

## Rassegna del 31/01/2019

\*\*\*

<b>Italia Oggi</b>	<b>18</b> Chessidice in viale dell'editoria - Fcp-Assointernet: +4,3% la raccolta online nel 2018.	...	<b>1</b>
<b>Mf</b>	<b>5</b> Ebay dà retta a Elliot e paga il primo dividendo	<i>Fregonara Gaudenzio</i>	<b>2</b>
<b>Mf</b>	<b>5</b> Alibaba resiste al rallentamento della Cina	<i>Chimenti Alberto</i>	<b>3</b>
<b>Foglio Inserto</b>	<b>2</b> Gran Milano - - Fashion Valley. Più che per il fisco, la Svizzera vince per la logistica	<i>Giacomotti Fabiana</i>	<b>4</b>
<b>MF Fashion</b>	<b>3</b> SixthContinent prepara la quotazione al Nasdaq	<i>Merli Alice</i>	<b>6</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>16</b> Wall Street corre con le trimestrali di Apple e Boeing	<i>Valsania Marco</i>	<b>7</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>17</b> Video on demand, Apple si prepara al debutto per aprile	...	<b>8</b>
<b>Corriere Torino</b>	<b>2</b> Così «city of despair» è diventata la capitale dei computer	<i>Benna Christian</i>	<b>9</b>
<b>Avvenire</b>	<b>1</b> Il nostro posto nel tempo 4.0	<i>Becchetti Leonardo</i>	<b>10</b>
<b>Sole 24 Ore nòva.tech</b>	<b>28</b> Oltrefrontiera - Lo sviluppo del 5G? È legato a doppio filo a Huawei	<i>Al.Lo.</i>	<b>12</b>
<b>Corriere della Sera</b>	<b>27</b> Intervista a Luigi Gubitosi - «Ora un tavolo sulla telefonia per la rete unica» «Tim, ora un tavolo con Open Fiber Aperti alla combinazione delle reti»	<i>De Rosa Federico</i>	<b>13</b>
<b>Stampa</b>	<b>21</b> Tim, partita la lettera di Vivendi a Consob Nel mirino i derivati utilizzati da Elliott	<i>Spini Francesco</i>	<b>16</b>
<b>Messaggero</b>	<b>16</b> Tim e Vodafone accelerano i tempi per un accordo sulle antenne del 5G	<i>Dimito Rosario</i>	<b>17</b>
<b>ESTERA</b>			
<b>New York Times International Edition</b>	<b>10</b> Facebook: l'illusione del consenso del consumatore	<i>Turow Joseph - Hoofnagle Chris_Jay</i>	<b>18</b>

**CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA**

**Fcp-Assointernet: +4,3% la raccolta online nel 2018.** Il fatturato del web monitorato dall'Osservatorio Fcp-Assointernet (Federazione concessionarie di pubblicità) risulta a chiusura d'anno pari a 478,4 milioni, in crescita del +4,3%, circa 20 milioni di incremento rispetto al 2017. Dicembre si conferma per volume il mese più importante ed eguaglia di fatto l'anno precedente (54,6 milioni, -0,3%). Da sottolineare il fatturato della componente smartphone che da un'incidenza sul totale del 20,2% nel 2017, passa al 25,3% nel 2018, superando i 121 milioni di euro. «Si chiude un anno in cui le concessionarie Fcp-Assointernet hanno continuato a lavorare su diverse componenti dell'offerta per garantire un prodotto sempre più rispondente ai driver qualitativi del mercato», ha commentato il presidente Fcp-Assointernet Giorgio Galantis. I dati riguardano soltanto le concessionarie aderenti alla federazione, dai ricavi sono esclusi attori come Google e Facebook.



## eBay dà retta a Elliott e paga il primo dividendo

di *Gaudenzio Fregonara*

**I**l 20 marzo eBay pagherà un dividendo di 14 centesimi di dollaro, il primo della storia del sito di vendita e aste online, in scia alle pressioni dei fondi che hanno investito nell'azienda e che vogliono un miglioramento dei ritorni per gli azionisti. La cedola fa parte di programma specifico della società sul capitale, con il gruppo che ha deciso anche di aggiungere 4 miliardi di dollari al suo piano di riacquisto di azioni, il cui ammontare era stato inizialmente fissato a 3,2 miliardi di dollari. Nel complesso il ritorno per gli azionisti, tra dividendi e buyback, dovrebbe essere pari a 7 miliardi di euro nel prossimo biennio, di cui 5,5 miliardi quest'anno. La scorsa settimana il fondo Elliott ha inviato una lettera al management di eBay suggerendo la separazione di StubHub e del business relativo agli annunci pubblicitari, mossa che permetterebbe al sito di focalizzarsi sul core business di vendita al dettaglio online. A pensarla come Elliott, secondo quanto riferiscono fonti a conoscenza dei fatti, è un altro hedge fund che detiene una partecipazione di poco inferiore al 4% nel gruppo, acquisita circa sei mesi fa. Starboard Value starebbe infatti chiedendo ormai da mesi a eBay un miglioramento delle sue operazioni e la separazione di StubHub e del business relativo agli annunci pubblicitari, come già successo con la piattaforma di pagamento PayPal Holdings. Elliott con un'altra lettera ha inoltre esortato eBay a remunerare gli azionisti con un dividendo e ad accelerare sul fronte del riacquisto di azioni proprie. Sembra quindi che il sito di e-commerce abbia ascoltato i suggerimenti dei fondi. (riproduzione riservata)



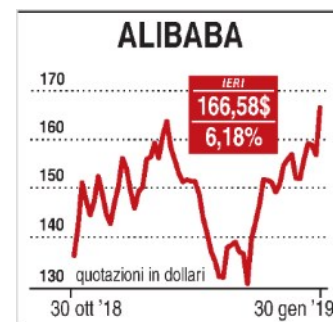
**Nel quarto trimestre 2018 il colosso dell'e-commerce ha registrato ricavi in aumento del 41% e utili in crescita del 37%**

## Alibaba resiste al rallentamento della Cina

DI ALBERTO CHIMENTI  
MF-DOWJONES

I ricavi di Alibaba tra ottobre e dicembre 2018 sono cresciuti del 41% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con la domanda dei consumatori che si è dimostrata resiliente di fronte al rallentamento macroeconomico della Cina. Nello specifico, i ricavi del gigante dell'e-commerce si sono attestati a 117,28 miliardi di yuan (17,5 miliardi di dollari) nel terzo trimestre, rispetto agli 83,03 miliardi dell'anno precedente, deludendo leggermente gli analisti contattati da FactSet che si aspettavano un fatturato di 119,03 miliardi. L'utile netto è poi balzato del 37% a 33,05 miliardi di yuan, battendo nettamente le previsioni degli esperti a 21,43 miliardi. L'amministratore delegato Daniel Zhang ha attribuito la solida performance alla focalizzazione di Alibaba sul miglioramento del servizio per la sua base in espansione di 700 milioni di consumatori. Sul mercato nell'ultimo periodo sono cresciute le preoccupazioni degli investitori in merito al rallentamento

dell'economia cinese e al suo possibile impatto negativo sui conti delle multinazionali cinesi e non. Sia Apple che Nvidia ad esempio hanno evidenziato i rischi legati alla decelerazione di Pechino. Tornando al fatturato di Alibaba, le vendite del terzo trimestre hanno beneficiato dalla promozionale nazionale dello shopping lanciata l'11 novembre scorso, ovvero il «Singles' Day», che ha registrato un volume di affari pari al Black Friday e al Cyber Monday. Nello specifico sono stati venduti beni per 213,5 miliardi di yuan, il 27% in più rispetto al 2017. I ricavi della divisione commerciale *core* di Alibaba, che gestisce le due piattaforme online Taobao e Tmall, sono poi saliti del 40% a 102,84 miliardi di yuan, sempre nel terzo trimestre. Il fatturato del business cloud-computing è inoltre cresciuto dell'84% a 6,61 miliardi di yuan, mentre quello della divisione digital-media and entertainment, che include Youku Tudou e Alibaba Pictures Group, è salito del 20% a 6,49 miliardi di yuan. Sul Nasdaq a due ore dal termine delle contrattazioni ieri il titolo Alibaba guadagnava oltre il 4%. (riproduzione riservata)



