi. Oltre quattromila visitatori coinvolti il primo anno, che sono raddoppiati il secondo e che, quest'anno, con le oltre 60 sessioni di dibattito e i più di 300 relatori coinvolti, promette un ulteriore balzo in avanti.

La crescita esponenziale dei numeri è il segnale, certo e certificato, del fatto che il Salone dei Pagamenti ha fatto centro. Ovvero, tradurre tutto il potenziale di innovazione tecnologica che le banche e il mondo del payment stanno sviluppando in quest'epoca di *disruption* digitale, in un evento che polarizzasse a 360 gradi l'attenzione e la partecipazione di tutti i bacini di innovazione attivi in Italia e non solo: banche e mondo finanziario, naturalmente, ma anche aziende del *tech* e del *fintech*, istituzioni, imprese, retail, distribuzione, professionisti, università e centri di ricerca, pubblica amministrazione. Dando vita a un evento fatto di idee, di persone, di buone pratiche, di cultura, e che fosse aperto ai cittadini, con un'attenzione particolare ai più giovani, ragazzi e ragazze delle scuole. I sistemi di pagamento come filo conduttore per leggere le profonde trasformazioni, tecniche e culturali, che la *disruption* tecnologica sta portando in tutti gli ambiti del business. E l'innovazione come contesto naturale di evoluzione del settore bancario e finanziario. Ecco perché il Salone dei Pagamenti si conferma l'appuntamento di riferimento per l'innovazione applicata ai sistemi e agli strumenti di pagamento.



RITA CAMPOREALE



**C'È CHI PRELEVA  
CON LA CARTA  
PER POTER PAGARE  
IN CONTANTI**

## I farmaci online valgono miliardi. Ma serve la ricetta giusta

**Farmakom insegna alle farmacie come creare il proprio e-commerce attraverso un software ad hoc. Un'idea che ha già coinvolto 160mila clienti**

di **Oreste Ferrari**

**T**ra le tante liberalizzazioni portate avanti in questi anni, ce n'è una che ha aperto nuove frontiere: la vendita online di farmaci, avviata nel 2015 nel nostro paese, ha proiettato l'Italia in un mercato che, a livello continentale, dovrebbe valere 13 miliardi di euro nel 2021. Qui da noi le dimensioni sono ancora contenute, ma i trend sono in crescita: lo scorso anno l'e-commerce delle farmacie è cresciuto del 17% arrivando a sfiorare i 100 milioni. Ed è qui che nasce l'idea di Farmakom, una soluzione commerciale specificamente pensata per rispondere alle esigenze dei farmacisti, un generatore di e-commerce che li aiuta a vendere online ottenendo maggiori ricavi e margini di vendita.

Mediamente il 40% delle farmacie è in perdita perché il farmacista non è un venditore, ma un uomo che ha studiato tutt'altro. Il sistema che invece funziona è quello di proporre ai clienti altri prodotti e servizi, in modo da aumentare le possibilità di guadagno. Provare la pressione, vendere integratori e farmaci da banco sono alcuni dei sistemi più facili per riuscire ad aumentare gli incassi in un settore che è rimasto ancora un po' indietro dal punto di vista dello sviluppo tecnologico. Farmakom è nata nel 2016 e of-



I TRE SOCI FONDATORI DI FARMAKOM

fre una soluzione molto semplice: una piattaforma che si integra automaticamente con i più diffusi gestionali per farmacie e banche dati del farmaco online e fornisce tutte le referenze dei prodotti da banco in commercio, completi di descrizione e di immagini, evitando così al farmacista perdite di tempo nell'inserimento dei dati. Il costo è abbastanza contenuto: tra i 10 e i 15.000 euro una tantum e un canone annuo di manutenzione intorno ai 3.000 euro. Una spesa, tra l'altro, che viene interamente ripagata dalla

**IL COSTO DI AVVIAMENTO È DI 10-15 MILA EURO, CON UN CANONE DI MANUTENZIONE DI TREMILA EURO L'ANNO**

realizzazione di 30-40 ordini in più al giorno per una serie di prodotti che, senza avere un prezzo imposto dallo stato, garantiscono migliori e maggiori margini ai farmacisti. Senza contare il ritorno positivo anche sull'economia: mediamente, ogni esercizio che si affida al sistema di e-commerce progettato da Farmakom deve assumere una o due persone in più che si occupino esclusivamente della gestione degli ordini online.

I risultati, per ora, premiano l'azienda innovativa: 2,5 milioni di visite, 280.000 ordini,

160.000 clienti e un totale di 11,5 milioni di euro di transato tra tutti gli e-commerce attivi nei primi due anni. Le previsioni di fatturato sono di 1,5 milioni di euro entro la fine del 2019 e, per raggiungere il break even, sono stati sufficienti sei mesi. Oggi della scuderia di Farmakom fanno parte una trentina di farmacie, la più grande delle quali registra un giro d'affari di oltre 4 milioni di euro all'anno. Per creare la piattaforma, l'azienda - che fa parte della galassia di Talent Garden - impiega tra le due e le tre ore per offrire al farmacista un prodotto completo e funzionante.

Tra le partnership già attive ci sono quelle con Nexi, Feedaty e Qapla'. Inoltre è stato siglato un accordo con Trovaprezzi.it, il più importante comparatore italiano, che garantisce la possibilità di indirizzare direttamente verso il sito di e-commerce della farmacia che offre il prezzo più vantaggioso su un determinato farmaco da banco. Per il futuro, invece, l'intenzione è duplice: da un lato consolidare la propria leadership nazionale, dall'altra rivolgere l'attenzione ai mercati spagnolo, francese e tedesco, che hanno logiche molto simili a quelle italiane. Un'occasione per ampliare il business senza snaturare l'inclinazione di Farmakom.

## Anche Sisal partecipa al gran ballo dei pagamenti

**L'azienda guidata da Emilio Petrone ha presentato Bill, un portafoglio virtuale che sarà presente in 40mila punti vendita**

**S**i chiama Bill, e promette di cambiare la vita degli italiani e di rivoluzionare il sistema dei pagamenti. Elaborato da SisalPay, il nuovo brand del gruppo guidato da Emilio Petrone si rivolge a una platea potenziale di oltre 13 milioni di italiani che già oggi utilizzano i canali di pagamento di SisalPay su una rete di oltre 40.000 punti vendita in tutta Italia.

Con Bill, l'offerta del mercato dei pagamenti digitali e degli scambi di denaro peer to peer si arricchisce di un nuovo player che promette di coniugare sicurezza e affidabilità. Con questo prodotto sarà possibile acquistare qualsiasi tipo di prodotto presso tutti gli esercizi convenzionati e scambiare denaro con un clic. Al momento Bill è attivo nei punti vendita SisalPay, ma l'intenzione è di ampliare il servizio e la rete di accettazione entro la fine dell'anno ad altre categorie merceologiche e grandi catene.

Il nuovo strumento di pagamento digitale di Sisal ha raggiunto i massimi standard continentali in materia di sicurezza e di rispetto per la privacy ed è nato dopo dieci mesi di lavoro di una startup interna al gruppo guidata da Monica Del Naja, head of digital payments di SisalPay. Del team fanno parte venti giovani talenti.

L'azienda guidata da Petrone, attraverso i propri canali, ha effettuato oltre il 20% di transazioni con moneta elettronica, quasi il doppio di quanto avviene in Italia. Per mantenersi sempre all'avanguardia, Sisal ha investito oltre venti milioni di euro per innovare il canale dei punti vendita al servizio dei cittadini e rafforzare l'ecosistema dei servizi offerti.



