

Rassegna del 04/09/2018

Corriere della Sera	27	La Lente - Mersch (Bce): rischi geopolitici per i pagamenti su Internet	Massaro Fabrizio	1
Sole 24 Ore	12	Stretta Ue contro le frodi nei pagamenti	...	2
Mf	8	Mersch (Bce): serve un servizio europeo di pagamenti	...	3
Giornale	20	I prestiti tra privati sbarcano in Borsa	Meoni Cinzia	4
Mf	14	Contrarian - Amazon? Si comporta come le banche americane sui subprime	...	5
Mf	10	La Russia fa bene ad Alibaba	Carosielli Nicola	6
MF Fashion	3	Zalando, il nuovo bread&&butter tra gen next e pop-up	Camurati Federica	7
Corriere della Sera	21	20 anni di Google	Gaggi Massimo	8
Repubblica	21	Google, vent'anni di ricerche che hanno cambiato il web	D'Alessandro Jaime	10
Repubblica	24	Frequenze dei cellulari un miliardo allo Stato dal rinnovo dei diritti	Fontanarosa Aldo	12
Mf	5	In Cdp più poteri a Palermo - Cdp, più poteri per Palermo	Montanari Andrea	14
Sole 24 Ore	13	Mediaset-Vivendi, nuova contesa sulla sterilizzazione delle azioni	Olivieri Antonella	15
Corriere della Sera	31	Wpp, si chiude l'era Sorrell Alla guida l'allievo Read, parte la sfida ai giganti del web	Ferraino Giuliana	17

ESTERA

Expansión	8	Vodafone accusa la perdita del calcio e cede 30.600 clienti della linea fissa ad agosto	Del Castillo Ignacio	18
Expansión	2	La Llave - I due volti delle guerre dei prezzi nelle "tlc"	...	20

La Lente

Mersch (Bce): rischi geopolitici per i pagamenti su internet

di **Fabrizio Massaro**

E se un giorno Paypal o Visa e Mastercard non funzionassero più in Europa? Non fa nomi Yves Mersch, membro del consiglio esecutivo della Bce, ma la domanda l'ha posta ieri in un discorso a Parigi. I sistemi di pagamento più usati in Europa, anche se rispettano le norme di Bruxelles e le piattaforme Bce come il sistema Sepa, appartengono a società extra-Ue e dipendono da legislazioni che, nel peggiore degli scenari, potrebbero persino interrompere i pagamenti tra controparti europee. «Nel contesto geopolitico attuale, questi rischi non sono così remoti come una volta», dice Mersch. «Non si tratta di protezionismo ma di avere operatori europei attivi a

livello globale» che impongano standard Ue, anche normativi. Lamenta Mersch che non esistono pagamenti con carta integrati in Europa: il sistema tedesco Girocard o il francese Cartes Bancaires non parlano con quelli degli altri Paesi Ue: «Il risultato è che è più comodo usare carte non europee quando si viaggia in Europa». I pagamenti online sono dominati da Paypal, mentre Amazon, Google, Facebook, Apple si legano a singole banche nazionali. «Perché non ci sono società Ue in questo campo?» La resistenza delle banche a dare accesso ai dati dei clienti, secondo la nuova direttiva Psd2, per Mersch limiterà la competitività delle fintech Ue, a vantaggio dei giganti Usa o dei cinesi Alibaba o Tencent.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



REGOLE

Stretta Ue contro le frodi nei pagamenti

Stretta Ue contro le frodi nei pagamenti non in contanti. La Commissione per le libertà civili del Parlamento europeo ha approvato ieri un piano per combattere le frodi e la contraffazione dei mezzi di pagamento diversi dai contanti come le carte, i portafogli elettronici, i pagamenti mobili e le valute virtuali. Previsto l'inasprimento delle pene e il miglioramento della cooperazione.



Mersch (Bce): serve un servizio europeo di pagamenti

L'Europa deve sviluppare un proprio servizio di pagamenti elettronici in grado di competere con giganti del calibro di PayPal allo scopo di mettersi al riparo dalle tensioni geopolitiche che si avvertono sempre di più. E' la necessità indicata da Yves Mersch, membro del board esecutivo della Bce. Per quanto nell'Eurozona si operi in un contesto favorevole allo sviluppo di servizi innovativi di pagamento, ha spiegato l'ex governatore della Banca di Lussemburgo, «gli attori europei finora non hanno proposto soluzioni che si possano de-

finire davvero moderne». Mentre PayPal oggi domina il mercato e le grandi multinazionali digitali si sono dotate di servizi propri, secondo Mersch in Europa manca omogeneità tra diverse soluzioni nazionali e iniziative come quella di Girocard avviata in Germania restano isolate, per cui «rimane più pratico utilizzare carte non europee». Par di capire, ha aggiunto il rappresentante della Bce, che le banche continentali abbiano abbandonato l'idea, mentre dovrebbero agire per ridurre la dipendenza da attori non basati in Europa e la cui attività può essere alterata da giurisdizioni extraterritoriali, con il rischio di provocare «nel peggiore dei casi il malfunzionamento delle transazioni tra controparti europee».



il caso Nuove frontiere per i finanziamenti

I prestiti tra privati sbarcano in Borsa

Funding Circle si quota a Londra. Vale quasi 2,6 miliardi

Cinzia Meoni

■ Il «social lending», ovvero quel ramo delle *fintech* che si occupa di prestiti tra privati, approda in borsa con prezzi degni di un «unicorno»: Funding Circle si prepara alla quotazione sul London Stock Exchange con una valutazione di 2 miliardi di sterline (poco meno di 2,6 miliardi di euro). Niente male per la società fondata nel 2010 e per ora attiva in Gran Bretagna, Stati Uniti, Germania e Olanda, che ha chiuso il semestre con un giro d'affari di 63 milioni di sterline dai 40 milioni dell'anno prima e un rosso di 27 milioni dai 19 del 2017.

Ma l'attività è in crescita: in otto anni la società guidata da Samir Desai ha gestito prestiti a 50mila attività raccolti tra 80mila investitori per 5 miliardi di sterline complessive di cui un miliardo nella sola prima metà del 2018. Sarà forse anche per questo che Funding Circle vanta nel suo parterre azionisti come Blackrock e, in vista della quotazione, dove punta a raccogliere 300 milioni di sterline, ha già raccolto la prenotazione sul 10% del capitale da parte di Anders Holch Povisen, azionista di peso, tra l'altro, in Asos e Zalando. Il business prevede pre-

stiti tra privati (singoli o aziende) attraverso piattaforme di gestione web che saranno poi rimborsati e remunerati tagliando fuori le banche.

In Italia il *social lending* è stato regolamentato da Banca d'Italia nel 2016 che lo ha definito come «uno strumento attraverso il quale una pluralità di soggetti può richiedere a una pluralità di potenziali finanziatori, tramite piattaforme online, fondi rimborsabili per uso personale o per finanziare un progetto». Per gli investitori privati i proventi sono tassati con l'aliquota sostitutiva del 26%, equiparata, con la legge di Bilancio 2018, a quella degli altri strumenti di investimento come fondi comuni, obbligazioni e azioni.

