

## Rassegna del 30/09/2019

\*\*\*

L'Economia del Corriere della Sera	4	La lotta al contante? Può portare 12 miliardi (e i comuni facciano la loro parte)	De Molli Valerio	1
L'Economia del Corriere della Sera	2	Lotta all'evasione, facciamola (davvero) E i soldi usiamoli per tagliare le tasse - Evasione Così possiamo catturare le tasse sommerse	de Bortoli Ferruccio	3
Il Fatto Quotidiano	2	Meno Iva a chi paga con carta e +1-1,5% a chi usa i contanti - Meno Iva se paghi con carta e +1-1,5% se paghi in contanti	De Rubertis Patrizia	5
Libero Quotidiano	1	Carte di credito, fregatura - Carte di credito, fregatura: ti mangiano soldi	Zulin Giuliano	7
Mattino	4	Sommerso e analfabetismo digitale ecco perché la moneta 2.0 non sfonda	Iuliano Valerio	9
Giorno - Carlino - Nazione Economia&Lavoro	11	Il lento addio a contanti e assegni Un futuro di pagamenti digitali anche per i consumatori italiani	Telara Andrea	11
Giorno - Carlino - Nazione Economia&Lavoro	13	La proposta «Sgravi fiscali a chi utilizza la moneta elettronica»	...	13
Giorno - Carlino - Nazione Economia&Lavoro	13	Intervista ad Alberto Dalmasso - «Shopping con il mio smartphone» L'esperto: servizi semplici e sicuri per incentivare i sistemi alternativi	Ferri Franca	14
Repubblica Affari&Finanza	54	Focus Osserva Italia - Cresce la spesa digitale nel carrello l'online accelera con prezzo e servizi	Frojo Marco	16
Foglio Inserto	2	La moneta digitale	Roberto Luca	18
Repubblica Affari&Finanza	44	Pixel - Il vero volto della valuta virtuale di Facebook	D'Alessandro Jaime	19
Repubblica Affari&Finanza	18	Intervista a Pavan Pidugu - "Walmart sfida Bezos con app, robot e cloud"	De Ceglia Vito	20
Repubblica Affari&Finanza	43	Speaker e assistenti: Amazon vince entrambe le partite	Assante Ernesto	22
Repubblica Affari&Finanza	60	Focus Tecnologia - Il rebus della sicurezza informatica ora va considerata bene pubblico	Frollà Andrea	24
Repubblica Affari&Finanza	61	Intervista a Gene Reznik - Focus Tecnologia - Lotta senza confini ai pirati digitali le aziende puntano sui baby talenti	a.fr.	26
L'Economia del Corriere del Mezzogiorno	5	Intervista a Giovanni Reccia - Giovanni Reccia «Vi racconto la caccia ai pezzotti» - «A caccia di pezzotti e di storia»	Agrippa Angelo	28
Italia Oggi Sette	4	Dati sensibili in rete, oblio più facile - Tutela a fasi alterne per i dati personali che circolano in rete	Ciccia Messina Antonio	31
Italia Oggi Sette	5	Deindicizzazione ma non per tutti	...	33
Repubblica	28	Il diritto all'oblio riordina il web	Soro Antonello	34
Repubblica Affari&Finanza	44	L'e-health europeo sbarca a Riad	Maccari Valerio	35
Repubblica Affari&Finanza	12	Il commento - Il monopolio ai tempi dell'economia digitale	Iannoni Fabrizio - Pastore Alberto	37
L'Economia del Corriere della Sera	18	La stanza dei bottoni - Iacovone (EY) fa l'appello a Capri	Cinelli Carlo - De Rosa Federico	38
L'Economia del Corriere della Sera	34	***Industria 4.0 cercansi incentivi permanenti - Aggiornato	Del Barba Massimiliano	40
L'Economia del Corriere della Sera	34	Benvenuti al Sud del futuro	Ba. Mill.	42
L'Economia del Corriere della Sera	28	Innovazione e ambiente cambiare «pelle» si può	Ferré Giusi	43
L'Economia del Corriere della Sera	35	La fabbrica intelligente si mostra a Bari	Ba.Mill.	45
L'Economia del Corriere della Sera	35	Intervista ad Alberto Baban - Dai prodotti ai servizi La scommessa è questa	Del Barba Massimiliano	46
L'Economia del Corriere della Sera	37	La sfida di Oracle pmi sulla nuvola	Gambarini Francesca	48
L'Economia del Corriere della Sera	24	Eresie digitali - Microsoft ha capito per prima la lezione	Segantini Edoardo	50
Repubblica Affari&Finanza	70	Rapporti Innovazione - La vetrina dell'officina intelligente	Frojo Marco	51
Repubblica Affari&Finanza	71	Rapporti Innovazione - Formazione, l'impresa non può fare tutto	Frollà Andrea	53
Stampa	18	Intervista a Benedetto Levi - "Iliad prepara la sfida di Internet E le tariffe resteranno bloccate"	Riccio Sandra	55
Repubblica Affari&Finanza	26	Intervista a Mario Di Mauro - Sparkle: "BlueMed un super cavo per vincere la sfida del traffico dati"	Carli Stefano	57

# LA LOTTA AL CONTANTE? PUÒ PORTARE 12 MILIARDI (E I COMUNI FACCIANO LA LORO PARTE)

Se le transazioni elettroniche si allineassero alla media Ue, salirebbe di tanto il gettito Iva. Il Rapporto Community Cashless Society 2019

**A causa dell'evasione, negli ultimi dieci anni l'Italia ha perso 390 miliardi di Imposta sul valore aggiunto: è il 17% del debito pubblico**

di **Valerio De Molli\***

**L'**Italia è un Paese ancora fortemente (troppo) dipendente dal contante, in cui solamente il 23% delle transazioni avviene con strumenti di pagamento cashless. Inoltre, la cash intensity misurata da The European House - Ambrosetti come l'incidenza del contante sul Pil nazionale ha addirittura registrato un peggioramento nell'ultimo anno (da 11,8% a 11,6%), confermando la posizione del nostro Paese nella top 35 dei peggiori al mondo, con compagni di viaggio come il Gambia, il Pakistan, il Kirghizistan e il Guatemala.

## I costi

Il contante in circolazione genera un costo significativo per l'economia italiana: circa 10 miliardi di euro, come misurato dalla Banca d'Italia, distribuito tra tutti i cittadini. Siamo uno dei peggiori Paesi tra i 28 dell'Unione europea e di questo fatto c'è poca, quasi nessuna, consapevolezza. Ma c'è un altro indicatore che merita la nostra massima attenzione: il Vat gap - ovvero l'Iva che non viene riscossa a causa dell'evasione fiscale - che in Italia ammonta a 35,9 miliardi di euro. A causa dell'evasione, negli ultimi 10 anni, l'Italia ha perso qualcosa come 390 miliardi di euro di gettito Iva, pari a circa il 17% del debito pubblico attuale.

Questi numeri devono richiamare all'attenzione l'urgenza assoluta di intervenire a favore della transizione cashless del nostro Paese, a partire dalla Legge di bilancio di quest'anno.

Le analisi della Community Cashless

Society, la piattaforma di confronto per la diffusione dei pagamenti elettronici in Italia lanciata da The European House-Ambrosetti nel 2015 e che coinvolge i principali attori della filiera, dimostrano che se le transazioni elettroniche in Italia (46 pro-capite) si allineassero all'attuale media dell'Ue (135 pro-capite), il Paese potrebbe ridurre il Vat gap di 12,5 miliardi di euro all'anno. Questo riporterebbe l'Italia quantomeno in linea con i valori di evasione Iva di economie comparabili, quali la Francia e la Germania.

È evidente che un Paese avanzato, soprattutto se ha un debito pubblico mostruoso come il nostro, non può permettersi di dimenticare una fetta così importante di gettito che può essere recuperata incentivando la diffusione dei pagamenti elettronici. Con la prossima legge di Bilancio, il nuovo governo ha l'occasione di cogliere questa sfida ed è importante che anche i rappresentanti del mondo produttivo - come testimonia da ultima la proposta di Confindustria - si posizionino chiaramente dalla parte della «cashless revolution» e dei suoi effetti benefici per l'economia italiana.

Nel Rapporto 2019 la Community Cashless Society ha formulato una serie di proposte di policy funzionali a ridurre il sommerso in Italia. La prima riguarda l'entrata in vigore di misure sanzionatorie per esercenti e professionisti che non accettano pagamenti con carte di credito o di debito. Si tratta di una misura attesa da anni e che è stata incredibilmente messa in stand-by dalla decisione del Consiglio di Stato dello scorso 1° giugno.

La seconda misura riguarda l'introduzione di un sistema di detrazioni e deduzioni condizionato, in logica progressiva, a una percentuale minima di spese sostenute con strumenti tracciabili. È anche grazie a queste misure che la Grecia nel 2014-2016 ha recuperato un gettito Iva di circa 400 milioni, che in proporzione alla più piccola

economia è come se noi in Italia avessimo recuperato 2,4 miliardi di euro.

Il terzo ambito prioritario riguarda la pubblica amministrazione che necessita di un'azione pro-cashless sia sul canale fisico che su quello digitale. Per il primo è importante avere una visione e fissare una data entro cui la pubblica amministrazione si impegni a non accettare più contante ai propri sportelli. Per il canale digitale è invece necessario sfruttare il volano di pagoPA, che ha raggiunto un volume di transato di 7,8 miliardi. Si dovrebbe infatti garantire che tutti i Comuni attivino i pagamenti su pagoPA, perlomeno sulle tasse di ammontare complessivo maggiore (ad esempio Tari, multe e tasse scolastiche).

## Laboratorio Milano

Il caso di maggior successo in Italia sull'uso di pagoPA è Milano. I motivi di questo primato sono legati al fatto che Milano ha attivato su pagoPA, già nel 2017, il tributo principale in termini di entrate per il Comune, la tassa sui rifiuti (Tari). Si sono aggiunte, nell'anno successivo, le tasse d'iscrizione alle scuole d'infanzia e i bolli Suv (Sportello unico eventi)/Suap (Sportello unico attività produttive). A breve sono inoltre attese le rette dell'educazione scolastica, le multe e gli altri tributi. La Community Cashless Society ha calcolato che se tutti i Comuni italiani si allineassero alle performance del Comune di Milano per il pagamento di Tari e multe, i benefici ammonterebbero a 375 milioni all'anno. L'assesso-



ra alla Trasformazione digitale e Servizi civici, Roberta Cocco, ci dimostra quindi che è possibile con piccoli costi operativi e tanta visione, leadership e determinazione ottenere risultati.

Queste azioni rafforzerebbero anche la filiera italiana dei pagamenti elettronici che, secondo le stime di The European House-Ambrosetti (ma è poco risaputo), comprende 1.600 imprese che generano un fatturato di 11,7 miliardi e un valore aggiunto di 8,2 miliardi con 21 mila occupati.

La strada verso la modernità dei sistemi di pagamento è segnata dai Paesi benchmark internazionali che, come nel caso svedese o estone, stanno addirittura programmando di eliminare del tutto l'uso del contante nei prossimi anni. L'Italia ha l'occasione di accelerare, la lotta per la trasparenza non può più essere rimandata.

*\*Managing partner e ceo  
The European House Ambrosetti*

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**L'Economia**  
L'articolo del  
16/9 di Ferruccio  
de Bortoli

# LOTTA ALL'EVASIONE, FACCIAMOLA (DAVVERO) E I SOLDI USIAMOLI PER TAGLIARE LE TASSE

Vale almeno 109 miliardi  
La meno pagata è l'Iva  
collegata al lavoro nero

Le ricette per abbattere  
le disuguaglianze  
di **Ferruccio de Bortoli, Valerio De Molli,  
Federico Fubini 2, 3, 4, 5**

Se il governo rinunciasse ai «perdoni» e all'inutile evocazione delle manette, si potrebbe recuperare una parte dei 109 (o più) miliardi che mancano al Fisco.

Con il tracciamento. Ma anche con la rimodulazione dell'Iva per avere più equità

## EVASIONE

### COSÌ POSSIAMO CATTURARE LE TASSE SOMMERSE

Secondo un'analisi di Prometeia i mancati versamenti  
valgono quasi il doppio degli interessi che paghiamo  
ogni anno sul debito. Bisogna incidere sul lavoro nero

di **Ferruccio de Bortoli**

**L'**impegno a ridurre l'evasione fiscale, non solo a parole, è un segno di discontinuità da apprezzare. Se solo si mettesse fine alla lunga teoria di condoni, concordati, scudi, saldi e stralci - che ha rappresentato negli anni una gigantesca lezione di diseducazione civica - si realizzerebbe una piccola rivoluzione. Un serio cambio di paradigma civico. Basterebbe, dunque, riporre definitivamente in soffitta la stagione del perdonismo fiscale. Un'attitudine italiana, certo, ma anche un'inclinazione furbastra della politica. Ovvero la necessità di reperire fondi «pochi, maledetti e subito», unita alla tentazione di guadagnare o non perdere voti. Ma anche nella lotta all'evasione fiscale il meglio (apparente) può essere nemico del bene (reale). In due modi.

Primo: lasciarsi prendere da quell'istinto rivendicativo e giustizialista che si annida a sinistra e nutre molte delle pulsioni grilline. Condensato, per esempio, nell'enfasi con la quale si parla delle cosiddette «manette agli evasori». Uno slogan populista più che una seria promozione della

cosiddetta *compliance*. Non si risolve tutto scatenando i controlli della Guardia di Finanza - ammesso che si possano estendere a tappeto - e nemmeno sventolando il deterrente del carcere che già in passato ha dimostrato di essere inefficace. Quanto sarebbe credibile uno Stato occhiuto e arcigno dopo anni di lassismo e complicità con diverse categorie? E come potrebbe conciliarsi questo ipotetico susulto di severità - che alla fine sarebbe di pura facciata - con la necessità di accompagnare il contribuente, compren-



dendone le difficoltà, strappandolo dal «nero»? In sintesi, mostrando il volto di quel Fisco «amico» di cui si parla da anni?

Il secondo modo riguarda l'impiego dei proventi della lotta all'evasione. Se non dovessero andare, ancora una volta, ad alleggerire il peso fiscale dei contribuenti onesti e regolari, cioè di coloro che pagano più del dovuto (in particolare dipendenti e pensionati) si perderebbe un'altra occasione di equità sociale. E non si premierebbero - passaggio fondamentale affinché la compliance fiscale diventi un risvolto ineludibile della cittadinanza - quegli italiani che hanno fatto sempre fino in fondo, regolarmente, anche attraverso sacrifici personali, il loro dovere di contribuenti.

## Le nuove statistiche

In attesa di conoscere oggi la Nota di aggiornamento del documento di economia e finanza (Nadef) - che molto dirà sugli orientamenti di politica economica del governo giallorosso - è utile dare uno sguardo a un *paper* di Prometeia in via di pubblicazione. L'associazione di studi economici bolognese confronta l'evasione fiscale italiana con quella di altri Paesi. Lo studio segnala innanzitutto la difficoltà di stimare il fenomeno. Secondo i dati ufficiali (che verranno aggiornati dal Nadef) il tax gap, ovvero la differenza tra le tasse dovute e quelle pagate, è di 109 miliardi l'anno, in media nel periodo, il 6,4 per cento del Pil, il Prodotto interno lordo. Circa il doppio dell'ammontare di interessi pagati ogni anno sul debito pubblico. Ma per altre ricerche, la nostra evasione - che ci pone al primo posto tra i Paesi europei - è ancora maggiore. Prometeia cita un rapporto del Parlamento europeo che stima un ammontare di evasione delle tasse domestiche, nell'intera Unione, oscillante tra i 750 e i 900 miliardi di euro all'anno. In media si evaderebbe il 5,5 per cento del Pil comunitario. In questo caso, per una diversa valutazione della nostra economia sommersa, il tax gap italiano salirebbe addirittura al 12 per cento del Pil. L'Iva è la tassa più evasa. Secondo la Commissione europea (dati relativi al 2017), gli Stati membri avrebbero perso 137 miliardi di gettito Iva, di cui 33 miliardi in Italia, 25 in Germania, 12 in Francia. Sostanzialmente un quarto dell'Iva italiana sarebbe regolarmente elusa.

Questo fenomeno avrebbe, secondo Prometeia, una stretta relazione con l'evasione da redditi di lavoro autonomo e piccole imprese che in Italia - particolare da non sottovalutare per non fare di ogni erba un fascio - è molto più sviluppato che negli altri Paesi. Coinvolge il 23,8 per cento degli occupati contro il 14,9 nella media europea. Per questi red-

diti il tax gap, è cresciuto dal 64,2 per cento del 2011 al 67,8 del 2016 mentre, nel corrispondente periodo, il tasso di evasione dell'Iva si è seppur di poco contratto, dal 27,5 al 26,4 per cento. Come se ci fossero due vasi comunicanti: riduco il livello di evasione da una parte, si accresce dall'altra. «Il grosso dell'evasione sta qui - commenta Lorenzo Forni, segretario generale di Prometeia - e dunque una seria lotta al nero passa dall'Iva, anche da una eventuale rimodulazione delle aliquote e soprattutto da strumenti che incentivino la tracciabilità delle transazioni, come la fatturazione elettronica - che secondo le stime dà un gettito di 2 miliardi superiore alle attese - e dai pagamenti digitali. Ma non mi aspetterei miracoli. L'ipotesi di un credito di imposta sui pagamenti con carte, lo stesso scontrino fiscale, in vigore dall'inizio del prossimo anno, compresa la lotteria come in Portogallo, comportano non poche complicazioni. I pagamenti vanno certificati, devono essere nominativi, con l'indicazione forse del codice fiscale. E poi ci sono dei rischi: da una parte che si finisca paradossalmente per incentivare il nero (ad esempio per chi non vuole lasciare traccia di tutte le sue spese perché magari non coerenti con le entrate che dichiara), dall'altra che gli scontrini diventino una sorta di moneta parallela».

## Le proposte

Ma la strada non può essere che questa. Forni ha dei dubbi anche sulla tassazione del contante. «Potrebbe aumentare la liquidità tenuta a casa o fuori dal sistema bancario». Ma il prelievo del contante in Italia, seppur di poco, sta diminuendo. Nel circuito Bancomat (34 milioni di carte in circolazione) nei primi otto mesi del 2019 ci sono state 131 milioni di operazioni per un corrispettivo di 18 miliardi. Nel corrispondente periodo dell'anno scorso le transazioni avevano superato i 132 milioni per 18,3 miliardi. «Il nostro è un circuito del tutto italiano - spiega il presidente di Bancomat Franco Dalla Sega - e paghiamo le tasse in Italia a differenza di alcuni concorrenti. Anche per Bancomat si sta diffondendo sempre di più la tecnologia *contactless* e sarà possibile acquistare biglietti di treni e fare la spesa online con dispositivi mobili. Bisogna agire sul rapporto tra consumatore ed esercente consentendo anche a quest'ultimo di avere un incentivo all'accettazione dei pagamenti digitali (nei primi otto mesi del 2019 le transazioni sul circuito Pagobancomat hanno superato i 793 milioni per più di 45 miliardi). Un esempio: accertamenti fiscali semplificati se si usa la carta. Un vantaggio tangibile, una novità concreta».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**La fatturazione elettronica sta dando risultati superiori alle attese, ma non ha senso aspettarsi miracoli**

**La tassazione del contante lascia aperti molti dubbi. La buona notizia è che, in ogni caso, il suo uso sta pian piano calando**

**137**

Miliardi

Il budget dell'evasione dell'Iva in Europa. Quella italiana è la più importante, vale quasi un terzo (33 miliardi)

**6,4%**

Tax gap

La differenza tra le tasse pagate e quelle dovute, pari a 109 miliardi secondo i dati ufficiali, vale il 6,4% del Prodotto interno lordo

**Oggi il NadeF** Gualtieri: "Manovra da 30 mld, fondi da evasione"

Meno Iva a chi paga con carta e +1-1,5% a chi usa i contanti



DE RUBERTIS E FELTRI A PAG. 2 E 12

**Oggi il NadeF** Il ministro Gualtieri presenta la manovra da 30 miliardi che consente "una piccola espansione". Sconti per favorire la lotta al nero

# Meno Iva se paghi con carta e +1-1,5% se paghi in contanti

## CONTI PUBBLICI

» PATRIZIA DE RUBERTIS

«Abbiamo questo grande conto del Papeete che ci è stato lasciato da pagare e dobbiamo farlo in modo equilibrato, senza danneggiare la crescita». Il ministro dell'Economia Roberto Gualtieri ha la battuta pronta, ma durante l'intervista a "1/2 Ora in più" (RaiTre) da Lucia Annunziata quello che non dice spicca di più: alla vigilia del Consiglio dei ministri che oggi dovrà approvare la nota di aggiornamento al Def, la cornice della prossima legge di Bilancio, il cantiere dei conti pubblici, è più che mai aperto. "La manovra dovrebbe attestarsi intorno ai 30 miliardi", spiega il ministro dell'Economia. Alla base ci sono i 23 miliardi per scongiurare l'aumento dell'Iva, a cui aggiungere 7 miliardi per le politiche da mettere in campo. Al momento queste coperture non ci sono. Ma il ministro assicura: "Non faremo una manovra restrittiva nonostante la richiesta iniziale dell'Europa che diceva di ridurre dello 0,6% il deficit strutturale. Faremo una piccola espansione che miri a ridurre il debito pubblico".

**IL NODO PIÙ SPINOSO** resta l'Iva. "Esistono varie ipotesi

allo studio che in ogni caso, soprattutto attraverso l'effetto di incentivi ai pagamenti elettronici, produrrebbero una riduzione", dice Gualtieri. L'Iva potrebbe salire di un piccolo 1-1,5% per chi paga in contanti e addirittura scendere per chi paga con carte tracciabili, come si apprende da fonti di Palazzo Chigi. L'idea incontra resistenze nel M5S e nel Pd, ma soprattutto tra i renziani. Ma - denuncia il ministro - "l'intervento sull'Iva nasce anche dalla necessità di porre rimedio agli errori di Salvini". La coperta resta comunque corta: la flessibilità che l'Unione europea è disposta a concedere non basta a garantire un provvedimento espansivo e dare sogno e sostanze alle richieste degli alleati di governo. Tutto non si potrà ottenere visto che Gualtieri non intende andare allo scontro con Bruxelles. "Forse è meglio non dichiarare il 2,4% e poi fare il 2,04% e nel frattempo avere un'impennata dello spread. Per trovare la quadra - afferma il ministro - bisogna utilizzare al massimo gli spazi di flessibilità che esistono nel Patto di stabilità e crescita".