## Benvenuti nel domani digitale dei pagamenti

**Dai bonifici istantanei alla gestione di loyalty, passando per il PagoPA e la dilazione da app: le innovazioni di Nexi nel suo primo anno di vita**



MARCO FERRERO, DIRETTORE COMMERCIALE DI NEXI

**«ABBIAMO ASSUNTO OLTRE 250 PERSONE ALTAMENTE QUALIFICATE NEI PAGAMENTI E NELL'INNOVAZIONE DIGITALE.**

Inoltre abbiamo realizzato importanti investimenti in infrastrutture e in tecnologia, oltre a una nuova gamma di prodotti e servizi dedicati alle banche partner». È soddisfatto Marco Ferrero, direttore commerciale di Nexi, e non fa nulla per nascondere. Perché nel primo anno di vita della *paytech* non sono mancati i traguardi prestigiosi. «È stato un anno sicuramente positivo, nel quale ci siamo concentrati su tre obiettivi: assumere oltre 250 persone, incrementare l'innovazione digitale, lanciare una nuova gamma di servizi», dice.

**Ormai vi siete posizionati come la *paytech* delle banche.**

Vogliamo costruire insieme a loro il futuro dei pagamenti digitali in Italia, promuovere sul mercato soluzioni innovative che rispondano ai bisogni di consumatori, esercenti, aziende e pubblica amministrazione per rendere pagamenti e incassi semplici, veloci e sicuri.

**Quali sono i primi prodotti realizzati?**

Solo per citarne alcuni, abbiamo completato la gamma d'offerta con i nuovi bancomat e i prodotti di debito internazionale *contactless*, abbiamo realizzato la virtualizzazione della carta su tutti i principali *wallet* di pagamento, da Nexi Pay a Apple Pay fino a Samsung

Pay e Google Pay. Abbiamo reso disponibile il servizio di dilazione, direttamente da App, anche solo di un singolo pagamento effettuato con carta. Nel futuro, insieme alle nostre banche partner, promuoveremo molte iniziative volte a incentivare l'abitudine all'utilizzo di strumenti di pagamento digitali.

**Nella diffusione dei pagamenti digitali gli esercenti hanno un ruolo fondamentale.**

Abbiamo investito molto sulla velocità di risposta dei Pos e sulla rete di accettazione affinché gli esercenti delle nostre banche

**«POTER INCASSARE IN MENO DI CINQUE SECONDI FA LA DIFFERENZA, PERCHÉ AIUTA I COMMERCianti A SMALTIRE LA CODA IN CASSA»**

partner abbiano un servizio migliore: poter incassare in meno di cinque secondi fa la differenza perché aiuta i *merchant* a smaltire la coda in cassa ed essere, così, più efficienti. Abbiamo avviato una campagna di promozione per lo stimolo dei micropagamenti, rimborsando le commissioni sulle transazioni di importo fino a 10 euro, un'iniziativa che estenderemo oltre il 2018. Stiamo già lanciando, insieme alle banche, gli Smart Pos, ossia *devices* di nuova generazione che permettono di fruire di nuovi servizi grazie ad app progettate per la gestione del

“

**VOGLIAMO COSTRUIRE CON LE BANCHE IL FUTURO DELLE TRANSAZIONI IN ITALIA**

punto vendita, come la rendicontazione, l'integrazione della cassa, le consegne a domicilio o la gestione di iniziative di *loyalty*. Tutto ciò attraverso un vero e proprio App Store dedicato agli esercenti, proprio come avviene sugli SmartPhone.

**E per le banche?**

Quest'anno abbiamo lanciato la piattaforma di Instant Payments per la gestione dei bonifici istantanei che permette alle banche di gestire un bonifico accreditando al cliente l'importo in meno di 10 secondi. Abbiamo supportato lo sviluppo dell'iniziativa PagoPA per permettere alla Pubblica Amministrazione di incassare sui Pos e online in modo più efficiente. E abbiamo appena presentato - insieme al Consorzio Cbi - l'iniziativa Cbi Globe per permettere a tutte le banche italiane di rispondere agli obblighi normativi derivanti dalla Psd2 e di offrire servizi sia cooperativi sia competitivi, entrando così nell'era dell'*open banking* in posizione di vantaggio rispetto a tanti player internazionali.

**Come risponderete alle continue evoluzioni del mercato dei pagamenti?**

Sviluppando innovazione di prodotto e servizi digitali al fianco delle banche: siamo convinti che, insieme a loro, potremo supportare la diffusione dei pagamenti digitali nel nostro Paese. (m.s.)



**IL LEADER / Parla Cordone**  
**«Noi di Sia lo dimostriamo,**  
**il digitale è più sicuro del cash»**

## «Il digitale? Più sicuro del cash C'è diffidenza, ma sta finendo»

**Gli italiani hanno un problema di poca fiducia nei confronti dei sistemi di pagamento digitale. Ne è certo Nicola Cordone, deputy ceo di Sia. Che però, grazie a continue innovazioni, gestisce già 80 miliardi di transazioni**

di Marco Scotti



NICOLA CORDONE, DEPUTY CEO DI SIA

**«È INUTILE FAR FINTA DI NIENTE: SIAMO ANCORA IL FANALINO DI CODA IN EUROPA IN TERMINI DI UTILIZZO DEGLI STRUMENTI DI PAGAMENTO DIVERSI DAL CONTANTE.**

E questo non perché sia carente la diffusione delle carte o dei pos negli esercizi commerciali, ma perché manca una cultura di utilizzo di strumenti alternativi al cash». Nicola Cordone, deputy ceo di Sia, illustra la situazione dei pagamenti in Italia, tra la forte spinta di aziende come quella da lui guidata verso lo sviluppo tecnologico e un freno che proviene da una forma mentis difficile da cambiare. SIA è leader europeo nella progettazione, realizzazione e gestione di infrastrutture e servizi tecnologici dedicati alle Istituzioni Finanziarie, Banche Centrali, Imprese e Pubbliche Amministrazioni, nelle aree dei

pagamenti, della monetica, dei servizi di rete e dei mercati dei capitali. Il Gruppo eroga servizi in oltre 50 paesi e opera anche attraverso controllate in Austria, Croazia, Germania, Grecia, Repubblica Ceca, Romania, Serbia, Slovacchia, Ungheria e Sudafrica. La società ha inoltre filiali in Belgio e Olanda e uffici di rappresentanza in Inghilterra e Polonia. Nel 2017 SIA ha gestito quasi 80 miliardi di transazioni (tra pagamenti, carte, trading e post-trading). Sulle sue infrastrutture passa

**DAI SISTEMI DI SIA PASSANO BONIFICI Istantanei, trasferimenti di denaro e pagamenti real-time tramite numero del cellulare e operazioni Pagopa**

il 40% circa di tutti i pagamenti e incassi dell'Eurozona. Il Gruppo conta attualmente circa 3.500 dipendenti e l'anno scorso ha chiuso con ricavi pari a 567,2 milioni di euro.

**Ing. Cordone, è davvero così nera la situazione, senza possibilità di appello?**

No, non voglio essere negativo. Sono sicuro che la definitiva entrata in vigore della Psd2, l'apertura a nuovi player e il tema dei pagamenti verso la pubblica amministrazione saranno degli incentivi incredibili allo sviluppo dei pagamenti digitali. Basti pensare a PagoPA, che consente di pagare in modalità

elettronica la pubblica amministrazione. Ad oggi sono più di 17.000 gli enti aderenti e di questi 13.700 circa sono già operativi. Il numero totale delle operazioni transitate ammonta a circa 13,4 milioni per un totale incassato di quasi 2 miliardi di euro.

**SIA sta dando una grossa mano allo sviluppo e all'implementazione di nuovi servizi di pagamento per favorirne l'adozione da parte degli italiani. Pensiamo ad esempio anche all'Instant Payment...**

Assolutamente. Da circa un anno è operativa l'infrastruttura paneuropea progettata e realizzata da Sia per inviare e ricevere il bonifico istantaneo. Si tratta di una vera rivoluzione per imprese e cittadini visto che il trasferimento di denaro avviene in tempo reale da conto a conto. Il servizio è attivo 24 ore su 24, 365 giorni l'anno. Attualmente sono circa 30 le grandi banche europee di 10 paesi UE attive, per un totale di oltre 1.000 payment service provider raggiunti.