Secondo un recente report della School of Management del Politecnico, il settore in Italia ha raccolto 216,9 milioni dalla sua regolamentazione, di cui 132,3 milioni solo nell'ultimo anno. In Italia sono attive sei piattaforme destinate a finanziare persone fisiche e cinque dedicate ai finanziamenti delle imprese, di cui una specializzata nel real estate. Le piattaforme infine si dividono tra chi lascia piena scelta ai prestatori su chi finanziare e chi suddivisi su più prestiti con l'obiettivo di ridurre il rischio.



STRATEGIE

Un altro gigante del fintech vuole approfittare della luna di miele tra le Borse e la finanza digitale



CONTRARIAN

AMAZON? SI COMPORTA COME LE BANCHE AMERICANE SUI SUBPRIME

► Ora che approssima ai 1.000 miliardi di dollari di capitalizzazione, Amazon parla soavemente ma brandendo un nodoso bastone. La sua tattica per alcuni aspetti assomiglia a quella che assunsero le banche americane sui mutui subprime prima del 2008. È il convincimento del commentatore del *Financial Times*, Rona Foroohar, la quale sostiene che il parallelo con le pratiche di concessione dei mutui non con i privati ma con le istituzioni pubbliche allora avveniva con una condizione di asimmetria informativa clamorosamente a favore delle banche stesse, che disponevano di una mole di dati e di indicazioni per cui la fissazione del prezzo avveniva in una condizione di chiara inferiorità per la controparte. Allo stesso modo, sostiene Foroohar, Amazon negozia con le amministrazioni locali contratti di fornitura utilizzando la tattica vincente del cosiddetto dynamic pricing, ovvero una determinazione

del prezzo flessibile e continuamente modificata in base ai dati che provengono dalle transazioni registrate nella piattaforma del colosso tecnologico sia dai fornitori sia dai potenziali acquirenti. Addirittura, la commentatrice del *Ft* cita un accordo recente di Amazon con una serie di amministrazioni locali in base al quale la società è divenuta fornitore unico di cancelleria per gli uffici pubblici e le aule scolastiche di circa 1.500 amministrazioni pubbliche. La stranezza è che il contratto di fornitura non fa riferimento a prezzi fissi o a un listino prezzi fissato in anticipo, come di solito avviene in casi del genere, ma Amazon ha ottenuto che i prezzi degli articoli venissero determinati appunto in maniera dinamica, sostenendo in questo modo che l'amministrazione possa avere un congruo risparmio rispetto ai prezzi di mercato. In realtà una simulazione condotta dal Institute for Local Self-Reliance, una organizzazione non profit, ha dimostrato come il ricorso al metodo Amazon possa comportare rincari dal 10 al 12%. Insomma, conclude il commento del *Ft*, il gruppo guidato da Jeff Bezos si dimostra sempre più operante alla stregua dei Casino di Las Vegas, in cui alla fine è il banco che vince sempre. Come le istituzioni finanziarie, è al centro di una clessidra fatta di informazioni e di transazioni in cui passano miliardi di granellini, di cui trattiene un pezzettino per sé, potendo organizzare il mercato e al tempo stesso esserne uno dei protagonisti. Una situazione inaccettabile di privilegio, insomma. Proprio per questo, la columnist del *Financial Times* rilancia la necessità di una regolamentazione sistemica di Amazon, né più né meno di quella che operata con i colossi di Wall Street, per evitare la prosecuzione di vantaggi competitivi sleali.

AMAZON



La Russia fa bene ad Alibaba

Un'eventuale partnership strategica sarebbe il primo passo verso la creazione di una sorta di Via della Seta digitale. Il governo di Mosca punta a rafforzare gli investimenti cinesi nel Paese

DI NICOLA CAROSIELLI

La creazione di una Via della Seta digitale potrebbe presto prendere forma. E a tessere la tela che arriva fino in Russia sarebbe il colosso dell'e-commerce Alibaba. Secondo quanto riportato dal *Financial Times*, il colosso dell'e-commerce guidato da Jack Ma sarebbe pronto a creare una joint venture con Mail.ru, la più grande internet company russa, e con il fondo sovrano Russian Direct Investment Fund. Per quanto vi siano ancora delle incognite, prima tra tutte l'entità dell'investimento, quel che dal Regno Unito danno per certo è che la nuova realtà dell'e-commerce dovrebbe prendere il via a breve, rispondendo così al piano dei governi cinese e russo di dar vita a una nuova Digital Silk Road in Europa e Asia. Ipotesi ben vista da Wall Street, dove ieri il titolo Alibaba arrivato a superare i 176 dollari per azione per poi tornare sui suoi passi nel finale di seduta.

Da una parte il Cremlino, interessato ad approfittare dei crescenti investimenti provenienti dalla Cina, rafforzerebbe così il rapporto con Pechino nell'ottica di una grande intesa geopolitica dell'Est. Dall'altra parte Alibaba

vede nella Russia uno dei mercati più attraenti per la possibilità di riempire quel vuoto lasciato dai giganti occidentali dell'e-commerce. La Russia, d'altro canto, si scontra con una forte propensione agli scambi in contanti, tuttavia Ma sembra vedere uno spiraglio nell'aumento degli utenti connessi quotidianamente, circa 70 milioni di abitanti (metà della popolazione). Alibaba, inoltre, è già presente nel Paese con AliExpress, l'attività di commercio elettronico transfrontaliero che vende prodotti dalla Cina all'estero, senza dimenticare che lo scorso settembre il colosso cinese ha lanciato Tmall, una piattaforma di trading per i clienti russi.

Il corteggiamento, comunque, era già partito da tempo. Lo scorso autunno Ma durante uno dei suoi viaggi per incontrare il presidente Vladimir Putin aveva dichiarato apertamente che «Alibaba dovrebbe unire le forze nello sviluppo della Russia». Mentre il ceo del Russian Direct Investment Fund, Kirill Dmitriev, a dicembre aveva dichiarato che il fondo prevedeva di annunciare «investimenti in diverse piattaforme internet per espandere l'attività all'estero e investire con Alibaba nelle infrastrutture logistiche di internet in Russia». (riproduzione riservata)



Eventi

ZALANDO, IL NUOVO BREAD&&BUTTER TRA GEN NEXT E POP-UP

La terza edizione del salone berlinese ha presentato un concept totalmente rivisitato al fine di coinvolgere un target più giovane