La manovra non cancellerà le due misure bandiera dei gialloverdi: Reddito di cittadinanza e Quota 100. Confermata anche la mini flat tax, fino a 65mila euro, per le partite Iva. E, anche se nel 2020 ci sarà un po' di *spending review*, Gualtieri assicura che non si toc-



cheranno “scuola, sanità e università” e si cercherà di avviare il “superamento del superticket”, dando un primosegnale di attenzione anche alla famiglia, “con la riduzione o l’azzeramento delle rette per i redditi medio-bassi e la costruzione di nuovi asili nido”.

Nella manovra potrebbe entrare anche un primo taglio del costo del lavoro. “Vogliamo partire con un primo scaglione di riduzione del cuneo fiscale, è un elemento importante non solo a livello redistributivo ma anche per la crescita”, dice Gualtieri.

**IL MINISTRO VA** poi al cuore del “patto degli onesti” annunciato dal premier Conte per combattere l’evasione fiscale, da cui dovrebbero arrivare un po’ di coperture. Bisogna trasformare l’Italia in “un Paese all’avanguardia” nei pagamenti elettronici”, dice Gualtieri che annuncia un lavoro per “alzare la soglia zero commissioni e ridurre in modo consistente quelle per gli esercenti” quando si paga con il bancomat.

Il ministro affronta poi il tema del cambiamento climatico, assicurando che “la componente *Green new deal* è un pilastro per questo governo”. Anche se ormai c’è la conferma del ministro dell’Ambiente Costa che il decreto Clima slitterà: “Le coperture ci sono, ma vanno inserite in manovra”. Quello che arriverà nel Consiglio dei ministri nelle prossime settimane sarà una norma che avrà valore programmatico, mentre si dovrebbe creare una cabina di regia sugli investimenti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## La scheda

### ■ A

#### **BILANCIO**

per il 2020 ci sono 23 miliardi di aumenti automatici dell’Iva, disinnescandoli il deficit arriverebbe al 3,2% del Pil. All’appello manca almeno un punto di Pil. Il governo può beneficiare di maggiori risparmi da Reddito e Quota 100 per 5 miliardi.

# Usarle costa più del contante

## Carte di credito, fregatura

Stanno diventando un lusso: il canone annuo sale del 76%. In crescita anche le commissioni su pagamenti automatici e bonifici on line. Tutti soldi che utilizzando banconote non si perdono

## USARLE COSTA PIÙ DEL CONTANTE

## Carte di credito, fregatura: ti mangiano soldi

GIULIANO ZULIN

Il canone annuo sale del 76% e crescono le commissioni sui bonifici. Tutti denari che utilizzando banconote non si perdono

Basta contanti. Usate le carte di credito o il bancomat. Così si estirpa l'evasione. Balle. L'abbiamo scritto in questi giorni che se solo l'Agenzia delle Entrate fosse stata in grado di riscuotere le cartelle esattoriali emesse, lo Stato avrebbe 909 miliardi in più in cassa. Però il governo non ci sente. Tira dritto sul contrasto alle banconote. Conte e compagnia promettono un'Iva ridotta a chi paga con le carte, al posto dei contanti. Così alla fine, oltre al danno (non saremo più padroni dei nostri quattrini), arriverà pure la beffa: i nostri soldi si ridurranno. A colpi di operazioni e di acquisti digitali, (...)

(...) il gruzzolo si assottiglierà. Cosa che non capiterebbe se ci lasciassero saldare il conto con una banconota.

Pensate un secondo: 100 euro di carta possono passare di mano migliaia di volte ma restano sempre 100 euro. Mentre la stessa cifra spesa con una tessera elettronica piano piano diventa di 99, poi 98, 97 euro e così via all'infinito fino ad azzerarsi. Legittimamente banche e operatori virtuali applicano le commissioni di gestione. Certo, c'è da garantire la sicurezza nelle transazioni e la protezione dei pagamenti ha un costo per l'istituto di credito. Anche le infrastrutture su cui viaggia il denaro elettronico non sono

regalate. Non è che se un'operazione è virtuale è gratis. Anzi, le frodi sono sempre in agguato. E in Europa i truffatori hanno rubato 1,3 miliardi l'anno scorso (+14%), attraverso incursioni informatiche.

Le banche dunque hanno alzato i prezzi per gestire la montagna di denaro che consumatori e aziende depositano a rotta di colla nei conti correnti. Ad agosto la cifra parcheggiata dagli italiani è salita a 1560 miliardi. Un'enormità. Gli istituti tuttavia, che ormai ci perdono a tenere fermi i quattrini, hanno incrementato la spesa di gestione ai clienti di 7,5 euro nel 2018. Ora un conto corrente costa mediamente 86,9 euro. Secondo Bankitalia «si tratta di una netta accelerazione rispetto al precedente biennio, durante il quale la spesa era complessivamente cresciuta di 2,9 euro. Variazioni di ampiezza analoga, ma di segno opposto, si sono verificate nel 2015 (5,8 euro) e nel 2013 (6,9 euro)».

### CHE BOTTA

In particolare, sottolinea Via Nazionale, «le spese sono

aumentate principalmente per effetto dell'incremento dei canoni di base e dei canoni delle carte di debito. Ha contribuito in modo significativo anche la crescita congiunta del numero di operazioni e delle corrispondenti commissioni applicate sui pagamenti automatici, sulle spese di scritturazione e sui bonifici on line».

Andiamo sul concreto. Il sito *Sostariffe.it*, fra i più affidabili nella comparazioni delle offerte commerciali, rileva come il canone di gestione della carta di credito nelle banche tradizionali è salito del 19,44%, passando da 39 a 47 euro l'anno. L'incremento è invece del 76% negli istituti on line (da 12,88 a 22,7 euro). Non poco.

Si fa sentire anche il costo singolo per la domiciliazione delle utenze, salito da 0,17 a 0,23 euro (+36,27%).

### 80 MILIARDI

E i bonifici? Se disposti allo sportello, la commissione sale del 7%, da 4,34 a 4,66 euro. Quelli on line invece costano



intorno a 0,78 euro. Sembra niente, ma ripensiamo a quei famosi 100 euro di cui si accennava prima: in banconota non perdono mai valore, se trasferiti a colpi di bonifici, nel giro di poco più di 120 passaggi, spariscono.

Adesso non stiamo qua a dire che bisogna usare solo il contante. Però non vanno sottovalutati i costi, che non sono imposti dal mondo del credito per cattiveria. Le banche ci perdono nel gestire tutta questa liquidità (1560 miliardi) ferma: la Bce applica tassi negativi sui depositi, così gli istituti rigirano le perdite sulla clientela.

In Italia il numero di transazioni effettuate con carte di credito (che sono 15 milioni) è cresciuto del 6,8% - una questione di comodità - arrivando a superare un milione di unità nel 2018, anno in cui si è registrato il record degli importi transati che hanno raggiunto gli 80 miliardi di euro. Cifra che però, considerando i costi di gestione delle carte, non è la stessa se gli acquisti fossero stati effettuati in contanti. Gli italiani non sono scemi, per questo preferiscono le banconote.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## I numeri

### +6,8%

■ Le transazioni effettuate con carte di credito salgono del 6,8%, gli importi toccano gli 80 miliardi di euro.

### ON LINE

■ Il canone annuo per avere una carta di credito per un cliente di una banca on line è salito del 76,76%.

# Sommerso e analfabetismo digitale ecco perché la moneta 2.0 non sfonda

**PAGAMENTI ELETTRONICI  
ITALIA IN EUROPA  
SEMPRE CENERENTOLA:  
EPPURE I COSTI  
DELLE COMMISSIONI  
SONO TRA I PIÙ BASSI**

## IL FOCUS

### Valerio Iuliano

Il caro vecchio contante circola a fiumi e la moneta 2.0 stenta a decollare, soprattutto nel Mezzogiorno, nonostante i costi delle commissioni sui pagamenti digitali siano inferiori rispetto ai paesi dell'Eurozona. Le transazioni elettroniche nel 2018 in Italia sono aumentate del 6,8%, rispetto al 2017, secondo l'Osservatorio Carte di Credito e Digital Payments di Assofin, Nomisma e Ipsos. Ma il nostro Paese è ancora all'ultimo posto nella graduatoria continentale delle operazioni effettuate con carte di pagamento. Per il Centro Studi di Confindustria - che ha rielaborato dati della Bce - i pagamenti elettronici procapite in un anno in Italia sono meno della metà della media europea.

### GOVERNO

L'obiettivo di scoraggiare l'uso del contante, «rendendo più trasparenti le transazioni commerciali e potenziando i pagamenti elettronici», è tra i 29 punti programmatici del governo giallo-rosso. «Dobbiamo pensare a diversi meccanismi di incentivazione della moneta elettronica», ha spiegato il premier Conte. Allo studio dell'esecutivo, c'è la possibilità di vincolare al pagamento con carte di credito e bancomat il diritto di godere dei bonus fiscali per spese sanitarie, spese per istruzione e attività sportive per i figli. Il totale delle agevolazioni fiscali ammonta a circa 23 miliardi di euro. Tra le probabili misure per incentivare l'utilizzo di moneta elettronica, figurano il cash-back - con una restituzione del

2% degli importi -, un credito di imposta per gli esercenti e l'eliminazione delle commissioni per i pagamenti al di sotto dei 5 euro. Mentre per quelli al di sotto dei 25 euro è prevista una drastica riduzione. «Oltre ad essere uno spreco di tempo per i cittadini, pagare in contanti - spiegano dal Team Digitale - costa al sistema Paese oltre 10 miliardi di euro l'anno, ovvero più di mezzo punto di Pil». Mentre l'Osservatorio di Assofin e Crif stima in 24 miliardi l'anno il mancato gettito legato al "nero". Per il Ministero dell'Economia, su 100 euro di transazioni, in Italia 86 si traducono in scambi di cartamoneta. La strada è ancora lunga, anche se nel 2018 i consumatori italiani hanno fatto registrare pagamenti con carte per un valore complessivo di 80 miliardi di euro.

### MEZZOGIORNO

Ma dalla distribuzione territoriale dei pagamenti emerge un divario nettissimo tra le diverse aree del Paese. In Campania, secondo Bankitalia, le transazioni procapite con carte di pagamento nel 2017 sono state 29, a fronte delle 104 della capolista Toscana e dei 69 della media nazionale. Nella graduatoria di Bankitalia la Campania figura al penultimo posto, davanti alla Basilicata. Tra le motivazioni dello scarso successo dei pagamenti elettronici, gli addetti ai lavori citano una certa pigrizia nell'abbandonare il contante ed un ricorrente analfabetismo digitale. Ma è evidente il peso di un'economia sommersa che, soprattutto al Sud, risulta sempre molto florida.

### COMMISSIONI

Per i costi delle commissioni - che spesso vengono chiamati in causa per giustificare ad esem-

pio il mancato utilizzo dei Pos da parte di molti esercenti - emergono dati molto significativi. Il livello medio delle commissioni in Italia, secondo Euromo-

nitor, in Italia è dell'1,1%, contro l'1,6% dell'Olanda e l'1,5% della Germania. In dodici paesi europei, dove pure le carte sono maggiormente utilizzate, i costi risultano più alti rispetto al nostro Paese. È indubbio, comunque, che le commissioni rappresentino in alcuni casi un freno all'uso della moneta elettronica, soprattutto tra i ceti meno abbienti. Considerati gli oneri per gli investimenti sul fronte della sicurezza, è difficile immaginare che le commissioni possano essere del tutto cancellate. Le carte di credito in circolazione in Italia sono circa 15 milioni. Mentre i bancomat sono oltre 56 milioni. Il percorso di crescita sembra destinato a proseguire, anche grazie alle nuove carte contactless, che consentono transazioni via smartphone. Dal rapporto tra il valore delle transazioni effettuate con carte di pagamento e il Pil, l'Italia si classifica, comunque, al 24esimo posto su 28 paesi europei. Per favorire la moneta 2.0, non mancano le iniziative. Dallo scorso anno, in un centinaio di Comuni - Milano, Napoli e Firenze in primis - c'è la possibilità di pagare online con carta di credito - e senza commissioni - i tributi locali, in seguito ad un accordo tra il Gruppo Intesa Sanpaolo e Advanced Systems. Mentre è già attivo da qualche anno PagoPA, un sistema di pagamenti elettronici realizzato per semplificare le transazioni dei cittadini verso la Pubblica Amministrazione. L'adesione per gli enti pubblici, entro il 31 dicembre, è obbligatoria. Anche se non sono previste sanzioni, così come è accaduto per i Pos, obbligatori per gli esercenti dal 2016. Ma senza sanzioni.





# Il lento addio a contanti e assegni Un futuro di pagamenti digitali anche per i consumatori italiani

**Andrea Telara**  
■ MILANO

**I CONTANTI**, gli assegni e persino le più moderne carte di credito in plastica: nei prossimi decenni, tutti questi strumenti di pagamento potrebbero diventare degli oggetti d'antiquariato, almeno per i giovani nati nell'era di internet, a cavallo tra il secondo e terzo millennio. In tutta Europa, Italia compresa, stanno infatti crescendo come un fiume in piena i pagamenti digitali, quelli cioè che passano attraverso i più comuni dispositivi elettronici, dal computer portatile ai tablet fino ai popolarissimi smartphone, i telefonini di ultima generazione. A dirlo sono le rilevazioni pubblicate ogni anno dai ricercatori del Politecnico di Milano, che da tempo hanno creato un Osservatorio sui pagamenti digitali nel nostro Paese.

**GLI ULTIMI** dati dell'Osservatorio, diffusi nella primavera scorsa e relativi al 2018, attestano un tasso di incremento di ben il 56% per i cosiddetti new digital payment, i pagamenti digitali di ultima generazione effettuati con dispositivi avanzati. Lo scorso anno, per esempio, le transazioni in denaro nei negozi attraverso gli smartphone sono au-

mentate di ben il 650%, raggiungendo il valore complessivo di 530 milioni di euro, per un totale di 15,6 milioni di operazioni effettuate. Certo, si tratta ancora di una goccia nel mare rispetto al totale dei pagamenti che si svolgono ogni anno in Italia. Di sicuro, però, questo trend al rialzo è destinato a continuare a lungo, visto che stanno nascendo moltissime applicazioni che consentono di fare acquisti negli esercizi commerciali attraverso il telefonino.

**NON A CASO**, il Politecnico stima che le transazioni nei punti vendita attraverso il cellulare (Mobile Proximity Payment) raggiungano un valore tra i 5 e i 10 miliardi di euro già entro il 2021. Inoltre, i dispositivi mobili come gli smartphone sono sempre più spesso utilizzati per pagare i beni e servizi comprati via internet con il commercio elettronico (e-commerce). Sempre nel 2018, il valore degli acquisti online di beni e servizi tramite il cellulare (mobile remote commerce) è cresciuto del 40%, per un giro d'affari totale di 8,4 miliardi di euro che potrebbe salire tra i 17 e i 20 miliardi di euro nel prossimo biennio.

**NON VA** dimenticato, però, che le transazioni via smartphone sono soltanto uno spaccato nel ben più

ampio mondo dei new digital payment. Notevoli sono per esempio i numeri che attestano il boom di un'altra categoria di strumenti di pagamento avanzati. Stiamo parlando delle carte contactless, cioè le credit card che permettono di fare acquisti ultrarapidi negli esercizi commerciali, semplicemente avvicinando la tessera di plastica al terminale Pos dei negozi, senza la classica 'strisciata' della banda magnetica e senza neppure la necessità di firmare lo scontrino, quando il prezzo da versare è inferiore a 25 euro.

**LO SCORSO** anno è stato effettuato oltre 1 miliardo di operazioni di pagamento da parte dei possessori di carte contactless, per un valore complessivo di 47 miliardi di euro che, secondo gli analisti, dovrebbe salire tra i 75 e i 100 miliardi entro il 2021. L'importo medio della transazione è sceso tra il 2017 e il 2018 da 47 a 45 euro mentre per le credit card più tradizionali il valore medio si aggira ancora sui 57 euro. Questo gap testimonia che le contactless, grazie al loro funzionamento flessibile e veloce, sono utilizzate sempre più spesso anche per fare micro-acquisti, ad esempio per comprare un biglietto del treno, del tram o per pagare un semplice spuntino al bar.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**I NUMERI  
DEL BOOM  
NEL 2018**

**Transazioni  
con lo smartphone**

Lo scorso anno, in Italia, le transazioni nei negozi attraverso gli smartphone sono aumentate del 650%, raggiungendo i 530 milioni di euro, per un totale di 15,6 milioni di operazioni effettuate



**MOBILE  
PROXIMITY  
PAYMENT**

**I ricercatori  
del  
Politecnico  
di Milano  
hanno  
creato un  
Osservatorio  
sui pagamenti  
digitali nel  
nostro Paese**

# La proposta «Sgravi fiscali a chi utilizza la moneta elettronica»

■ ROMA

**NON È** riducendo le commissioni sul Pos e sulle carte che aumenta il loro utilizzo, «anche perché i dispositivi per incassi e pagamenti sono sempre meno costosi e alla portata di qualsiasi attività commerciale». E quanto sottolinea il presidente dell'Associazione italiana prestatori servizi di pagamento (Apsp), Maurizio Pimpinella.

L'associazione, spiega una nota, scende in campo con un pacchetto di proposte «volte a contrastare la piaga dell'evasione fiscale, far emergere l'economia sommersa e incentivare i metodi di pagamento elettronici, liberando preziose risorse da destinare a infrastrutture, scuole, sanità e sociale». E spiega che «la filosofia dell'iniziativa è ben precisa: nessuna guerra al contante e nessuna tassa sui prelievi, ma un uso sapiente della leva fiscale per favorire un progressivo cambiamento culturale». «Giochiamo sempre con gli stessi soldi delle stesse persone, di cui già conosciamo il profilo finanziario – osserva il presidente Pimpinella – diamo invece più servizi ai cittadini e, nel frattempo, realizziamo una serie di incentivi che si muovono su un doppio binario».

**IN PRIMO** luogo, l'incentivo all'uso dei pagamenti elettronici. «La misura di partenza è l'estensione dell'obbligo di qualsiasi sistema di incasso e pagamento elettronico a ogni licenza commerciale o altre attività di contatto con il pubblico. Sia presenti sia future», sottolinea Pimpinella, aggiungendo che «ad oggi, per esercenti e professionisti c'è solo un generico obbligo privo di sanzioni». Inoltre, «introdurre la previsione di un meccanismo premiante per il contribuente in base al suo livello di spesa e di reddito. L'esempio è quello greco (che ha già dimostrato di essere vincente) in cui il contribuente, per avere una detrazione fiscale su qualsiasi spesa, è tenuto a pagare con qualsiasi forma di denaro elettronico un ammontare stabilito in base alla propria fascia di reddito».



# «Shopping con il mio smartphone» L'esperto: servizi semplici e sicuri per incentivare i sistemi alternativi

Alberto Dalmaso, ceo di Satispay:  
«Sbagliato punire chi usa contanti.  
'Mobile payment' è una soluzione  
economica utilizzata anche per  
bollette, multe, ricariche e bollo auto»

Franca Ferri  
■ MILANO

«**D**IVIETI, obblighi e sanzioni per chi usa denaro contante rischiano di creare antipatia e rifiuto verso i pagamenti elettronici, e quindi di non produrre risultati. La chiave è dare servizi semplici e convenienti per stimolare il cambiamento delle abitudini»: a dirlo è Alberto Dalmaso, ceo di Satispay, il servizio di 'mobile payment' su smartphone, che oggi conta oltre 750.000 utenti in Italia.

**Meno contante e più moneta elettronica: sfida difficile, soprattutto perché l'evasione fiscale prospera col cash. Come si risolve?**

«A nostro avviso bisogna dare incentivi, non punizioni. Bisogna far provare la semplicità d'uso e la convenienza, per far cambiare atteggiamento a chi dall'evasione fiscale non ha vantaggi».

**In Italia siamo indietro: come crea una cultura del vivere senza contante?**

«Con soluzioni semplici, alternative ed economiche rispetto alle carte. Vale per consumatori ed esercenti. Il nostro servizio è gratuito per gli utenti, per i commercianti è gratis fino a 10 euro di scontrino, e costa 20 centesimi per importi superiori».

**A marzo avete trasferito la società che opera come intermediazione finanziaria europea da Londra in Lussemburgo: effetto Brexit?**

«Abbiamo sempre pensato a Satispay come a una società europea, e ci basta una licenza per operare in ogni Paese. Senza Brexit saremmo rimasti a Londra, ma il rischio era di non poter più operare. Il Lussemburgo ha una ottima reputazione come regulator, una posizione geografica strategica e ha investito molto per diventare la ca-

pitale europea del fin-tech».

**Europa first, quindi?**

«A differenza di altri servizi di pagamento digitale, nati in America e che rispondono alle esigenze del mercato americano, noi siamo nati qui e crediamo che per vincere la sfida dei pagamenti digitali servono anche logiche domestiche e localizzate».

**Primi passi fuori dall'Italia?**

«Entro tre mesi apriremo in Germania e in Lussemburgo».

**Pronti anche per la Francia?**

«Valuteremo man mano, come valuteremo la Spagna. Una volta aperto un nuovo mercato, da un punto di vista tecnologico non ci serve più nulla, ma le scelte andranno ben ponderate».

**Come si apre in un nuovo Paese?**

«Nella prima fase puntiamo su alcune città-obiettivo, per la Germania testeremo Berlino e Colonia. Poi lavoriamo sulla comunicazione e sul passaparola, oltre che sui servizi».

**Progetti per l'Italia?**

«Puntiamo ad un milione di utenti e 100.000 aziende entro quest'anno».

**Qual è il profilo di chi usa Satispay?**

«Bisogna essere maggiorenne e avere un conto corrente, perché ci appoggiamo all'IBAN e non alla carta di credito. La fascia di età più attiva è quella 25-45: i più giovani tendono a usarla di più per gli esercizi commerciali, al crescere dell'età crescono anche i pagamenti diversi, come bollette, multe, bollo auto, ricariche, ecc».

**Ci sono abitudini d'uso 'territoriali'?**

«Al nord c'è più abitudine al no cash, quindi siamo utilizzati in sostituzione di altri sistemi. L'adesione della grande distribuzione e di molti grossi marchi ha facilitato la

diffusione. Al sud invece facciamo breccia soprattutto come alternativa facile e comoda alle carte di credito per i piccoli esercenti, sfatando il tabù che non possono avere i pagamenti digitali. In un certo senso, abbiamo 'democratizzato' il pagamento elettronico».

**Avete appena fatto una campagna di donazioni in favore del WWF: perché?**

«Abbiamo sempre avuto questa sensibilità sociale. Quando nel 2012 Dario, mio socio co-fondatore, mi ha parlato per la prima volta di un'idea per i pagamenti elettronici, era perché stava cercando di semplificare le donazioni via email alle Onlus. Oggi dare visibilità ai valori in cui crediamo è un privilegio».