# GranMilano

## Fashion Valley. Più che per il fisco, la Svizzera vince per la logistica

Nella stanza al piano interrato di un palazzo razionalista altrimenti nobile e bellissimo che sorge di fronte a un altro capolavoro dell'epoca, la Rai di Milano progettata da Gio Ponti, Confindustria Moda ha presentato i dati di preconsuntivo del settore per il 2018. Fra la notizia che il tessile moda ha frenato nel secondo semestre dell'anno appena trascorso (non sono gli effetti del governo gialloverde, o perlomeno non lo sono ancora, l'anno si è chiuso a 95 miliardi di euro, +0,9 per cento, a pesare è stata la congiuntura internazionale) e qualche accenno sociologico alla realtà di mercato e a quanto si è fatto esigente il consumatore signora mia, il vertice dell'unione associativa ha fornito due dati sul nostro export che, più di ogni altro, interpretano bene l'attuale geopolitica della moda e la ragione per la quale certe discussioni di politica fiscale a Bruxelles tendano ad arenarsi. Se la Russia è tornata a frenare e Hong Kong è in flessione del 3,5 per cento, compensati da Cina, Corea del Sud e Giappone, tutti in aumento "double digit", cioè a due cifre come amano dire i modaioli sprimacciando bene l'occlusiva che fa subito effetto-ricchezza, in Europa spicca infatti il ruolo dominante dei Paesi Bassi (+ 12,4 per cento) e della Svizzera (più 14,2 per cento) come centri di stoccaggio e smistamento di borse, scarpe, vestiti. Entrambi, pur nella diversa posizione di paese Ue ed extra Ue, rappresentano gli hub di riferimento della moda internazionale. Nonostante qualche recente defezione, come Giorgio Armani e Versace che hanno entrambi riportato la logistica in patria, il cuore del made in Italy continua infatti a battere oltre la barriera di Brogeda, soprattutto in questi anni di sviluppo vorticoso dell'e-commerce e del suo fattore dirimente, i tempi di consegna strettissimi, di cui burocrazia snella e assenza di stop per scioperi o proteste sono condizioni necessarie. E' la ragione ultima del successo della Svizzera nonostante la recente riforma fiscale, che va progressivamente estinguendo i vantaggi per le società: la spinta al cambiamento è arrivata dall'Ocse con il plauso dei sindacati locali, periodicamente in allarme per le modalità di ingresso e di uscita delle imprese straniere a seconda delle convenienze, come hanno denunciato più volte.

Qualche giorno fa, nel mezzo della battaglia legale contro lo stato italiano per una presunta evasione da 1,4 miliardi accumulata fra il 2011 e il 2017 e che lo stesso gruppo Kering ha tenuto a comunicare ai media, Gucci ha inaugurato un nuovo centro di stoccaggio vicino a Locarno; pochi metri quadrati, circa seimila, e una trentina di addetti di cui nessun nuovo assunto, che vanno però ad aggiungersi agli altri dieci centri logistici sussidiari alle esigenze del gruppo e che dimostrano, quasi più dei dati forniti al mercato, l'esplosione dei volumi del brand e il balzo del 34,9 per cento delle vendite nel terzo trimestre del 2018, a 2,096 miliardi di euro. Attualmente

il gruppo, attraverso la piattaforma sussidiaria LGI, impiega circa 700 persone: da sei mesi ne sta ricollocando centocinquanta in Italia, fra Milano, Firenze e Novara, per l'ottanta per cento frontalieri, dichiaratamente alle stesse condizioni salariali. Sono cambiate le esigenze sul prodotto e il merchandising, dicono; restano invece evidentemente identiche, anzi maggiorate, quelle distributive. Sul l'asse Cadempino, Sant'Antonino, Bioggio, ormai talmente saturi da aver lasciato campo ad altri comuni ticinesi interessati allo sviluppo nel settore come Locarno, che come ovvio non può vivere dei "pardi" del festival cinematografico estivo e ha un po' di terreno fresco e ventilato nell'exclave del Piano di Magadino, va insomma sempre per la maggiore la cosiddetta Fashion Valley, che genera un indotto stimato a fine 2018 in un miliardo di franchi svizzeri. Le condizioni che fanno ancora gola alle imprese straniere, come dice uno dei più famosi avvocati d'affari di Lugano dietro promessa d'anonimato, non sono tanto fiscali (il nuovo pacchetto prevede che i privilegi per le società holding, le società domiciliate e le società miste vadano ad estinguersi, mentre a livello federale le regole di ripartizione degli utili delle principali società e filiali finanziarie elvetiche saranno in parte riviste e, in gran parte, abrogate) quanto riassumibili "negli incentivi alla locazione e alla costruzione di impianti, nella snellezza burocratica, nella certezza giuridica e nell'assenza di scioperi". Cioè, e ancora, nel fattore che, pur determinante oggi, fu all'origine della decisione del pioniere del settore, Ermenegildo Zegna, di trasferire in Svizzera la propria supply chain e, in parte, la produzione già nel 1976. Negli ultimi tempi lo hanno raggiunto i Damiani (il ceo Guido vi si è proprio trasferito con la famiglia; il centro attualmente impiega una settantina di addetti) e, con un maxi-investimento, Philipp Plein, il marchio del lusso sfacciato e bling bling ufficiosamente in vendita da tempo, con circa centotrenta dipendenti. Sono in Svizzera colossi americani come VF Corporation (Napajjiri, JanSport, Vans, The North Face) e Hugo Boss. "Per molte categorie di prodotti, la Svizzera è diventata la principale piattaforma logistica per la successiva riesportazione", dicono da Confindustria Moda. Oltreconfine, nonostante qualche mugugno sulle modalità mordi-e-fuggi di alcuni, si moltiplicano le aziende di servizi alle imprese di logistica, mentre le società immobiliari avviano nuovi cantieri. Lo scorso luglio, a Chiasso, il gruppo Omlg ha inaugurato lo Swiss Logistic Center, specializzato nella movimentazione, stoccaggio e logistica di opere d'arte, vini pregiati e, come recita l'attraente brochure, "forniture per l'industria del lusso, della moda, dell'automotive": dei 3500 metri quadrati di magazzino, mille sono infatti destinati a caveau per lo stoccaggio di dipinti, sculture e archivi. A



fianco della stanza-cassaforse, sono state allestite una sala di restauro, dove lavorano esperti ingaggiati ad hoc, e una galleria per mostre, valutazioni, eventi. Un ciclo completo, in assoluta sicurezza, silenzio, pulizia, rigore. La snellezza burocratica, dicono, avrà la meglio anche sulla stretta fiscale che, pure, darà ancora un certo margine di manovra e spazio di trattativa ai singoli cantoni.