È una radicale inversione di rotta quella intrapresa da **Zalando** con la terza edizione di **Bread&&Butter**. Un nuovo concept, un nuovo target e un particolare focus su un singolo prodotto, reso disponibile con l'immediatezza della formula see now, buy now e il massimo coinvolgimento dei visitatori. Sono questi gli elementi chiave del salone dedicato alla celebrazione della moda, della musica e della cultura streetwear tenutosi all'**Arena Berlin** dal 31 agosto al 2 settembre, che ha registrato la partecipazione record di 35 mila visitatori. «Sono veramente entusiasta», ha raccontato a **MF** durante la giornata di apertura l'head of partner activation **Kai Zollhöfer**. «Quest'anno per la nostra terza edizione abbiamo compiuto un passo coraggioso, cambiando la nostra strategia e reindirizzando l'evento al consumatore della Gen next, la fascia tra i 15 e i 20 anni». I brand coinvolti sono stati 43 e per molti si è trattato di un debutto, come nel caso di **The north face**, **Timberland** e **Diesel**, ma quest'edizione ha visto anche la partecipazione straordinaria di retailer come **Super conscious**, negozio berlinese specializzato nello streetwear, e dell'artista tedesco **Dennis Loesch**. «Quando abbiamo iniziato nel 2016 la maggior parte dei mar-

chi veniva a mostrare la propria collezione come in una normale fiera b2b, ma ci siamo resi conto che i visitatori non erano molto interessati a questa formula, avevano bisogno di un messaggio chiaro», ha proseguito **Zollhöfer**. «Abbiamo quindi capito che era necessario concentrarci sul prodotto, perché i clienti di Zalando sono molto eterogenei e hanno a disposizione un vasto assortimento, ma ai consumatori presenti oggi davanti ai pop-up interessa trovare pochi prodotti significativi, e avere la possibilità di personalizzarli ed entrare in contatto con il dna dei brand». **Carsten Henrich**, vice president creative lab ha poi aggiunto: «Abbiamo deciso di focalizzarci su questo target perché è quello che davvero ha maggiore influenza sulla cultura e sulla moda contemporanea, oltre a essere quello più avanti dal punto di vista digitale. Abbiamo cercato», ha proseguito il manager, «di imparare dalle scorse edizioni per capire in quale direzione muoverci. Quella organizzata quest'anno la definirei una vera e propria esperienza, ma sarà ancora una volta un'occasione per capire come si evolverà Bread&&Butter in futuro», ha concluso. (riproduzione riservata) **Federica Camurati (Berlino)**



20 anni di Google

di **Massimo Gaggi**

NEW YORK Volevano cambiare il mondo e ci sono riusciti. Ma nemmeno loro — Larry Page e Sergey Brin — immaginavano che in vent'anni avrebbero trasformato radicalmente la vita e la cultura di tutti noi: come studiamo, ragioniamo, facciamo funzionare la nostra intelligenza e i meccanismi dell'attenzione. Invece il motore di ricerca della società, Google, da loro fondata il 4 settembre del 1998, ha cambiato tutto: dalla scuola all'informazione, fino al modo di viaggiare e di orientarsi. Un'onda d'urto che non si è mai fermata e ora investe aree sempre più vaste, dalla politica alla medicina.

Grandi innovazioni e grandi inconvenienti, com'è sempre accaduto con le onde di progresso della storia umana. Se la lavatrice ha cambiato la vita familiare e aperto il mercato del lavoro alle donne, gli algoritmi dell'era di Internet — prima quelli rudimentali di Explorer e AltaVista, poi quello di Page e Brin, capace di scandagliare l'intero web ed estrarre contenuti dando loro una gerarchia, il ranking — hanno trasformato la vita in modo più profondo: dal mondo del lavoro che ha visto nascere nuove professioni, ma ne ha perse tante altre come quella degli agenti di viaggio, al rapporto tra genitori e figli, fino alla televisione, alle prese con una rivoluzione iniziata con la nascita di YouTube. Anch'essa una creatura di Google come il sistema di posta elettronica Gmail, la piattaforma Android che fa girare gran parte degli smartphone

del mondo (oltre due miliardi), Chrome e GoogleMaps che ci dà il percorso più conveniente per ogni destinazione, ma ci fa anche perdere il senso dell'orientamento: smarriti se si scarica la batteria del cellulare.

Le critiche

Sono gli inconvenienti delle rivoluzioni tecnologiche. Nel decennale di Google, estate 2008, fece molto rumore un saggio (poi trasformato in libro) pubblicato da *The Atlantic* nel quale uno studioso, Nicholas Carr, si chiedeva, fin dal titolo «se Google ci rende stupidi». L'accusa, in realtà estesa all'intero ecosistema di Internet, era quella di aver creato — tra la promessa di mettere tutta la conoscenza del mondo alla portata di un clic e le continue spinte a interrompere la lettura di un testo per saltare a una pubblicità, a un messaggio in arrivo o a un altro testo — un sistema che ci porta a non sfruttare più appieno la nostra intelligenza. Superficialità, multitasking, difficoltà ad approfondire, a leggere lunghi articoli o libri. Ma, soprattutto, la tendenza delle nuove generazioni a non studiare più per assimilare nozioni che danno una visione del mondo, convinte che ormai basti sapere come e dove trovare l'informazione quando serve. Cambiamenti in parte fisiologici, inevitabili quando il progresso offre nuovi strumenti: è accaduto fin da quando la scrittura (poi toccò al libro) venne condannata dai padri della cultura trasmessa oralmente come novità destinata a distruggere la capacità dell'uo-

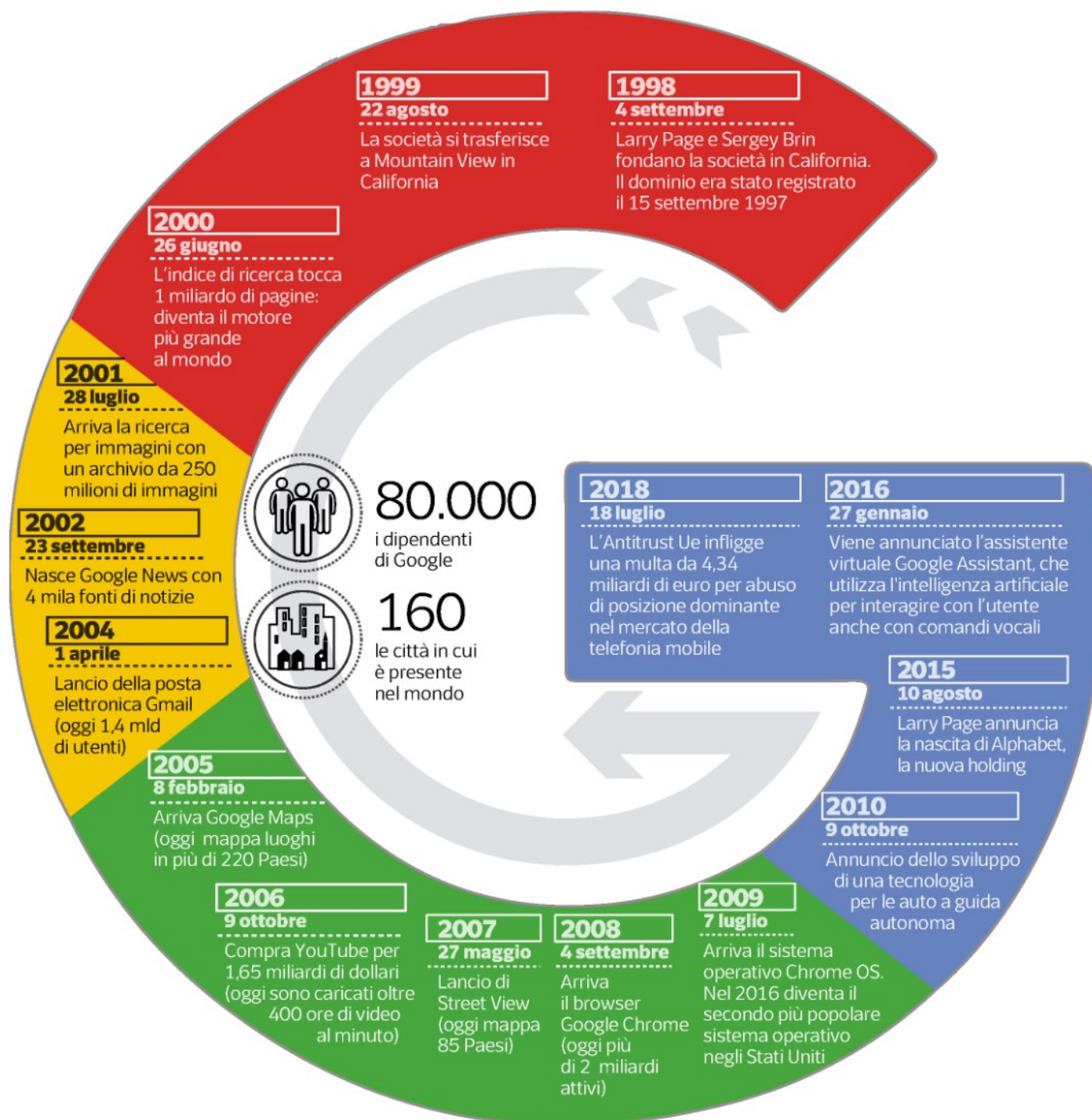
mo di memorizzare tutte le nozioni essenziali della vita.