**Crescita del 400% all'anno, 85 dipendenti che raddoppieranno entro inizio 2021: come si gestisce questo boom?**

«Creando una squadra capace e motivata, scegliendo persone che la vedono come noi. Abbiamo un 'talent acquisition' che si occupa di valutare e valorizzare le competenze facendo crescere chi lavora con noi».

**Quante domande ricevete?**

«Centinaia al giorno. Scegliere i nuovi collaboratori non è facile».

**La vera sfida che vi ponete?**

«Sappiamo che solo noi possiamo essere gli autori del nostro successo o del nostro fallimento. Dobbiamo studiare, e dimostrare ogni giorno di essere all'altezza della situazione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





«PUNTIAMO  
AL MILIONE  
DI UTENTI»

In alto  
a destra  
**Alberto  
Dalmaso,**  
ceo di  
Satispay.  
«Apriremo in  
Lussemburgo  
e Germania»

# Focus

## Osserva Italia



### Il trend

# Cresce la spesa digitale nel carrello l'online accelera con prezzo e servizi

MARCO FROJO, MILANO

Le vendite elettroniche della distribuzione moderna hanno per la prima volta superato quota mezzo miliardo di euro sui dodici mesi. E adesso le aziende puntano sull'innovazione

**A** giugno le vendite online della distribuzione moderna hanno per la prima volta superato quota mezzo miliardo di euro sui dodici mesi e a luglio e agosto hanno ulteriormente accelerato, lasciando ipotizzare che l'intero 2019 possa chiudersi con un giro d'affari di 600 milioni.

#### DOPPIA LETTURA

Questi dati si prestano a una doppia lettura, che racconta molto dell'evoluzione tecnologica della Gdo. Da un lato, infatti, non si può non rilevare come il fatturato online sia una percentuale bassissima di quello complessivo, che ammonta a ben 90 miliardi di euro (meno dell'1%); dall'altra invece ci sono i tassi di crescita altissimi che, nei primi otto mesi di quest'anno sono stati nell'ordine del 36%, a cui si vanno ad aggiungere soluzioni ingegnose per sostenere lo sviluppo del canale, come per esempio i locker refrigerati dove i clienti possono ritirare la merce fresca. Siamo quindi in presenza di un canale online di dimensioni molto ridotte e sotto certi aspetti attar-

dato rispetto a quello di altre categorie merceologiche, come per esempio la tecnologia, che sta però correndo velocemente per recuperare il terreno perduto.

Parlare di arretratezza non è dunque corretto, sia perché il business della Gdo ha caratteristiche particolari che impediscono di sviluppare il business online seguendo modelli sperimentati in altri settori – i prodotti freschi e freschissimi presentano problematiche non da poco – sia perché sotto alcuni aspetti i supermercati sono stati dei pionieri. Basti pensare al fatto che le grandi insegne si sono avventurate nella profilazione dei clienti per essere più efficienti nella vendita ben prima che lo facessero i big di Internet come Google e Facebook: le tessere fedeltà svelavano e tutt'ora svelano molto delle preferenze dei consumatori.

Va inoltre ricordato che la Gdo è uno dei settori più bersagliati dalla pirateria informatica e, di conseguenza, uno di quelli più attrezzati per difendersi. La distribuzione moderna rappresenta infatti un obiettivo particolarmente appetibile perché permette di accedere ad un flusso di denaro continuo e importante. Il bersaglio principale degli attacchi sono le casse dei supermercati: i pirati che riescono a prenderne il controllo sono in grado di paralizzare l'intera attività di vendita e possono quindi chiedere riscatti a molti zeri.

Anche andando ad analizzare nel dettaglio le dinamiche delle vendite online emergono indicazioni di grande interesse, che consentono di vedere sotto un'altra luce quello che potrebbe sembrare un business

poco sviluppato. «Il progressivo del 2019 conferma che la spesa online non sta privilegiando nessuno, fra grandi, medie aziende industriali e marche del distributore; tutti stanno beneficiando di enormi opportunità di crescita – spiega Marco Colombo, director Solutions & innovation di Iri, la società di analisi di mercato che effettua mensilmente una rilevazione sulle vendite online della Gdo per Osserva Italia – Il canale online si dimostra estremamente versatile, perché in esso convivono diverse anime: servizio, prezzi più alti, top price e spazio alla marca del distributore. L'online è una vetrina privilegiata per l'innovazione: se prendiamo in considerazione le prime 20 categorie dell'e-commerce in termini di fatturato, il peso complessivo dei nuovi prodotti è di circa tre punti superiori rispetto al fisico. Se si prendono in considerazione alcune singole categorie, la quota dell'innovazione arriva addirittura a 20 punti percentuali».

Le potenzialità di crescita, inoltre, sono enormi e non solo perché si parte da livelli molto bassi. Secondo i dati raccolti dall'Osservatorio "Innovazione digitale nel retail" promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano, "solo il



46% dei top retailer è attivo con un sito e-commerce” ed è inevitabile che anche la metà per ora assente farà prima o poi il proprio debutto. E, dettaglio ancora più significativo, l'alimentare è l'unico comparto del retail italiano dove la maggioranza dei siti di commercio elettronico (54%) è espressione dei gruppi tradizionali, mentre in tutti gli altri settori sono i player nati su Internet a fare la parte del leone (78%).

**INVESTIMENTI TECNOLOGICI**

Lo studio del Politecnico di Milano rileva poi come molti investimenti tecnologici siano incentrati sui punti vendita: “A fianco di soluzioni più tradizionali, come chioschi digitali, totem e touch point, sistemi innovativi di pagamento insieme a soluzioni di self scanning e di self check-out, hanno suscitato molto interesse le soluzioni di intelligenza artificiale, come sistemi di *language processing* e *voice recognition* e robot autonomi”, si legge nel rapporto. Si va dai sistemi che consentono di fare la spesa in totale autonomia e di evitare il passaggio alle casse grazie a soluzioni di *self scanning* da smartphone alla sperimentazione di un carrello smart basato sull'intelligenza artificiale che, grazie a telecamere e sensori di peso, riconosce gli articoli introdotti o tolti dal carrello ed elabora automaticamente la transazione. In un quadro sostanzialmente positivo non mancano ovviamente i punti critici, anche questi ultimi prontamente rilevati dalla ricerca condotta dall'ateneo milanese.

**NUOVE OPPORTUNITÀ**

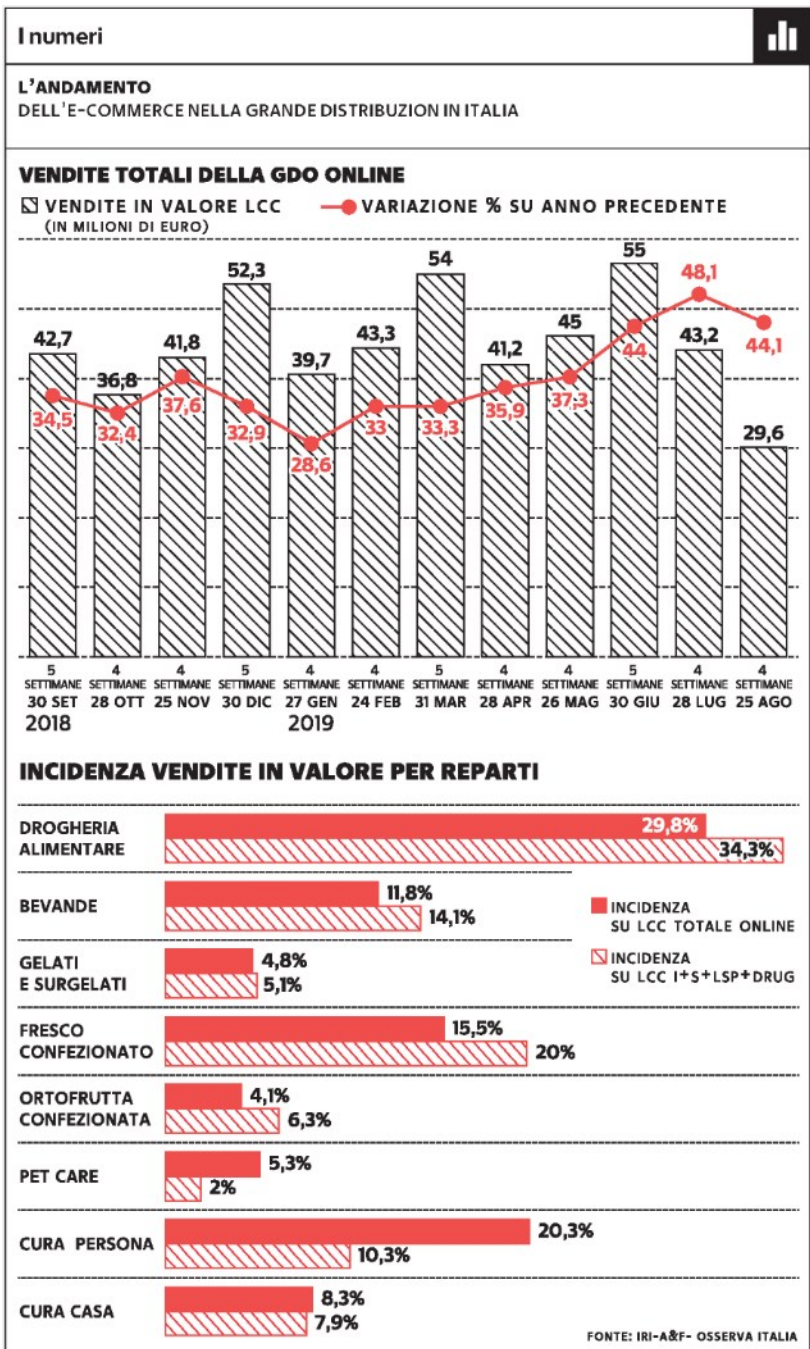
«Rispetto al passato, anche in Italia cresce l'adozione di alcune innovazioni (soprattutto a supporto dei processi di front-end in negozio) e aumenta la curiosità e la consapevolezza delle opportunità che la digital transformation può offrire in termini sia difensivi sia di crescita – conclude Valentina Pontiggia, direttore dell'Osservatorio Innovazione digitale nel retail del Politecnico di Milano – Permane però la difficoltà a passare da un piano teorico a uno pratico: l'assenza di un disegno strategico di innovazione, la presenza di un top management poco incline al cambiamento e la difficoltà nello sviluppare competenze e ruoli digitali rallentano il processo di evoluzione del retail nel nostro Paese».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**L'opinione**

Il canale del web si dimostra versatile perché convivono diverse anime: tariffe più alte, top price, maggiore spazio alla marca del distributore

**MARCO COLOMBO**  
DIRECTOR SOLUTIONS & INNOVATION DI IRI



## La moneta digitale

Sta facendo discutere la proposta, lanciata dal Centro studi di Confindustria, di incentivare l'uso dei pagamenti elettronici in due modi: tassando del 2 per cento i prelievi di contante oltre i 1.500 euro mensili, ed elargendo un credito d'imposta del 2 per cento al cliente che effettui i pagamenti mediante strumenti elettronici. Dall'intersio delle due misure lo stato ricaverebbe un gettito aggiuntivo di 3,4 miliardi di euro annui. La fotografia del settore dei pagamenti alternativi al contante nei numeri di **Luca Roberto** (dati dell'Osservatorio Carte di Credito e Digital Payments curato da Assofin, Nomisma e Ipsos).

### 6,8 per cento

L'aumento del numero di pagamenti al dettaglio effettuati in Italia con strumenti diversi dal contante nel 2018.

### 15 milioni

Il numero complessivo di carte di credito attive e in circolazione in Italia. Di queste, solo l'8,2 per cento viene utilizzato nella conduzione aziendale, il resto è di tipo familiare. Nel 2018, il milione di transazioni avvenute attraverso i canali elettronici ha generato il record di 80 miliardi di euro di importi transati.

### 1.418

L'importo medio transato in

euro nel 2018, in diminuzione del 5,5 per cento rispetto al 2017. Significa che in confronto al passato è più diffusa la pratica di utilizzare la carta anche per l'acquisto di beni di valore medio-basso.

### 56,3 milioni

Il volume totale di carte di debito diffuse nel nostro paese, che nel 2018 hanno generato un importo complessivo delle transazioni in crescita del 5,5 per cento rispetto all'anno precedente. Per quanto riguarda le carte prepagate, invece, il numero è leggermente calato, anche se le transazioni sono cresciute del 26,5 per cento.

### 24°

Il posto occupato dall'Italia nella classifica dei paesi Ue per rapporto tra valore delle transazioni effettuate con carte di pagamento e pil. In testa si posizionano Gran Bretagna, Portogallo e Francia. Mentre per numero di pagamenti elettronici pro capite ai vertici ci sono Finlandia, Paesi Bassi e Lussemburgo. In Italia il contante rappresenta l'11,4 per cento del pil.

### 25

Limite in euro dei pagamenti contactless in Italia, che permettono cioè di effettuare transazioni con una carta o uno smartphone senza l'utilizzo di pin. Oltre 1 carta su 2 a fine 2018 e più di 3 pos su 4 sono contactless.





# Il vero volto della valuta virtuale di Facebook

L'opinione

“

Libra non mira a sostituire le divise attuali, anzi, trarrà il suo valore da queste. E non sarà solo una moneta ma anche e, forse, soprattutto un sistema di pagamento internazionale. Però restano dubbi irrisolti

**A** Londra, qualche giorno fa, la Libra Association ha iniziato a mettere i puntini sulle i. Della moneta virtuale sviluppata da Facebook e ora gestita da un consorzio di cento aziende, sono state dette alcune cose che forse sarebbe stato il caso di chiarire fin dall'inizio: intanto che Libra non intende sostituire le valute attuali, ma che anzi trarrà il suo valore da queste; che non è solo una moneta ma anche e forse soprattutto un sistema di pagamento internazionale. Mira nella fase di avvio, lancio previsto fra 12 mesi circa, al mercato delle rimesse dall'estero grazie a commissioni universali molto più basse di quelle attuali. Parliamo di un mondo valutato attorno ai 600 miliardi di dollari l'anno. Il sottotitolo è chiaro: niente

panico, le banche centrali non hanno nulla da temere, Libra non sarà il nuovo dollaro imposto dalla Silicon Valley. Che basti a chetare i timori è difficile, anche perché ancora non è chiaro quanto questa nuova valuta fluttuerà e quindi se sarà un bene speculativo. Con il Bitcoin ha solo una lontana parentela, usando di base la stessa tecnologia (blockchain). Avrà infatti un valore di cambio dato dal paniere di valute messo assieme dalle aziende dell'associazione. Non si sa ancora di quanto si tratta, solo che quel capitale sarà stabile, messo a garanzia delle Libre in circolazione. Ora però, inviando 50 euro negli Usa, quel valore crescerà al versamento e tornerà come prima al prelievo. In pratica i soldi spesi per avere delle monete virtuali si aggiungeranno al paniere finché non verranno cambiati da chi li ha ricevuti. Ma potrebbe accadere che qualcuno compri la cripto-moneta e poi se la tenga per avere i propri capitali in una forma facile da trasformare ovunque. Finché gli utenti saranno alcuni milioni è probabile che il paniere dell'associazione eviti sbalzi, diverso se dovessero diventare centinaia di milioni. Sullo sfondo infine c'è un'altra questione: al di là della fluttuazione, Libra potrebbe diventare la valuta di riferimento. Anche se basata su quelle tradizionali, sarebbe comunque un potere enorme.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## I colloquio / Pavan Pidugu

# “Walmart sfida Bezos con app, robot e cloud”

VITO DE CEGLIA, MILANO

Il responsabile della digitalizzazione del numero uno mondiale dei supermercati: “L’avremo completata in 5 anni. Il grande ritardo europeo”

**T**utti dicono che il cambiamento nel mondo del retail è dovuto alle tecnologie, in realtà è il retail che si sta evolvendo 4 volte più velocemente rispetto a 10 anni fa, e ora chiede alle tecnologie di fare altrettanto per supportare il business e rispondere alle nuove richieste dei consumatori». Risponde da Bentonville (Arkansas), quartier generale di Walmart, Pavan Pidugu, l'esperto hi-tech scelto dal primo gruppo della distribuzione al mondo con un fatturato di 514 miliardi di dollari per guidare la trasformazione digitale di quasi 12 mila negozi disseminati in 27 paesi. «Pr il momento, sono responsabile di 6.000 punti vendita in 26 paesi», puntualizza.

Pidugu ha un'esperienza quasi ventennale nel settore delle tecnologie più innovative applicate all'industria del commercio e sarà l'ospite internazionale più atteso dell'ottava edizione del Retail Executive Summit, l'appuntamento organizzato da Retail Institute Italy (4-5 ottobre, Villa d'Este a Cernobbio), l'associazione che riunisce ogni anno un centinaio di top manager da tutto il mondo per confrontarsi su trend e scenari di maggiore impatto per il mercato dei consumi. Per la prima volta in Italia, Pidugu spiega ad Affari&Finanza le strategie di trasformazione digitale che Walmart in ogni

ambito tecnologico: intelligenza artificiale, machine learning, IoT, cloud e robotica.

## ARTICOLI MALRIPOSTI

Pidugu parte dalla sperimentazione più recente: «In partnership con Bossa Nova Robotics, Walmart ha già introdotto dei robot in 50 negozi per la scansione degli scaffali, affidando alle macchine il compito di controllare aspetti come l'inventario, i prezzi e gli articoli malriposti. Presto espanderemo il test in altri 350 punti vendita negli Stati Uniti», sottolinea. Si tratta di robot alti circa 60 cm, dotati di un braccio estendibile contenente luci e sensori per la scansione degli scaffali. Le macchine fanno risparmiare tempo ai lavoratori, ma Walmart utilizza i dati che raccolgono anche per migliorare l'efficienza di negozi e magazzini.

Nel frattempo, il colosso di Bentonville sta implementando il suo personale metodo di pagamento - Walmart Pay - con soluzioni digitali self-scanning e self-check out. «Nei nostri punti vendita è oggi già possibile fare la spesa utilizzando esclusivamente il cellulare, senza mettersi in coda alla cassa per dover pagare», osserva. Bastano un'app, collegata ad un conto corrente o a carta di credito e pochi passaggi: scegliere i prodotti da mettere nel carrello, leggere il codice a barre direttamente dallo smartphone, pagare con un clic tramite il mobile payment.

I vantaggi sono enormi: con un'unica applicazione, i punti vendita di Walmart possono attivare iniziative di proximity marketing, campagne personalizzate di mobile couponing, ovvero sconti inviati al cellulare da utilizzare presso negozi fisici, e programmi fedeltà. Nello stesso tempo, ogni negozio riesce ad integrare in tempo reale con i rispettivi

sistemi di gestione (cassa, magazzino, contabilità e logistici). «Ovviamente, questa enorme quantità di dati sta migrando nel cloud: entro 5 anni saremo a regime», rivela Pidugu. Il quale ammette: «La mia percezione è che l'Europa sia molto indietro nell'adozione delle nuove tecnologie. Addirittura lo sono gli Stati Uniti se comparati a India, Cina e Giappone. Giusto per dare un'idea: nei pagamenti in Europa non si è andato oltre il contactless. La causa di questo ritardo è il Gdpr, il regolamento Ue sulla protezione dei dati, che sta limitando lo sviluppo delle tecnologie».

## LA LENTEZZA EUROPEA

Sui ritardi dell'Europa si sofferma anche Massimo Volpe, general manager di Retail Institute Italy: «Cina e Usa stanno correndo, i paesi europei no. In termini di investimenti in nuove tecnologie, il rapporto è di dieci a uno». Secondo Volpe, il limite principale riguarda la frammentazione del Vecchio Continente: «L'Europa oggi non è un mercato di riferimento per testare nuove tecnologie, perché ogni paese persegue un suo approccio. Quindi, se una multinazionale cinese decide di testare un'innovazione lo fa negli States, e quella americana in Cina, perché con un unico passaggio riescono ad approcciare un mercato enorme». In Europa, fa notare Volpe, in questo momento è la Francia il paese più avanzato dal punto di vista tecnologico nel retail. E l'Italia? «Siamo molto indietro. Prendiamo il caso dell'omnicanalità: i nostri retailer, anche quelli più grandi, sono ancora in una fase preliminare. Il motivo è semplice: bassa capacità di investimenti e di propensione al rischio».

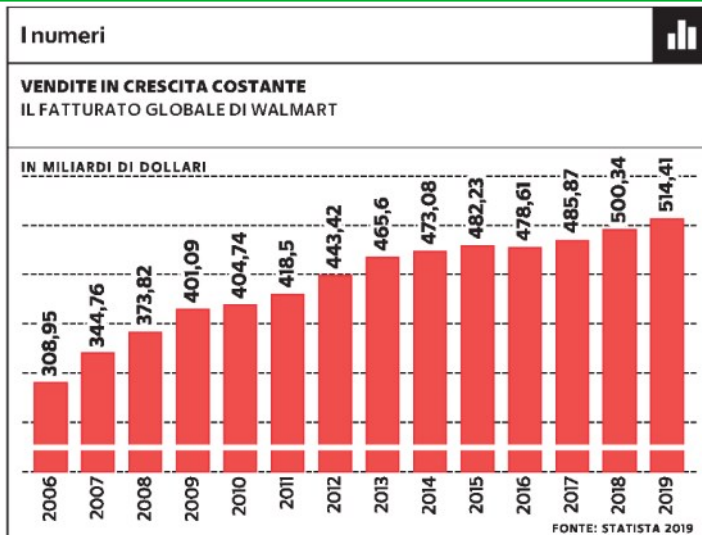
© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Il personaggio**



**Pavan Pidugu**  
responsabile della International Store Transformations di Walmart



- 1 Un cliente in un supermercato Walmart
- 2 La schermata della app di Walmart per il mobile payment su uno smartphone

# Speaker e assistenti: Amazon vince entrambe le partite

**ERNESTO ASSANTE, ROMA**

Ha il 25% del mercato dei device che fanno da interfaccia tra noi e i dispositivi da usare e la sua Alexa è molto più diffusa degli altri. Per ora

**A**lexa si move alla conquista del mondo. L'assistente vocale di Amazon, attualmente leader di mercato per quello che riguarda gli smart speaker, è già entrato in parecchi marchingegni elettronici ma si appresta ad allargare ancora il suo campo d'azione. Se dobbiamo credere a un recente studio di Juniper Research, nei prossimi cinque anni il 90 per cento dei device che utilizziamo, in casa o in mobilità, sarà controllato da assistenti vocali e a contendersi il mercato sono principalmente i colossi, Amazon, con Alexa, Google, che con il suo Google Assistant è presente in molti device, e Apple, che ha Siri nei suoi device e per ora con l'Home Pod sembra aver fatto solo le prove generali per portare il suo assistente vocale in molte altre macchine casalinghe in futuro, dopo il ritiro dalle scene di Cortana, l'assistente di Microsoft.