**Fabiana Giacomotti**

Digital

# SixthContinent prepara la quotazione al Nasdaq

La piattaforma di social commerce procede verso l'ipo sul listino statunitense, puntando a 300 milioni di ricavi aggregati grazie all'espansione internazionale. **Alice Merli**

Il futuro dello shopping sarà sempre più digitale. A confermarlo questa volta è la traiettoria di crescita più che ambiziosa di **SixthContinent**, azienda di social commerce guidata da **Fabrizio Politi** e dal ceo **Francesca Roveda**, con sede a San Francisco e filiali a Londra e Milano. A partire dal 2017, la società americana ha lanciato la piattaforma in Italia e il successo è arrivato in breve tempo: il Paese oggi rappresenta il 90% circa del business sui ricavi aggregati. «Il nostro sviluppo è stato incredibile. Il 2018 si è chiuso a quota 51 milioni di euro sui 7 milioni realizzati l'anno prima, con un Ebitda attorno al 5%. Nel 2019 stimiamo di raggiungere un fatturato di 250 milioni in Italia, 300 complessivi per la holding americana», ha spiegato ieri a **MFF Fabrizio Politi**. «Questo ci porterà alla quotazione al Nasdaq nel secondo semestre del 2020». Il portale, che coinvolge 500 mila utenti, si caratterizza per un innovativo modello di business, basandosi sul proprio profit sharing tramite la vendita di carte prepagate che aumentano

la capacità d'acquisto dei consumatori. Attraverso le cards il cliente, che ha registrazione gratuita, può quindi pagare beni e servizi di diverse categorie, dalla tecnologia, abbigliamento fino ai prodotti alimentari, guadagnando sempre dei crediti spendibili nelle transazioni successive. Tutti beneficiano dei profitti generati dalla compravendita di cards e dalla pubblicità, dai consumatori alle aziende. Queste ultime ottengono risultati dall'advertising online, pagando quindi le campagne pubblicitarie in base alle vendite e non più alle visualizzazioni, incontrando clienti diretti con maggiore capacità di spesa. «SixthContinent è il primo passo di ogni acquisto. Guadagna utili, commissioni e budget pubblicitari delle aziende, che per il 70% condivide con i propri utenti attraverso crediti per nuovi acquisti», ha proseguito Politi. «Il secondo Paese più forte dopo l'Italia è il Portogallo. Gli obiettivi per quest'anno vedranno investimenti in Germania, Spagna, Francia e Stati Uniti», ha concluso l'imprenditore. (riproduzione riservata)



Da sinistra, Fabrizio Politi di SixthContinent e il videowall del Nasdaq a New York



# Wall Street corre con le trimestrali di Apple e Boeing

## MERCATI

### Il produttore di microchip Amd batte le stime: fiducia nel rilancio del settore

**Marco Valsania**

NEW YORK

Wall Street, preoccupata che le performance aziendali possano trasformarsi in zavorra per il mercato, ha trovato spinta nell'ottimismo esibito da influenti bilanci, a cominciare dalla trimestrale alata della Boeing. Forte di risultati che hanno nettamente battuto le attese, il colosso aerospaziale americano ha visto il titolo decollare di quasi il 7 per cento. Un altro marchio di recente penalizzato della Corporate America, Apple, all'indomani di risultati in raro declino nel trimestre natalizio ma comunque leggermente migliori del previsto, ha contribuito con un rialzo vicino al 5% per cento. Non basta: il produttore di microchip Amd, tra i meglio posizionati in un comparto scosso da allarmi di protagonisti di Intel e Nvidia, ha guadagnato ben il 14% sull'onda della solidità del suo bilancio. Ulteriori verifiche sulla salute delle trimestrali erano in arrivo in notata dai conti di due colossi tech, Microsoft e Facebook. Il Dow Jones, ispirato dalle trimestrali, a metà giornata era in rialzo dell'1,3% insieme al Nasdaq e l'S&P 500 dell'1 per cento.

Gli utili della Corporate America dovrebbero nell'insieme aver frenato nell'ultimo trimestre del 2018 ad un passo di circa il 10%, la metà di quello conosciuto nel corso dell'ultimo anno. Ma gli investitori sono a caccia di segnali che indichino se e quanto questo indebolimento minaccia di aggravarsi o se invece emergeranno segnali di tenuta alle bufere sull'economia globale e alle incertezze di quella americana. Ieri le vendite di case già di proprietà sono scivolte per il terzo mese consecutivo in dicembre, del 2,2%, in un nuovo

segnale di debolezza del cruciale settore immobiliare.

La sorpresa di Boeing ha così rassicurato, evidenziando un giro d'affari record da 101 miliardi nell'intero 2018 grazie alla consegna a sua volta record dei 806 velivoli commerciali. Il gruppo ha inoltre pronosticato che farà ancor meglio nel 2019, con consegne fino a 905 aerei e utili per azione tra i 19,90 e i 20,10 dollari rispetto ai 18,13 finora anticipati. Nel solo quarto trimestre Boeing ha polverizzato le attese: gli utili per azione sono stati di 5,4 dollari contro i 91 centesimi ipotizzati. Le entrate, pari a 28,3 miliardi, hanno surclassato i pronostici di oltre un miliardo. Gli utili operativi si sono impennati del 40% a 4,2 miliardi.

Advanced Micro Devices non ha solo fatto bene nei conti; ha riscattato le delusioni preannunciate dai rivali nei microchip con una trimestrale dai profitti in linea con le attese, 8 centesimi per azione, anche se il fatturato cresciuto del 5,9% è rimasto sotto le stime, 1,42 miliardi contro 1,44 miliardi. Con il guadagno in Borsa di queste ore, Amd ha visto il titolo lievitare del 21% in tre mesi rispetto al 34,5% perso invece dall'indice settoriale.

Apple, al contrario, ha ancora scontato la grande dipendenza da un singolo prodotto - l'iPhone - e da un mercato - la Cina - entrambi in frenata. Dopo un allarme sui conti è riuscita a rispettare previsioni ridimensionate e questo è bastato agli investitori a ridare fiducia all'icona tech. Alcuni analisti, tra i quali quelli di Ubs, ritengono sia riuscita ad arrestare almeno temporaneamente il rischio delusione. L'azienda rimane però sotto osservazione in attesa di innovazioni di prodotto: Apple agli occhi degli analisti è anzitutto una società di hardware e gadget hi-tech, ai quali associa crescenti servizi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Risultati record. La corsa di Boeing ha spinto al rialzo Wall Street

## Video on demand, Apple si prepara al debutto per aprile

Apple è pronta a entrare nell'agone delle piattaforme di video on demand: lo farà ad aprile, secondo alcune indiscrezioni di stampa americane. Anche se non ci sono ancora i dettagli sulla politica di prezzo, si sa che la casa di produzione indipendente A24 (quella di film come *Moonlight* e *Lady Bird*) e il network di Oprah Winfrey sono i primi nomi di partner a circolare per la fornitura di contenuti. In passato si era parlato dei format *Planet of the Apps* e *Carpool Karaoke*, già presentati su Apple Music, oltre che di nuove declinazioni di *Sesame Street*, programma per bambini a metà tra l'educazione e l'intrattenimento, e ancora cartoni animati

e titoli di fantascienza ispirati a Isaac Asimov.

