

Rassegna del 05/10/2018

Stampa	20 Auto senza guidatore, un'altra intesa Stavolta Softbank si allea con Toyota	<i>R.E.</i>	1
Italia Oggi	16 Italia sempre più multicanale	<i>Sottilaro Francesca</i>	2
Mf	11 EY: Italia sopra la media Ue per copertura 4G, ma manca la cultura digitale	<i>Carosielli Nicola</i>	4
Corriere della Sera	23 Le 100 «ragazze del coding» in missione nelle scuole per far amare l'informatica	<i>c. vol.</i>	5
Corriere della Sera	33 Cairo: il digitale una via per la crescita Acquisizioni? «Siamo molto attenti»	<i>De Rosa Federico</i>	6
Sole 24 Ore .marketing	32 Milano Games Week, i tornei di e-sport fanno il pieno di sponsor	<i>Netti Enrico</i>	7
Sole 24 Ore .marketing	31 Panorama - Fanbox, come conoscere e «monetizzare» i tifosi	<i>...</i>	9
Corriere della Sera Milano	1 Giovani capitani di ventura	<i>Sideri Massimo</i>	10
Sole 24 Ore	19 Microchip cinesi piazzati nei server di Amazon e Apple	<i>Barlaam Riccardo</i>	11
Sole 24 Ore	19 Occidente contro i servizi russi Cyberattacchi su scala globale	<i>Romano Beda - Scott Antonella</i>	12
Sole 24 Ore	19 In Italia ritardi istituzionali nei meccanismi di difesa	<i>Rapetto Umberto</i>	14
Stampa	12 Retroscena - Asta del 5G e ruolo di Huawei Il Copasir sentirà Di Maio e Trenta	<i>Iacoboni Jacopo</i>	15
Messaggero	17 Intervista a Marco Fanizzi - «Per l'asta 5G soldi ben spesi, Internet delle cose è alle porte»	<i>Bassi Andrea</i>	17
Sole 24 Ore	15 Tim, il cda discute del 5G ma il nodo resta la governance	<i>Olivieri Antonella</i>	19
Sole 24 Ore	15 Open Fiber apre i cantieri	<i>Biondi Andrea</i>	20
Sole 24 Ore	16 Edizione, il fondo di Abu Dhabi entra in Cellnex	<i>Mangano Marigia</i>	21
ESTERA			
Expansión	4 Telefónica rilancerà O2 dopo la "guerra dei prezzi" sul calcio	<i>I.C.</i>	22

LE DUE AZIENDE SONO PRESENTI ANCHE IN UBER E IN ALTRI CONSORZI

Auto senza guidatore, un'altra intesa Stavolta Softbank si allea con Toyota

TOKYO

Accelera il consolidamento fra i costruttori di auto e i giganti della tecnologia per fare auto che si guidano da sole. Un nuovo accordo è stato stretto fra Toyota (prima casa automobilistica giapponese) e l'operatore di telecomunicazioni Softbank, che già è impegnato in vari progetti del genere. L'operazione mobilita un capitale iniziale di 15 milioni di euro, che verrà quintuplicato nei prossimi anni. Softbank controllerà il 50,25% della joint-venture, a cui è stato dato il nome di Monnet Technologies, e Toyota avrà il 49,75%. Le due aziende puntano a introdurre veicoli senza guidatore capaci di consegnare pasti, oltre a servizi autonomi per svolgere mansioni di distribuzione nelle strutture ospedaliere, prima in Giappone e poi nel resto del mondo, in tempo per le Olimpiadi di Tokyo nel 2020. La meccanica assemblata dalle catene di montaggio delle auto sarà frutto dell'evoluzione dell'Internet delle cose (IoT). Sono competenze su cui

lavorano colossi come Google e Apple e aziende pioniere come Tesla, che tuttavia necessitano anche dell'apparato industriale delle grandi case produttrici di auto.

Softbank e Toyota hanno entrambe partecipazioni in Uber: Softbank è l'azionista di riferimento (con il 15%) nella numero uno delle piattaforme di servizi per i taxi, oltre a possedere quote nelle rivali Didi e Grab; mentre Toyota ha investito 500 milioni di dollari in Uber lo scorso agosto, per stare al passo con l'evoluzione del settore.

L'accordo tra Toyota e Softbank segue la recente alleanza tra General Motors e Honda, con un collocamento di 2,75 miliardi di dollari del costruttore giapponese in Cruise, la divisione di auto senza guidatore di Gm in cui la stessa Softbank ha investito lo scorso giugno. Altre intese riguardano la Bmw con Fiat Chrysler, Intel col produttore di software Mobileye, e la Daimler assieme al fornitore Bosch, per l'evoluzione dei taxi senza guidatore. R.E. —

© BY NC ND ALGUN DIRITTI RISERVATI



Un prototipo di auto senza guidatore della Toyota

Polimi/Nielsen: il 67% dei consumatori usa fisico e virtuale nello shopping. Sono 35,5 mln

Italia sempre più multicanale

In rete anche il target maturo con maggiori disponibilità

DI FRANCESCA SOTTILARO

L'Italia si può definitivamente definire multicanale anche se solo un cittadino su tre considera il digitale un driver dell'acquisto. Secondo l'Osservatorio Multicanalità, della School of management del Politecnico di Milano e di Nielsen, l'utenza che ha utilizzato un doppio interfaccia, fisico e virtuale, per i consumi è salita nell'ultimo anno a quota 35,5 milioni, in crescita di sette punti percentuali rispetto ai 31,7 milioni del 2017 (+3,8 milioni di individui). Dopo cinque anni di stabilità, insomma, l'esperienza omnichannel riguarda ora il 67% della popolazione sopra i 14 anni, includendo anche un target importante (e di solito meno fan del web): quello più senior.