**E di Jiffy e Bancomat PAY cosa può dirci?**

Jiffy è un'innovazione nata in SIA che permette di trasferire somme di denaro tra privati, di fare acquisti sia online che nei negozi convenzionati e di effettuare pagamenti verso la Pubblica Amministrazione semplicemente tramite il numero di cellulare, il tutto in tempo reale. Il servizio vanta attualmente



SALA DI CONTROLLO SIA

## VA RAFFORZATA LA CULTURA DELL'UTILIZZO DEGLI STRUMENTI ALTERNATIVI AL CONTANTE

oltre 5 milioni di utenti e circa 130 banche aderenti in Italia ed è utilizzabile presso più di 2.000 esercizi commerciali. Con Bancomat abbiamo siglato una partnership che mira a colpire i pagamenti tramite contante: nascerà Bancomat PAY che integrando il servizio Jiffy permetterà a 37 milioni di titolari di carte PagoBancomat di pagare su Internet e nei negozi app-to-app, inviare e ricevere denaro in tempo reale e perfino saldare bollette e tributi. Al prossimo Salone dei Pagamenti questa iniziativa avrà grande risalto perché trasforma la carta di debito fisica, che finora era servita

**PERSINO IN METROPOLITANA A MILANO SI PUÒ VIAGGIARE SENZA TICKET: BASTA USARE LA CARTA CONTACTLESS PER ACCEDERE AI TORNELLI**

soltanto per effettuare i pagamenti nei negozi e per prelevare, in un nuovo strumento digitale per gestire le transazioni, ampliando quindi la platea di persone che possono utilizzare servizi innovativi tramite internet o app.

**E poi c'è anche il progetto della metro di Milano**

E' un'altra iniziativa di trasformazione digitale di grandissimo valore, perché incentiva una mobilità sostenibile migliorando l'esperienza degli utilizzatori di mezzi pubblici. E solo altre 5 città del mondo, oltre Milano, hanno realizzato qualcosa di simile. Grazie anche

alla piattaforma digitale di Sia oggi è possibile pagare il biglietto della rete metropolitana urbana ed extraurbana Atm tramite carte contactless direttamente ai Pos installati ai tornelli. Tra le funzionalità più innovative c'è soprattutto il calcolo della miglior tariffa applicabile al percorso di viaggio effettuato. E nei giorni scorsi Atm ha annunciato che a Milano diecimila persone ogni giorno usano la carta contactless per prendere la metropolitana, anziché comprare il biglietto, con un aumento del 50% al mese. E quasi il 5% dei passeggeri non abbonati usa il contactless. **Le carte sono sicure? C'è chi teme che quelle contactless possano essere facilmente frodate da malintenzionati. È davvero così?**

No, non è così. La tecnologia contactless è sicura. Le transazioni sotto i 25 euro sono senza pin o firma, ma oltre quella soglia scattano meccanismi di sicurezza che tutelano il consumatore. Piuttosto, anche su questo, bisogna educare la cultura degli italiani. C'è una sicurezza vera e una percepita. Nel primo

caso posso assicurare che il tasso di frode con i sistemi di pagamento elettronici è di molto inferiore

rispetto a quello relativo al cash. Per quanto riguarda invece la sicurezza percepita, ci sono vari esempi come quelli che abbandonano un sito internet perché vengono richieste, proprio per ragioni di sicurezza, informazioni ulteriori come codici da inviare sullo smartphone. Noi continuiamo a lavorare per garantire i più elevati standard e ora ci stiamo concentrando

sullo sviluppo dei sistemi biometrici, in modo da rendere più semplici le procedure anche per il pubblico meno tecnologicamente alfabetizzato.

**Per il futuro su quale tecnologia puntate?**

Attualmente quella più efficace ci sembra la blockchain. Per questo stiamo realizzando SIACHAIN, un'infrastruttura che si articola su 600 nodi di rete già presenti in tutta Europa. Li stiamo trasformando in supernodi blockchain per creare la più estesa rete privata a livello continentale, una sorta di autostrada che consente a specifiche community di sviluppare e implementare innovative applicazioni di business, sempre con la garanzia della totale sicurezza.



**I problemi di sicurezza sono più percepiti che reali: il tasso di frode del digitale è inferiore a quello del cash**

## L'ENTUSIASTA

Alberto Dalmassi, founder e CEO di Satispay



**IN ITALIA I CLIENTI**

**SARANNO 10 MILIONI E NOI**

**LI STIAMO CONQUISTANDO**



**L 2019 SARÀ SICURAMENTE UN ANNO DI CRESCITA STRAORDINARIA PER IL SISTEMA DEI PAGAMENTI DIGITALI. MA NON**

**TANTO PER LA PSD2.** Per l'anno prossimo ci attendiamo che le transazioni da mobile in negozi fisici supereranno il miliardo». Alberto Dalmassi, fondatore e amministratore delegato di Satispay, è convinto che il 2019 sarà finalmente quello in cui la moneta uscirà dalla dimensione di piccolo-ma-interessante per sedersi definitivamente al tavolo degli adulti.

**Dalmassi, che 2019 ci aspetta?**

L'anno prossimo vedremo un'accelerazione fortis-

sima per quanto riguarda i pagamenti elettronici. Ma questo non tanto per la definitiva entrata in vigore della PSD2, che sarà un tema più per addetti ai lavori, ma perché il mobile payment diventerà uno standard in tante città, a partire da Milano. E per la digitalizzazione della Pa.

**A questo proposito, avete di recente annunciato un nuovo servizio per i cittadini che devono effettuare i pagamenti vero la pubblica amministrazione...**

Sì, con Satispay è possibile pagare il bollo auto e moto semplicemente inserendo il numero di targa. Abbiamo implementato il nostro sistema in modo che funzioni con i principali siti della Pa.

**Avete partnership con 140 banche che utilizzano i vostri servizi: che rapporto vi aspettate in futuro tra fintech e istituti di credito?**

Quello che posso escludere è che assisteremo a dinamiche simili a quelle che avvengono nella Silicon Valley, con i giganti che acquistano le startup per offrire i servizi accessori. Noi offriamo agli istituti di credito la possibilità di entrare in un business, quello dei pagamenti via mobile, che non solo conoscono poco, ma che non sono neanche attrezzati per aggredire. Grazie alle transazioni con Satispay le banche ricevono una fee che altrimenti non avrebbero. Abbiamo un transato medio di 18 euro, una cifra che prima era corrisposta cash. Dal canto loro, le banche si stanno muovendo nel fintech con poca lungimiranza: acquistano solo realtà microscopiche per poi annacquarele. E chi crea una fintech non ha gran voglia di trasferire la sua azienda a qualcuno che poi finisce per soffocarla.

**Immagino che lei sia tra questi...**

Assolutamente. Noi non abbiamo alcuna intenzione di vendere Satispay. Abbiamo appena raggiunto i 400.000 utenti, ma dalle nostre stime il potenziale complessivo è di oltre dieci milioni di clienti. L'anno prossimo abbiamo intenzione di entrare in Germania per espandere i nostri orizzonti, ma l'Italia rimane il mercato di riferimento e quello con il più alto tasso di crescita, sarebbe folle abbandonarlo o anche solo trascurarlo. (m.s.)