La gran parte delle novità da programmare online, comunque, è attesa per marzo. Al momento non è ancora chiaro come sarà caratterizzato, complessivamente, il palinsesto streaming di Apple. Quello che è chiaro invece, nel caso venga confermato il periodo di aprile per il debutto, è che il servizio del colosso guidato dall'a.d. Tim Cook rischia di sbarcare online in parallelo con la piattaforma Disney. Dalla sua, la casa di Topolino ha una library imponente che spazia dai super eroi della Marvel fino a *Guerre Stellari*.

Tuttavia, più che l'avvio dello streaming on demand, a preoccupare Cook sono le vendite degli iPhone. L'intenzione è ridurre i prezzi in alcuni paesi, dopo un calo

delle vendite del 15% nell'ultimo trimestre del 2018 e un fatturato in contrazione del 5% in tutto. Secondo l'a.d. Cook il dollaro forte ha spinto verso l'alto il costo al pubblico degli smartphone, oltre il prezzo dei concorrenti, soprattutto nei mercati emergenti. Infatti, per la prima volta, le vendite degli iPhone sono calate nel trimestre natalizio. Il prossimo taglio dei prezzi è il secondo nei dodici anni di storia dello smartphone con la Mela. La società di Cupertino non ha però reso noto in quali mercati ridurrà i prezzi.

Nel complesso la contrazione dei ricavi è stata del 4,5% a 84,31 miliardi di dollari (73,8 mld di euro) nei tre mesi al 29 dicembre, comunque leggermente al di sopra delle stime. L'utile è poi sceso leggermente a 19,97 miliardi di dollari (17,48 mld di euro).



Una scena di *Moonlight* e, a sinistra, Oprah Winfrey



# Così «city of despair» è diventata la capitale dei computer

Da casa della Boeing a quartier generale di Microsoft e Amazon

Grazie al ritorno dei talenti in fuga, come il giovane Gates

## Rivoluzione bit

Nel 1975 Gates e Allen fondano la loro startup in New Mexico. Poi traslocano a Seattle

Un grande hub industriale che «collassa» su stesso e si trasforma in pochi anni in un «monte dei pegni» a cielo aperto. È il 1971 quando il settimanale «The Economist» inchioda Seattle al suo «irreparabile» destino di «città della disperazione».

Un territorio ricco solo di record negativi, icona alla rovescia del sogno americano, una Detroit ante-litteram, capace di distruggere ricchezza alla velocità della luce. Dove tanti abitanti, il 13% è senza lavoro, si aggirano famelici cercando di rivendere beni di valore ai mercatini dell'usato. E molti altri scappano a gambe levate in cerca di miglior fortuna. A suo modo «scappa» anche Bill Gates. Un ventenne sveglio che studia ad Harvard e sogna un futuro dove tutti, un giorno, potranno disporre di un computer personale. Magari da usare a casa o da portare in giro, sottobraccio. Parente in miniatura di quei giganteschi computer IBM che negli anni Settanta riempiono intere stanze di uffici e centri di ricerca per compiere operazioni matematiche.

Quei sogni cominciano a prendere forma in codici informatici sviluppati assieme all'amico di sempre, Paul Allen. Per far correre il loro software, un «interprete» del linguaggio di programmazione Basic, i due ragazzi devono emigrare a Sud, nel New Mexico.

Nel 1975 la rivista «Popular Electronics» certifica la nuova caccia all'oro mettendo in copertina la foto del primo microcomputer sul mercato,

l'Altair 8800, prodotto da Mits, nella lontana Albuquerque. Allen e Gates lasciano «la città della disperazione» per installarsi nella nuova frontiera dell'informatica. Ed è in quel momento, secondo Enrico Moretti, l'economista italo-americano autore della «Nuova Geografia del Lavoro», che si inizia a scrivere la storia del XXI secolo. Seattle è il passato. Casa della Boeing, all'epoca in crisi, e di un'industria manifatturiera alle soglie della pensione. Albuquerque potrebbe prendersi un pezzo del futuro dei Bit. Lungo i viali alberati della città del New Mexico, passeggia un giovanissimo Jeff Bezos, futuro fondatore di Amazon. E Gates e Allen danno vita a Microsoft, il primo passo verso la società digitale. La fortuna di Albuquerque dura pochi anni. La guerra dei prezzi sui microcomputer, quelli che chiameranno Pc, cancella Mits dalle mappe.

Bill Gates e Allen, richiamati all'«ordine» da famiglia e fidanzate, tornano nella vecchia Seattle. Un posto un po' arrugginito, ma a buon mercato. E poi si beve anche un buon caffè, da quando tre ragazzi hanno aperto una piccola catena di caffetterie, Starbucks. Rinasce così, nel 1979, dalle ceneri di «city of despair», «Emerald city», la scintillante Seattle, la città con il più alto tasso di crescita imprenditoriale degli Stati Uniti. Oggi Microsoft, nei panni di una moderna fabbrica digitale, impiega più di 40 mila persone, una sorta di Mirafiori dei tempi andati. E ha sviluppato

un indotto da 120 mila posti di lavoro. Da uno spin off di Microsoft è spuntata Expedia, altri 14 mila addetti. Negli anni Novanta, Jeff Bezos lascia la sua «città dell'angoscia», in cui è precipitata Albuquerque, un posto buono giusto per girare serie Tv sulla malavita («Breaking Bad»), per sbarcare a Seattle. Con l'idea di sfruttare internet per creare un supermarket digitale.

Oggi cinque aziende della classifica di Fortune 500 hanno quartier generale a Seattle. Boeing non è più la grande azienda della città. Anzi ha traslocato la sua sede a Chicago. La crescita della città di Smeraldo ha avuto i suoi effetti collaterali: aumento a dismisura del costo della vita e dei prezzi delle case. Abborribili per chi ha un buon lavoro. Per chi entra in difficoltà ha buone possibilità di ampliare la platea degli homeless cittadini. Il comune di Seattle investe 40 milioni di dollari l'anno per aiutare i senza tetto. A dare un contributo c'è anche un'altra istituzione cittadina. La Bill & Melinda Gates Foundation.

L'ex ragazzo di Harvard col pallino dell'informatica ha donato 50 miliardi di dollari alla sua fondazione filantropica. Una cifra stellare, superiore all'attivo di tutte le fondazioni ex bancarie italiane.