Il semi-monopolio

Ma nel caso di Google questo processo, iniziato artigianalmente in un garage da due giovani geni dagli intenti filantropici che l'avevano sintetizzato nello slogan aziendale *Don't be evil*, anno dopo anno è stato industrializzato fino a produrre un semimonopolio dipendente dalla rude logica finanziaria di Wall Street (con relative accuse di elusione fiscale e multe Ue per abuso di posizione dominante). Grandi dimensioni, grandi responsabilità: è inevitabile. Sono storie dei giorni nostri: i giganti della Silicon Valley, fin qui non regolamentati, sono considerati i principali responsabili dell'aumento delle disuguaglianze economiche, almeno in America, ma, soprattutto, sono accusati di aver gestito con leggerezza la centralità conquistata (soprattutto da Google e Facebook) nel mondo dell'informazione con l'acquisizione di gran parte del mercato pubblicitario e il conseguente indebolimento della stampa tradizionale. Così una delle società di maggior successo al mondo (Google vale oltre 850 miliardi di dollari, superata solo da Apple e Amazon) oggi viene accusata da Trump di falsare i risultati delle ricerche a sfavore dei conservatori e domani verrà messa sotto processo (con Facebook e Twitter) dal Congresso che chiederà garanzie sulla blindatura della rete da interferenze esterne nel processo elettorale del voto di *mid term* di novembre.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Tutto Dal lavoro
 è iniziato agli affetti,
 in un garage così ha cambiato
 con due ragazzi (non sempre
 dagli intenti in meglio)
 filantropici le nostre vite

Google, vent'anni di ricerche che hanno cambiato il web

Il 4 settembre 1998 nasceva il motore oggi usato da 9 utenti su 10. Con qualche flop (Motorola e i Glass) e scivoloni fiscali. Ora il rischio è che altri innovino di più e meglio

JAIME D'ALESSANDRO

La prima volta che si incontrarono, nell'estate del 1995, Larry Page e Sergey Brin non si piacquero molto. Il primo stava valutando di entrare all'Università di Stanford, il secondo aveva il compito di mostrargli il campus. Non furono d'accordo su nulla. Durò poco quell'antipatia: tre anni dopo, il 4 settembre di venti anni fa, avrebbero fatto nascere ufficialmente Google. Anzi: Googol, termine coniato dal matematico Edward Kasner negli anni Trenta per indicare un numero che ha un uno e cento zeri. Qualcuno inciampò nella sillabazione.

Oggi è un colosso con un giro di affari da 110 miliardi di dollari. Quasi il 90 per cento delle persone che navigano in Rete usa il suo motore di ricerca, gestisce metà della pubblicità online e ha altri sei servizi, dalle mail alle mappe, con oltre un miliardo di utenti. La gerarchia che offre del web è diventata il web stesso. Il suo indice, basato su un algoritmo che analizza la quantità di riferimenti e di collegamenti ai singoli siti stabilendone l'importanza, è stato rivoluzionario.

Ma quando Brin e Page cominciarono nel garage di Susan Wojcicki (dipendente numero 16 e attuale capo di YouTube) non avevano nemmeno idea di come avrebbero fatto i soldi. «Lavoravo nel settore dal 1997», ricorda Lorenzo Montagna, che ha ricoperto incarichi di primo piano a Lycos, Altavista e Yahoo, tutte aziende concorrenti di Google che si sono accorte troppo tardi di

esserlo. «Nacque in sordina e in ritardo rispetto ad altri. In quegli anni il motore di ricerca non era percepito come un valore, il valore erano i contenuti dei portali che attiravano pubblicità. E Google di contenuto non ne aveva nemmeno uno, nessuno pensava che le ricerche potessero attrarre inserzionisti. Ha avuto il coraggio di fare una cosa controcorrente e di farla bene».

Di quei primi anni nel campus di Mountain View, sempre in California, oggi si coltiva il mito. «Se lavori a Google puoi fare la cosa che credi sia più giusta» disse in una delle sue rare apparizioni pubbliche Larry Page, parlando della libertà data ai dipendenti di lavorare a progetti propri nel 20% del tempo. Gmail e Google News sono nate così. Ma ormai si tratta di retorica. Da colosso da 60 mila dipendenti, per mantenersi sulla cresta dell'onda finanzia startup e fa acquisizioni. Il servizio video YouTube, l'app per la navigazione stradale Waze, il sistema operativo Android usato dal 76 per cento degli smartphone nel mondo, sono alcuni esempi.

«Con Google, Facebook e Amazon è nato il Web così come lo conosciamo, ma anche i grandi monopoli digitali», sottolinea Roberto Liscia a capo di Netcomm, il consorzio del commercio elettronico italiano. «Hanno inventato servizi gratuiti straordinari. Ognuno di noi li usa dando in cambio i propri dati, che messi insieme forniscono informazioni su come si muove un'intera società».