**IL PIONIERE/ Parla Gualandri**  
**«lo non vedo rivoluzioni all'orizzonte**  
**e in giro ci sono troppi imitatori»**

## LO SCETTICO

Carlo Gualandri, founder e CEO di Soldo



**LA MONETICA NON RISCHIA  
 LA BOLLA, MA PERCHÉ TUTTI  
 OFFRONO LE STESSA COSE?**



**«L** A PRESUNZIONE CHE IL 2019  
 DEBBA RAPPRESENTARE UN  
 ANNO DI SVOLTA PER IL MONDO  
 DEI PAGAMENTI È UNA BOIATA

**PAZZESCA.** Ma chi lo dice? Quello a cui stiamo assistendo è un processo lunghissimo, iniziato almeno dieci anni fa e che oggi sta solo iniziando a mostrare alcuni segnali più "spinti". A Carlo Gualandri, fondatore e amministratore delegato di Soldo, oltre che guru del web (Virgilio, Gioco Digitale...), non va di finire nella schiera degli entusiasti a priori, convinti che l'anno prossimo, complice la piena operatività della normativa PSD2, sarà quello in cui vivremo i pagamenti del futuro.

**Gualandri, eppure è opinione diffusa che con le nuove norme cambierà tutto.**

Ma neanche per idea! Questo lo dice chi deve riempirsi la bocca con facili entusiasmi. La verità è che gli effetti della PSD2 si vedranno solo tra qualche anno. Al momento si tratta di un tema irrilevante, tant'è vero che le banche italiane, con un paio di eccezioni, non hanno fatto nulla per adeguarsi. Siamo ancora nel pieno di una rivoluzione lenta e inesorabile che è iniziata una decina di anni fa...

**Perché proprio una decina?**

Perché nel 2004 è stato definito lo standard della moneta elettronica, mentre nel 2007 è stata approvata la PSD1, che ha definito i ruoli di attori diversi dalle banche che potevano svolgere

servizi finanziari senza essere istituti di credito. Quello è stato il Big Bang, perché ha portato alla deregolamentazione in un settore che fino ad allora era stato totalmente chiuso.

**Un movimento lento e in evoluzione?**

Esatto. Per quanto riguarda le ultime innovazioni, dal lending al mobile payment, è da almeno tre o quattro anni che se ne parla con maggiore insistenza, ma non siamo ancora arrivati al punto in cui dagli early adopter si passa alla collettività.

**Il mondo della monetica è a rischio bolla?**

No, se per bolla intendiamo super-valorizzazioni di soggetti che sostanzialmente fanno tutti la stessa cosa. Piuttosto, mi preoccupa che tutti si stiano

concentrando sul pagamento mobile, quando gli sviluppi possibili sono tantissimi.

**Ad esempio?**

Noi di Soldo abbiamo scelto una sfida ben precisa, che sta funzionando e che ci sta dando ottimi risultati. Abbiamo pensato che concentrarsi sul segmento business dei pagamenti verso terzi fosse il modo migliore per mantenere il vantaggio competitivo che abbiamo rispetto alle banche: la nostra tecnologia è di gran lunga superiore a quella degli istituti di credito. Inoltre, trattandosi di un settore estremamente ridotto e molto complicato, ci permette di massimizzare anche dal punto di vista economico i nostri prodotti.

## e-Commerce, le soluzioni di Mail Boxes Etc. per le aziende

**Micro-logistica e plugin MBE e-Link formano un servizio completo, che va ben oltre la semplice spedizione della merce e libera tempo e risorse**

*a cura della redazione*



I CENTRI SERVIZI MBE OFFRONO ALLE PMI CONSULENZA E SOLUZIONI PERSONALIZZATE

**U**n servizio completo e flessibile che va oltre la semplice spedizione della merce, e che gestisce molti altri importanti aspetti operativi per l'azienda cliente: il ritiro, lo stoccaggio e l'assemblaggio dei materiali, con relativa stampa documenti, fino all'imballaggio professionale e alla spedizione, sia presso il domicilio del cliente finale che presso uno dei Centri MBE, dove il cliente finale potrà effettuare il ritiro comodamente. È la proposta delle soluzioni di micro-logistica offerte dalla Rete Mail Boxes Etc. Il modello è quello del servizio end-to-end fornito alle piccole e medie aziende che vogliono competere sul mercato focalizzandosi sul proprio core business, lasciando ai professionisti di MBE la gestione degli aspetti logistici e di spedizione della propria merce. Inoltre, in un momento storico in cui la trasformazione digitale ha portato cambiamenti radicali nel mondo della logistica e delle spedizioni, è nato MBE e-LINK, il plug-in gratuito e di facile installazione, che consente alle aziende che operano nel mercato dell'e-commerce di integrarsi in modo semplice e diretto con la Rete MBE, che provvede ad effettuare tutte le spedizioni relative alle vendite on-line dei propri clienti azienda.

«MBE e-LINK si inserisce nell'ambito delle

soluzioni a valore aggiunto che la Rete MBE fornisce ai clienti business - dice Giuseppe Rudi, Chief Operating Officer MBE Worldwide - il plug-in, infatti, rende i nostri clienti e-tailer liberi di concentrarsi sulla propria attività e di essere più efficienti, lasciando gestire gli aspetti ed i processi legati alla micro-logistica e alle spedizioni alla competenza e all'esperienza dei Centri Mail Boxes Etc.”

MBE e-LINK non è solo una soluzione tecnica software, ma può comprendere tutto il servizio di gestione logistica di cui i Centri MBE

sono capaci. Prima di tutto, all'arrivo dell'ordine, c'è la creazione automatica delle spedizioni e delle etichette

di spedizione. Si passa poi alla gestione dei dati di spedizione e al loro monitoraggio, alla gestione di listini personalizzati, spedizioni di singoli colli o multi-collo e spedizioni assicurate, fino all'impostazione della chiusura giornata (manuale o automatica con orario) e alla connessione con OnlineMBE per monitoraggio e reportistica spedizioni. L'inventario dei materiali giacenti a magazzino ed eventuali resi e report di aggiornamento permettono di tenere tutto sotto controllo senza dover dedicare all'incombenza non solo tempo, ma anche spazio e risorse altrettanto preziosi, a tutto beneficio della produttività.

### IL GRUPPO MBE

Mail Boxes Etc. (mbeglobal.com - mbe.it) è una delle maggiori reti al mondo di Centri Servizi in franchising che offre servizi di spedizione, micro-logistica, grafica, stampa e comunicazione a supporto delle attività di aziende e privati. I Centri Servizi MBE - gestiti da imprenditori indipendenti e supportati da un team centrale di esperti - offrono ai propri clienti, principalmente piccole e medie aziende, consulenza e soluzioni personalizzate per supportare lo sviluppo del loro business e delle loro attività. Nel 2017, con l'acquisizione di AlphaGraphics e PostNet - due società americane con un'offerta di servizi simile a MBE -, l'italiana MBE Worldwide S.p.A. ha ampliato il proprio network globale raggiungendo circa 2.500 Centri Servizi in 44 paesi, con un fatturato aggregato per il 2017 di circa 830 milioni di euro. Tra le ragioni del successo di Mail Boxes Etc. vi sono la capacità di creare soluzioni personalizzate in base alle esigenze dei clienti, la qualità del servizio, la notorietà del marchio e la continua innovazione nella proposizione dell'offerta di prodotti e servizi.