**Christian Benna**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Italia e paradossi della globalizzazione

## IL NOSTRO POSTO NEL TEMPO 4.0

LEONARDO BECCHETTI

**M**entre gli italiani (e in generale le classi medie dei Paesi ad alto reddito) parlano dei disastri della globalizzazione, l'umanità ai tempi della globalizzazione non è mai stata meglio. Invece di fissarci sul tema dell'accoglienza dei migranti alle nostre frontiere marine, proviamo a guardare il mondo da un altro lato, tenendo insieme il tutto. Il sistema economico mondiale offre e continuerà ad offrire incredibili opportunità nonostante le sue enormi contraddizioni (a proposito di diseguaglianze, sostenibilità ambientale, qualità del lavoro). L'aspettativa di vita è cresciuta da 47,6 anni nel 1900 a 80,6 anni nel 2015 in Europa e con progressione analoga in tutti gli altri continenti. I dati di quest'anno ci dicono che nel Principato di Monaco le donne hanno un'aspettativa di vita di 93,5 anni, la frontiera a cui già oggi si può arrivare nelle condizioni economiche migliori. Ma per chi vive a San Paolo, in Brasile, la differenza tra quartieri bene e periferia è di 25 anni (79 contro 54 anni). Le Cassandre della tecnologia dicono che il lavoro sta finendo a causa della rivoluzione 4.0 e dell'Internet delle Cose e sotto la nostra nuvola grigia sembra proprio così. La realtà dice che dal 2000 a oggi la forza lavoro mondiale è aumentata da 2,8 a 3,4 miliardi di persone, il tasso di partecipazione sceso dal 64% al 62% e la disoccupazione è rimasta pressoché costante sopra il 5%. Ovvero quell'economia globale in cui il lavoro dovrebbe scomparire ha creato in 18 anni quasi mezzo miliardo di nuovi posti di lavoro (40 milioni solo tra il 2015 e il 2016). Tutto questo perché l'innovazione tecnologica, da sempre, elimina lavori faticosi e routinari offrendo in cambio al lavoratore competente e formato un vantaggio produttivo enorme sulle macchine. Nel 1820 l'83,9% della popolazione mondiale di allora (886 milioni di persone) viveva con meno di 1 dollaro al giorno. Oggi sotto quella soglia ci sono 179 milioni di persone (2,5% della popolazione). Anche se la quota di quelli che sono appena sotto quel livello di reddito resta inaccettabilmente elevata questo vuol dire che da allora il sistema economico ha consentito a più di 7 miliardi di persone di nascere e vivere sopra quella soglia.

In un contesto siffatto, l'errore fondamentale in cui gli italiani rischiano sempre di cadere è trovare in altri (nel sistema, nella globalizzazione, nei migranti, nell'euro) la colpa dei propri limiti e dei propri sbagli. Dovremmo impostare il problema in modo completamente diverso. Il sistema economico globale porta enormi frutti e, con essi, problemi importanti da superare e affrontare. Noi italiani come pensiamo di "conquistare" la nostra parte di raccolto? Con quale scala possiamo arrivare a cogliere questi frutti se non puntiamo su conoscenza, innovazione e competenze? Nel nuovo scenario globale l'Italia deve ritrovare la sua vocazione e il suo *genius loci*. Che si fonda su quattro elementi principali: capacità inventiva, "lunghezza", ricchezza della sua storia, qualità del vivere. Siamo una delle nazioni con il massimo tasso di creatività che paradossalmente si combina con la zavorra di un Sistema Paese (burocrazia, lentezza della giustizia civile) che sembra fatta apposta per frustrare questa creatività. Liberare lacci e laccioli di chi compie il più grande atto di amore che è quello di creare buon valore e buon lavoro è la prima cosa da fare. "Lunghezza" vuol dire biodiversità (la nostra è la maggiore in Europa) che si traduce in ricchezza e varietà enogastronomica oltre che qualità e varietà del paesaggio. La ricchezza della nostra storia è un patrimonio che attrae il mondo, di cui essere orgogliosi e su cui fondare le radici del presente.

**L**a qualità del vivere (fatta non solo di stile e buon gusto ma anche e soprattutto di qualità di relazioni e solidarietà) è un'altra dote che ci viene riconosciuta e su cui si sono fondate intelligentemente iniziative come quelle di Slow Food che aumentano l'attrattività dell'Italia. Siamo di fronte ad un bivio culturale prima che economico e sociale. Possiamo continuare con la logica del conflitto (con lo straniero, con l'Europa, con il "robot" o con chissà che cos'altro), del rancore e della paura del futuro. Oppure scegliere il binomio costi-



tuito da solidarietà/inclusione e da investimento in formazione e innovazione, i due pilastri per una vita individuale ricca di senso e per una vita sociale ed economica generativa. Ricordando che ci saranno risorse a disposizione per creare reti di protezione per i più deboli e per finanziare il nostro welfare solo se sapremo vincere la sfida di continuare a creare valore. Due sono le leggi/equazioni fondamentali dell'economia. La prima è quella dell' $1+1=3$  dove accoglienza, cooperazione, fiducia consentono di creare più valore di quanto avremmo fatto separatamente da soli (vale tra Stati membri dell'Ue, nelle trattative commerciali, per il rapporto coi migranti...). La seconda è quella dell'«uno contro uno minore di due» dove la logica del conflitto, propria di chi pensa di conquistare con la prepotenza una fetta più grande, finisce per ridurre la dimensione della torta. Inutile dire che è nella prima legge e non nella seconda il segreto della fioritura della vita personale, economica e sociale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## OLTREFRONTIERA

TLC

## Lo sviluppo del 5G? È legato a doppio filo a Huawei

Lo sviluppo della rete italiana – verso il 5G – è legato a doppio filo con Huawei: un eventuale stop della collaborazione con l'azienda cinese avrebbe probabili conseguenze sull'innovazione e la copertura. Vodafone ad esempio alcuni giorni fa ha deciso di sospendere l'uso di apparecchi Huawei nel “core” del network in Europa, ossia la parte di rete dove sono concentrati i dati più sensibili (per la quale quindi sono più forti le preoccupazioni per la sicurezza, sostenute dal Governo americano). Vodafone collabora con Huawei per lo sviluppo della rete 5G a Milano (fiore all'occhiello della copertura nazionale) e i relativi servizi pubblici abilitati (Sanità, smart energy, sorveglianza), dove pure la riservatezza dei dati sarebbe fondamentale. Ci sono accordi di sperimentazione 5G tra Huawei, Tim e Fastweb a Bari-Matera (con investimenti di 60 milioni di euro in quattro anni); tra Huawei e Fastweb a Cagliari. Huawei si è fatta strada nei Paesi grazie a prezzi competitivi e investimenti (ha centri di ricerca in Germania, UK, Italia).

— **Al.Lo.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## PARLA L'AD DI TIM

## «Ora un tavolo sulla telefonia per la rete unica»

di **Federico De Rosa**

**I**l ceo di Tim, Luigi Gubitosi, è pronto ad aprire un tavolo con Open Fiber: «Siamo aperti anche alla combinazione delle reti».

a pagina 27

INTERVISTA **LUIGI GUBITOSI**

## «Tim, ora un tavolo con Open Fiber Aperti alla combinazione delle reti»

Il ceo dell'azienda: la conflittualità Vivendi-Elliott si supera creando valore per tutti

**Il controllo**

«Il controllo della rete è un tema successivo e riguarda degli azionisti»

di **Federico De Rosa**

«L'Italia ha bisogno di infrastrutture ma ha poche risorse per realizzarle, eppure è tra i pochi Paesi che sta andando verso una sovrapposizione delle reti di telecomunicazioni». È un ritorno alla realtà il punto di partenza dell'analisi di Luigi Gubitosi. L'amministratore delegato di Tim ha un'idea piuttosto chiara sui passi che l'azienda deve fare ed è pronto ad aprire un tavolo con Open Fiber. «Prima di parlare delle possibili soluzioni - chiarisce - vorrei sedermi con Open Fiber per un esame approfondito della situazione esistente e delle opportunità che presenta. Qualsiasi discussione sul tema non può basarsi su opinioni ma su numeri, fatti e dati certi». I numeri sono quelli del nuovo piano industriale di Tim che Gubitosi sta mettendo insieme in vista della presentazione al consiglio il 21 febbraio. Lì sarà tutto più chiaro.