Qualche fallimento, dai Google Glass all'acquisizione di Motorola, alcuni passi falsi in tema di tasse. E due multe dalla Commissione europea, da 2,4 e 4,3 miliardi di euro, per abuso di posizione dominante. Ma è nulla rispetto alla possibilità che stia invecchiando. «La prossima innovazione? Dubito che verrà dalla Silicon Valley», ha detto Peter Thiel, cofondatore di PayPal e fra i primi investitori in Facebook. Ha ragione: l'unico grande rischio per giganti come Google è che qualcun altro possa arrivare dal nulla e conquistare scena e mercato come venti anni fa fecero Page e Brin.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I numeri

Il gigante Google

60.000



i suoi dipendenti in 50 diversi Paesi

110,8 MILIARDI DI DOLLARI



il suo giro d'affari (anno fiscale 2017)

1 MILIARDO DI PERSONE



usa i servizi di Google: Youtube, Android, Gmail, Maps, Chrome, Google Play store, Google Search

100 MILA DOLLARI



il primo finanziamento ottenuto da Larry Page e Sergey Brin

LE TAPPE

4 settembre 1998

Il giorno della fondazione. Il primo ufficio era in un garage nella periferia di Menlo Park, in California

19 agosto 2004

Google sbarca al Nasdaq, 100 dollari il prezzo di un'azione. Oggi vale oltre 2400 dollari

4 dicembre 2009



Viene introdotto il primo filtro alle ricerche

10 agosto 2015

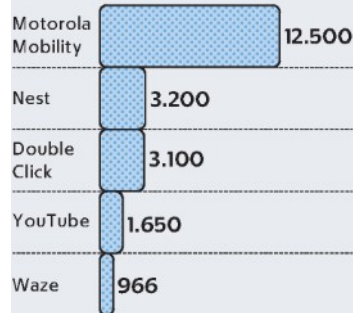
Nasce Alphabet, conglomerato che avrà in Google la sua principale sussidiaria. A guidarla Sundar Pichai

2 luglio 2016

Pichai, appena divenuto Ceo di Google Inc., annuncia che punterà sull'intelligenza artificiale

LE ACQUISIZIONI

dati in milioni di dollari



*Nel 2014 Motorola viene venduta a Lenovo per 2,9 miliardi di dollari



REUTERS

Lo scenario

Frequenze dei cellulari un miliardo allo Stato dal rinnovo dei diritti

Le società pagheranno subito gli importi, dal 2022 al 2029, per l'Umts
E useranno questi binari dell'etere, già dal 2019, con ogni tecnologia

Il prelievo sarà previsto dalla legge di Bilancio o da un emendamento della maggioranza

ALDO FONTANAROSA, ROMA

Il governo Conte e la maggioranza grillino-leghista hanno bisogno di denaro per finanziare le loro promesse elettorali. E i telefonini garantiranno alle casse pubbliche, come già in passato, un copioso afflusso di contante. Quasi un miliardo, si ipotizza. Governo e maggioranza hanno messo nel mirino i diritti che Tim, Vodafone, Wind-Tre e Iliad devono allo Stato per usare le frequenze della telefonia mobile.

Sono i binari dell'etere che trasportano le chiamate con il cellulare e soprattutto le navigazioni in Rete.

Ora, lo Stato non può colpire indistintamente tutte le frequenze che sono in mano a Tim, Vodafone, Wind-Tre e Iliad. Anzi: la quasi totalità delle loro frequenze, dei loro binari, è già stata investita dai prelievi mirati dei precedenti esecutivi. Un nuovo prelievo, dunque, potrà interessare un solo tipo di frequenze, quelle di tipo Umts (in banda 2100) per-

ché i loro diritti d'uso sono prossimi alla scadenza e dovranno essere rinnovati. Lo Stato mise all'asta le frequenze Umts nel 2000 e autorizzò le società della telefonia a utilizzarle fino al 2021 compreso. Si pensa adesso a un prolungamento per altri 8 anni, dal 2022 fino al 2029.

La scadenza del 2022 può sembrare lontana. Ma il governo, con la nuova legge di Bilancio, può chiedere che le società della telefonia mobile paghino subito l'intero importo dei diritti dal 2022 fino al 2029. A loro volta, le società della telefonia hanno interesse a ottenere qualcosa di ghiotto dall'esecutivo grillino-leghista. Oggi le società della telefonia possono usare le frequenze Umts solo con questa specifica tecnologia, che è ormai largamente superata. Per questo puntano a un lasciapassare. Reclameranno, cioè, il diritto a impiegare le frequenze Umts con qualsiasi tecnologia, anche la più evoluta. Questo lasciapassare si chiama "neutralità tecnologica".

Nella trattativa, dunque, lo Stato può offrire tre cose alle società della telefonia mobile: il diritto d'uso delle frequenze dal 2022 al 2029; il via libera all'im-

piego di qualsiasi tecnologia dal 2022 al 2029; infine il via libera all'impiego di qualsiasi tecnologia già da subito, cioè dal 2019 al 2021.

Quanti soldi la legge di Bilancio può ricavare dalla cessione di queste tre cose? I tecnici della Presidenza del Consiglio, del ministero dell'Economia e del ministero dello Sviluppo Economico saranno chiamati a costruire un metodo di calcolo credibile, che non spinga la Ragioneria dello Stato a muovere delle obiezioni. Un metodo di calcolo possibile si basa su due criteri. Il primo criterio misurerà quanto vale - oggi, in questo momento - un blocco di frequenze (in genere grande cinque megahertz). Il valore può essere ricavato dall'asta per un altro tipo di frequenze (in tecnologia 5G), che si celebrerà proprio questo settembre. Il secondo criterio guarderà invece al valore delle frequenze più simili per caratteristiche alle Umts. Le più simili sono le frequenze in banda 1800.

Il metodo di calcolo, se reggerà su queste due gambe, può procurare alle casse pubbliche un gettito consistente, vicino al miliardo: 968 milioni è l'ultima stima.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I punti

Il governo può offrire tre cose agli operatori tlc

1 Il prolungamento
Nel 2000, le società della telefonia hanno comprato i diritti delle frequenze Umts fino al 2021. Adesso lo Stato offrirà loro il rinnovo per altri 8 anni.

2 La neutralità
Le società della telefonia hanno interesse a usare le frequenze dell'Umts con qualsiasi tecnologia anche la più evoluta.



3 L'anticipo
Il diritto a usare le frequenze Umts con ogni tecnologia sarebbe anticipato. Le società dunque acquisirebbero la possibilità già nel 2019.