[www.mbeglobal.com](http://www.mbeglobal.com) - [www.mbe.it](http://www.mbe.it)

## HRC

Il Forum dei Millennials prepara i mestieri di domani



# Flessibilità, studio, opportunità: il futuro spiegato ai millennials

**Da Tiziano Treu a Cesare Damiano, da Maurizio Sacconi a Enrico Giovannini: gli ex ministri del Lavoro si interrogano sulla quarta rivoluzione industriale al Forum organizzato da Hrc**

di **Giordano Fatali**

Ispirato ai Sustainable Development Goals dell'ONU, #IdeasWork rappresenta il lancio del Millennials Ambassadors Forum (Maf) che si configura come luogo di incontro tra due generazioni. Insieme a diversi influenti opinion leader abbiamo sentito l'esigenza di assecondare i venti di cambiamento in atto nella nostra società e costruire una piattaforma innovativa per aiutare le nuove generazioni a plasmare il futuro. Un'iniziativa che si distacca da quanto realizzato finora in tal senso che coinvolge amministratori delegati, top manager di realtà aziendali nazionali e internazionali e rappresentanti istituzionali che saranno presenti il 7 novembre presso la Nuvola Lavazza a Torino insieme a centinaia di giovani che potranno allenarsi a sviluppare idee progettuali per le aziende che aderiscono al Maf. Gli Ambassador, offrendo la loro vision dei trend futuri, svolgeranno una funzione di mentorship nei confronti delle nuove genera-

zioni. Per questo motivo abbiamo elaborato il rapporto annuale Millennials Ambassadors Outlook 2019, frutto di raccolta e analisi di dati provenienti da autorevoli fonti, dalle esperienze dei Millennials Ambassadors e da influencer a livello mondiale, in merito alla programmazione del futuro delle nuove generazioni. Tutto gira intorno al loro avvenire e il nostro scopo è quello di lasciare nelle loro mani un futuro migliore rispetto a quello che stiamo vivendo oggi. Lo smarrimento che provano non è solo professionale, ma anche personale e questo è dovuto anche all'incertezza delle dinamiche sugli scenari internazionali.

«Per accompagnare la quarta rivoluzione industriale è necessario a mio avviso investire in politiche di indirizzo, ma prima ancora in politiche di educazione avanzata, per far sì che la scuola si adatti ai cambiamenti del mondo digitale. I giovani oggi hanno condizioni inferiori rispetto alle persone anziane, sia nelle opportunità di lavoro, sia sui salari quando sono occupati. Un politico lungimirante dovrebbe quindi investire sui giovani e non sui

pensionati», ha dichiarato Tiziano Treu, ex Ministro del Lavoro nel Millennials Ambassadors Outlook 2019.

«Io penso che si debba, comunque, puntare all'occupazione di qualità che è fatta, in primo luogo, di posti a tempo indeterminato. Ma, sappiamo anche che la discontinuità lavorativa è un tratto fondamentale del lavoro in questo tempo: non quella ricercata, ma quella subita. Perciò si devono implementare anche altre politiche. Quel 60% dei posti di lavoro a tempo determinato nati dopo la crisi nei Paesi sviluppati dipendono, probabilmente, anche dalle mutevoli necessità delle imprese nei mercati globali. Guardando alla Germania, è facile vedere che gli operatori delle Agenzie per il lavoro tedesche sono dieci volte il numero di quelli italiani e che, inoltre, sono sorretti da una qualità della loro formazione assai più alta rispetto ai nostri operatori». Così scrive Cesare Damiano, ex Ministro del Lavoro, nel Millennials Ambassadors Outlook 2019.

«La precarietà del lavoro discende dalla realtà e non dalla norma. Le stesse politiche attive, tradizionalmente intese come soccorso straordinario del

lavoratore nella rara fase di disoccupazione, sono superate. Occorrono ecosistemi territoriali di apprendimento continuo, reti locali per l'occupabilità fatte da scuole, università, imprese, fondi interprofessionali, consulenti del lavoro, che inducano tante opportunità di formazione teorica e pratica. Solo giovani integralmente formati, a partire dai principi depositati dalla tradizione, potranno affrontare il cambiamento dominandolo e traendone motivo di soddisfazione professionale», dice

**IN GERMANIA GLI OPERATORI DELLE AGENZIE PER IL LAVORO SONO DIECI VOLTE IL NUMERO DI QUELLI ESISTENTI NEL NOSTRO PAESE**



L'AUTORE, GIORDANO FATALI, PRESIDENTE DI HRC

Da sinistra: Cesare Damiano, Enrico Giovannini, Maurizio Sacconi, Roberto Maroni, Tiziano Treu

Maurizio Sacconi, ex Ministro del Lavoro, nel Millennials Ambassadors Outlook 2019.

È necessario lavorare sul territorio, investire in maniera continuativa sulle strutture amministrative e affrontare una volta per tutte l'accordo con le Regioni. Ad oggi questo quadro così coerente e sistemico manca, come manca ad esempio in Italia un Istituto di studi sul futuro. «Le imprese hanno una grande responsabilità nell'adeguare i propri meccanismi non solo salariali ma di progressione di carriera, che troppo spesso è legata all'anzianità piuttosto che all'eccellenza. Le aziende, soprattutto le piccole e medie imprese, dovranno poi investire maggiormente in formazione per far sì che i propri lavoratori siano al passo con la quarta rivoluzione industriale. Troppo spesso ancora i lavoratori sono considerati come un costo e non come patrimonio dell'impresa», scrive Enrico Giovannini, ex Ministro del Lavoro, nel Millennials Ambassadors Outlook 2019.

Il valore aggiunto del Maf? Gli Ambassador doneranno la loro esperienza ai Millennial anche attraverso consigli utili e pratici. Per le aziende sicuramente sarà l'occasione di dimostrare di essere sensibili ai valori di Corporate Social Responsibility, di Education & Social Value e Employer Branding, per citarne solo alcuni. Con #IdeasWork saremo in grado di proporre attività innovative grazie alla partecipazione di startup che realizzeranno workshop su blockchain, circular economy, reverse mentoring, strategie di job-search in cui i ragazzi saranno coinvolti e avranno la possibilità di entrare in contatto con illustri personalità, grazie a diversi format tra cui per esempio il Give Me 5!, ideato da Seeds&Chips, che consente ai Millennial di incontrare gli Ambassador presenti in una conversazione face-to-face di soli cinque minuti, per esporre idee e progetti e dal confronto ricavarne opinioni e ispirazioni.

## MAF #IDEASWORK (TORINO – NUVOVA LAVAZZA)

Progetta il futuro del lavoro con AD, Manager e Startupper  
7 Novembre 2018 09.30 «SHAPING THE FUTURE»

### 10.15 SHAPING THE FUTURE

#### Welcome & Introduction

Giuseppe Lavazza, Vice Presidente LAVAZZA  
Chiara Appendino, Sindaca di Torino

#### Opening

Luisa Todini, Presidente TODINI FINANZIARIA  
Roberto Maroni, FONDAZIONE ROOT MILLENNIALS  
Giordano Fatali, President and Founder HRC GROUP  
Walter Gai, Managing Partner AMROP  
Edoardo Cesarini, Amministratore Delegato TOWERS WATSON ITALIA  
Presentazione Rapporto Annuale «Millennials Ambassadors Outlook 2019» sul futuro del lavoro e delle professioni – a cura dell'Osservatorio MAF

### 10.45 CONNECTING GENERATIONS

Gli Ambassador presentano gli scenari del futuro legati alla propria realtà aziendale e lanciano il tema business su cui ricevere dai giovani un'idea progettuale attraverso il contest dedicato.