## ALLA CONQUISTA DELLE CASE

Il mercato dei device casalinghi vede uno scenario diverso: dallo scorso anno il mercato degli smart speaker è cresciuto del 55%, Amazon ha superato tutti e controlla poco più del 25% del mercato, seguito da Baidu, che per la prima volta si è presentata con propri prodotti e ha subito conquistato il 17,3%, a spese di Google, oggi terza con il 16,7%, seguita da Alibaba con il 15,8% e Xiaomi con il 10,8%, mentre gli altri (compreso Apple) hanno una quota del 14,1%. L'unica realtà in disces-

sa è stata quella di Google ma è probabile che l'azienda di Mountain View recuperi rapidamente le posizioni perse con l'annunciato arrivo di un nuovo smart speaker, compatto, che dovrebbe essere presentato il prossimo mese di ottobre.

Anche in Italia il mercato è in crescita, in generale il comparto della "smart home" secondo i dati dell'osservatorio dell'internet of things della School of management del Polimi, è cresciuto del 52%, con gli assistenti come "principale motore della crescita delle soluzioni per la smart Home, con grandi investimenti in marketing promossi dall'arrivo sul mercato degli Ott e con l'effetto traino sulla vendita di altri oggetti smart per la casa". La battaglia è quindi aperta e i contendenti in campo sono molti: i cinesi, ovviamente, sono gli avversari più agguerriti, sia per la forza che hanno nel mercato interno sia per le loro offerte internazionali, e non avendo dei software proprietari, scegliendo uno o l'altro degli assistenti sul mercato faranno pendere la bilancia in favore di uno e dell'altro assistente vocale.

Amazon è comunque il leader del settore con Alexa, e per restare tale ha presentato pochi giorni fa una nuova serie di device della linea Echo, con un prezzo che si attesta attorno ai 100 euro. E una nuova versione del device più piccolo e venduto, l'Echo Dot, questa volta integrato con orologio e sveglia. Echo Studio punta invece a una qualità sonora più alta, con cinque altoparlanti direzionali.

Ma la novità più interessante è Echo Flex, prodotto piccolo, economico e semplicissimo da mettere in casa: è un altoparlante intelligente con spina integrata, che può essere quindi attaccato ad ogni presa di corrente e funzionare in ogni stanza, diventando così perfetto per quegli spazi della casa in cui i cavi possono essere un problema. Il prezzo molto basso è certamente

un ottimo incentivo per provare in casa un assistente intelligente, anche perché Alexa ha anche presentato nuove funzionalità come la possibilità di regolare la velocità della sua voce, per comprendere meglio cosa dice, o la possibilità di sussurrare al device e ricevere allo stesso tempo una risposta sussurrata, per non dare fastidio ad altri in casa, o ancora la possibilità di chiedere ad Alexa di ripetere quello che ha sentito.

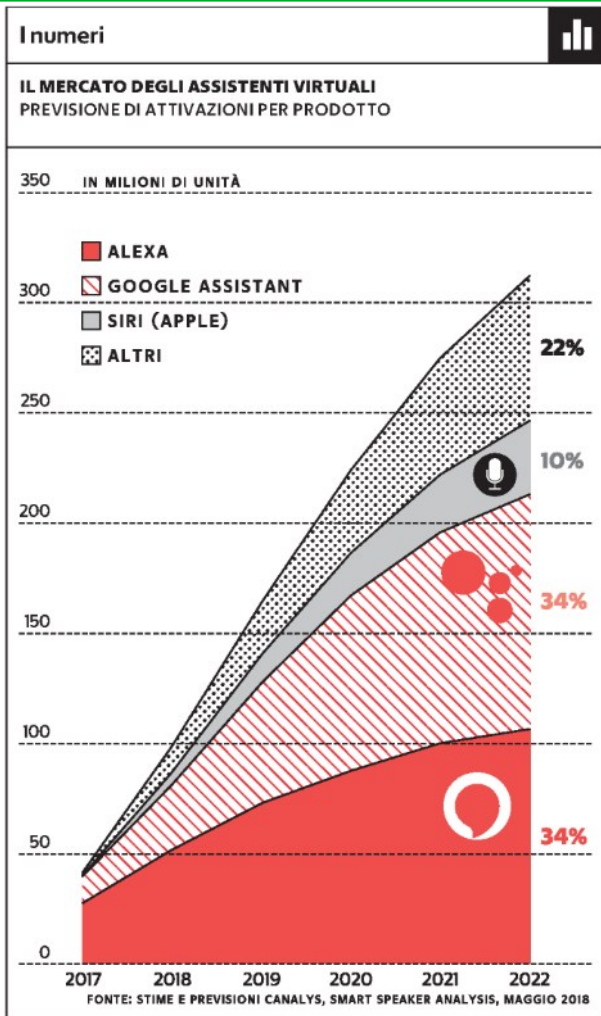
## IL COMANDO PER LA PRIVACY

Ma la novità funzionale di maggior rilievo riguarda la privacy, ovvero l'eliminazione automatica delle registrazioni vocali. Fino ad ora era possibile dire "Alexa, cancella tutto quello che ho detto oggi" o "Alexa, cancella quello che ho appena detto", da oggi arriva una nuova funzionalità che consente di far cancellare automaticamente al device le registrazioni vocali e le trascrizioni di testo più vecchie, da tre a diciotto mesi. Alexa arriva anche su altri nuovi device, come il nuovo speaker di Sonos, il Move, dal costo decisamente più elevato ma dalla qualità sonora altrettanto elevata, il primo prodotto dell'azienda ad avere le batterie e quindi la possibilità di ascolto in mobilità.

E poi c'è Facebook, che ha scelto Alexa per il suo smart speaker con display, il Portal, che arriva anche in Italia, nelle sue diverse versioni. Portal è stato lanciato da Facebook negli Stati Uniti nell'autunno dello scorso anno, è in parte speaker e in parte display, per consentire anche conversazioni e video chat private e pubbliche tramite Facebook, tre modelli, Portal, Portal+ e Portal Mini per accontentare pubblici diversi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**Jeff Bezos**  
ceo di Amazon



**Robin Li**  
cofondatore e  
ceo di Baidu



**Daniel Zhang**  
ceo di Alibaba

**90**

**PER CENTO**

Dei dispositivi che utilizziamo entro 5 anni sarà controllato da assistenti vocali

**17,3**

**PER CENTO**

La quota del mercato degli smart speaker di Baidu dopo un solo anno



1

Uno dei nuovi prodotti della linea Echo lanciata la settimana scorsa da Amazon

## Focus Tecnologia

Il caso

# Il rebus della sicurezza informatica ora va considerata bene pubblico

ANDREA FROLLÀ, ROMA

L'assenza di misure efficaci di protezione, mettono in guardia gli esperti, rischia di generare nell'immaginario collettivo l'idea che le tecnologie digitali siano più una fonte di rischio che di sviluppo

**E** se considerare la sicurezza informatica un "bene pubblico" fosse la via maestra per proteggere lo sviluppo sostenibile dell'economia digitale? Se cioè il compito di garantire un livello sufficiente di difesa fosse in capo al settore pubblico, ancor prima che al settore privato, o ancora se la collaborazione tecnologica e la condivisione delle informazioni avessero la meglio sulle diffidenze tra aziende e Paesi? Il nostro futuro nell'era 4.0 non sarebbe forse meno nebuloso di quello che gli hacker ci stanno prospettando?

Trovare le risposte a queste interrogativi non è un gioco da ragazzi, anche solo perché per loro natura escludono risposte semplici e immediate. Di certo c'è che quando negli anni '50 del Novecento Paul Samuelson, economista premio Nobel nel 1970, partorì la prima definizione di "public good" (lett. "bene pubblico"), forse solo il più visionario dei futurologi avrebbe potuto prevedere che a oltre 60 anni di distanza quel paradigma avrebbe animato il dibattito sul futuro. Eppure, non solo così è ma non potrebbe essere altrimenti visto il peso che la sicurezza informatica ha assunto nell'era digitale, in cui alle opportunità di sviluppo sociale ed economico offerte dal cloud, dall'intelligenza artificiale, dall'Internet of Things e da altre innovazioni, fanno da contraltare le opportunità criminali che stanno facendo le fortune degli hacker. Una lotta continua tra bene e male a suon di tecnologia che, secondo alcuni esperti, potrebbe trovare nel

concetto di bene pubblico una svolta a vantaggio dei buoni.

### IL BENE PUBBLICO DELL'ERA 4.0

Ne è assolutamente convinto il tandem italiano tutto al femminile formato da Mariarosaria Taddeo, research fellow e deputy director del Digital Ethics Lab dell'Università di Oxford, e Francesca Bosco, project lead cyber-resilience del Centre for Cybersecurity del World Economic Forum (Wef), che ad agosto hanno pubblicato sulle pagine online del Forum economico mondiale un approfondimento dal titolo emblematico: "Dobbiamo trattare la sicurezza informatica come un bene pubblico. Ecco perché". La tesi delle due esperte è di ampio respiro e chiama in causa un doppio fattore determinante dello sviluppo tecnologico, troppo spesso dato per scontato: la fiducia nella sicurezza della tecnologia e la stabilità della società digitale. L'assenza di misure efficaci di protezione, mettono in guardia Taddeo e Bosco, rischia di generare nell'immaginario collettivo l'idea che le tecnologie digitali siano più una fonte di rischio che una fonte di sviluppo. Una simile prospettiva non farebbe altro che erodere la fiducia degli utenti e delle imprese, frenando l'adozione delle tecnologie e ostacolando l'innovazione. Si innescherebbe cioè un circolo vizioso dai potenziali effetti nefasti, soprattutto in termini di rallentamento dello sviluppo tecnologico delle società.

### LA SOSTENIBILITÀ DEL SISTEMA

L'antidoto suggerito dalle due esperte è l'incorporazione della sicurezza informatica nella categoria dei beni pubblici, descritti da Samuelson come i beni connotati da non rivalità (l'utilizzo da parte di qualcuno non impedisce il godimento totale da parte di altri) e la non escludibilità (l'impossibilità di estromettere qualcuno dal consumo del bene), e rappresentati dal classico esempio di scuola del faro costiero. Nel caso della cybersecurity si tratterebbe di far sì che tutti gli utenti abbiano accesso a tecnologie sicure rispetto allo scopo di utilizzo e al contesto di diffusione, e non di garantire gratuitamente a tutti la robustezza delle tecnologie. Quest'ultima opzione non sarebbe percorribile semplicemente perché il miglioramento della sicurezza passa necessariamente da una maggiore spesa. Allo stesso tempo però, sottolineano Taddeo e Bosco, lasciare il progresso della cybersecurity nelle mani del libero di mercato rischia di generare una distribuzione non uniforme delle misure di sicurezza. Se i costi privati non devono essere l'unico fattore decisivo, allora è necessario che il settore pubblico faccia la sua parte: ad esem-



pio, sostenendo i costi relativi alla definizione di norme e procedure di certificazione, nonché i costi associati alla sperimentazione e alla verifica delle tecnologie.

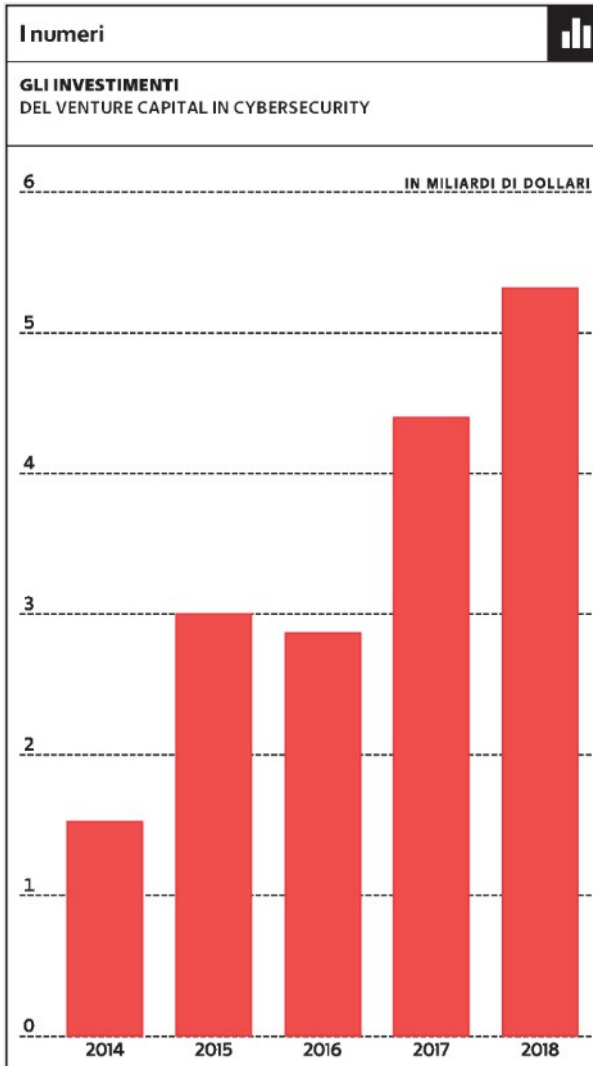
**I CONFINI CIBERNETICI NAZIONALI**

L'inserimento della cybersecurity tra i beni pubblici non si tradurrebbe comunque solo in una voce di spesa statale in più ma garantirebbe anche alcuni benefici rilevanti. Tra quelli individuati dalle due esperte spicca la triplice spinta a un approccio più sistemico da parte del settore pubblico, a una maggiore responsabilizzazione del settore privato e in generale a una collaborazione più profonda tra i due fronti, soprattutto in termini di condivisione delle informazioni. Non è un caso che in questo senso siano orientate le politiche di riequilibrio dei poteri in materia di cybersecurity messe recentemente in campo da alcuni Stati. Ad esempio, nel nostro Paese l'ultimo decreto-legge in materia di sicurezza nazionale cibernetica, approvato dal Consiglio dei ministri su proposta del presidente Giuseppe Conte lo scorso 19 settembre, ha introdotto disposizioni che mirano ad assicurare un livello elevato di sicurezza delle reti, dei sistemi informativi e dei servizi informatici delle amministrazioni pubbliche ma anche degli enti e degli operatori privati.

**LA VORAGINE DI COMPETENZE**

L'impegno crescente dei governi è ovviamente una conseguenza diretta dell'avanzata inarrestabile del cybercrime. Dal 2011 a oggi, rileva l'ultima edizione del Rapporto Clusit sulla sicurezza Ict, gli attacchi con impatto significativo rilevati a livello globale hanno vissuto un trend di crescita senza flessioni, con un picco di aumento del 38% nel 2018. Di fronte a questo scenario poco confortante anche le aziende stanno ovviamente prendendo le contromisure necessarie: secondo le stime di Idc, la spesa mondiale in sicurezza informatica sfonderà a fine anno il muro dei 100 miliardi di dollari, con un aumento di quasi 10 punti percentuali rispetto al 2018.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Focus *Tecnologia*

## Il colloquio

Lotta senza confini ai pirati digitali  
le aziende puntano sui baby talenti

ROMA

Il mondo della cybersecurity sta vivendo una fase di transizione e s'allarga in tutti i settori informatici. Gene Reznik di Accenture spiega che cosa potrà avvenire nei prossimi anni e come comportarsi

“L'assenza di fiducia digitale e la scarsa percezione di sicurezza rischiano di frenare lo sviluppo dei progetti di trasformazione e innovazione, ma non possiamo permettere che nei prossimi cinque anni oltre 5mila miliardi di dollari vadano in fumo per colpa del cybercrime. Il mondo della cybersecurity sta vivendo una fase di transizione che allargherà ulteriormente i confini della lotta contro gli hacker, quindi è necessario che le aziende integrino la sicurezza fin dallo sviluppo dei prodotti o dei servizi. E che collaborino di più nella creazione della fiducia necessaria per sviluppare gli ecosistemi e proteggere le filiere produttive, investendo non solo sulla tecnologia ma anche sul capitale umano».

Difficilmente Gene Reznik avrebbe potuto citare un numero più emblematico di quello contenuto nell'ultima edizione del "Cost of cybercrime" di Accenture per spiegare lo spettro, forse ancora troppo sottovaluto, che attanaglia l'economia digitale. Di sicurezza informatica si discute sicuramente più e meglio di prima, tanto che raramente ormai si sente parlare del sempreverde anno zero della cybersecurity. In ogni caso, secondo il chief strategy officer della multinazionale non è il caso di adagiarsi. Tra lo sconfinamento della guerra informatica, la discesa in campo dei governi, i limiti fisiologici delle piccole e medie imprese e la falsa illusione di una tecnologia dai poteri magici, osserva Reznik, «lo scenario sta mutando velocemente e profondamente ed è fondamentale che le aziende adeguino continuamente le strategie per tenere il passo».

## ALLA RICERCA DELLA ROADMAP

Lo stratega digitale di Accenture lo spiega senza mezzi termini in un'intervista concessa ad Affari&Finanza a poche ore dal gong del Cybertech Europe, la conferenza internazionale sulla sicurezza informatica andata in scena a Roma presso La Nuvola la scorsa settimana. «La maggior parte delle imprese è consapevole di quanto la sicurezza sia decisiva per avere successo nell'era digitale. Tuttavia, i top manager stanno cercando di capire come affrontare al meglio un contesto economico che è cambiato tantissimo negli ultimi 20 anni. Non è un caso che tanti di loro siano alla ricerca di una vera e propria roadmap», osserva Reznik, che più volte fa riferimento a una fase di "transizione" del mercato della cybersecurity. «Il cybercrime non è più focalizzato solo sugli istituti finanziari o sulle lealtà B2c che custodiscono i numeri delle carte di credito. La superficie di attacco si sta estendendo ovunque».

## OLTRE LE SCHERMAGLIE DIGITALI

La diretta conseguenza di questo allargamento dei confini, che è anche ciò che preoccupa maggiormente Reznik, è l'erosione della fiducia: «Pensiamo agli hacker che colpiscono i dispositivi per la casa intelligente di Amazon o Google, inquinano i dati dei macchinari industriali o compromettono i dispositivi medici. Le aziende devono sviluppare prodotti che integrino la sicurezza fin dal principio, adottando un approccio guidato dalla fiducia in ogni singolo passo in avanti – sostiene il top manager di Accenture – Sotto questo punto di vista, gli ecosistemi e le filiere sono fondamentali specialmente se parliamo di Pmi, per-

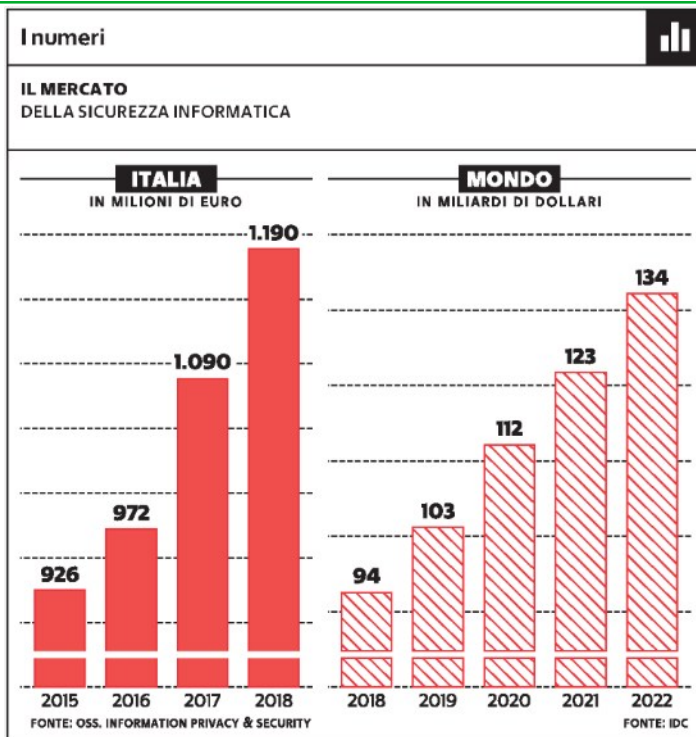
ché quest'ultime da sole non hanno la capacità di attrarre i talenti necessari per contrastare il cybercrime». Questa urgenza di fare squadra, prevede Reznik, alla lunga sarà perfino più importante delle schermaglie digitali tra le grandi potenze politiche».

## LA CARICA DEGLI ANNI DUEMILA

L'attenzione maggiore degli Stati per la cybersecurity sta comunque mettendo una pressione positiva sulle aziende, spingendole a innalzare ulteriormente gli standard di sicurezza. Attenzione però a pensare che la partita sia squisitamente tecnologica, avverte il chief strategy officer di Accenture: «Servono anche più competenze, che è il motivo per cui siamo impegnati in diverse serie di iniziative legate alla formazione, a partire da quelle a sostegno delle donne che hanno un talento particolare per la sicurezza». C'è poi il ricambio generazionale, che garantirà alcuni vantaggi in termini di cultura digitale. Ma, conclude Reznik, non possiamo certo chiedere ai giovani di salvarci: «Stiamo iniziando ad assumere talenti nati nel 2000, figli di una generazione cresciuta con sistemi di protezione più avanzati come l'autenticazione a più fattori ma saranno pur sempre le aziende a determinare vincitori e vinti». – a.fr.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





### Focus

#### IL DOSSIER

Nell'ultima edizione del "Cost of cybercrime" di Accenture vengono illustrati tutti gli aspetti della sicurezza informatica della quale si discute sicuramente più e meglio di prima. Il cybercrime, però, non è più focalizzato solo sugli istituti finanziari o sulle realtà B2c che custodiscono i numeri delle carte di credito. L'attacco è ovunque

**38**  
PER CENTO  
Il picco degli attacchi informatici s'è verificato nel 2018

**100**  
MILIARDI  
La spesa in sicurezza sfonderà il muro dei 100 miliardi di dollari a fine 2019

### Il personaggio

**Gene Reznik**  
chief strategy officer di Accenture:  
"Il perimetro di azione del cybercrime si sta allargando"



1 The new digital bar experience nell'Accenture network di Milano

1

# GIOVANNI RECCIA

## «VI RACCONTO LA CACCIA AI PEZZOTTI»

Parla il comandante  
del Nucleo Speciale Privacy  
e Frodi Tecnologiche  
della Guardia di Finanza

di Angelo Agrippa V



## «A CACCIA DI PEZZOTTI E DI STORIA»

Il comandante del Nucleo Speciale Privacy e Frodi Tecnologiche della Guardia di Finanza la scorsa settimana ha sgominato una banda che truccava gli accessi alla paytv per 5 milioni di utenti con un danno stimato da quasi 7 milioni di euro

Ha pubblicato un saggio in cui ha ricostruito la genealogia del patriota Domenico Cirillo



A Napoli  
la creatività  
viene usata  
per scopi  
non sempre  
legali

Le mie  
passioni:  
ricerca  
della verità  
e difesa  
della giustizia

di **Angelo Agrippa**

La sua mission è quella di stroncare le scorribande dei pirati audiovisivi, i cosiddetti re del pezzotto (i dispositivi che consentono in modo illegale di poter usufruire dei servizi delle pay tv), far saltare i loro sistemi clandestini, scovare le piattaforme



internazionali di Iptv nascoste a migliaia di chilometri di distanza, ma in grado di rubare e di irradiare il segnale delle emittenti a pagamento nelle case di milioni di utenti: gli stessi che credono di risparmiare il costo degli abbonamenti, finendo poi per alimentare il mercato della criminalità organizzata e di minare le basi occupazionali delle aziende del settore.