4 Il gettito
Prime stime ipotizzano un gettito per le casse dello Stato di 968 milioni.

5 I rapporti di forza
Wind-Tre ha oggi il maggior numero di blocchi di frequenze: 4. Altri 2 li ha ceduti al nuovo operatore Iliad. Tim e Vodafone ne hanno 3 a testa





Le frequenze di tipo Umts per la telefonia mobile vennero messe all'asta dallo Stato italiano nel 2000

FINANZA PUBBLICA IN FASE DI DEFINIZIONE IL NUOVO PIANO INDUSTRIALE DI CASSA DEPOSITI E PRESTITI

In Cdp più poteri a Palermo

L'ad vuole una gestione diretta sulle partecipate e una semplificazione della catena di controllo. Dopo Fitch lo spread tiene e cala a 283. Tutti i rischi di un declassamento del rating dell'Italia

(Dragoni, Montanari, Ninfolo e Rinaldi alle pagine 3, 4 e 5)

CASSA IL NUOVO VERTICE DELL'ISTITUTO STA ULTIMANDO IL NUOVO PIANO INDUSTRIALE

Cdp, più poteri per Palermo

L'obiettivo principale è arrivare alla gestione diretta delle partecipate, oltre a rivedere sia la struttura manageriale sia la ramificazione definita in passato. I dossier più caldi: Tim e Atlantia

DI ANDREA MONTANARI

Sono tre le linee guida del nuovo piano industriale che Fabrizio Palermo, neo nominato amministratore delegato di Cassa Depositi e Prestiti, sta ultimando, assieme al presidente Massimo Tononi e che presenterà tra fine settembre e metà ottobre. Una gestione più diretta del portafoglio d'investimenti. Una revisione del perimetro societario. E, infine, un ricambio manageriale. L'ex direttore finanziario (dal 2014) dello strumento principale del ministero dell'Economia e delle Finanze (82,77%) in campo finanziario e industriale, conosce bene la macchina che ora deve guidare. Per questo non ha avuto problemi a individuare le priorità del suo mandato. Innanzitutto, secondo quanto appreso da *MF-Milano Finanza*, l'intenzione del tandem di vertice è quella di avere una presa più diretta sulle partecipazioni che al momento sono distribuite nelle varie sub-holding. In particolare, Palermo ha intenzione di tenere sotto stretto controllo e, quindi, di gestire in prima persona gli investimenti fatti nel corso degli anni (quando esisteva ancora il Fondo Strategico Italiano) nelle aziende, in

particolare quelle non quotate. Tradotto: la volontà è quella di eliminare lacci e laccioli che, in alcuni casi, hanno reso meno diretta la valutazione dei vari dossier in portafoglio. Perciò una delle opzioni sul tavolo del top management è quella di rivedere la conformazione societaria. In questo senso, il focus sarebbe su Cdp Equity che, di fatto, è una duplicazione della stessa casamadre. Anche perché poi come si evince dall'organizzazione della stessa sub-holding, a eccezione di alcune partecipazioni dirette (Ansaldo Energia, 59,9%), Open Fiber (50%), Saipem (12,5%), BF (ex Bonifiche Ferraresi, 20%) e Th Resort (45,9%), vi è intreccio complesso di scatole societarie. Perché nel corso del tempo è stata creata Fsi Investimenti (nel cui capitale figura la Kuwait Investment Authority, 22,9%) che ha in pancia il 49,5% di Valvitalia, il 23% di Rocco Forte Hotel, il 25,1% di Kedrion e il 16,8% di Trevi. Poi, però, a sua volta Fsi Investimenti ha il 70% della scatola Fsia Investimenti (il restante 30% è di Poste Italiane) che ha il 49,5% di Sia. Inoltre, ha il 50% di Iq Made in Italy (il restante 50% è della Qatar Holding) che detiene il 28,4% di Inalca (gruppo Cre-

monini). Una struttura un po' troppo articolata e che presenta doppioni, anche in termini di gestione e di organi societari, e che invece può essere rivista e semplificata. Anche perché la Cdp dovrà trovare una way-out rispetto alle tante partecipazioni in aziende non quotate quali Valvitalia, Kedrion (*vedere box in pagina*), Inalca, Th Resort, Rocco Forte, Ansaldo Energia e Sia. Perché per tante di queste, l'opzione della quotazione in borsa appare non realizzabile: oggi solo Sia è in condizione di poter sbarcare a Piazza Affari, potenzialmente a inizio 2019. Nel frattempo, Palermo dovrà gestire due partite calde: il dossier Atlantia-Autostrade, dal 14 agosto, giorno della tragedia di Genova, nel mirino del governo, e l'avventura finora in perdita (200 milioni sui 600 investiti) in Tim. In quest'ultimo caso, il ruolo della Cassa - ha sostenuto il fondo Elliott, 8,8% - è tutto da decifrare visto che nel portafoglio del braccio armato del Mef c'è anche il 50% di Open Fiber, società che pareva dovesse convolare a nozze post spin-off della rete Telecom, ma che invece vuole andare avanti per la propria strada senza fusioni. (riproduzione riservata)



Massimo Tononi



Fabrizio Palermo



Mediaset-Vivendi, nuova contesa sulla sterilizzazione delle azioni

L'ULTIMA ASSEMBLEA

Secondo la società di Fininvest, Simon vota «per conto di Vivendi»

La fiduciaria ha ancora un mese di tempo per impugnare le delibere

Antonella Olivieri

Vivendi non ha affidato a un blind trust la quota di Mediaset che non poteva detenere secondo le disposizioni del Tusmar (testo unico delle comunicazioni) fatto valere dall'Agcom, ma ha invece intestato le azioni eccedenti a una fiduciaria con annesso diritto di voto a suo favore. Con questa motivazione - come si legge nel verbale dell'assemblea del 27 giugno - Mediaset ha inibito Simon fiduciaria - la fiduciaria del gruppo Ersel alla quale è stato girato il 19,19% del capitale del Biscione - dal partecipare all'adunanza dei soci.

Nel verbale dell'assemblea - che oltre ad approvare il bilancio ha anche nominato il nuovo cda con tre posti riservati alle minoranze e approvato il buy back fino al 10% del capitale - si dà conto delle valutazioni del consiglio uscente che, nella stessa giornata, aveva esaminato la posizione di Vivendi e di Simon fiduciaria, precisando che il mandato conferito a quest'ultima sul 19,19% del capitale «prevede l'esercizio dei relativi diritti di voto nell'interesse e per conto di Vivendi». Il consiglio ricorda che

l'Agcom, con la delibera del 18 aprile 2017, aveva «accertato la violazione da parte di Vivendi delle disposizioni dell'articolo 43, comma 11, del Tusmar» - in sostanza imponendo una scelta tra il superamento del tetto del 10% in Telecom o in Mediaset - e che pertanto «Vivendi non può esercitare i diritti amministrativi (ivi incluso il diritto di voto) relativi alle azioni da essa acquistate in contrasto con il richiamato articolo 43 del Tusmar». E ancora - argomenta il consiglio Mediaset - con il contratto dell'8 aprile 2016 su Premium (non onorato dai francesi) Vivendi aveva «assunto un obbligo di non interferire con gli assetti proprietari e la governance di Mediaset». Dunque, «poiché l'esercizio dei diritti amministrativi (ivi incluso il diritto di voto) integra una violazione dell'impegno così assunto da Vivendi nei confronti di Mediaset, quest'ultima è legittimata a inibirlo a norma dell'articolo 1993 del codice civile e dell'articolo 83 septies Testo unico della Finanza».