Paola Corna Pellegrini, Amministratore Delegato e Direttore Generale ALLIANZ PARTNERS

Stefano Domenicali, Presidente e Amministratore Delegato AUTOMOBILI LAMBORGHINI

Lavinia Biagiotti, Presidente BIAGIOTTI GROUP

Fabrizio Gavelli, Amministratore Delegato DANONE

Luca Palermo, Amministratore Delegato EDENRED ITALIA

Marc Benayoun, Amministratore Delegato EDISON

Francesco Starace, Amministratore Delegato e Direttore Generale ENEL

Giampiero Massolo, Presidente del Consiglio di Amministrazione FINCANTIERI

Emilio Petrone, Amministratore Delegato GRUPPO SISAL

Enrico Cereda, Presidente e Amministratore Delegato IBM ITALIA

Pierroberto Folgiere, Amministratore Delegato MAIRE TECNIMONT

Eugenio Sidoli, Presidente e Amministratore Delegato PHILIP MORRIS ITALIA

Gianfilippo Mancini, Amministratore Delegato SORGENIA

Marco Gualtieri, Founder & Chairman SEEDS&CHIPS

### GIVE ME 5!

Il format che dà l'opportunità ai giovani innovatori di incontrare i leader esce per la prima volta da Seeds&Chips e sbarca al Forum! Cinque minuti faccia a faccia per trarre ispirazione. Storie di successo di Millennials che hanno trasformato semplici idee in progetti innovativi

Raimondo Gissara, Founder & CEO #BE

Giacomo Barbieri, Co-Founder & CMO DOUBLEBIT

Saverio Zefelippo, Vice Curator GLOBAL SHAPERS MILANO

Tommaso Guerra, Founder & CEO GOLEE

Flavio Accossato, CEO NOVIS LAB

Damiano Ramazzotti, Founder & CEO WETIPP

Vittorio Dini e Diletta Milana, Presidente e Vice Presidente YEZERS

### 12.30 CONCLUSIONI ISTITUZIONALI

Antonio Tajani, Presidente del Parlamento Europeo

Messaggio di Marco Bussetti, Ministro dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

Lorenzo Fontana, Ministro per la Famiglia e le Disabilità

Marco Podeschi, Segretario di Stato per l'Istruzione e Cultura e Università, Ricerca, Informazione, Sport, Innovazione tecnologica e Rapporti con l'A.A.S.S. REPUBBLICA

DI SAN MARINO

### 12.45 – 16.30 MILLENNIALS CORNER & WORKSHOP

## Durigon: «Largo alle imprese che vogliono evolversi»

### **SI AL VOUCHER CHE FINANZIERÀ IL MANAGER CAPACE DI PILOTARE L'INNOVAZIONE**

**Uno degli obiettivi del Governo è la crescita dell'occupazione. Con un occhio di riguardo alle esigenze di imprese e manager**

*di Gianluca Zappolini*

#### **PIÙ INNOVAZIONE NELLE IMPRESE ITALIANE.**

E più competitività, pena rimetterci in fatturato e l'Italia in qualche decimale di Pil, che in tempi di esami da parte dell'Ue non è un dettaglio. Per questo le proposte che Federmanager mira a incastonare nella manovra appena approvata in parlamento (si veda l'altro articolo in pagina) vanno nella direzione giusta. Lo fa capire senza troppi giri di parole il sottosegretario al Lavoro, Claudio Durigon, in questa intervista a Economy.

#### **Sottosegretario, quanto conta oggi per le imprese saper innovare?**

Uno dei principali obiettivi dell'azione di governo è la crescita dell'occupazione. E una delle strade per raggiungere questo obiettivo è conoscere le esigenze e le caratteristiche di imprese e manager che ogni giorno si trovano ad affrontare le sfide del mercato globale. L'assioma della cosiddetta quarta rivoluzione industriale non può prescindere da un percorso di trasformazione digitale delle nostre Pmi attraverso l'inserimento di risorse manageriali esperte nell'innovazione tecnologica e di processo, introducendo degli appositi incentivi, con l'obiettivo di creare i presupposti per accrescere la capacità competitiva di tali aziende nel tempo.

#### **Dunque le proposte di Federmanager sono un buon contributo alla causa...**

Non può che leggersi in chiave estremamente

positiva la proposta di Federmanager per l'istituzione di un voucher come strumento incentivante alle imprese che assumono un innovation manager, intesa come quella figura professionale in grado di assicurare la gestione delle attività di un'impresa inerenti processi di innovazione del business, in termini di processi organizzativi, prodotti/servizi e pensiero manageriale, stimolando la ricerca di soluzioni legate alla digital transformation e favorendo culturalmente l'introduzione e il consolidamento di idee innovative in azienda per lo sviluppo di un vantaggio competitivo sul mercato con la conseguente crescita del business.

#### **Bisogna ammettere però che non è sempre facile traghettare la forza lavoro nell'era 4.0...**

L'innovazione dei modelli di business è centrale per l'industria 4.0, ma se il governo precedente ha puntato prevalentemente sull'innovazione dei macchinari, l'attuale governo deve necessariamente intervenire sui beni immateriali, sugli elementi intangibili dell'innovazione e cioè sul capitale umano, sulle competenze e soprattutto su quelle manageriali per far funzionare l'impresa 4.0. La trasformazione in atto non è solo tecnologica, è soprattutto culturale. Occorre pertanto un salto da parte di tutti gli attori dell'industria italiana cogliere il senso dei cambiamenti in atto e il loro impatto sul business e sull'economia del Paese.

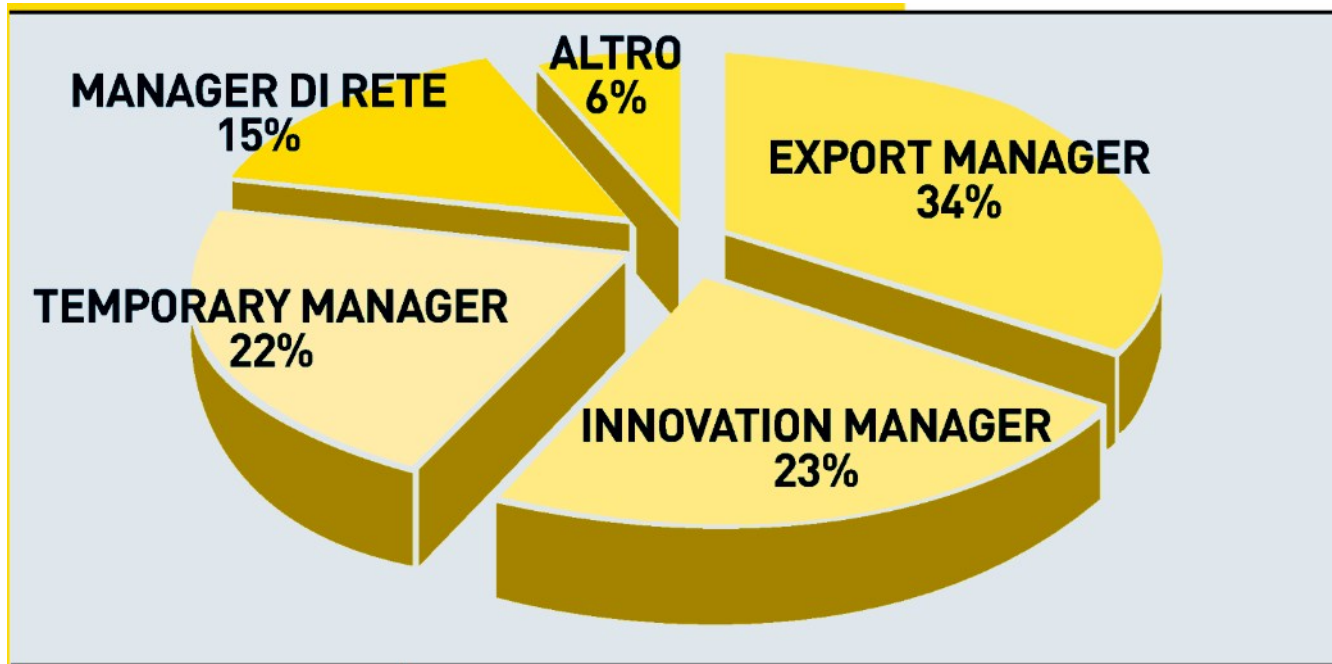
#### **Che cosa vuol dire oggi la parola manager?**

Dopo la crisi, per ripartire è quanto mai necessario saper cogliere le opportunità che paradossalmente sono state prodotte da questa. Mi riferisco alla possibilità di creare una rete che inneschi una rinnovata cultura manageriale all'interno del nostro sistema produttivo sempre più caratterizzato da piccole imprese. Si tratta, quindi, di riorganizzare i fattori della produzione con criteri manageriali, anche attraverso le possibilità offerte dalla ricollocazione di manager espulsi dal mercato del lavoro, in grado di affiancare le competenze dell'imprenditore nella nuova logica dell'impresa 4.0.