**Lei è nel consiglio di Tim da maggio e amministratore delegato da due mesi. Che Tim ha trovato?**

«Un'azienda con grandi

competenze e capacità. Ci sono sicuramente molte aree da migliorare, ma in un contesto molto difficile Tim è riuscita comunque a fare meglio del mercato, dimostrando maggiore resilienza. L'azienda è pronta per il rilancio e ci sono tutti i presupposti per ottenerlo».

**Il suo sarà il quarto piano strategico di Tim in quattro anni. Perché dovrebbe funzionare?**

«Mi ricorda la domanda che mi fece un suo collega quando arrivai in Rai e i fatti hanno dimostrato come è andata. I giudizi si danno sempre alla fine del percorso, però posso dire che in Tim vedo spazi di miglioramento e opportunità».

**Al mercato cosa racconterà? Cosa si aspettano da lei?**

«Il mercato si aspetta tre cose fondamentali: l'aumento di generazione di cassa organica, capire come possiamo sfruttare le opportunità di valorizzazione disponibili e la fine della conflittualità tra gli azionisti».

**Non le chiedo in quale ordine se li aspetta, ma forse la risolvere la conflittualità tra gli azionisti è prioritaria se vuole portare a termine il piano che sta preparando....**

«Io devo fare il miglior inte-

resse della società assicurando un futuro sicuro e stabile, nell'interesse di tutti gli azionisti e stakeholder. Nel caso degli azionisti, tutti nessuno escluso, hanno un obiettivo comune che è veder crescere il valore del titolo Tim».

**Lei ha azioni Tim?**

«Sì ho comprato un milione di azioni e intendo investire anche in futuro in azioni della società».

**Tornando ai suoi azionisti, come pensa di mettere d'accordo Elliott e Vivendi?**

«Creando valore e questo si può fare riportando Tim al centro del sistema italiano delle telecomunicazioni. Sarà importante trovare un comune punto di incontro tra i nostri azionisti e per quanto mi riguarda farò il possibile perché si raggiunga un equilibrio».

**Al momento il livello di conflittualità resta alto, come si è visto in occasione della diffusione dei dati preliminari del 2018, letti da Vivendi come un pretesto per scari-**



### care la colpa su Amos Genish. Come è andata?

«Come abbiamo dichiarato pubblicamente nei giorni scorsi, informare il mercato non solo è buona prassi ma anche un obbligo di legge. In particolare il consiglio, avendo ricevuto informazioni rilevanti sull'andamento gestionale della società, ha ritenuto opportuno comunicarle».

### Cosa non ha funzionato con Genish?

«Non mi piace criticare i miei predecessori. Mi limito a dire che non c'è stata sintonia con l'azienda e con il Paese».

### Con l'uscita di Genish, Tim archivia anche il piano Digi-Tim. Il suo su cosa si concentrerà?

«Dovrà aspettare il 21 febbraio per conoscerne i dettagli. Sono ottimista sulla nostra capacità di aggredire la struttura dei costi e di mantenere la nostra leadership sul mercato. Un punto importante sarà lavorare anche sull'organizzazione, sui processi e sulla cultura aziendale, indispensabili per realizzare il piano».

### E sulla rete, ci sarà l'atteso scorporo per arrivare alla rete unica?

«L'Italia ha poche risorse per realizzare infrastrutture ed è in costruzione una seconda rete che si sovrapporrebbe a

quella di Tim. E' opportuno massimizzare l'efficacia degli investimenti viste anche le dimensioni delle infrastrutture di cui il Paese ha bisogno».

### Quindi ha senso un'integrazione con Open Fiber?

«Come ho già detto, qualsiasi discussione sul tema deve basarsi su fatti e dati certi».

### Un'idea di come procedere se la sarà fatta...

«Siamo pronti ad aprire un tavolo con Open Fiber con l'obiettivo di esplorare possibili sinergie, che possono andare da accordi commerciali, co-investimenti, fino anche ad una possibile combinazione complessiva delle due infrastrutture. E' importante capire i valori in gioco».

### E in caso di combinazione, Tim dovrà mantenere il controllo della società unica della rete?

«Il tema del controllo verrebbe esaminato successivamente e ovviamente riguarda gli azionisti, il management potrà esprimere suggerimenti solo dopo tutte le analisi del caso».

**Oltre alla rete il mercato si aspetta novità anche su altri fronti: si sente parlare di vendita del Brasile, di cessione di Sparkle, di una risistemazione di Inwit. E' previsto?**

«Andiamo con ordine: le torri di Inwit sono un gioiello industriale ben gestito, un punto di riferimento in un mercato alla ricerca di sinergie. Inwit può giocare un ruolo importante in questo contesto».

### Il Brasile?

«Tim Brasil ha fatto bene nel 2018 e ci sono le premesse perché rafforzi la sua posizione».

### Resta ancora Sparkle, ci saranno novità?

«Sparkle è una società strategica che è stata trascurata. Stiamo lavorando a un piano di rilancio».

### Lei ha alle spalle una lunga esperienza di ristrutturazioni, penso alla Rai e ad Alitalia. Per Tim vede una possibilità definitiva di rilancio?

«Il settore delle Tlc è strategico per lo sviluppo e la digitalizzazione del nostro Paese. Il lancio del 5G accelererà il processo di cambiamento di un settore che ha bisogno di un complessivo piano di riassetto. Tim è pronta ad essere al centro di questa partita per portare vantaggi agli azionisti, ai dipendenti, ai clienti e, in sintesi, al Paese. Tim è l'unica azienda italiana che ha le dimensioni per essere competitiva con gli altri gruppi europei».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'Italia ha bisogno di infrastrutture ma ha poche risorse per realizzarle. Creare una seconda rete che andrà a sovrapporsi a quella di Tim rappresenta uno spreco



Il primo passo da fare è aprire un tavolo con Open Fiber per studiare le possibili sinergie che possono andare da accordi commerciali fino alla combinazione delle reti



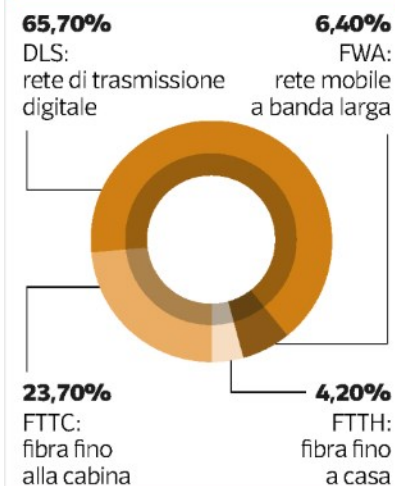
Il settore delle telecomunicazioni è strategico per lo sviluppo e la digitalizzazione del Paese, il 5G accelererà il processo di cambiamento di un settore che ha bisogno di un riassetto

## I numeri

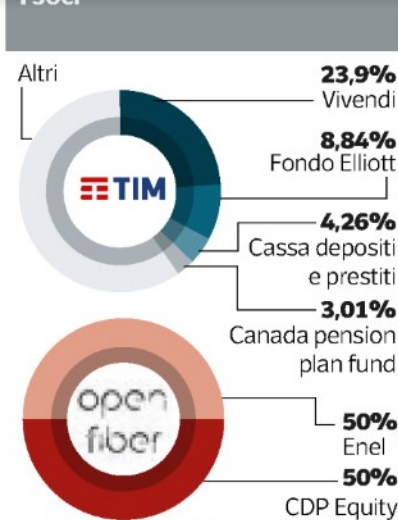
### La rete Tim



### La distribuzione degli accessi alla banda larga per tipologia



### I soci



Fonte: Consob e Borsa Italiana


**La parola**
**RETE UNICA**

Il dibattito attorno alla «rete unica» riguarda le infrastrutture di trasmissione in fibra ottica di Tim e di Open Fiber. Due reti separate e, in alcuni casi sovrapposte, per le quali si discute se non sia opportuno metterle insieme e creare una società per la rete unica che consentirebbe di accelerare la penetrazione della fibra ottica senza disperdere risorse. Il governo spinge per questa soluzione e a dicembre ha varato nel decreto fiscale una serie di agevolazioni per favorire la nascita della rete unica.