Lui è il colonnello Giovanni Reccia da Grumo Nevano, paesone a nord di Napoli, sposato, padre di tre gemelli, comandante del Nucleo Speciale Privacy e Frodi Tecnologiche della Guardia di Finanza, che l'altra settimana, a capo di un centinaio di uomini, ha assestato un durissimo colpo ad una organizzazione internazionale con basi in Olanda, Francia, Grecia, Germania e Bulgaria.

Ma l'azione di contrasto al business del *pezzotto* e della violazione del diritto d'autore è appena all'inizio. Infatti, a distanza di poche ore dall'arresto dei capi della organizzazione, gli schermi alimentati dal flusso telematico illegale sono tornati ad accendersi, trasmettendo da nuove piattaforme. Un danno stimato per l'industria dell'audiovisivo di circa 6,5 milioni di euro, ma l'operazione delle Fiamme Gialle è riuscita ad oscurare più di 200 server in vari paesi europei e a bloccare oltre 150 account PayPal. Non solo, il blitz della Guardia di Finanza ha coinvolto più di 5 milioni di utenti (700 mila soltanto per la piattaforma Xstream Codes) per un giro di affari mensile di circa 2 milioni di euro. Venticinque le perquisizioni eseguite e i soggetti finiti nella rete degli inquirenti. Le indagini sono scattate nell'ottobre del 2017 e si sono avvalse di una serie di investigazioni di carattere tecnologico, poi connesse ad attività di polizia giudiziaria. Per questo i tempi sono stati più lunghi, proprio per la necessità di individuare tutti gli interventi probatori utili per configurare l'associazione a delinquere. «Sappiamo bene che si tratta di una lotta senza quartiere – sottolinea il colonnello Reccia -. Ma per ora abbiamo messo le mani su una delle organizzazioni più potenti al mondo che gestiva il 60 per cento dell'attività illegale del settore».

Nel lontano 1991, da giovane ufficiale, Reccia scoprì a Napoli le prime due centrali per la duplicazione clandestina di videogiochi. «Purtroppo — ricorda il comandante del Nucleo speciale antifrode — a Napoli da tempo si registra una tendenza: l'uso della formidabile creatività della sua gente per scopi non sempre legali. Tuttavia — aggiunge — non siamo così convinti che la maggior parte degli utenti collegati alla recente operazione internazionale contro i pirati dell'audiovisivo sia meridionale, poiché molte basi sono state

scoperte nel nord Europa e siamo certi che la transnazionalità dell'affare leghi soggetti diversi ad organizzazioni straniere. Gli ideatori, infatti, erano due greci e il sistema è talmente globalizzato che abbiamo riscontrato indirizzi persino in Russia e negli Stati Uniti. Certo — sottolinea — la procura di Napoli riserva una maggiore attenzione a questi fenomeni criminali ed è più pronta ad affrontarli, ma non significa che l'uso di questi dispositivi sia più diffuso al Sud dell'Italia che al Nord».

Cinquantaquattro anni, quattro lauree (Giurisprudenza, Economia, Scienze politiche e Scienze dell'Economia e della Sicurezza) e una passione investigativa che spesso sconfinava nella ricerca storica, cartografica, toponomastica e biografica. La stessa tenace dedizione con la quale insegue le tracce dei predatori del web, infatti, la impiega per ricostruire profili di personaggi antichi, avvenimenti di storia patria e misteriose genealogie legate alla sua comunità d'origine. Con un saggio pubblicato dalla Società napoletana di Storia patria ha rinvenuto il filo genealogico della famiglia (anch'essa proveniente dall'area atellana) del medico-patriota Domenico Cirillo, protagonista della rivoluzione anti borbonica del 1799, ricostruendo minuziosamente la sua discendenza. E così per le pubblicazioni sul «Controllo economico e finanziario in Napoli e casali» e «Le monete di Atella». Insomma, un segugio a tutto tondo. «La ricerca della verità, sia essa investigativa o storica, muove dallo stesso presupposto – ama precisare il colonnello Reccia -: che è quello di ristabilire la giusta misura della realtà, senza eccessi arbitrari, prevaricazioni, sopraffazioni o interpretazioni tendenziose». A chi deve questa sua passione per la storia patria? «Dai tempi del liceo classico ho incominciato ad appassionarmi alla difesa della giustizia e alla ricerca della verità. Devo tanto al professore e notissimo storico, da poco scomparso, Giuseppe Galasso, ed al professore Sosio Capasso, fondatore del benemerito Istituto di studi atellani. Attraverso la storia si impara e si coltiva la verità e ci si appassiona alla vita. Ed è quello che dovrebbero capire anche gli utenti del cosiddetto *pezzotto* che nutrono, con i loro contributi mensili da dieci a sedici euro al mese, la banca della criminalità. Perché l'abbonamento clandestino non è un risparmio, ma un rischio per tutti. In particolare per coloro che ne usufruiscono, i quali vanno incontro ad una pena che prevede una reclusione fino a 6 anni e multe fino a 25 mila euro, ma poi potrebbero essere i più esposti a truffe telematiche e a furti identitari. Ci pensino bene».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Giovanni Reccia**  
comandante  
Guardia di Finanza



**Il diritto alla cancellazione delle informazioni oscilla fra alti e bassi. La Corte Ue fissa nuovi paletti**

# Dati sensibili in rete, oblio più facile

**O**blivio in rete più facile per i dati sensibili, ma più difficile essere dimenticati su scala mondiale. Il diritto alla cancellazione dei propri dati diffusi via internet oscilla tra alti e bassi, dimostrando l'affanno della legge scritta rispetto all'evoluzione dei rapporti sociali e allo sviluppo della tecnologia. Così, la giustizia comunitaria da un lato, con la sentenza del 24 settembre 2019 resa nella causa C-136/17, impone ai gestori di motori generali di ricerca di stare attenti a non pubblicare e a tenere in rete i dati cosiddetti particolari (religione, politica, sindacato, sesso, salute. Razza, profilo genetico e biometrico). E dall'altro

lato, con sentenza del 24/9/2019 (C507/17), le autorità giurisdizionali Ue riconoscono che non possono pretendere la cancellazione di un certo dato dalle versioni dei motori di ricerca generali esterni all'ambito europeo (e cioè le versioni identificate con un ambito geografico diverso da «punto» seguito da «nome stato europeo»). La constatazione dell'ambito territoriale non deve però tradursi in un limite invalicabile e in una resa all'operatore, ma deve essere uno stimolo per una trattazione globale della questione.

*Ciccina Messina da pag. 4*

*Dopo le sentenze Ue, oblio anche per le informazioni sensibili, dentro i confini europei*

## Tutela a fasi alterne per i dati personali che circolano in rete

Pagina a cura  
DI ANTONIO CICCINA  
MESSINA

**O**blivio in rete più facile per i dati sensibili, ma più difficile essere dimenticati su scala mondiale. Il diritto alla cancellazione dei propri dati diffusi via internet oscilla tra alti e bassi, dimostrando l'affanno della legge scritta rispetto alla evoluzione dei rapporti sociali e allo sviluppo della tecnologia. Così, la giustizia comunitaria (Corte di giustizia dell'Unione europea) da un lato, con la sentenza del 24 settembre 2019 resa nella causa C-136/17, impone ai gestori di motori generali di ricerca di stare attenti a non pubblicare e a tenere in rete i dati cosiddetti particolari (religione, politica, sindacato, sesso, salute. Razza, profilo genetico e biometrico). E dall'altro lato,

europeo».

Peraltro la constatazione dell'ambito territoriale della sovranità non deve essere una constatazione di un limite non valicabile e di una resa all'operatore, ma deve essere uno stimolo per una trattazione globale della questione. In ogni caso la dimensione ampliata (ai dati sensibili) della tutela seppure negli ambiti territoriali dell'Unione europea è una conquista non certo trascurabile. Cerchiamo dunque di comprendere la portata di questa novità.

La Corte di giustizia dell'Ue ha detto ai gestori di motori generali di ricerca che anche a loro si applica il divieto di trattare dati sensibili e particolari. Il significato concreto di questa affermazione, per stare alle ricadute pratiche, è che se qualcuno trova, tra i risultati di una ricerca in rete, il rinvio ad una pagina che contiene dati sensibili, allora il motore generale di ricerca è tenuto a spiegare cosa legittima quella diffusione.

Si noti che il punto di partenza dei motori generali di ricerca è stato l'inapplicabilità del divieto di trattare dati sensibili e particolari.

Il motore generale di ricerca ha sostenuto che, per

la sua natura e per il suo modo di operare, poteva trattare i dati sensibili e particolari e, per quel che interessa, poteva esporre tra i risultati della ricerca anche le pagine contenenti quei dati.

La Corte di giustizia ha sbarrato la strada a questa impostazione.

Al motore di ricerca si applicano le stesse regole che riguardano gli altri titolari di trattamento. Questi ultimi, per vincere il divieto di trattare dati sensibili e particolari, devono dimostrare di trovarsi in uno di quei casi che costituiscono deroga al divieto.

Ad esempio c'è il consenso esplicito dell'interessato oppure si tratta di dati resi manifestamente pubblici dall'interessato. Oppure si tratta di attività giornalistica ecc.

Il valore più importante della sentenza è che anche



il motore di ricerca generale deve stare attento a come tratta i dati sensibili e particolari perché c'è in ballo anche la sua diretta responsabilità e non solo quello del sito che ospita la pagina.

Sul piano dei singoli individui si amplia la possibilità di tutelarsi. Anche se magari non in tutto il mondo, magari solo a livello europeo, ma è importante poter dire al motore generale di ricerca di togliere un risultato che ha un link a dati sensibili dell'interessato.

La deindicizzazione riduce la conoscibilità diffusa e quindi riduce la possibilità che i dati sensibili delle persone siano spiattellate in rete.

Certo non si tratta di un diritto assoluto, perché la possibilità di essere dimenticati per sempre, dappertutto e da tutti è impossibile, ma certamente si va nella direzione della riduzione del rischio.

Ad esempio se circola un rete una pagina con una im-

agine o uno scritto in cui si evidenziano le convinzioni religiose o una patologia, l'interessato può chiedere di giustificare come mai salta fuori quando si imposta una ricerca sul conto di una certa persona. E il motore generale di ricerca deve giustificarsi, altrimenti si deve cancellare quel risultato. E qui si introduce la seconda parte della sentenza.

La pronuncia sui dati sensibili in rete, infatti, è importante anche sotto un altro profilo e cioè sotto il profilo del controllo sulla permanenza in rete di dati sensibili e particolari.

Il motore generale di ricerca è chiamato in prima persona a valutare se ci sono ragioni di interesse pubblico connesse alla conoscenza di dati sensibili. La sentenza si occupa anche di dati giudiziari.

Quando risponde a un interesse della collettività rintracciare un link, tramite un motore generale di ricerca, deve essere valutato

dallo stesso motore generale di ricerca.

Alcune categorie di persone sono più esposte delle altre (divi dello spettacolo, esponenti politici e del mondo della finanza, atleti e così via). La maggiore esposizione corrisponde a un diritto all'informazione del pubblico e della collettività in genere. Questo interesse trova un suo avallo giuridico e il motore generale di ricerca deve decidere, di volta in volta, se deindicizzare o meno un certo risultato, sulla base di parametri che tengono conto della qualifica del personaggio, della natura della notizia e della risalenza nel tempo della notizia.

Attenzione, però, a non pensare a una delega in bianco al motore di ricerca: alla fine è l'autorità dello Stato (un magistrato o un'autorità amministrativa di controllo) che deve avere l'ultima parola.

—© Riproduzione riservata—

## Obbligo di aggiornamento su procedimenti pendenti e condanne

Per i dati giudiziari (procedimenti pendenti e condanne) obbligo di aggiornamento, già nei risultati delle ricerche online. Se ci sono indagini e poi un'assoluzione il motore generale di ricerca deve mettere in evidenza l'assoluzione (altrimenti l'utente del servizio potrebbe avere il dubbio sulla onorabilità dell'interessato). L'obbligo di messa in evidenza dell'ultimo aggiornamento è stato prescritto dalla sentenza della Corte di giustizia dell'Unione del 24 settembre 2019 resa nella causa C-136/17. Il caso trattato è quello delle informazioni relative a un procedimento giudiziario pendente o a una condanna. Per questi dati vale la regola generale del bilanciamento del diritto all'oblio con l'interesse

della collettività a essere informata. La sentenza citata aggiunge qualcosa di più con riferimento alle informazioni relative a procedimenti giudiziari e condanne, quando le informazioni si riferiscono ad una fase precedente del procedimento giudiziario e non corrispondono più alla situazione attuale. Se l'inserimento del link considerato è strettamente necessario per il diritto all'informazione, il gestore, dice la Corte, è in ogni caso tenuto, al più tardi al momento della richiesta di deindicizzazione, a sistemare l'elenco dei risultati in modo che sia evidente la situazione giudiziaria attuale: quindi in cima alla lista dei risultati devono comparire i link verso pagine internet contenenti informazioni sulle ul-

time novità.

L'obiettivo è di fare in modo che i risultati delle ricerche non siano pezzi di informazioni affastellati che tradiscono l'identità della persona.

Se c'è stato un proseguo di una vicenda iniziale e questa seconda puntata fa capire cosa è realmente accaduto, chi fa le ricerche deve essere aiutato e chi diffonde i risultati delle ricerche on line ha l'obbligo di aiutare. Va sottolineato, infatti, che i risultati delle ricerche, soprattutto quando sono tanti e magari contrastanti, lasciano un senso di inadeguatezza. La Corte di Giustizia, con la sentenza, in esame chiede semplicemente un po' di ordine e un criterio garantista nell'esposizione dei risultati. Ci

sarà pure un algoritmo in grado di farlo. E comunque questo è un obbligo a carico del motore generale di ricerca.

Il risultato esposto dal motore di ricerca, infatti, è frutto di un'attività di elaborazione riconducibile allo stesso gestore: mettere un risultato, inserirlo in una certa posizione, formulare una sintesi sono tutte azioni di un trattamento autonomo. Il gestore di un motore di ricerca è, dunque, responsabile dell'indicizzazione di una pagina tratta da un certo sito e della visualizzazione del link tra i risultati; il motore di ricerca non è responsabile, invece, del fatto che dei dati compaiono su una pagina internet pubblicata da terzi.

—© Riproduzione riservata—

## Il diritto all'oblio - I presupposti

<b>Cessazione della finalità</b>	i dati personali non sono più necessari rispetto alle finalità per le quali sono stati raccolti o altrimenti trattati
<b>Consenso</b>	l'interessato revoca il consenso, se non sussiste altro fondamento giuridico per il trattamento
<b>Opposizione</b>	l'interessato si oppone al trattamento
<b>Obbligo di legge</b>	i dati personali devono essere cancellati per adempiere un obbligo giuridico
<b>Servizi online</b>	i dati personali sono stati raccolti relativamente all'offerta di servizi della società dell'informazione

# Deindicizzazione ma non per tutti

*L'interesse pubblico frena il delisting: ecco le ragioni dei no alle richieste di rimozione*

**In alcuni casi, le ragioni dell'interessato sono state considerate inferiori rispetto al diritto di informazione in quanto relative a condanne per reati gravi, tali da poter avere riflessi sull'attività professionale svolta**

**Le decisioni favorevoli del garante si sono incentrate, soprattutto, su vicende processuali risalenti**

**e conclusesi con l'archiviazione, o comunque per le quali l'interesse pubblico all'informazione è risultato affievolito**

**L'**interesse pubblico blocca la deindicizzazione (detta delisting). La relazione del Garante per la privacy per il 2018 riferisce sull'esito dei procedimenti di richiesta di rimozione dei cosiddetti Url, che nel merito è stata molte volte respinta. Vediamo perché.

Il garante ha ritenuto prevalente l'interesse del pubblico ad avere accesso alle informazioni, ad esempio, nel caso di notizie rinvenibili sul web non particolarmente risalenti, come quelle riguardanti un procedimento penale, non ancora definito, per evasione fiscale iniziato nel 2014 e il conseguente sequestro preventivo effettuato nel 2016 sui conti bancari intestati all'interessato (provvedimento 13 dicembre 2018, n. 503).

In altri casi, le ragioni dell'interessato sono state considerate inferiori rispetto al diritto di informazione in quanto relative a condanne per reati gravi, tali da poter avere riflessi sull'attività professionale svolta.

Il Garante ha, ad esempio, negato il diritto di oblio relativamente ad alcuni articoli di stampa relativi ad un procedimento penale conclusosi, nel novembre 2005, con la condanna per il reato di violenza sessuale aggravata, resa definitiva per effetto della pronuncia della Corte di cassazione nel luglio 2007 (provvedimento 13 dicembre 2018 n. 505); o, ancora, altri articoli concernenti un personaggio con un ruolo pubblico (imprenditore e corrispondente consolare nelle isole dei Caraibi, provvedimento 13 dicembre 2018, n. 506).

Nella relazione per il 2018 si

riferisce di un provvedimento di accoglimento parziale è stato invece adottato su ricorso dell'interessato nei confronti di una società editrice e del gestore di un motore di ricerca al fine di ottenere l'inibizione della reperibilità in rete di due articoli, uno dei quali relativo a circostanze alle quali il ricorrente era estraneo e l'altro riguardante una vicenda giudiziaria, ormai risalente nel tempo, nella quale era stato coinvolto nel 2001.

Il garante ha invece parzialmente accolto nei confronti del gestore del motore di ricerca in ragione del tempo decorso e della frammentarietà delle informazioni presenti all'interno della pagina correlata all'Url di cui era stata chiesta la rimozione (provvedimento 13 dicembre 2018, n. 502).

Le decisioni favorevoli del garante si sono incentrate, soprattutto, su vicende processuali risalenti e conclusesi con l'archiviazione, o comunque per le quali l'interesse pubblico all'informazione è risultato affievolito. Sempre in tema di motori di ricerca, la relazione del garante della privacy per il 2018, riferisce di un caso deciso dal Tribunale di Milano, che ha annullato la decisione del garante del 21 dicembre 2017, n. 557, che aveva accolto il ricorso dell'interessato volto alla deindicizzazione globale di alcuni Url. La sentenza caratterizza per il fatto che afferma che spetta al giudice ordinario, e non al gestore del motore di ricerca, operare il bilanciamento tra diritto all'onore o alla reputazione e diritto alla libertà di

manifestazione del pensiero (5 settembre 2018, n. 7846). Il tribunale di Milano ha esaminato il merito della vicenda e ha dato ragione al motore di ricerca.

Essere dimenticati dalla rete non è, quindi, sempre possibile. Il diritto non è un diritto assoluto, ma ha l'obiettivo di tenere distinte due sfere della vita di ciascun individuo: quella pubblica e quella privata. L'estensione delle due parti è differente per ogni interessato: non a caso si parla di «personaggi pubblici» che hanno meno privacy degli altri. Il diritto all'oblio è indispensabile nella società sempre connessa in rete e in cui le informazioni sulle persone viaggiano e si trasformano all'insaputa delle stesse e anche contro la loro volontà. All'individuo deve essere data la possibilità di rintracciare i propri dati nel loro vagare in rete e anche di passare un colpo di spugna sui sommari del web per farsi dimenticare.

Questo nei limiti in cui i rapporti sociali e giuridici non obblighino la persona a tollerare che i propri dati siano conosciuti e utilizzati da altri. Il diritto all'oblio va, perciò, valutato caso per caso.

—© Riproduzione riservata—■



## L'intervento

# Il diritto all'oblio riordina il web

di Antonello Soro

**C**aro direttore, il tema della *governance* della società digitale sempre più spesso irrompe, con la forza delle grandi "questioni democratiche", nel diritto europeo, nel tentativo di delineare il miglior equilibrio tra innovazione e libertà. La Corte di giustizia, con due sentenze ha trattato, tra ombre e luci, alcuni aspetti importanti del rapporto tra informazione, nuove tecnologie e dignità, attraverso il prisma del diritto all'oblio. Esso nasce, vent'anni fa, come diritto a non subire gli effetti pregiudizievoli della ripubblicazione, a distanza di tempo, di una notizia pur legittimamente diffusa in origine ma non più attuale. Il rapporto lineare tra attualità della notizia, pubblicazione e oblio è mutato profondamente con l'avvento delle nuove tecnologie. La rete annulla la distanza temporale tra una pubblicazione e la successiva, ospitando senza soluzione di continuità notizie anche risalenti, spesso superate dagli eventi e per ciò non più attuali. Lo stesso diritto all'oblio ha così subito una metamorfosi importante, arricchendo il suo contenuto e avvalendosi di strumenti di tutela diversi. Tra questi ha assunto un rilievo determinante, anche grazie alla sentenza Costeja della stessa Corte del 2014, la deindicizzazione di notizie pur legittimamente pubblicate in origine, ma divenute inattuali per il tempo trascorso. Da allora, sempre più rilevante è stato il ricorso, da parte dei cittadini, a questo rimedio, per garantire il "diritto al ridimensionamento della propria visibilità mediatica", rispetto all'implicazione forse più pregnante dell'informazione in rete: la capacità di attribuire a ciascuno, con la pervasività di un mezzo planetario e la potenza dell'indicizzazione, nuove identità, spesso insensibili al trascorrere del tempo. E proprio questo aspetto è sviluppato dalla nuova pronuncia della Corte di giustizia, con alcune implicazioni particolarmente rilevanti per la cronaca giudiziaria. Il profilo della persona, stilato dal motore di ricerca organizzando le notizie

indicizzate, deve secondo la Corte rifletterne la condizione (anche giudiziaria) attuale, rimuovendo quindi i link ad articoli non aggiornati all'evoluzione processuale, ogniqualvolta l'impatto negativo sull'identità sia sproporzionato rispetto all'esigenza di agevole reperibilità della notizia. Così, anche qualora tale esigenza non sia recessiva e non si debba, dunque, deindicizzare, le informazioni restituite dal motore di ricerca dovranno essere visualizzate in modo da riflettere la posizione giudiziaria attuale della persona. La notizia dell'assoluzione non deve, ad esempio, essere posta in coda a una pluralità di link più risalenti, relativi all'imputazione, alle misure cautelari, persino alla condanna non definitiva. Dev'essere, insomma, il criterio dell'esattezza e dell'aggiornamento (e non quello del numero dei click) a governare l'algoritmo dei motori di ricerca i quali, titolari di un ruolo sempre più centrale rispetto all'informazione in rete, non possono affidare alla mera *lex informatica* decisioni così rilevanti sui diritti fondamentali.