«La fetta di popolazione più matura, che pareva meno affine alla possibilità di cercare prodotti e informazioni online, si è affacciata sul mondo multicanale», ha spiegato al convegno «Touchpoint Evolution» **Christian Centonze**, Fmcg Solutions Leader di Nielsen. «L'importanza di questo ingresso nella platea del digital shopping è evidente se si considera che in Italia sono

proprio le persone più avanti con l'età ad avere maggiore disponibilità di spesa. Non da meno, la popolazione in rete è rappresentativa dell'intero Paese, non solo più teenager e millennial».

A livello di esperienza poi emerge una progressiva convergenza del ruolo degli spazi di comunicazione e vendita: «Il punto vendita mantiene una sua centralità nel processo d'acquisto anche per i segmenti più evoluti, ma con una vocazione diversa, che affianca la dimensione esperienziale all'acquisto», ha spiegato **Giuliano Noci**, responsabile scientifico dell'Osservatorio Multicanalità. «La principale sfida per le imprese è quella di riuscire a progettare e veicolare le proprie strategie di relazione in modo chiaro, semplice ed immediato, cogliendo non solo la parte razionale, ma anche quella istintiva ed emotiva dei propri clienti».

Andando per target, fra i consumatori multicanali crescono in maniera contenuta quelli

che l'Osservatorio definisce gli InfoShopper (usano il web solo per informarsi): sono 12,4 milioni,

+1,3 milioni rispetto al 2017. Si segnala invece il boom degli eShopper, individui che utilizzano internet in tutte le fasi del processo di acquisto: sono 23,1 milioni (+2,5 milioni rispetto 2017).

Ci sono poi comportamenti di consumo più evoluti in tutte le fasce di età e corrispondono a nuove sottocategorie di consumo: i gruppi più numerosi tra gli eShopper sono gli Everywhere Shopper (6,6 milioni). Poi i nuovi arrivati nel panorama definiti Cherry Picker (come con le ciliegie, accurati nella scelta, sono 6,2 milioni): sono cresciuti di quasi due milioni di unità e sono gli utenti più competenti nell'uso dei vari canali. Metà di questo ultimo target è di genere maschile (50%), il 27% appartiene ai millennial, il 45% appartiene alla generazione X e il 28% a quella dei baby boomer. Diminuiscono, invece, sia come numeri assoluti (5,1 milioni, 0,4 milioni in meno del 2017) i consumatori Money Saver che usano la rete solo esigenza di risparmio.





EY: Italia sopra la media Ue per copertura 4G, ma manca la cultura digitale

di Nicola Carosielli

Con una copertura 4G del 99%, superiore alla media europea e i crescenti investimenti per aumentare la copertura Ultra Broad Band (Ubb), che a settembre era dell'80%, l'Italia può stare tranquilla sul fronte delle infrastrutture tecnologiche. A confermarlo è la ricerca condotta da EY in collaborazione con Ipsos e il Centro Studi Intesa Sanpaolo, presentata all'undicesima edizione dell'EY Capri Digital Summit. Tre elementi sono necessari per accelerare la trasformazione digitale: infrastrutture adeguate, competenze digitali e cultura coerente con le nuove tecnologie. Sullo sfondo resta, tuttavia, la necessità di accelerare la trasformazione digitale tramite infrastrutture adeguate, competenze digitali e cultura coerente con le nuove tecnologie. Un riferimento palese alle infrastrutture per la banda ultralarga che, nonostante i progressi raggiunti, mancano ancora di capillarità. L'osservatorio EY, infatti, ha censito più di 11 mila zone industriali in cui sono attive più di 480 mila imprese (circa il 10% del totale) e di queste solo un terzo sono raggiunte dall'Ubb di rete fissa. Come detto, però, lo sforzo da parte dell'Italia è stato grande, come conferma l'avvio di un piano investimenti tra i più ambiziosi d'Europa. «Il piano del governo per la banda ultralarga è ambizioso e richiede uno sforzo