CLAUDIO DURIGON, SOTTOSEGRETARIO AL LAVORO

**FEDERMANAGER / Una proposta di legge per finanziare le Pmi che assumono dirigenti**



**INNOVARE NON È UN OPTIONAL:  
È UN AFFARE DA EXECUTIVE**

**Traghettono l'impresa nella rivoluzione industriale 4.0 è compito dell'innovatore manager. Una figura qualificata che affianca l'amministratore delegato per un business plan ad alta competitività**

*di Gianluca Zapponini*

**D**iciamolo, non è davvero un caso se l'ultimo Nobel per l'economia ha premiato studi sull'innovazione. Se c'è un antidoto allo spread, alla crisi dei dazi e alla concorrenza più serrata è proprio l'innovazione. Qualcosa di cui le imprese italiane hanno un disperato bisogno per crescere e competere dentro e fuori i confini nazionali. E in Federmanager, l'associazione nazionale dei dirigenti e quadri industriali, lo sanno fin troppo bene. Troppo grande la sfida della globalizzazione per non fare dell'innovazione una specie di way of life industriale. E dunque cercare di affidarsi qualcuno in grado di traghettare il proprio business nell'era 4.0, senza troppi traumi. Perché la verità è che chi non innova non compete e chi non compete è perduto. Problema: non tutti gli imprenditori

**LA SFIDA DELLA GLOBALIZZAZIONE  
 IMPONE L'AGGIORNAMENTO CONTINUO  
 DEI DIRIGENTI E QUADRI INDUSTRIALI.  
 LO SA BENE FEDERMANAGER**

sono dotati della giusta visione e lungimiranza nel captare i segnali del futuro. Per questo laddove non arriva l'azionista subentra in affiancamento il manager per prendere il timone dell'azienda e portarla sulla rotta giusta prima di scontrarsi con l'iceberg. È l'innovation manager, figura nata negli anni Novanta e importata in Italia con un discreto successo. Qualcosa di non più facoltativo per chi non vuole rischiare di rimanere tagliato fuori dal mercato. Funziona in questo modo. L'azienda in cerca di una nuova pelle, molto spesso una pmi, si rivolge a un manager molto qualificato da affiancare all'amministratore delegato di turno. Il tutto per redigere un business plan a prova di mercati e dall'alto tasso di competitività. L'occasione per dare nuovo impulso alla figura

A destra,  
Stefano Cuzzilla,  
presidente di Federmanager



dell'innovation manager è dietro l'angolo. La manovra in dirittura di arrivo, la prima colorata di gialloverde, potrebbe riservare delle novità. La federazione guidata dal presidente Stefano Cuzzilla ha deciso infatti di scendere in campo con ben due proposte di legge, rigorosamente in chiave innovazione. E delle quali si parlerà diffusamente in occasione del convegno promosso dalla stessa Federmanager il prossimo 22 ottobre, alla quale prenderà parte tra gli altri, il sottosegretario al Lavoro in quota Lega, Claudio Durigon (si veda l'intervista nella pagina a fianco).

La prima proposta da inserire nella prossima legge di Bilancio prevede tecnicamente l'introduzione di un contributo a fondo perduto sotto forma di voucher per "l'acquisizione di competenze professionali di supporto alle imprese che intendono investire in innovazione e tecnologie digitali". Nella sostanza si tratta di una sorta di premio sotto forma di incentivo per quelle aziende che decidono di affidarsi a un professionista al fine aggiornare il proprio business. L'agevolazione chiesta da Federmanager è corrisposta alle micro, piccole e medie imprese che hanno assunto nuove risorse manageriali,

**FEDERMANAGER HA PRESENTATO  
DUE PROPOSTE DI LEGGE PER AGEVOLARE  
L'ACQUISIZIONE DI COMPETENZE  
ANCHE ATTRAVERSO VOUCHER AD HOC**

anche in forma temporanea, a patto che il dirigente dagli elevati standard professionali ingaggiato si occupi esclusivamente di progetti legati all'innovazione dell'azienda.

La portata finanziaria della misura non è trascurabile. Il voucher ammonterebbe nei calcoli di Federmanager a circa 40.000 euro su base annua. Così facendo, stanziare per esempio una quarantina di milioni nell'ex Finanziaria equivarrebbe a incentivare circa un migliaio di imprese. D'altronde, come si legge nello stesso preambolo della proposta e che Economy ha potuto visionare in anteprima,

quello dell'innovation manager non è certo un compito facile, essendo chiamato "culturalmente all'introduzione e al consolidamento di idee innovative in azienda per lo sviluppo di un vantaggio competitivo sul mercato con la conseguente crescita del business".

La convenienza della misura sta anche nelle coperture finanziarie. Gli 80 milioni (40 nel 2019 e 40 nel 2020) deriverebbero direttamente da un'equivalente riduzione del fondo per lo sviluppo e la coesione, vale a dire quei soldi che lo Stato destina con cadenza pluriennale a programmi per

il superamento degli squilibri economici e sociali. Un'operazione a saldo zero visto che

la spinta all'innovazione prevista nella proposta targata Federmanager andrebbe nei fatti a compensare la minor dotazione del fondo per la coesione.

Non è tutto. C'è un'altra proposta di legge messa sul piatto dai dirigenti italiani. La quale prevede uno sgravio fiscale per le somme di fine rapporto percepite dai dirigenti e da essi eventualmente reinvestite in pmi operanti in settori innovativi. In pratica, presa la buonuscita o il Tfr, il manager che reinveste parte della quota in una startup può ottenere delle agevolazioni Irpef. Anche questa è crescita.

## Cardoni: «Tutto va finalizzato alla crescita»

**Il direttore generale di Federmanager: «La nostra proposta ha trovato spazio in manovra, vedremo in che termini. Noi comunque siamo pronti»**



**C**rescita, crescita e ancora crescita. Peccato, nella manovra si poteva fare di meglio, ma tant'è. Mario Cardoni (nella foto), direttore generale di Federmanager, la prende con filosofia quando gli si chiede un parere sullo stato d'animo dei manager nei giorni convulsi delle polemiche, interne e comunitarie, sulla legge di Bilancio gialloverde e della trattativa con l'Europa. «Questo è un Paese che ha bisogno di guardare avanti,

di innovarsi e di crescere. Non dobbiamo mai perdere di vista questi obiettivi. Gli imprenditori e naturalmente i manager che noi rappresentiamo chiedono questo. Perché solo con la crescita c'è lavoro, benessere e dunque occupazione». Cardoni non esita a indicare le priorità del momento. «Penso al taglio del cuneo fiscale che sarebbe stata la vera occasione per rilanciare la crescita in questa manovra alleggerendo le aziende di un carico

pesante. Perché il pil prima di tutto si fa con le imprese. Poi c'è l'energia, le infrastrutture delle quali questo Paese ha bisogno più che mai». Il numero due della federazione si sofferma poi sul ruolo dei dirigenti. «In una delle due proposte di legge abbiamo previsto un premio, sotto forma di voucher, per quelle imprese che assumono un manager per innovare il proprio business. Abbiamo già avuto un'interlocuzione proficua con il governo e la

nostra proposta ha trovato spazio in manovra, aspettiamo però di capire in che modo è stata formulata. Noi comunque siamo pronti, prontissimi, abbiamo decine di figure qualificate pronte a entrare in azione per le imprese. Perché l'innovazione è forse il miglior investimento che si possa fare in un Paese che vuole competere».