La nuova sentenza aggiunge, dunque, un altro tassello al rafforzamento della responsabilizzazione delle piattaforme rispetto ad attività che hanno un impatto determinante sui diritti fondamentali, utilizzando anche la tecnica in funzione di tutela anziché di limitazione delle libertà. A tali tecniche dovrà peraltro farsi ricorso, per impedire che la limitazione della deindicizzazione alle sole pagine europee dei motori di ricerca – confermata in questi giorni con un'altra e meno "coraggiosa" sentenza della Corte – finisca per vanificare una delle conquiste più importanti di questi anni: il diritto all'oblio, appunto. *L'autore è presidente dell'Autorità garante per la privacy*

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Il caso**

# L'e-health europeo sbarca a Riad

VALERIO MACCARI, ROMA

La spagnola Top Doctors, fondata e guidata a Barcellona da un italiano, ha fatto una piattaforma online per mettere in contatto i pazienti con un network mondiale di specialisti. Contratto in Arabia

**D**alla Spagna al Medio Oriente in sette anni, sulle ali dell'innovazione digitale della sanità.

Top Doctors, la piattaforma online che seleziona e mette a disposizione degli utenti i medici specialisti più quotati al mondo, sbarca a Riad, dove aprirà un nuovo centro operativo.

Un salto non comune per una giovane azienda tecnologica europea, in particolare dell'Europa meridionale. Top Doctors nasce nel 2013 a Barcellona, e nel suo DNA c'è anche un po' di Italia: il fondatore, presidente e attuale ceo, Alberto E. Porciani, è infatti un italiano 'trapiantato' in Spagna fin dall'Erasmus. Qui ha dato vita ad uno strumento online che avvicina i pazienti ai migliori specialisti selezionati, anche con le valutazioni dei pazienti.

**INFORMAZIONI AFFIDABILI**

«Un'intuizione piuttosto semplice - spiega Porciani - prima o poi tutti noi purtroppo ci troviamo ad affrontare dei problemi di salute più o meno gravi e, in quel momento, vogliamo poter contare sul miglior specialista possibile. In un panorama della medicina iperspecializzato, trovarlo non è semplice. Quindi ci affidiamo a internet, dove però non è sempre scontato trovare fonti affidabili. I nostri medici rappresentano invece davvero l'eccellenza perché possono accedere alla nostra piattaforma solo dopo aver superato un rigoroso processo di selezione svolto in collaborazione con Adecco Medical & Sciences».

Un servizio in linea con le aspettative dei 'clienti' nell'era della digital reputation: solo nel nostro paese 9 pazienti su 10 si informano online sull'affidabilità dei medici. Una domanda che l'azienda fa collimare con un'offerta adeguata: sono infatti già oltre 70.000 i professionisti che si sono affidati a Top Doctors per ge-

stire la propria reputazione online. In Italia, dove TopDoctors è sbarcata nel 2013, gli specialisti iscritti al servizio attualmente sono oltre 2.100.

Globalmente oltre 20 milioni di persone si sono servite del network per la scelta di un medico in tre continenti e 8 paesi, conquistati anche grazie al forte focus sulla tecnologia, dalle chat medico-paziente istantanee, al sistema di videoconferenza e di valutazione dei sintomi.

**SAUDI VISION 2030**

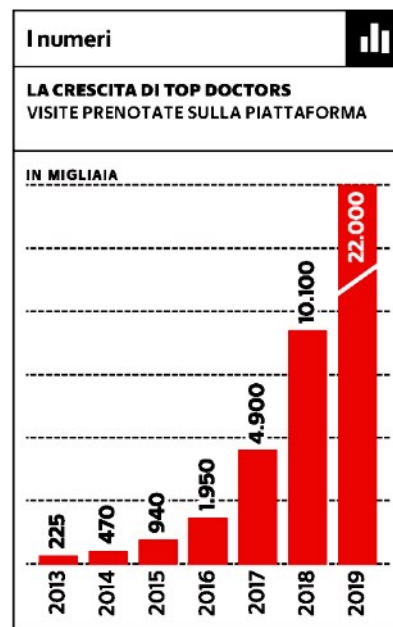
Nella penisola araba, Top Doctors potrà contare sull'assistenza di un partner dell'Area: Golden Logic, advisor tecnologico che si sta occupando della digitalizzazione della sanità saudita e di quella degli altri paesi che compongono il Consiglio di Cooperazione del Golfo. E che metterà a disposizione di Top Doctors la propria società tecnologica specializzata nel comparto, DCC - Distinctive Care Company for Information Technology. Un'occasione: l'Arabia Saudita si trova infatti attualmente in fase di sviluppo di nuove infrastrutture digitali nell'ambito del piano di trasformazione nazionale "Saudi Vision 2030" che, tra le altre aree, cerca di rafforzare e digitalizzare il settore sanitario per migliorare la qualità della vita dei cittadini. «Questa possibilità - dice Porciani - ci ha offerto di far parte del piano nazionale di digitalizzazione della regione. Un onore e una grande opportunità per aiutare i governi locali a rafforzare il loro sistema sanitario».

Per raggiungere l'obiettivo, Top Doctors investirà 1,3 milioni di dollari in questo importante progetto, che prevede accordi con diversi gruppi ospedalieri stranieri e locali, formazione di dottori in digitalizzazione e telemedicina. Oltre a contribuire al

miglioramento delle infrastrutture sanitarie, la piattaforma offrirà informazione e aiuterà i pazienti che desiderano o hanno bisogno di essere curati fuori dal Paese, consentendo anche a loro di accedere ai migliori medici che operano in Europa e America.

«La chiave del processo di digitalizzazione del settore sanitario - spiega ancora Porciani - sta nell'offrire al paziente un accesso sicuro e di qualità alla medicina, che gli dia la tranquillità necessaria per prendere decisioni riguardo alla propria salute. Questo è il nostro obiettivo principale e il nostro contributo ai sistemi sanitari di tutti quei Paesi che vogliono unirsi alla sfida della sanità elettronica».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





L'interno di uno degli studi medici italiani associati alla piattaforma Top Doctors



**Alberto Porciani**  
ceo di Top Doctors

**Il commento**

**ALBERTO PASTORE E FABRIZIO IANNONI\***

## IL MONOPOLIO AI TEMPI DELL'ECONOMIA DIGITALE

**L'opinione**

**“**

Vanno arginati gli effetti collaterali del potere di mercato dei Big del web con leve diverse: carico fiscale, utilizzo etico dei dati personali e sanzioni ai comportamenti anticoncorrenziali

**D** all'e-commerce, ai social network, alla sharing economy, negli ultimi decenni le disruptive technologies hanno profondamente modificato le dinamiche competitive nei campi dell'informatica e delle comunicazioni, con ripercussioni importanti sulla produttività, l'occupazione, la crescita. Gli Over The Top dell'economia digitale, come Google, Amazon, Facebook, Apple e Uber, in poco tempo hanno imposto nuovi modelli di business, scalando le classifiche mondiali per valore di capitalizzazione di Borsa. Essi forniscono prodotti e servizi fortemente innovativi, aumentano la varietà dell'offerta a disposizione dei consumatori, riducono i costi di transazione e le asimmetrie informative. Parallelamente, oltre a tali benefici, il potere detenuto dai protagonisti della digital economy porta con sé anche notevoli rischi, rispetto ai quali le Istituzioni, i media e i consumatori stanno acquisendo crescente consapevolezza. Finora, tuttavia, l'attenzione dei vari stakeholders si è focalizzata prevalentemente su aspetti fiscali o di privacy: i giganti del web sopportano un carico fiscale assai modesto, e comunque sproporzionato rispetto ai ricavi, e raccolgono dati personali in modo non sempre trasparente, per fini commerciali o di altra natura, come è emerso nel caso

Facebook-Cambridge Analytica. Il potere degli Over The Top, tuttavia, tocca anche corde squisitamente competitive, con riflessi importanti per l'analisi strategica. Un caso emblematico è quello di Google: nel maggio 2019 l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha avviato un procedimento istruttorio per abuso di posizione dominante nei confronti della Società californiana che, pochi mesi prima, era stata sanzionata dalla Commissione Europea per aver alterato il naturale dispiegarsi del gioco concorrenziale. Il colosso di Mountain View detiene quote pari al 90% nei mercati nazionali della ricerca generica (versante sul quale gli utenti usufruiscono "gratuitamente" di un servizio) e superiori al 70% nella pubblicità collegata alle ricerche (l'altro versante, sul quale l'impresa genera la maggior parte dei propri ricavi). Secondo la Commissione, Google avrebbe abusato della propria posizione dominante imponendo una serie di clausole restrittive nei contratti con siti web di terzi che hanno impedito ai concorrenti di inserire su tali siti le proprie pubblicità collegate alle ricerche. Peraltro, secondo la Commissione, non è la prima volta che Big G utilizza in maniera illecita il proprio potere. Nel luglio 2018, infatti, Google ha ricevuto una sanzione pari a 4,2 miliardi di euro per aver favorito artificiosamente l'utilizzo di servizi appartenenti al proprio ecosistema. In questo caso l'impresa imponeva ai produttori di smartphone che utilizzano il sistema operativo Android, come Samsung o Huawei, e agli operatori di rete mobile, di pre-installare app e servizi firmati Google, come Chrome e Google Play Store. Infine, anche nel 2017 la Commissione Europea è intervenuta per arginare lo sfruttamento del potere di mercato di Big G. Alla luce delle analisi condotte, Google

avrebbe sfruttato il suo algoritmo di page ranking per dare maggior risalto al proprio servizio di comparison shopping, declassando i risultati dei concorrenti e alterando così il processo di scelta dei consumatori. Le sanzioni complessivamente irrogate a Google dalla Commissione negli ultimi tre anni, per i tre casi sopraesposti, ammontano a circa 8 miliardi di euro. Ai pubblici poteri spetta, dunque, un difficile compito di bilanciamento: da un lato quello di stimolare gli investimenti per la ricerca, l'innovazione e lo sviluppo di nuovi prodotti e servizi, alimentando il dinamismo nei mercati digitali. Dall'altro, i policy maker dovrebbero arginare gli effetti collaterali del potere di mercato detenuto dai big di internet, attraverso leve diverse: a) riequilibrando il carico fiscale rispetto alle effettive dimensioni del fatturato delle imprese; b) garantendo un utilizzo etico e trasparente dei dati personali - che nelle piattaforme e nei "mercati a più lati" rappresentano il vero asset su cui poggiano i nuovi modelli di business; c) sanzionando i comportamenti volti a reprimere lo sviluppo della concorrenza, attuale e potenziale. Una partita di grande rilevanza per l'interesse collettivo, che le istituzioni devono giocare con chiarezza di obiettivi e senza indugio.

\* *Università La Sapienza di Roma e Società Italiana di Management*

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# La stanza dei bottoni

## PROTAGONISTI & INTERPRETI

# IACOVONE (EY) FA L'APPELLO A CAPRI

Oltre cento ospiti sul palco dell'Hotel Quisisana per capire come la tecnologia stia cambiando le nostre vite.

a cura  
di **Carlo Cinelli**  
e **Federico De Rosa**

**U**na full immersion di tre giorni per scoprire e capire come la tecnologia sta cambiando le nostre vite, ma soprattutto per comprendere perché l'uomo resta comunque al centro dell'innovazione. Si capisce già dal titolo «Less artificial, more intelligent. Always human» che il consueto summit di inizio ottobre a Capri organizzato da Ey, quest'anno ha un taglio ancora più interessante. Dall'intelligenza artificiale alla cybersecurity, dal 5G alle prospettive del mondo in chiave digitale. Sul palco si alterneranno molti ospiti, che venerdì saranno accolti all'Hotel Quisisana da **Donato Iacovone**, managing partner di Ey e ideatore del Summit. Sarà l'occasione per sentire dal neoministro per l'innovazione tecnologica e la digitalizzazione, **Paola Pisano** cosa ha in mente il governo, ma anche per capire a che punto è lo stato dell'arte della tecnologia. Ne parleranno, tra gli altri, il politologo **Parag Khanna**, fondatore del think tank FutureMap ed esperto di connessioni tra flussi migratori e sviluppo, il premio Nobel, **Muhammad Yunus**, il musicista concettuale e compositore (con l'intelligenza artificiale), **Alex Braga**, l'informatico, compositore e saggista **Jaron Lanier**, il professore di globalizzazione e sviluppo dell'Università di Oxford, **Ian Goldin**. E ancora il presidente di Human Technopole, **Marco Simoni**, il direttore generale della Rai, **Fabrizio Salini**, il ceo di Tim, **Luigi Gubitosi**, la numero uno di Microsoft in Italia, **Silvia Candiani** e altri cento ospiti che in modo trasversale racconteranno il futuro.



**Innovazione**  
Il neo ministro  
Paola Pisano,  
42 anni, torinese,  
è stata assessore  
all'innovazione nel  
capoluogo piemontese



**Sul palco**  
Silvia Candiani  
Dal settembre 2017  
guida le attività di  
Microsoft in Italia



**Summit Ey**  
Donato Iacovone,  
teramano di  
nascita si è  
laureato a Pescara  
ed è entrato in Ey  
nel 1984 a Milano

# INDUSTRIA 4.0 CERCANSI INCENTIVI PERMANENTI

Occhi puntati sulla manovra finanziaria e sulle agevolazioni fiscali  
Taisch (Polimi): favorire gli investimenti sui sistemi informativi

di **Massimiliano Del Barba**

**T**utti gli occhi sono puntati sul 31 dicembre, termine ultimo per la presentazione della manovra 2020. Ma più passano le settimane, più crescono fra gli imprenditori italiani le aspettative in merito all'ipotesi di rinnovo del pacchetto di incentivi di Industria 4.0.

Per ora fanno fede le dichiarazioni del ministro dello Sviluppo economico, Stefano Patuanelli, il quale ha assicurato che in legge di Bilancio verranno confermati «tutti gli strumenti che hanno spinto l'economia reale incontrando il favore delle imprese», rendendoli «strutturali o comunque con un periodo minimo di tre anni». A oggi, tuttavia, dopo l'uscita lo scorso maggio di Stefano Firpo dalla direzione generale per le Politiche industriali — carica ora ricoperta ad interim dal direttore per Mercato e Concorrenza Mario Fiorentino — a Palazzo Piacentini non è ancora stato individuato la *team* che dovrà strutturare e rimodulare il nuovo pacchetto per il 2020: non è un segreto che le due anime del governo abbiano infatti due approcci diversi sul tema, con i pd che vorrebbero riproporre lo schema Calenda e i cinque stelle, invece, più inclini a proporre un versione alleggerita.

## Strumenti

Tema complesso, poiché il grado più o meno spinto di incentivazione fiscale sui macchinari connessi è solo il primo capitolo del processo di trasformazione digitale della mani-

fattura italiana. Secondo l'ultimo studio dell'Osservatorio Industria 4.0 del Politecnico di Milano, infatti, nei prossimi due anni la partita da giocare sarà non tanto sulla dotazione tecnologica delle fabbriche, quanto invece sui progetti di digitalizzazione che stanno a monte degli impianti. Un mercato che nel 2018 ha raggiunto i 3,2 miliardi di euro (+35% sul 2017) ma che nella prima parte del 2019 ha subito un rallentamento del 25%. «Servirebbe un cambio di prospettiva nell'incentivazione — avanza Marco Taisch, ordinario di Ingegneria gestionale e responsabile scientifico dell'Osservatorio Industria 4.0 del Politecnico di Milano —, spostando l'iper ammortamento che sta sui beni strumentali al capitolo, oggi coperto da super ammortamento, sui sistemi informativi».

Dall'*hard* al *soft*, insomma, per inseguire l'evolversi della catena del valore che si dematerializza premiando il servizio a discapito del prodotto. «Molte aziende — prosegue Taisch — hanno in linea macchinari pre-2016 ma ancora non obsoleti: hanno però bisogno di essere connessi col resto del sistema e per questo servirebbe lo scambio fra super e iper ammortamento. Inoltre aiuteremmo le Pmi, che probabilmente non hanno bisogno di un nuovo macchinario *hi-tech* da 300 mila euro, ma magari necessitano di un sistema di gestione da 50 mila».

Da questo punto di vista, la riproposizione di una cabina di regia sul modello piano Calenda potrebbe dare

una grossa mano, sia per dar voce alle istanze delle parti in gioco — gli industriali ma anche il sindacato, che giudica le 24 ore di formazione obbligatoria «insufficienti» per trasformare le *tute blu* over 40 in *colletti blu* — sia per coinvolgere competenze specifiche che a oggi la classe politica pare non possedere: «Il Politecnico di Milano è disponibile — prosegue Taisch — perché oltre alla negoziazione serve un apporto di conoscenza tecnica su macchine e software che non s'improvvisa».

Non a caso, nei prossimi anni saranno la *cybersecurity*, la robotica collaborativa, gli *industrial analytics*, il *cloud manufacturing* e i sistemi di comunicazione *machine-to-machine* i campi d'investimento strategico su cui le aziende dovranno puntare con cognizione di causa poiché, a differenza della prima ondata di automazione che aveva investito il manifatturiero alla fine degli anni Settanta, oggi l'innovazione non si acquista più con il macchinario ma si implementa attorno a torni, frese, presse e laminatoi disegnando una *lean production* ispirata ai principi dell'approccio *agile*.

«Un salto culturale prima che tec-



nologico — conclude Taisch — su cui la Germania ha molto da insegnarci. A differenza infatti di quanto si creda, Berlino non ha messo molti più fondi a disposizione delle imprese rispetto all'Italia, ma ha però fatto della Quarta rivoluzione industriale e delle sue ricadute sull'organizzazione del lavoro un argomento popolare di discussione e confronto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### Quanto vale il business

Il mercato 4.0 in Italia negli ultimi quattro anni, dati in miliardi di euro



Fonte: Osservatori.Net

### Lo scenario

Cos'è l'industria 4.0 per le imprese. Base 192 rispondenti



s.F.

## Eventi a Napoli

# Benvenuti al Sud del futuro

**S**i svolgerà martedì 8 ottobre all'Università degli Studi di Napoli Federico II la tavola rotonda «Software Industriale 4.0: il motore della crescita» promossa dal gruppo Software Industriale di Anie Automazione e organizzata da Messe Frankfurt Italia. Dopo la prima edizione di Forum Software Industriale, a inizio anno a Milano, l'incontro intende promuovere una nuova opportunità di confronto, questa volta nel Mezzogiorno, per discutere i benefici derivanti dalle infrastrutture «It» in un bacino importante per la crescita del nostro Paese.

«Intelligenza artificiale e collaborazione uomo-macchina, il valore dei dati nell'integrazione dei sistemi di fabbrica e la necessità, sempre più stringente, di proteggerli dai cyber attacchi: questi sono solo alcuni dei temi che saranno affrontati», racconta Marco Vecchio, segretario di Anie Automazione. Un importante evento che vuole rappresentare un'occasione di confronto con le realtà manifatturiere del Sud Italia e di stimolo all'adozione di queste tecnologie, motore della crescita del comparto.

Per Donald Wich, amministratore delegato di Messe Frankfurt Italia: «Il rafforzamento del comparto manifatturiero passa per l'innovazione ed è essenziale per lo sviluppo di un tessuto imprenditoriale forte in quest'area d'Italia ad alto potenziale». Tra le aziende presenti: Abb, Oracle, Siemens Plm Software.

**Ba. Mill.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# INNOVAZIONE E AMBIENTE CAMBIARE «PELLE» SI PUÒ

L'industria conciaria vuole essere sempre più circolare: la materia prima riutilizza i residui delle lavorazioni alimentari  
Ora, grazie alla tecnologia, la spinta verde può crescere. Come mostrano i progetti presentati da mercoledì a Milano

di **Giulio Ferré**

**Il piano Industria 4.0 ha rappresentato un'opportunità: nel 2017 il 66% delle aziende ha fatto investimenti hi-tech e il 27% li ha pianificati**

Innovazione e circolarità. Sono due le parole che definiscono l'edizione numero 97 di Lineapelle, la più importante rassegna internazionale del settore, che declina e rafforza la filiera di fornitura dell'industria *fashion & luxury*. Allestita presso Fieramilano Rho, prende il via mercoledì fino al 4 ottobre, forte di oltre 1.270 espositori che presentano le collezioni autunno-inverno 2020-2021 e provengono da 46 Paesi. La rassegna ha scelto di sottolineare il suo punto di equilibrio tra la rapidità dell'evoluzione tecnologica e l'impegno verso l'ambiente.

Per Fulvia Bacchi, ceo di Lineapelle, l'intenzione è chiara. «Non vogliamo soltanto esibire il nostro mercato, che attende la visita di 20 mila buyer in arrivo da 114 nazioni, ma anticipare i cambiamenti e creare, attraverso una rete di connessioni, un sistema operativo che ci permetta di mostrare la nostra leadership anche nel medio e lungo periodo». Diventati il fulcro di ogni progetto e discussione, temi come etica e sostenibilità sono il cuore di *Innovation Square*, che Fulvia Bacchi riassume con un suggestivo «hub dell'ispirazione». Dove le aziende possono trovare idee nuove, che al momento non sembrano facilmente applicabili, ma aiutano a orientare le proprie

linee di ricerca, grazie a una scienza che è in grado di fornire i risultati più applicabili al cuore delle idee.

## Progressi

È questa tecnologia futuribile, basata su discipline di frontiera, ad avere portato cambiamenti epocali su che cosa produrre e come produrre. «Eppure la pelle spesso è percepita come un materiale non sostenibile — commenta Bacchi — ignorando la prospettiva scientifica e oggettiva degli aspetti legati alle pelli grezze». Ecco che si arriva al concetto di circolarità, non una scelta dell'ultima ora o sostenuta soltanto da ragioni di marketing.

Perché Unic Concerie Italiane racconta la sua impronta sostenibile già dal 2002, pubblicando un rapporto di sostenibilità che documenta progressi, prestazioni, risultati in ambito sociale, ambientale ed economico. Per raccontare il valore sostanziale della pelle è stata realizzata anche una mostra, *The Leather (Re)Cycling Exhibition* (all'ingresso del Padiglione 14, accanto al Polo dell'Innovazione) che illustra la circolarità del settore.