**Chi è**

● Luigi Gubitosi, 57 anni, è stato nominato amministratore

delegato di Tim a novembre del 2018. Era nel consiglio di Tim da maggio. Prima di Tim era commissario straordinario di Alitalia. In precedenza è stato direttore

generale della Rai, amministratore delegato di Wind e ha lavorato a lungo nel gruppo Fiat di cui è stato anche Cfo e consigliere

LA BATTAGLIA DEI TELEFONI

# Tim, partita la lettera di Vivendi a Consob Nel mirino i derivati utilizzati da Elliott

Riunione del comitato strategico in vista del piano, pressing sull'ad perché alzi gli obiettivi

FRANCESCO SPINI  
MILANO

È partita ieri la lettera con cui Vivendi chiede di fare luce su quanto accade nella partita di Telecom Italia. La missiva è la prima diretta esclusivamente agli uffici della Commissione, dopo che le prime due (quella dell'ex ad Amos Genish e dello stesso gruppo francese dirette ai sindaci) le erano state indirizzate per conoscenza. Al centro della «nota informativa» su cui Consob è chiamata a fare delle valutazioni è il «collar» utilizzato dal fondo Elliott per proteggere l'investimento dalla caduta del titolo. Da tempo gli uomini di Vincent Bolloré, impegnati nella battaglia per riconquistare - il prossimo 29 marzo - la maggioranza del cda sfilata nel maggio scorso da Elliott - hanno messo nel mirino i due derivati che impegnano Jp Morgan a regolare per cassa la differenza tra il valore delle opzioni (0,81 euro) e quello del titolo (ieri risalito dell'1,05 a 0,46 euro). La protezione riguarda poco più della metà dell'investimento del fondo di Paul Singer (il 4,9% del capitale su una posizione che in tutto raggiunge l'8,8%) e permetterebbe al fondo, una volta esercitate le opzioni, di utilizzare quel denaro per comprare altri titoli di Tim senza spendere ulteriore denaro, notano da Parigi.

Quella di Vivendi è, come detto, una nota informativa, da cui la Commissione che vigila sul mercato dovrà trarre le sue conclusioni e capire se c'è stata o meno una manipolazione del mercato, se cioè Elliott abbia spinto il titolo al ribasso per approfittare del «collar». Affermazioni che Elliott ha più volte respinto, ricordando come il «collar» riduca le perdite

senza però annullarle e freni altresì possibili guadagni in caso di rialzo del titolo.

In tutto questo ieri è tornato a riunirsi il comitato strategico di Tim. La discussione è stata lunga ma pacata e ha riguardato per lo più le linee guida del piano industriale. Non sarà questo neppure l'ultimo appuntamento di qui al 21 febbraio, quando l'ad Luigi Gubitosi presenterà i conti e il piano industriale. Si racconta però che starebbe salendo il pressing anche dei consiglieri di maggioranza affinché, in sede di piano, l'ad alzi l'ambizione negli obiettivi di margine operativo lordo, giudicati troppo prudenti in sede di budget. Gubitosi nel mentre starebbe terminando il rinnovo della prima linea manageriale. L'ultimo ingresso dovrebbe essere quello di Luciano Sale, in arrivo dall'Alitalia come nuovo responsabile delle risorse umane.

L'Agcom nel frattempo ha dato l'ok al piano di «decommissioning», cioè di spegnimento, di 6.500 centrali (su circa 10.400) di Telecom Italia. Il piano di ammodernamento della rete in rame, presentato nel 2017 dall'allora amministratore delegato Flavio Cattaneo, comporterebbe un risparmio di svariate centinaia di milioni (nell'ordine di 700 milioni, secondo le cifre che circolavano in azienda) tra minor costi per energia, manutenzione e real estate. Il disco verde dell'Autorità, che è arrivato nella delibera da 500 pagine sul mercato dell'accesso e la separazione della rete di Tim, è condizionato alla copertura alternativa in fibra che deve avvenire, per il Garante, 12 mesi prima dello spegnimento della centrale in rame. —

© BY NC ND ALLIUNI DIRITTI RISERVATI



Luigi Gubitosi, amministratore delegato di Tim

ANSA



# Tim e Vodafone accelerano i tempi per un accordo sulle antenne del 5G

►Dalla collaborazione fra i due operatori sono attesi minori costi e maggiore velocità di sviluppo dei servizi ►L'intesa potrebbe favorire la creazione di un maxi-polo delle torri di trasmissione fra Inwit e il gruppo britannico

**L'ALLEANZA PREVEDE ECONOMIE DI SCALA SUGLI INVESTIMENTI DOPO IL COSTO PER L'AGGIUDICAZIONE DELLE FREQUENZE**

**GUBITOSI INGAGGIA SALE DA ALITALIA COME CAPO DELLE RISORSE UMANE TENSIONI IERI NEL COMITATO STRATEGICO**

## LA RIVOLUZIONE

ROMA Tim e Vodafone accelerano sullo sviluppo della rete mobile di quinta generazione (5G): sarebbe infatti in fase avanzata la stipula di un accordo per condividere siti e investimenti da parte dei due leader del mercato italiano che consentirebbe di ridurre in maniera significativa i costi e di accelerare l'arrivo sul mercato della nuova tecnologia che promette di rivoluzionare la vita quotidiana attraverso applicazioni come la telemedicina o l'auto a guida autonoma.

L'accordo prevederebbe in primo luogo il cosiddetto *co-siting*, ovvero utilizzare gli stessi siti per installare i ripetitori del segnale: considerato che il 5G richiede una capillarità molto più profonda delle attuali tecnologie, il risparmio sarebbe significativo. Ma Tim e Vodafone andrebbero oltre, condividendo anche gli investimenti sulla parte intelligente della rete, ovvero quella che rende possibili i servizi di nuova generazione. In questo caso, la collaborazione andrebbe oltre quanto fatto finora e consentirebbe di ridurre gli investimenti necessari da parte delle due telco.

Tim e Vodafone hanno infatti la necessità di contenere le spe-

se in conto capitale dopo essersi svenate per l'acquisto delle licenze, costato 2,4 miliardi di euro a testa. Secondo fonti industriali, la realizzazione di una rete 5G, almeno nelle principali aree urbane, costerebbe non meno di 2 miliardi ed è quindi evidente che una partnership beneficerebbe entrambi. A oggi, Tim e Vodafone stanno lavorando separatamente, con l'operatore britannico avvantaggiato dall'aver vinto la gara per la sperimentazione a Milano, dove la società guidata da Aldo Bisio ha già realizzato 50 siti e avviato 41 progetti. Tim è invece impegnata su Bari e Torino: unire le forze potrebbe accelerare lo sviluppo e il lancio della nuova rete, che garantisce velocità nell'ordine dei gigabit al secondo e tempi di attesa minimi, prima dell'ultimo trimestre dell'anno nelle principali città italiane.