Vivendi, titolare diretta del 9,61% del capitale, aveva disertato anche l'ultima assemblea, mentre, con il suo pacchetto del 19,19%, si era presentato il legale di Simon fiduciaria, al quale era stato però negato l'accesso. Se Simon avesse partecipato, avrebbe potuto forse opporsi (o astenersi) alla delibera relativa al buy-back che è stata approvata con la maggioranza dei presenti diversi dall'azionista di maggioranza (la holding Fininvest che detiene il 40,28% del capitale), impedendo così il cosiddetto "whitewash" che di fatto consente a Fininvest di aumentare il

proprio peso sul capitale votante senza sottostare ai limiti del superamento delle soglie ai fini dell'Opa per quanto riguarda le azioni acquistate dalla società con il buy-back.

Simon fiduciaria per ora non ha fatto ricorso. Ha tempo ancora fino a fine mese - 90 giorni dall'assemblea (in teoria 90 giorni dalla registrazione del verbale, avvenuta il 9 luglio) - per impugnare le delibere in regime ordinario. Un'arma che potrebbe rivelarsi a doppio taglio, tuttavia, perché al giudice toccherebbe "interpretare" la delibera dell'Agcom che, di suo, si era limitata a "prendere atto" della soluzione proposta da Vivendi senza approvarla, nè respingerla. A leggere il verbale, secondo Mediaset, che ai tempi sulla scalata di Bolloré aveva presentato un esposto anche all'Authority delle comunicazioni, l'intestazione fiduciaria non risolve il problema perché non sterilizza "veramente" i voti in eccesso di Vivendi. Vivendi, da parte sua, ha fatto comunque ricorso al Tar contro la delibera Agcom.

Prima di arrivare all'ennesima discussione sul punto, tuttavia, il 23 ottobre (alle 11.30) si terrà l'udienza al Tribunale di Milano sulla lite tra Mediaset e Vivendi a riguardo della mancata compravendita di Premium. Chiusi i tentativi di ricomposizione "amichevole", la vicenda è stata "rimossa" dall'agenda di entrambi i gruppi e i contatti sospesi. Ma in occasione della presentazione dell'ultima semestrale del suo gruppo, Vincent Bolloré avrebbe ribadito la volontà di restare sia in Telecom che in Mediaset. A quali condizioni e con quali progetti è ancora da capire.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



40,28%

La quota di Fininvest
Il gruppo Fininvest controlla Mediaset con il 40,28% del capitale

9,61%

Quota diretta di Vivendi
Vivendi ha il 9,61% diretto e tramite Simon Fiduciaria un altro 19,19%





Dopo la tentata scalata di Vivendi. Il riassetto di Mediaset

Wpp, si chiude l'era Sorrell Alla guida l'allievo Read, parte la sfida ai giganti del web

La nomina

di **Giuliana Ferraino**

Wpp sceglie all'interno il nuovo ceo al posto di Martin Sorrell. Dopo un mese di ricerche, il consiglio di amministrazione ha nominato all'unanimità Mark Read per sostituire il fondatore del primo gruppo mondiale di pubblicità, costretto alle dimissioni lo scorso aprile dopo un'indagine per uso improprio di fondi aziendali.

Il board ha portato a termine «un rigoroso processo di selezione, esaminando sia candidati interni che esterni», ha sottolineato il presidente Roberto Quarta. La scelta è caduta su un veterano della società, già chiamato a ricoprire l'incarico di chief operating officer insieme ad Andrew Scott dopo l'uscita del 73enne Sorrell. Read, 51 anni, dovrà guidare la difficile transizione del gruppo britannico, alle prese con una duplice sfida, che nell'ultimo anno ha penalizzato il titolo in Borsa. Da un lato, Wpp soffre per la concorrenza

dei colossi digitali come Facebook e Google, che stanno riscrivendo le regole dell'advertising, costringendo le società tradizionali a inseguire; dall'altro sono gli stessi clienti, i grandi investitori del calibro di Ford e Unilever, sempre più attenti ai costi, a creare ulteriore pressione sui conti.

Dopo la nomina Read, entrato in Wpp nel 1989, ha riconosciuto che l'industria della pubblicità attraversa «un cambiamento strutturale», ma «non un declino strutturale», e ha anticipato il progetto di «svecchiare» la società, partendo dalle sue agenzie creative, che includono il GroupM, Ogilvy & Mather e J Walter Thomson. No, perciò a uno smembramento del gruppo, come molti temevano dopo l'addio di Sorrell, un tempo mentore di Read, oggi ancora tra i maggiori azionisti di Wpp, pur avendo lanciato una nuova società. «E' una sfida che siamo entusiasti di affrontare», ha spiegato Read. «Ciò che rende speciale Wpp, a parte le persone, è il potere di creatività, immaginazione e idee, ma abbiamo bisogno di combinarlo con la comprensione di come la tecnologia sta rimodellando la nostra industria».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il salario

● Dopo la rivolta degli investitori contro l'ex ceo Martin Sorrell, Mark Reid riceverà circa 7 milioni di sterline, quasi 8 milioni di euro (di cui 975 mila sterline di stipendio), la metà dei 13,9 milioni incassati da Sorrell nell'ultimo anno pieno a Wpp



Mark Read, 51 anni, nuovo ceo di Wpp, è entrato nel gruppo nel 1989. Dallo scorso aprile ricopriva il ruolo di co-chief operating officer con Andrew Scott (Afp)



Vodafone amortigua la pérdida de clientes

Vodafone acusa la pérdida del fútbol y cede 30.600 clientes fijos en agosto

EVOLUCIÓN/ Telefónica logra saldo positivo en el área fija, con 3.200 altas. MásMóvil es el líder de portabilidades del mes, con casi 18.000 altas y demuestra que el fútbol no mueve todo el mercado.

MásMóvil, que no tiene fútbol, logró 17.700 altas netas fijas y 38.700 altas móviles

Vodafone perdió 94.000 líneas móviles en agosto y Movistar ganó 68.700 clientes

Telefónica, que acumulaba 269.000 bajas netas, logra por primera vez en años saldo neto positivo

Ignacio del Castillo. Madrid
El primer mes de la batalla del fútbol entre operadores de telecomos se ha saldado, como estaba previsto, con unos malos resultados para Vodafone, que este año ha optado por tener sólo el paquete de los 8 partidos de fútbol por jornada, descartando *El Partidazo* (el mejor partido de cada jornada) y las competiciones europeas. Esa decisión hizo que Telefónica y Orange –que sí ofrecen todo el fútbol este verano– se lanzasen a por los 350.000 clientes de fútbol que tenía Vodafone, con ofertas agresivas, lo que ha provocado una guerra de precios. Agosto y septiembre son los meses clave en el mercado del fútbol, porque concentran la inmensa mayoría de los cambios de operador.