L'industria conciaria italiana, infatti, recupera e utilizza rifiuti dell'industria della carne, che dovrebbero altrimenti essere bruciati o seppelliti con gravi danni per l'ambiente. Nella stragrande maggioranza e in modo crescente, le pelli utilizzate sono tracciabili. «Possiamo dire che con il tempo è stata avviata una simbiosi industriale con l'intera catena del valore — osserva la manager —, faci-

litata anche dalla concentrazione in distretti industriali. Soprattutto in Toscana, a Santa Croce sull'Arno e nel Veneto, nella zona di Vicenza, dove la Sicit Group di Arzignano ha ricevuto il premio *Technology and Innovation* durante il Green Carpet Fashion Awards 2019. L'85% dei rifiuti e degli scarti dell'industria conciaria italiana vengono recuperati e trasformati in materie prime e destinati ad altre industrie generando efficienza».

Ha forte caratteristiche artigianali questa filiera che considera il rinnovamento tecnologico come uno strumento fondamentale di crescita e miglioramento. Non a caso il piano Industria 4.0 ha rappresentato per la conciaria italiana una straordinaria opportunità; secondo un'indagine tra gli associati di Unic, nel 2017 il 66 per cento ha compiuto investimenti tecnologici e il 27% li ha pianificati per il 2018.

Ma le collaborazioni, oltre che industriali, possono essere creative, come quelle che Lineapelle intrattiene da anni con la sua fiera di riferimento per il mercato giapponese, la Tokyo Leather Fair. Così è arrivata a Milano la mostra *Leather Hanten*, con i suoi capi «naga-hanten», gli abiti simili a kimono indossati dai vigili del fuoco dell'antica Edo. Sono stati rielaborati da Kansai Yamamoto, lo stilista noto tra l'altro per gli abiti indossati da David Bowie durante il *Ziggy Stardust Tour*, che terrà un workshop mercoledì. Tra *heritage* e futuro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**Lo scenario**

Fulvia Bacchi, ceo di Lineapelle. La rassegna attende la visita di 20 mila buyer in arrivo da 114 nazioni. A sinistra, i capi della mostra Leather Hanten



## La fabbrica intelligente si mostra a Bari

**N**el primo trimestre del 2019 l'export dei distretti del Sud Italia registra una buona performance (+6,3%), sperimentando una crescita superiore rispetto alla media nazionale (+2,7%). È quanto emerge dai dati Monitor dei Distretti del Mezzogiorno, a cura di Intesa Sanpaolo, secondo cui, a trainare la crescita è il brillante andamento dei distretti produttivi della Puglia (+17,3%), che ha beneficiato della crescita a doppia cifra delle esportazioni in metà dell'area. È in questo contesto che Mecspe, la fiera di riferimento per l'industria manifatturiera e per la fabbrica intelligente organizzata da Senaf, si prepara alla sua prima edizione a Bari, dal 28 al 30 novembre, presso la Nuova Fiera del Levante. Il tradizionale appuntamento del Salone, che da 18 edizioni si tiene a Fiere di Parma, da quest'anno, allargherà il proprio bacino di pubblico raddoppiando il suo impegno con la manifattura 4.0, per mostrare il ruolo determinante delle tecnologie di produzione nei diversi contesti applicativi e presentare le eccellenze dei diversi comparti anche al Centro e Sud Italia. «Il mercato attuale impone al sistema industriale italiano nuove regole e tempi di risposta molto più rapidi rispetto al passato, per cui le aziende sono chiamate ad aggiornarsi e rinnovarsi per poter governare le nuove sfide della digitalizzazione — spiega Maruska Sabato, project manager di Mecspe —. Anche in questa parte del Paese molti imprenditori hanno scelto l'innovazione come chiave di volta della propria crescita e hanno abbracciato il cambiamento epocale della quarta rivoluzione industriale con entusiasmo e pragmatismo».

**Ba. Mill.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### Innovazione

Ivan Nardella, amministratore delegato di Senaf. La fiera dedicata alle tecnologie digitali si espande verso il Sud



# DAI PRODOTTI AI SERVIZI LA SCOMMESSA È QUESTA

Alberto Baban: «Le tecnologie digitali sono una grande chance per le Pmi  
Ma in pochi lo hanno capito. Servono maggiori investimenti nella data-analysis»

di **Massimiliano Del Barba**

«**S**iamo alle elementari del 4.0, nel senso che ciò che vediamo oggi nelle aziende, soprattutto in quelle di più piccole dimensioni, non è che l'inizio di una rivoluzione industriale, la quarta, che è destinata a stravolgere completamente non solo i processi di produzione, ma anche i prodotti stessi». Alberto Baban, 56 anni, fondatore della rete d'impresa VenetWork, già numero uno della piccola e media impresa di Confindustria, lo scorso giugno è stato nominato presidente del comitato scientifico di A&T, la fiera dedicata alle tecnologie avanzate che si terrà dal 12 al 14 febbraio 2020 al Lingotto di Torino.

**Un giudizio negativo, il suo. Eppure nel «digital manufacturing» in due anni sono stati stanziati dieci miliardi di euro fra super e iper ammortamenti.**

«Finora abbiamo scambiato l'industria 4.0 con l'implementazione tecnologica dei macchinari, ma la filosofia che sottende la Quarta rivoluzione industriale è qualcosa di più. Non dobbiamo accontentarci di vedere nuovi macchinari in fabbrica: viviamo una fase evolutiva velocissima, basti pensare che le *big tech* statunitensi hanno ormai sdoganato il *quantum computing*, il che significa che prossimamente il problema computazionale del collo di bottiglia dei dati che stiamo riscontrando sarà

risolto».

**Oltre ai macchinari connessi, dunque, cosa si deve fare?**

«Spostare il focus dal prodotto al servizio. Mi spiego: la manutenzione predittiva delle macchine e il loro controllo remoto offrono la possibilità di lavorare su un nuovo piano di creazione di valore, l'*after market*. Il nostro manifatturiero, finora, si è concentrato, giustamente, sull'affidabilità tecnica e sul design. Ma il digitale apre un nuovo mercato: dobbiamo capire che il *business* non è più nella vendita di un prodotto, ma nell'assicurare ai propri clienti un servizio costante di manutenzione e aggiornamento di questi prodotti in tutto il mondo. Lo chiamerei marketing 4.0».

**Non crede sia una sfida sproporzionata, date le insufficienti dimensioni medie delle nostre imprese?**

«Credo invece sia proprio il contrario. Vede, le grandi imprese hanno necessità di standardizzare la propria offerta per creare economie di scala. Una Pmi, invece, ha già nel suo Dna ciò che chiede la Quarta rivoluzione industriale. Sono flessibili, si possono permettere di conoscere gusti e tendenze dei propri clienti, si concentrano su prodotti sartoriali. E il digitale in questo aiuta: in primo luogo abbate i costi organizzativi e gestionali con il *cloud*, e poi permette di fare assistenza da remoto, ovunque e impiegando poche risorse

umane. Pensiamo ad esempio a un'azienda di venti persone che produce su misura macchine utensili. Oggi si può permettere di offrire un servizio di assistenza costante e personalizzato in tutto il mondo senza dover spedire i suoi pochi e preziosi tecnici-manutentori oltreoceano».

**Le persone, appunto. Stiamo passando dal timore che il digitale bruci posti di lavoro alla frustrazione di non trovare nuovi profili adatti per rispondere al cambiamento.**

«Il passaggio dal tangibile all'intangibile richiede personale preparato, capace di creare valore partendo dalle proprie capacità non solo tecniche ma anche intellettuali. La formazione in azienda è un passaggio fondamentale, obbligatorio e soprattutto di politica economica».

**Lei parla del passaggio dal prodotto al servizio. Ma spesso e volentieri le nostre aziende non hanno un vero e proprio prodotto: sono subfornitrici incardinate in «supply chain» rigide e che conducono oltreconfine.**

«Quando sei un subfornitore non riesci a comprendere che cosa vuole in realtà il mercato, la direzione giusta da prendere, e questo è un grosso limite. Dobbiamo lavorare per passare dal tradizionale modello b2b a un più evoluto concetto di b2b2c attraverso investimenti seri nella *data analysis*».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



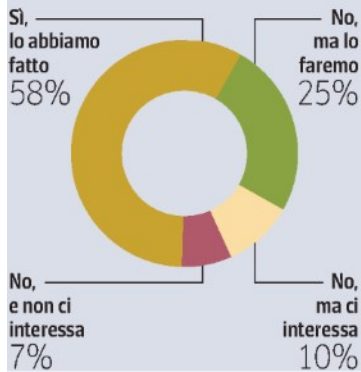
Dir. Resp.: Luciano Fontana

www.datastampa.it

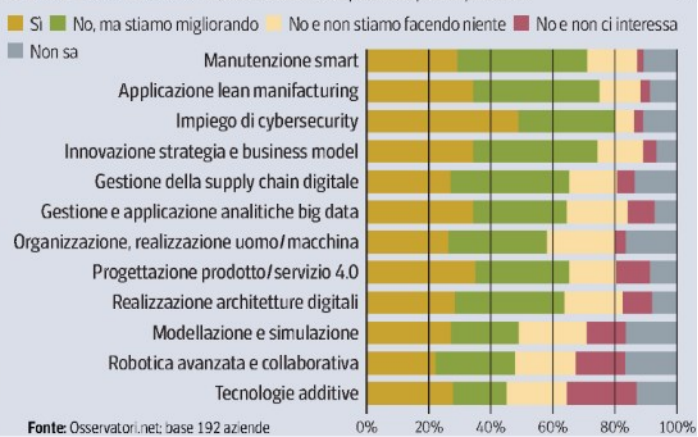
Tiratura: 0 - Diffusione: 275328 - Lettori: 0: da enti certificatori o autocertificati

**Il test**

L'impresa ha valutato le proprie esigenze in termini di competenze 4.0?



**Dove intervenire** Quali sono le competenze più importanti?



Fonte: Osservatori.net; base 192 aziende



**Guardare avanti**

Alberto Baban, 56 anni,  
già vicepresidente  
di Confindustria  
per le Pmi

# LA SFIDA DI ORACLE PMI SULLA NUVOLA

Spoletini, a capo del business in Italia: «Soluzioni su misura per le aziende, così si cresce». Il futuro? Un database «autonomo»

di **Francesca Gambarini**

**C'**è un'Italia che corre verso la trasformazione digitale. Più di altri Paesi tradizionalmente «votati» all'innovazione, come, per esempio la Francia. Ne è convinto Fabio Spoletini, che guida la filiale tricolore ed è vicepresidente del Sud Europa e Russia di Oracle, colosso americano dell'informatica. A supportare la sua tesi, la crescita del business nazionale, che nell'anno fiscale 2018-2019 «ha registrato la migliore annata degli ultimi vent'anni», in linea con le performance della casa madre. La multinazionale guidata da Larry Ellison ha chiuso il primo trimestre fiscale dell'anno a 9,2 miliardi di dollari con oltre 500 nuovi clienti nel cloud, settore in cui è leader.

A spingere la crescita nel nostro Paese è proprio l'innovazione dei processi aziendali, che coinvolge aziende di ogni dimensione. «Il business italiano si muove lungo direttrici ben precise — spiega Spoletini —. La prima è il cloud applicativo, ovvero soluzioni per gestire le funzioni aziendali, dal controllo di gestione alle vendite online, dal marketing alle risorse umane». Aziende come Zanetti (Segafredo), Amplifon, Cnh, WindTre, che stanno portando avanti progetti di trasformazione digitale dei processi, hanno già scelto l'Erp (Enterprise Resource Planning) cloud di Oracle. Tra le *new entry*, la fintech Younited Credit, piattaforma di prestito ai privati, che ha filiali a Roma, Barcellona e Portogallo e ha già finanziato oltre un miliardo di euro di credito in Europa: un'azienda giovane e di piccole dimensioni che per rispondere alle proprie esigenze di crescita ha scelto il cloud Erp di

Oracle. «Sono convinto che l'approccio trasformativo di un'impresa debba partire dalle applicazioni — ragiona Spoletini —. È giusto che la messa su cloud cominci proprio da qui. Eppure, ancora oggi oltre il 60% dei dati delle aziende, magari i più importanti, rimane «in casa». Ma prevediamo che per il 2025 l'80% dei carichi di lavoro sarà sulla nuvola». Per questo Oracle ha fatto partire a livello globale una campagna, denominata *Soar* (letteralmente: decollare), per guidare le aziende in questo passaggio, semplificando la migrazione delle loro applicazioni aziendali al cloud. «I nostri clienti effettuano un'ultima migrazione, poi il cloud rende tutti gli aggiornamenti automatici e trasparenti. Ecco che si delinea così la trasformazione, ora in atto, della multinazionale fondata da Larry Ellison: da sussidiaria che vende prodotti ad azienda di servizi su misura per le esigenze dei clienti.

## Automazione

L'altra grande direttiva del business in Italia coinvolge già nomi come Cnp Vita, Sisal e Coca Cola (imbottigliatura e distribuzione), che si uniscono alle altre cinquemila aziende nel mondo che nell'ultimo trimestre hanno adottato quella che Spoletini definisce una tecnologia *disruptive*. «È l'Autonomous Database, una nuova soluzione per la gestione dei dati aziendali, che grazie all'uso di intelligenza artificiale e *machine learning* permette l'auto-gestione e l'auto-riparazione del database, senza più errore umano nè tempi di fermo per manutenzione — spiega ancora il manager —. In questo campo

siamo pionieri: è una tecnologia che può avere importanti applicazioni: pensiamo per esempio al suo utilizzo nella guida autonoma, ma anche le aziende del manifatturiero si stanno avvicinando. La nostra previsione? Che nell'arco di 24 mesi diventi uno standard di mercato». Del resto, performance e sicurezza sono concetti che piacciono tanto alle grandi quanto alle piccole imprese.

In Italia, dove Oracle è presente dal 1993 e conta oggi 1200 dipendenti, «abbiamo un team grande ma coeso — conclude Spoletini — e attento alle esigenze dei clienti, formato da persone di grande competenza ed esperienza da un lato e da giovani neoassunti di grande creatività, dall'altro.

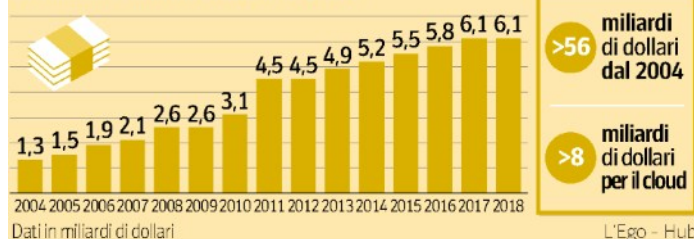
L'Italia si è fatta notare anche all'ultima edizione di Open World, la conferenza annuale di Oracle: a San Francisco il team di innovazione tricolore ha presentato *Proxima Smart City*, modello di città intelligente creato in Italia, realizzato in mattoncini Lego, cablato e connesso con sensori e porte *open source* e collegato ai servizi cloud di Oracle: una vera e propria piattaforma tecnologica aperta e autonoma su cui realizzare servizi innovativi per cittadini e metropoli. Tre grandi clienti italiani hanno poi vinto gli *Innovation Award* consegnati ogni anno dal colosso di Redwood: Autostrade per l'Italia, Illy Caffè e Ferrari.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



### L'andamento

Gli investimenti in innovazione di Oracle



#### Al top

Fabio Spoletini, country manager di Oracle Italia

## Eresie digitali

### MICROSOFT HA CAPITO PER PRIMA LA LEZIONE

di **Edoardo Segantini**

edoardosegantini2@gmail.com

@Segantini

**C**he noia che barba questa storia della privacy. A giudicare dagli umori che esalano dai social network, soprattutto i più esposti alla disinformazione, intorno al tema dei dati personali si è concentrata un'attenzione esagerata. Secondo costoro, insofferenti agli argomenti controversi, la privacy in sostanza è un falso problema. Chi lo considera un problema vero è invece l'oligopolio dei colossi digitali, che di tante violazioni si sono resi colpevoli. Google, Facebook, Apple, Amazon prendono sul serio il tema privacy perché sanno bene quali danni può arrecare loro la perdita di reputazione agli occhi degli utenti. In fondo il loro business si basa tutto sulla fiducia, quella fiducia che casi come Cambridge Analytica e le rivelazioni di Snowden hanno eroso. Non stupisce perciò che le big tech stiano mettendo in campo la propria forza lobbistica per riconquistare i favori delle istituzioni e del pubblico. Stupisce però che ad attivarsi di più sia proprio Microsoft, il gruppo che dall'America e dall'Europa (specie con Mario

Monti commissario alla Concorrenza) ricevette per prima le bacchettate più dure per abuso di posizione dominante. L'impegno di Microsoft è oggi personificato dall'attivismo del suo presidente, Brad Smith, che è stato tra i principali partecipanti al summit dei big di Internet convocato all'Eliseo dal presidente Macron. Di fronte al suo sforzo si può essere scettici e limitarsi a pensare che le aziende difendono solo il proprio portafoglio. Ma sarebbe, appunto, limitato. Il modo migliore per evitare controlli e sanzioni pesanti da parte delle istituzioni (principale timore della Silicon Valley) è convincerle che si è in grado di darsi l'autodisciplina. Per fare che cosa? Espellere i contenuti violenti, evitare abusi di posizione dominante e, soprattutto, gestire i dati personali con correttezza e trasparenza. In questo modo si può fare il proprio interesse a lungo termine ma anche il bene di quella società che si proclama di voler migliorare. Forse Microsoft ha avuto il tempo di capire la lezione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Rapporti *Innovazione*

L'evento

## La vetrina dell'officina intelligente

MARCO FROJO, MILANO

Dal 28 al 30 novembre la fiera Mecspe si sposterà da Parma a Bari: un'iniziativa speciale sulla robotica

**D**al 28 al 30 novembre la fiera Mecspe “emigrerà” da Parma a Bari, facendo il percorso inverso rispetto a quello intrapreso da molti giovani che lasciano il Meridione per andare a cercare lavoro al Nord. Dopo ben 18 edizioni tenutesi nella città emiliana, l'evento organizzato da Senaf e dedicata ai materiali e alle tecnologie dell'industria 4.0 si appresta a lanciare il suo primo appuntamento nel capoluogo pugliese, con un focus particolare proprio sulla formazione. Se infatti è vero che molti giovani lasciano il Sud per sfuggire alla disoccupazione, è altrettanto vero che molte aziende meridionali non riescono a trovare le figure professionali di cui hanno bisogno. Puntando sulla formazione si potrebbe dunque colmare quel divario che separa le imprese da chi è in cerca di occupazione.

La manifestazione, che si terrà presso la Nuova Fiera del Levante ed avrà come partner il Comune di Bari, la Camera di Commercio di Bari, Confindustria Bari-Bat e il Cluster Fabbrica Intelligente, avrà al

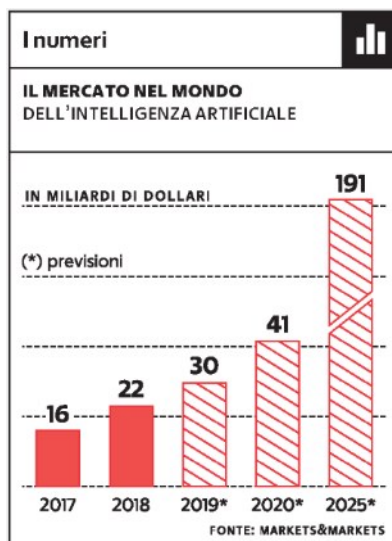
suo centro l'Officina Intelligente, un'area dedicata alla collaborazione fra uomo e macchina tramite tecnologie quali l'intelligenza artificiale, la robotica collaborativa, l'additive manufacturing e altre tecnologie innovative che stanno ormai prendendo sempre più spazio nei moderni sistemi di produzione. Realizzata in collaborazione con Cucchi-Blt, Hexagon Manufacturing Intelligence, Softech, Crea 3D e Universal Robots, l'Officina Intelligente permetterà al visitatore di toccare con mano una mini-linea intelligente di produzione.

“Mecspe, che da 18 edizioni fa tappa a Parma per offrire una panoramica completa e aggiornata sulle migliori soluzioni di innovazione per il mondo manifatturiero, arriva anche a Bari per portare gli stessi obiettivi direttamente sul territorio e sulle zone circostanti. In questa prima edizione presenteremo Officina Intelligente, un'iniziativa speciale che farà toccare con mano i benefici della robotica collaborativa e dell'innovazione tecnologica nella fabbrica del futuro – spiega Maru-

ska Sabato, project manager di Mecspe Bari – In fiera ci saranno tanti esempi di successo che fanno del made in Italy un modello da imitare e mostreremo ai giovani le opportunità lavorative che si stanno aprendo grazie alla trasformazione digitale. Sicuramente c'è molto da fare in ambito 4.0, ma si tratta di un percorso di crescita non solo economica e imprenditoriale, ma anche sociale, che sarebbe un peccato non cogliere fino in fondo”.

Oltre che dall'Officina Intelligente, Mecspe Bari sarà animato dalla Piazza della Formazione 4.0 a cura dell'Its A. Cuccovillo di Bari. In quest'area, l'Istituto Tecnico Superiore porterà l'esperienza concreta del dialogo continuo tra il mondo della formazione ad alta specializzazione e le imprese, dalle più piccole alle multinazionali, raccontando insieme ad altre aziende con cui collabora i tanti progetti di formazione avviati e coinvolgendo direttamente i ragazzi. Il giorno di apertura della fiera, infine, verranno presentati i dati sulle Pmi del manifatturiero pugliese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





1 In fiera ci saranno tanti esempi di successo che fanno del made in Italy un modello

1

# Rapporti *Innovazione*

L'analisi

## Formazione, l'impresa non può fare tutto

**ANDREA FROLLÀ, ROMA**

Il presidente del nuovo Comitato scientifico industriale di Automation & Testing spiega come far diventare la fiera che si svolge a Torino un evento diffuso

“**N**on c'è ancora una piena coscienza delle tempistiche e del rapporto causa-effetto della trasformazione digitale e penso in particolare ai tempi della formazione, che sono molto più dilatati rispetto ai tempi dell'esecuzione della rivoluzione. Il problema è che si lavora troppo sull'attualità e sulle emergenze quando invece servono più visioni e programmi. Il mondo dell'industria si sta sforzando con le accademie interne e altre iniziative perché è l'unico modo per riuscire a competere. Bisogna tuttavia chiedersi: è giusto che l'impresa faccia tutto da sola?».