## SPINTA ALLA COABITAZIONE

L'accordo potrebbe a quel punto influenzare anche il rischio delle torri di trasmissione. Tim ha già scorporato le sue 11 mila torri in Inwit, collocandone in borsa il 40%, mentre Vodafone ha annunciato che potrebbe valutare una operazione simile per le sue 55.000 torri europee e lo stesso Bisio ha recentemente dichiarato che «il mercato spinge a una coabitazione delle torri, sicuramente anche per il 5G. Il senso di realizzare la più grande *towerco* d'Europa nasce da un disegno industriale: se noi riusciamo a mettere a fattore comune le infrastrutture ne ricaveremo benefici». Creare un unico polo delle torri aiuterebbe entrambe le aziende a ridurre il debito, che per Tim è stabilmente sopra i 25 miliardi, estraendo valore da un business in questo momento molto apprezzato dal mercato, che valuta le torri sino a 20 volte il margine operativo lordo. Proprio una eventuale cessione di tutta o parte di Inwit è sul tavolo di Luigi Gubitosi,

che non a caso ha assunto come general counsel della società Salvatore Lo Giudice, suo uomo di fiducia in Rai.

## LA DECISIONE DELL'AUTHORITY

Sempre sul fronte della riduzione dei costi, ieri Agcom ha dato il prima via libera al progetto di riduzione di 6500 centrali elaborato dall'allora ad Flavio Cattaneo, che consentirà a Tim, a regime nel 2024, di risparmiare circa 700 milioni di euro all'anno.

Intanto lo stesso Gubitosi avrebbe ieri pomeriggio comunicato al comitato strategico, l'ingresso nel gruppo, come direttore delle risorse umane e dell'organizzazione, di Luciano Sale, professionista con un passato in Wind e Alitalia. Nella riunione di ieri, che è servita per fare il punto sulla predisposizione del piano che sarà varato il 21 febbraio e sull'andamento del business dopo il *profit warning*, il numero di uno di Vivendi Arnaud de Puyfontaine avrebbe richiesto che del comitato stesso entri a far parte l'ex amministratore delegato di Tim, Amos Genish, che pure ne faceva parte fino a quando aveva la guida.

Sempre ieri è stata inviata alla Consob la lettera/esposto della media company transalpina Vivendi che accusa il fondo Elliott di aggrottaggio, ovvero di tenere artificiosamente bassi i prezzi di Tim in Borsa. La Commissione già nei giorni scorsi si sarebbe attivata per indagare sul *profit warning*, chiedendo informazioni alla società e convocando alcuni manager.

**Rosario Dimito**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Facebook's delusion of consumer consent

**Joseph Turow**  
**Chris Jay Hoofnagle**

The internet's business model is tailored advertising. Internet firms Hoover up information about what you do and say on the web, in apps and even in physical locations. They then sell advertisers the ability to figure out whether you're valuable enough for them to want to reach you, and if you are, how they should try to persuade you.

In a recent Wall Street Journal commentary, Mark Zuckerberg claimed that Facebook users want to see ads tailored to their interests. But the data show the opposite is true. With the help of major polling firms, we conducted two large national telephone surveys of Americans in 2012 and 2009. When we asked people whether they wanted websites they visit to show them commercial ads, news or political ads "tailored to your interests," a substantial majority said no. Around half did say they wanted discounts tailored to their interests. But that too changed after we told them how companies gathered the information that enables tailoring, such as following you on a website. Bottom line: If Facebook's users in the United States are similar to most Americans (and studies suggest they are), large majorities don't want personalized ads — and when they learn how companies find out information about them, even greater percentages don't want them.

To Mr. Zuckerberg, protecting ad personalization from privacy rules is key. His essay argues that regulatory intervention would take away a "free" goody from the public. Facebook makes virtually all its revenues from advertising, and it has created enormous amounts of data about the people who use Facebook and the larger internet. In his essay, Mr. Zuckerberg defends Facebook from a chorus of critics who rail against a business model that they argue uses and abuses people's information under the guise of transparency, choice and control. Mr. Zuckerberg therefore has an interest in arguing that he and his colleagues well understand what his audience wants. "People consistently tell us that if they're going to see ads, they want them to be relevant," he writes. "That means we need to understand their interests."

But consider how deeply the specifics of what we found contradict Mr. Zuckerberg's case. In one of our surveys, we asked 1,503 Americans four different questions: whether or not they wanted "the websites you visit" to show them (1) tailored ads for products and services, (2) tailored discounts, (3) tailored news and (4) tailored political ads. If a respondent answered yes to any of the above questions, we went deeper, asking whether the tailoring to their interests would be acceptable if based on the user's behavior on the website the user was visiting, on the user's browsing on other websites and on offline activities, such as store shopping or magazine subscriptions.

Facebook: l'illusione del consenso del consumatore



Sixty-one percent of respondents said no, they did not want tailored ads for products and services, 56 percent said no to tailored news, 86 percent said no to tailored political ads, and 46 percent said no to tailored discounts. But when we added in the results of the second set of questions about tracking people on that firm's website, other websites and offline, the percentage that in the end

**Mark Zuckerberg said Facebook users want tailored ads. According to our research, that's not true.**

decided they didn't want tailoring ranged from 89 percent to 93 percent with political ads, 68 percent to 84 percent for commercial ads, 53 percent to 77 percent for discounts, and 64 percent to 83 percent for news.

This resounding consumer rejection of surveillance-based ads and content actually makes sense in view of the surveys that we and others have carried out on the digital marketing environment. We find consistently that people are wary of marketers tracking them, don't understand the complexities of data mining, and don't like to be discriminated against based on information that companies have about them and others. They may therefore see personalization as a double-edge sword. Personalization can provide them with material they like, but it just as well could be used to shape their behavior or beliefs, or even cause them to lose out on discounts to more desir-

able consumers. Given that people have lives outside the internet and don't have the time or ability to figure out its complexities, they may go with the flow of Facebook's understanding of their views. But our studies suggest that their attitudes toward relevance are far more complex than Mr. Zuckerberg asserts, and very likely in the opposite direction.

Our work yielded another finding that ought to be taken seriously. When asked to choose what, if anything, should be a company's single punishment beyond fines if it "uses a person's information illegally," 38 percent of Americans answered that the company should "fund efforts to help people protect privacy." But over half of Americans adults were far tougher: 18 percent responded that the company should "be put out of business" and 35 percent said "executives who are responsible should face jail time." (Three percent said the company shouldn't be punished and 6 percent said it depends or didn't know.)

Use of personal information is a serious issue to the American public. People consent because they have no choice. And delusional statements like Mr. Zuckerberg's that they want to go with his plan should not go unchallenged.

**JOSEPH TUROW** is a professor at the University of Pennsylvania and the author of "The Aisles Have Eyes." **CHRIS JAY HOOFNAGLE** is an adjunct professor at Berkeley Law School and the author of "Federal Trade Commission Privacy Law and Policy."