En este contexto, Vodafone ha perdido 30.600 clientes fijos netos (de banda ancha) por la portabilidad en agosto, al tiempo que Telefónica, que tenía tradicionalmente portabilidad negativa en el fijo –a lo largo del año lleva acumuladas 269.000 bajas, a una media de 33.000 cada mes– ha logrado, por primera vez en varios años, portabilidad positiva con cerca de 3.200 altas netas. El que no ha mejorado tanto, aunque sus datos son buenos, es Orange, que logró 4.600 altas netas, aunque ya había tenido, por ejemplo, 3.300 y 1.300 altas netas en ju-

lio y junio, respectivamente. En cualquier caso, los datos de MásMóvil demuestran que el fútbol no es el único factor que mueve el mercado, ni siquiera este mes de agosto, puesto que el cuarto operador logró 17.900 altas netas, el mejor datos de todos y sin ofrecer nada de fútbol.

La evolución del negocio móvil fue similar, aunque más acentuada, ya que cada contrato fijo llevar consigo dos o tres líneas móviles. Así, Vodafone tuvo pérdidas netas de 94.000 clientes móviles en agosto, frente al gran comportamiento de Telefónica, que venía perdiendo una media de 18.000 líneas y sin embargo en agosto ganó 68.700. Orange mantiene su mala evolución con 29.500 líneas menos, mientras que MásMóvil rebajó su buena evolución pero, aun así, logró 38.700 altas netas.

La última semana
Con todo, al analizar los datos, se observa que la evolución de Vodafone empeora sensiblemente hacia el final del mes, es decir, a partir del 15 de agosto, cuando Telefónica lanzó su campaña, frente a lo que ocurrió en meses anteriores. Así, en la última semana del mes de julio, la semana 31 del año, Vodafone había registrado 800 altas netas en el negocio fijo, mientras que un mes después, la última semana de agosto había perdido 15.000. Aún se da más con-

traste en Telefónica, que en la última semana de julio perdió 8.000 líneas fijas netas, mientras que la última de agosto había logrado 10.000 altas.

Otro aspecto llamativo es el relativo poco provecho que ha logrado Orange en este proceso, a pesar de que también ofrece el fútbol completo como Movistar. Así, comparando también las dos últimas semanas de julio y de agosto, en julio perdió sólo 82 líneas, mientras que en agosto ganó 1.500. Prolongando estas cifras de Vodafone al resto del mes de septiembre, y teniendo en cuenta que no todas las altas y bajas en el negocio fijo se gestionan a través del mecanismo de portabilidad, la cifra total que podría perder Vodafone en agosto y septiembre, los dos meses clave de la contratación del fútbol en TV, podría acercarse a los 100.000, aunque aún es pronto para pronosticarlo, ya que Vodafone está reaccionando comercialmente de forma muy agresiva (ver información adjunta).

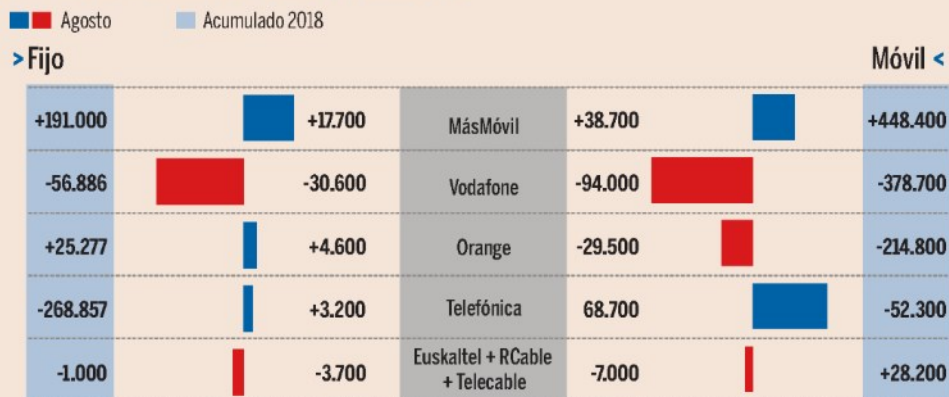
Vodafone acusa la pérdida del calcio e cede 30.600 clienti della linea fissa ad agosto



TELEFÓNICA

Telefónica logró un histórico saldo neto positivo de 68.700 líneas móviles en agosto, mientras que Vodafone perdió 94.000. MásMóvil, sin fútbol, se defendió muy bien, con 38.700 altas netas y Orange mantuvo su mal tono con 29.500 líneas menos.

EL 'ROBO' DE CLIENTES EN AGOSTO



Fuente: Elaboración propia con datos del nodo de portabilidad

Expansión

La operadora amplía su rebaja del 50% contra Movistar

Vodafone ha dado un paso muy agresivo en estrategia comercial. El grupo está ofreciendo, de forma privada, a los clientes que se cambien de Movistar a Vodafone un 50% de descuento para siempre sobre sus precios oficiales, en una oferta que sólo dura hasta el fin de septiembre. Hasta ahora, Vodafone había estado ofreciendo descuentos, primero del 50% durante 12 meses, y luego del 50% durante 24 meses, para aquellos clientes que dejaran a Telefónica. Pero con la nueva oferta la operadora pretende proteger su saldo neto de portabilidades contra Movistar, en este mes clave, al tiempo que castiga los márgenes de Telefónica, que tendrá que rebajar sus precios a sus propios clientes para que no se vayan.

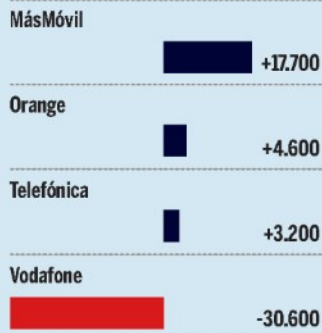
La Llave

Las dos caras de las guerras de precios en las 'telecos'

Un mes después del inicio de la enésima guerra de precios desencadenada en el mercado español de telecomunicaciones, los resultados son más o menos los esperados: Telefónica ha ganado bastantes clientes y Vodafone los ha perdido, ya que su oferta de fútbol por TV se ha visto seriamente reducida esta temporada. Sin embargo, por el camino está quedando un campo minado en forma de menos ingresos para el conjunto del sector. Cuando Vodafone ofrece a los clientes de Movistar que el que se cambie de operador tendrá un 50% de descuento sobre sus precios ocurren dos cosas: la primera, que los clientes que logra Vodafone son mucho menos rentables que antes, sobre todo si la oferta del 50% es para siempre. Pero el proceso también perjudica a Movistar porque, para mantener a los que piensan pasarse a Vodafone, Telefónica tiene que hacer un gran esfuerzo en retención para seguir atrayéndolos. Evidentemente, el proceso es igual cuando la oferta procede de Telefónica contra la base de clien-

'ROBO' DE CLIENTES

Portabilidad fija en agosto.



Fuente: Elaboración propia con datos del nodo de portabilidad

tes de Vodafone. El resultado total puede acabar siendo una caída de ingresos para el conjunto del sector. Y esto que, evidentemente, beneficia temporalmente a los usuarios, tiene su otra cara de la moneda. Si las *telecos* reducen sensiblemente sus márgenes, dispondrán de menos recursos para invertir en redes. Y estamos a las puertas de un nuevo ciclo inversor para desplegar la red 5G, una red vital para el futuro de España.

I due volti delle guerre dei prezzi nelle "tlc"