**PARTERRE**

## Tim, cda per l'Antitrust Le cessioni in comitato

*Il cda Tim di oggi non ha i dossier Sparkle e Persidera all'ordine del giorno, bensì tematiche Antitrust. In particolare l'Authority della concorrenza ha avviato un procedimento per l'ipotesi di abuso di posizione dominante relativo al mercato della fibra, dapprima per il progetto Cassiopea (investimenti in aree a fallimento di mercato) e poi per altre condotte nei rapporti con gli operatori alternativi. Telecom ha già presentato degli impegni, che sono stati sottoposti al vaglio del mercato, e ora dovrebbe integrarli entro fine mese sulla base delle interlocuzioni con gli uffici dell'Antitrust. Il capitolo cessioni sarà invece sul tavolo del comitato strategico, presieduto da Fulvio Conti, con l'ad Amos Genish e i consiglieri Massimo Ferrari, Luigi Gubitosi, Rocco Sabelli e Arnaud de Puyfontaine. Per Sparkle si tratta di ratificare il mandato a Rothschild per la "valorizzazione" della rete internazionale sulla quale insiste il golden power, in quanto strategica per la sicurezza e la difesa nazionale. Per Persidera (70% Tim e 30% Gedi) si deve decidere sull'esclusiva tra le due offerte: Telecom preferisce il fondo ISquared, Gedi invece Raiway (assistita da Mediobanca), che ieri sera ha migliorato la proposta sulla parte infrastrutturale per l'equivalente di 17 milioni. (A.O.)*



## MEDIASET

### La fiducia di Vivendi sarà sotto esame ad ogni assemblea

Anche in futuro Mediaset farà analizzare dal cda l'ammissione in assemblea di Simon Fiduciaria a cui Vivendi ha trasferito il 19,19%. Lo ha annunciato il gruppo dopo l'impugnazione delle delibere dell'assise dello scorso 27 giugno.



**SARÒ FRANCO**

## LA CRESCITA NON SI COSTRUISCE CON I DAZI O I SUSSIDI, MA CON L'INNOVAZIONE E LA CULTURA

**LE SCELTE DI JACK MA, IL TYCOON CINESE CHE HA RISPOSTO DURAMENTE AL PROTEZIONISMO USA**

**NEGLI ULTIMI ANNI L'ITALIA SI È AUTOESCLUSA DALLE PARTITE CHE SI GIOCANO SULLE NUOVE TECNOLOGIE**

**di Franco Tatò**

**J**ack Ma è uno straordinario imprenditore cinese, che dopo vari mestieri, qualche delusione e qualche rifiuto – ha tentato dieci volte di iscriversi ad Harvard senza riuscirci – nel 1999 con un gruppo di amici ha fondato la società che sarebbe diventata Alibaba, equivalente cinese di Amazon con uno spettro più vasto e qualche vantaggio tecnologico. Infatti, nel 2017 Alibaba ha prodotto più fatturato e profitti di Amazon, eBay e Walmart combinate, con un valore di borsa di oltre 500 miliardi di dollari. Ovviamente Jack Ma è una delle persone più ricche della Cina. L'aspetto più interessante dello sviluppo di Alibaba è che questi risultati sono stati raggiunti in poco più di dieci anni e non dopo decenni di perdite, come nel caso di Amazon. Cose possibili solo in Cina, dove Ma ha certamente goduto di condizioni di partenza particolarmente favorevoli; e non lo dico per sminuirne i meriti eccezionali, ma per ricordare che in Cina ha avuto l'opportunità di partire fin dall'inizio con gli smart phone diffusissimi, con un'infrastruttura di telecomunicazioni moderna, una popolazione innamorata della tecnologia e il sostegno governativo per lo sviluppo del commercio digitale. Alibaba ha cominciato con una sofisticata piattaforma per l'intermediazione business to business, per poi espandersi nel retail, nelle

tecnologie e nei pagamenti on line soprattutto col telefono mobile, mercato che domina con il 50% di market share, praticamente soppiantando le carte di credito. In altre parole un Jack Ma in Italia, con le nostre telecomunicazioni, dove dopo anni non si riesce a far funzionare il wifi in treno, non sarebbe probabilmente andato molto lontano. E questo mi fa ricordare che nel 2001, agli albori di Wind, avevamo preso accordi con Banca Sella per iniziare in Italia la sperimentazione dei pagamenti con telefono mobile e fummo fermati dall'allora ministro del Tesoro Giulio Tremonti, nostro azionista di controllo, con modalità piuttosto brusche. Sarebbe stato un grande vantaggio competitivo non solo per Wind, ma per l'Italia. Non credo che con l'attuale governo antiscientifico, orientato al cambiamento senza innovazione tecnologica, la cosa avrebbe un esito più positivo e comunque arriveremmo buoni ultimi. Nel mese di settembre Jack Ma fatto due annunci interessanti. Nel primo ha detto che nel settembre del 2019 lascerà la guida del Gruppo per dedicarsi a progetti filantropici ed educativi e credo che non finirà di stupirci anche se con modalità cinesi. A succedergli non sarà suo figlio o un altro parente stretto come nella tradizione italiana, ma Daniel Zhang, un giovane manager molto brillante che negli ultimi anni ha guidato il settore retail ed è conosciuto

come l'inventore della single's Day Shopping Holiday, ovvero la festa del celibato, che ha triplicato le vendite giornaliera. Il secondo annuncio è stato la cancellazione del programma per creare un milione di posti di lavoro negli Stati Uniti nei prossimi cinque anni, che aveva promesso a Donald Trump in un incontro circa un anno fa, in conseguenza della guerra commerciale dichiarata alla Cina dallo stravagante Presidente Americano. Pochi giorni prima si era saputo delle difficoltà Cinesi a rispondere agli ultimi 200 miliardi di dazi imposti da Trump. Il significato dell'annuncio di Jack Ma è il messaggio che nel nuovo secolo non si vince la guerra commerciale tassando i prodotti e questa è anche una chiara indicazione di risposta di sistema, quindi di condivisione degli obiettivi di leadership nell'economia digitale del governo cinese. Non solo. Un importante imprenditore cinese ha dichiarato che nel sud della Cina partirà un intenso programma di investimenti industriali, per accelerare lo sviluppo dell'industria 4.0 in modo da rendere inefficaci i dazi americani: al sistema medioevale dei dazi e dei muri si risponde con la tecnologia e da questo la Cina avrà un sicuro vantaggio competitivo. Quindi la risposta a più dazi sarà più tecnologia. Trump ha ragione nel voler fermare il trasferimento quasi obbligato di tecnologia

alle aziende cinesi per scopi commerciali. Ma il tempo passa rapidamente: l'industria automobilistica ha trasferito in Cina tecnologie ormai obsolete perché il mercato cinese prevede solo auto elettriche a partire dal 2022, e per le auto elettriche i cinesi saranno ampiamente autonomi. Discorsi analoghi si possono fare per altri settori, come l'intelligenza artificiale o la robotica. Questo cambia il livello dello scontro che potrebbe trasformarsi in competizione con politiche illuminate al momento estranee all'esecutivo americano. Da queste partite l'Italia è esclusa per sua stessa scelta, ma forse è ora di preoccuparsi seriamente. Capisco che a una popolazione interessata al reddito di cittadinanza e a pensioni anticipate rispetto all'incremento delle aspettative di vita e che vuole, giustamente, pagare meno tasse, è difficile dire che si deve studiare di più, lavorare di più: non a caso dalla grande manovra economica riformista la grande assente è l'educazione. L'unica speranza è che si componga la guerra economica, che si eviti la guerra cinetica e si passi alla guerra dell'informazione, cioè alla competizione culturale, nella quale trovi spazio anche la coltivazione della bellezza, dello stile, dell'arte, cioè delle componenti di un'umanità migliore e non solo aumentata, aprendo prospettive interessanti per la parte migliore dell'Italia.