È una domanda retorica che sa di appello alla politica quella pronunciata da Alberto Baban per spiegare il ritardo del nostro Paese in tema di industria 4.0, e in particolare di formazione 4.0. Questa sensibilità per il tema della formazione spiega alla perfezione anche il nuovo corso immaginato dallo stesso Baban per lo

sviluppo futuro di A&T (Automation & Testing, la fiera internazionale dedicata alla tecnologia per l'automazione della produzione e la verifica dei prodotti). Da metà giugno l'ex numero uno di Confindustria piccola e media impresa è infatti anche il presidente del nuovo Comitato scientifico industriale della fiera che dal 2017 si tiene presso l'Oval Lingotto di Torino. «Vogliamo fare di A&T un momento di networking e formazione, oltre che di esposizione, perché la competizione si baserà su schemi e paradigmi diversi, quindi le imprese hanno bisogno di comprendere le nuove tecnologie e inquadrare i nuovi business model – spiega ad Affari&Finanza – Siamo in un momento incredibile di trasformazione che non possiamo più definire semplicemente “digitale”: non si tratta solo di automatizzare, non è più in gioco la mera capacità produttiva bensì il posizionamento sul mercato».

### IL RILANCIO DEL NORD-OVEST

L'ultima edizione di A&T ha registrato oltre 400 espositori, 20 mila metri quadrati di superficie, quasi 15 mila visitatori unici, oltre 25 eventi tra conferenze, convegni nazionali e sessioni specialistiche, più di 50 workshop e incontri aziendali. L'imprenditore veneto è però convinto che la fiera torinese possa far ancor meglio, a patto di allargare il raggio di azione. «Le fiere funzionano se si evolvono: basta guardare il Salone

del Mobile, che ha vissuto un'espansione incredibile anche al di fuori dell'evento in sé. Noi puntiamo su un ecosistema iconico che ha sempre rappresentato l'industria italiana tra Torino e il Piemonte, che si sta interrogando sulla modernità e che ha le carte in regola per avviare una profonda discussione sul futuro del Nord-Ovest. Negli ultimi venti anni abbiamo perso valore aggiunto, ritornare a crearlo è un obbligo».

### LA MANIFESTAZIONE “DIFFUSA”

La 14esima edizione di A&T andrà in scena dal 12 al 14 febbraio 2020 e coinvolgerà anche il Politecnico di Milano. La fiera è però in un certo senso già iniziata, come dimostrano gli 11 tavoli tecnici che avranno il compito di analizzare, potenziare e valorizzare la cultura industriale, con un'attenzione particolare alle piccole e medie imprese italiane, nonché di favorire la conoscenza e la condivisione di esperienze, di competenze e di visioni in ottica 4.0. «Bisogna prendere le redini della comprensione dei temi. I diversi esperti si riuniranno in una discussione generale per mettere insieme i tasselli, come affluenti di un grande fiume, ma i tavoli di lavoro sono già partiti e – rivela il presidente del Comitato scientifico industriale – non aspetteremo l'evento finale per diffondere e condividere i risultati. Abbiamo in mente un roadshow con almeno tre tappe da qui a febbraio, dall'Emilia-Romagna al Nord-Est».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

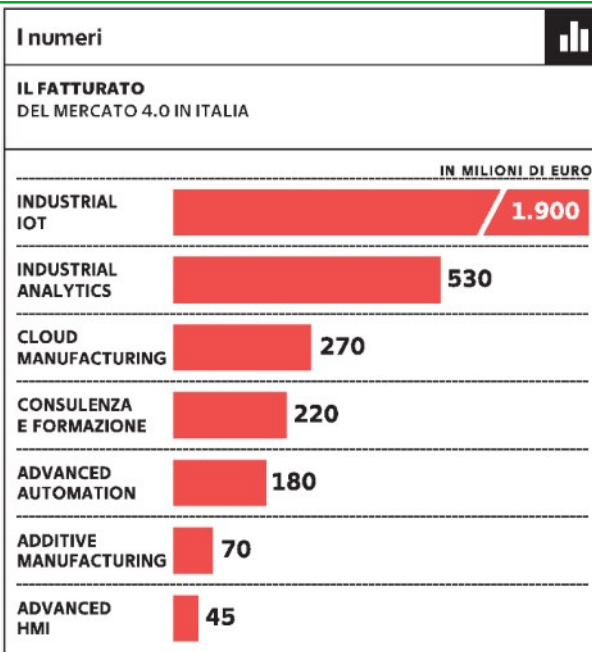
### La frase



Siamo in un momento di trasformazione che non possiamo più definire semplicemente digitale: non si tratta solo di automatizzare

**ALBERTO BABAN**  
PRESIDENTE COMITATO A&T





**Alberto Baban**  
presidente del comitato scientifico industriale della fiera A&T

**BENEDETTO LEVI** L'ad del gruppo francese: "Dopo la telefonia mobile puntiamo a replicare con quella fissa"

# "Iliad prepara la sfida di Internet E le tariffe resteranno bloccate"

## INTERVISTA

SANDRA RICCIO

Il settore delle telecomunicazioni sta attraversando una fase turbolenta. Dopo gli anni d'oro, la strutturale trasformazione del mercato e il drastico calo dei prezzi, causato da una massiccia pressione competitiva, hanno portato a una forte contrazione dei margini. In particolare, il recente ingresso di nuovi operatori nel settore ha portato a una dura guerra sulle tariffe, soprattutto nella telefonia mobile. Il via alla corsa al ribasso dei prezzi l'ha dato 14 mesi fa Iliad (con la i minuscola), società italiana appartenente al gruppo francese Iliad (con la maiuscola), quando è sbarcata nel nostro Paese con tariffe molto competitive e ha visto gli altri operatori rispondere con forti attacchi. Per i consumatori questa novità ha significato più concorrenza e, caso raro nel nostro Paese, un ribasso dei costi. «Oggi contiamo su oltre 4 milioni di utenti in Italia e prevediamo di crescere a ritmi importanti anche nei prossimi mesi - dice Benedetto Levi, ad di Iliad Italia -. Non ci fermiamo qui però. Abbiamo già in programma l'ingresso nel mercato della telefonia fissa, per portare Internet nelle case degli italiani. Il passo avverrà entro il 2024. Sarà una nuova sfida per noi. Per portarla avanti punteremo su offerte chiare e trasparenti, le stesse chiavi che ci hanno permesso di entrare nel mercato del mobile con successo» dice Benedetto Levi.

**Che futuro vedete per il settore della telefonia e in particolare per quella mobile?**

«L'innovazione in arrivo, per esempio con le reti di ultima generazione 5G, rivoluzionerà il comparto aprendo spazi a numerose nuove applicazioni che saranno utilizzate dagli utenti nella vita di tutti i

giorni. È questa l'attesa. Di sicuro la concorrenza nel settore potrà favorire lo sviluppo in tutto il comparto perché significa più investimenti e servizi sempre migliori per l'utenza finale. Su questo segmento, e soprattutto su quello residenziale privato, pensiamo ci sia ancora molto spazio per crescere mentre escludiamo, per ora, di guardare al segmento della telefonia per il business».

**Quest'estate La Stampa ha approfondito il tema del sincronizzato rincaro delle tariffe da parte dei vostri concorrenti. Il tema è fortemente sentito dagli utenti. Alzere anche voi i prezzi come hanno fatto gli altri operatori?**

«Quando siamo arrivati sul mercato italiano abbiamo promesso che le nostre tariffe sarebbero state "per sempre" e che i nostri clienti non si sarebbero mai ritrovati a pagare di più da un mese all'altro. Manterremo questa nostra promessa. I nostri utenti apprezzano questa nostra politica, lo vediamo dai numerosi commenti che ci vengono rivolti sui social».

**Avete in programma nuovi investimenti nel nostro Paese?**

«Abbiamo investito 1,2 miliardi di euro per l'acquisto delle frequenze 5G. In generale stiamo investendo in tutto il Paese per lo sviluppo della nostra rete proprietaria. Nel primo semestre abbiamo speso 161 milioni di euro e contiamo di continuare con lo sviluppo a ritmi spediti. Stiamo però crescendo anche nella rete di vendita. Oggi siamo presenti in oltre 200 punti vendita con corner e Simbox. Stiamo proseguendo anche nell'apertura di store proprietari, l'ultimo di questi è stato inaugurato in agosto a Bari. Oggi i punti vendita sono 14 in tutto».

**A che punto siete nello sviluppo della rete in Italia?**

«Contiamo già su più di 2000 antenne. Il nostro obiettivo è di arrivare a 3.500 siti installati entro fine anno mentre entro il 2024 contiamo di arrivare a 10-12 mila siti da Nord a Sud del Paese. In questo modo la qualità del nostro servizio sarà ancora più alta».

**Si parla molto di 5G e della grande opportunità che porterà. Sarà su questo campo che si combatterà la prossima guerra tra gli operatori telefonici. Voi come vi state muovendo?**

«Abbiamo investito molto in tecnologia e infrastrutture e ci impegniamo con una visione di lungo termine. Un anno fa abbiamo ottenuto l'aggiudicazione delle frequenze sia nella banda bassa (700 Mhz) sia in quella alta (3,7 Ghz). Come detto, stiamo anche accelerando sullo sviluppo della rete mobile in tutta Italia. È di ultimissima generazione e a prova di 5G. Occorrerà però ancora un po' di tempo per poter sfruttare a pieno la rete di ultima generazione perché sono ancora pochi gli smartphone compatibili sul mercato. Il 2020 sarà l'anno in cui il 5G inizierà davvero a diffondersi. Porterà a nuovi servizi e noi contiamo di offrire la rete sulla quale svilupparli».

**Che cosa chiedete al nuovo governo?**

«Chiediamo di poter continuare a sviluppare la nostra rete infrastrutturale in modo rapido e senza intoppi. Quindi la richiesta è di una semplificazione dell'iter previsto per continuare con lo sviluppo della nuova infrastruttura».

**Che cosa significa essere l'unico ad di 30 anni nel settore delle telecomunicazioni?**

«Significa poter guardare il settore con occhi nuovi, slegati dalle dinamiche dello status quo precedente. Credo che la spinta innovativa di Iliad sia resa possibile proprio da questo team giovane e pieno di entusiasmo che un anno fa ha deciso di



lanciarsi in quest'avventura con l'obiettivo di rivoluzionare questo settore e rispondere alla richiesta di cambiamento che arrivava forte e chiara dagli utenti». —

© BY NC ND ALLIUNI DIRITTI RISERVATI



**BENEDETTO LEVI**  
AMMINISTRATORE DELEGATO  
DI ILIAD ITALIA



Per le frequenze 5G abbiamo investito 1,2 miliardi di euro Cominceremo a usarle nel 2020

## I numeri



### Dipendenti

ILIAD ITALIA GRUPPO ILIAD  
**oltre 400** **oltre 10.000**

ILIAD ITALIA esordisce su mercato tlc il **29 maggio 2018**

ILIAD SA (Francia) è stata fondata nel **1999**

### Fatturato

GRUPPO ILIAD I semestre 2019  
**2,6 miliardi di euro**  
(il fatturato italiano è incluso in questa cifra)

ILIAD ITALIA I semestre 2019  
**177 milioni di euro**

### ILIAD STORE

**14** in tutta Italia  
(l'ultimo è stato aperto a Bari a fine agosto)



### ILIAD CORNER

**oltre 200** in tutta Italia  
presenti nei centri commerciali e nella grande distribuzione



centimetri - LA STAMPA



L'ingresso del nuovo operatore in Italia ha cambiato il mercato della telefonia mobile

**Il colloquio / Mario Di Mauro**

# Sparkle: “BlueMed un super cavo per vincere la sfida del traffico dati”

**STEFANO CARLI, ROMA**

Parla l'ad del gruppo. La nuova fibra sottomarina da Palermo a Genova e poi fino a Milano per conquistare altre quote di mercato nei grandi flussi tra Asia e Europa

**1,27**

**MILIARDI**

È il fatturato 2018 di Sparkle grazie a una rete di 530 mila chilometri di cavi

**31,4**

**TERABIT**

È il traffico dati fatturato da Sparkle lo scorso anno. Nel 2016 erano solo 17,3

**P**oco meno di mille chilometri di nuovi cavi stanno per dare un impulso definitivo al cambio di pelle in casa Sparkle. Sono pochi mille chilometri di cavi ottici su una rete totale di 530 mila chilometri che si estende dal Mediterraneo al resto del mondo, con terminali negli Usa, in Sud America, in Asia e in Africa. Ma “questi” mille chilometri saranno decisivi perché quando entreranno in servizio, entro un anno, eleveranno di diversi gradi il tasso di competitività di Sparkle nel ruolo di operatore di riferimento nel traffico dati che arriva in Europa dal resto del mondo, ma in particolare dall'Asia. Un ruolo che la società controllata da Telecom Italia ha visto rafforzarsi negli ultimi anni, con il raddoppio, in sostanza della capacità venduta, passata dai 17,3 terabit/secondo del 2016 ai 31,4 dello scorso anno. Sempre lo scorso anno Sparkle ha chiuso i conti

con 1,27 miliardi di ricavi sulla sua rete di cavi sottomarini, grazie anche all'apporto di 143 Point of Presence proprietari nel mondo e di una presenza di uffici commerciali in 33 Paesi.

**RETE UNICA**

Ora, sotto la guida di Mario Di Mauro, e in attesa che in casa Telecom si definiscano gli obiettivi in materia di società unica della rete (ma Sparkle e Open Fiber, pur essendo entrambi operatori wholesale, operano in ambiti e modelli di business diversi) la strategia si concentra su un nuovo progetto, molto italiano ed europeo, stavolta. Il nuovo cavo Palermo-Milano e l'apertura di 2 nuovi Pop a Milano, che si aggiungono ai tre già attivi.

Intanto il cavo. Si chiama BlueMed. Ottocento chilometri di fibra ottica sottomarina tra il Sicily Hub di Palermo, inaugurato 4 anni fa, e Genova. Poi altri 200 chilometri, o poco meno, da Genova a Milano.

Un investimento per cui il gruppo non ha rilasciato cifre ufficiali ma che si considera stimabile in diverse decine di milioni di euro. Lo stato di avanzamento è in buona fase: siamo alla vigilia del bando delle gare per la posa del cavo in mare, mentre a terra si stanno sondando i territori attraversati alla ricerca di cavidotti già pronti. Si parla con le utility, ovviamente con Tim. Qual è la strategia? «Il traffico dati attraverso il Mediterraneo, dall'Asia verso i grandi hub europei di Francoforte, Amsterdam,



Londra e Parigi è in fortissima crescita - spiega l'ad Mario Di Mauro - Dobbiamo cercare di intercettare quote crescenti. E ampliare anche la nostra offerta in termini di qualità e di nuovi servizi».

La qualità è il primo punto fermo. Oggi il traffico dati dall'Asia, dal Medio Oriente, da Israele, diretto in Europa passa attraverso i cavi di Sparkle, sbarca in Sicilia e da qui riparte in due direzioni. La prima verso Marsiglia, dove si riconnette con la rete di Orange per arrivare a Parigi e di lì irradiarsi in tutto il continente. Oppure entra nella rete ottica di lunga distanza di Telecom Italia che risale via terra lo Stivale fino a Milano e poi Francoforte. Ma il cavo di Telecom via terra è più lungo perché risponde a esigenze della rete nazionale, quasi il doppio rispetto al BlueMed. E tutti gli snodi finiscono per rallentare la velocità del traffico dati, ragion per cui la rete necessita qui di apparati di amplificazione e di conseguenti costi più elevanti di manutenzione.

**COME UN "FRECCIAROSSA"**

Il nuovo BlueMed, oltre al fatto di essere un prodotto di ultima generazione, arriverà a Genova senza fermate, come un Frecciarossa, e di qui in una nuova linea dedicata fino a Milano. Tutto questo significa un tempo di latenza più che dimezzato, una capacità e una velocità accresciute: si parla dei 400 giga al secondo come un obiettivo

per cui si è quasi pronti. Tutto questo è rilevante intanto in vista dell'arrivo del traffico delle nuove reti mobili 5G, ma lo è anche già oggi perché ci sono tre macrosettori che hanno un bisogno sempre più pressante di connessioni ultraveloci e di qualità. Sono le banche, il gaming e la tv via streaming. «Application e content provider, operatori Ott come Google, Netflix, Facebook, Microsoft e Amazon - afferma Di Mauro - già contribuiscono sostanzialmente al nostro conto economico. Gli Ott acquistano da Sparkle servizi di ospitalità nei nostri data center ed hub. Per esempio nel nostro Sicily Hub ospitiamo AWS che ci ha dato un giudizio di massimo rating rispetto alla soluzione di ospitalità. Ma gli Ott acquistano anche link dedicati tra i loro data center dislocati nel mondo sia in Italia sia negli Stati Uniti. Gli Ott, però, sono al tempo stesso clienti e partner per Sparkle: in alcune parti del mondo stiamo anche considerando di realizzare investimenti congiunti in infrastrutture e in nuovi Pop».

Sparkle sta insomma spostando il baricentro del suo core business sempre più dal mondo delle telco, anche se queste resteranno ancora a lungo in cima al suo portafoglio clienti, al mondo delle imprese.

«Una parte importante, seppur ancora marginale, dei nostri ricavi proviene da imprese multinazionali che richiedono servizi gestiti di connettività dedicata sicu-

ra - spiega Di Mauro - È quindi chiaro che, se Sparkle vuole essere appealing per il mondo delle imprese, deve scalare sulla catena del valore oltre la mera connettività che tende a diventare sempre più una commodity».

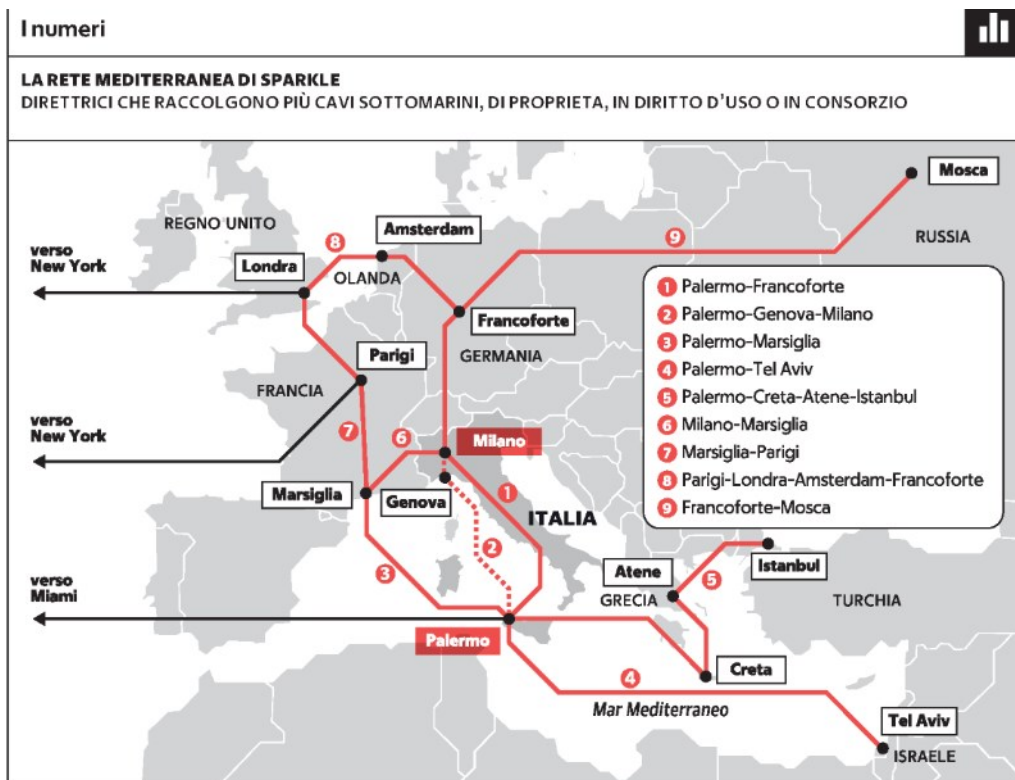
La strada segnata è quindi quella di mettere sulle reti quote sempre più importanti di intelligenza.

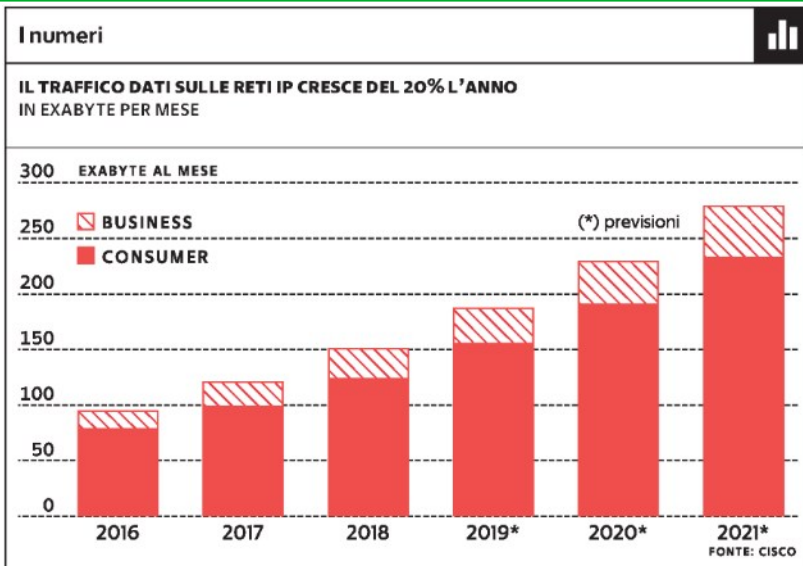
**GLI ALTRI INVESTIMENTI**

«Stiamo investendo sui nostri Open Hub nel Mediterraneo - continua Di Mauro - potenziando il data center di Atene e consolidando il ruolo del Sicily Hub a Palermo come hub di riferimento per il traffico Internet nel Mediterraneo e valutando ulteriori opportunità in Europa e Sud America, dove abbiamo appena investito in Cile. In Italia, grazie alla partnership strategica con Nutanix, offriamo servizi di Disaster Recovery as a Service erogati dal nostro data center di Catania».

E in questo senso vanno anche i due nuovi Pop milanesi, collocati nel data center di Cornaredo e nella sede della telehouse di Equinix, più in centro città. Complessivamente aumenteranno la capacità di traffico e di nuovi servizi di Milano, innalzandone l'attrattività, se non rispetto a Francoforte e Amsterdam, che sono i due maggiori hub europei, sicuramente nei confronti di Parigi e di Londra, tanto più, in quest'ultimo caso, in prospettiva Brexit.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





1 Una nave posa cavi sottomarini all'opera al largo della costa sarda, davanti a Santa Teresa di Gallura

STEPHAN AGOSTINI/AFP/GETTY