enorme per la progettualità e un forte commitment da parte dell'amministrazione pubblica. Abbiamo bisogno di permessi per le infrastrutture locali», ha dichiarato l'amministratore delegato di Open Fiber (Enel e Cdp) Elisabetta Ripa, che ha poi aggiunto che «al 2023 Open Fiber si farà trovare pronta con 19 milioni di unità immobiliari coperte da fibra e con 6,5 miliardi di euro di investimenti». Resta poi il grande freno rappresentato dal settore Pubblico. L'Italia è 21^a su 28 Paesi per indice di egovernment ed è in ritardo rispetto alla media europea in gran parte delle componenti che costituiscono l'indice di digitalizzazione. Nonostante il livello di attuazione dei servizi pubblici digitali sia in linea con quello di altri Paesi europei, l'Italia è ultima riguardo il loro utilizzo a causa delle scarse competenze digitali dei cittadini-utenti e delle difficoltà di apprendimento delle nuove piattaforme di comunicazione e social. In merito anche a questo tema si è espressa, a margine dell'evento, anche il ministro della Pubblica Amministrazione, Giulia Bongiorno, sottolineando che «la trasformazione digitale è all'anno zero» e «una cura ricostituente per questa Italia un po' malaticcia non è sufficiente perché serve molto di più». «Una vera trasformazione digitale è mettere un cuore nuovo in un corpo allo stremo delle forze perché l'operazione è difficile ma può veramente trasformare la Pa», ha concluso Bongiorno. (riproduzione riservata)



L'iniziativa**Le 100 «ragazze del coding»
in missione nelle scuole
per far amare l'informatica**

ROMA C'è Nicole che insegna (in inglese) la robotica ai bambini dell'asilo. E Vittoria che «programma» con le bimbe delle elementari. C'è Loredana che odiava la tecnologia («non è roba per donne») e da tre anni studia Computer Science ad Aberdeen in Scozia. Ragazze come loro ce ne saranno sempre di più grazie a «Coding Girls», il progetto ideato dalla Fondazione Mondo Digitale con l'Ambasciata degli Stati Uniti in Italia e Microsoft Italia. Alla quinta edizione, sono più di 100 le «ragazze del coding» che dal 6 al 20 novembre saranno nelle scuole d'Italia per insegnare (e far amare) la programmazione informatica a oltre 6 mila coetanee, «perché le materie scientifiche non sono una cosa da maschi», dice Mirta Michilli, dg della Fondazione. «Siate un modello per le più piccole — dice Barbara Cominelli di Microsoft —, il messaggio è: si può fare». (c. vol.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Insieme Il gruppo delle «Coding Girls» con i tutor della Fondazione Mondo Digitale e di Microsoft, ieri all'ambasciata degli Usa a Roma per la presentazione del progetto



Cairo: il digitale una via per la crescita Acquisizioni? «Siamo molto attenti»

L'editore: Rcs, c'è ancora spazio per un quotidiano. Nella tv valutiamo le opportunità

CAPRI «Da editore puro ho scelto di investire sul mio core business: i media, ovvero giornali e tv». Un'attività «tradizionale» che Urbano Cairo ritiene più viva che mai, e all'Ey Digital Summit di Capri, l'editore di Cairo Communication, Rcs e La7 ha spiegato i motivi della sua scelta e come sta gestendo la transizione digitale.

«Quando ho preso La7 e poi Rcs (la casa editrice del Corriere, ndr) ho dovuto concentrare il lavoro sulla parte tradizionale per tagliare le inefficienze e rilanciare le testate. Abbiamo rinnovato L'Economia, Sette, Io Donna, La Lettura, ViviMilano e ne abbiamo creato delle nuove come Buone Notizie, Liberi Tutti e Cook. Abbiamo stabilizzato i ricavi e iniziato a sviluppare la parte digitale. Oggi Corriere.it conta 2,6 milioni di utenti unici al giorno e 9,5 milioni a settimana — ha raccontato Cairo — e la Gazzetta dello Sport ne ha 5,5 milioni a settimana. Ma c'è ancora da fare».

Per il mondo dei media in piena «disruption» (rottura), parola che risuona spesso al

summit sull'innovazione di EY, il digitale non è un'opzione ma una direzione obbligatoria. Tanto più in Italia, dove, seppur in ripresa, gli investimenti in innovazione risultano ancora tra i più bassi d'Europa: dal 2008 al 2017 gli investimenti in Ict (Information and communication technology) sono aumentati del 6,6%, la metà della media europea e la transizione digitale ha riguardato appena l'11% delle grandi aziende.

Nell'editoria, tuttavia, la digitalizzazione non passa solo per Internet. «Quando sono arrivato in Rcs, il 4 agosto del 2016, circa il 90% dell'attività era off-line. Oggi il Corriere ha 130 mila abbonati digitali, e possiamo raddoppiarli o triplicarli». È un modello di turnaround che sta producendo risultati: «L'anno scorso Rcs ha chiuso il bilancio con 71 milioni di utili e quest'anno penso possa fare meglio», al punto che Cairo non esclude nuove operazioni: «Poter crescere è una cosa che va sempre ricercata, è un grande stimolo — ha detto —, sulla carta tuttavia siamo

al 16,5% della tiratura, vicino al tetto del 20% fissato per legge, ma potrebbe esserci spazio per un altro giornale. In televisione ci possono essere opportunità che vanno valutate con attenzione».

Tutto questo, ha aggiunto il presidente di Rcs, non sarebbe stato possibile se non fosse stata rilanciata «la carta, che insieme al taglio delle inefficienze e all'azzeramento degli sprechi ha permesso di ricominciare a crescere salvaguardando l'occupazione e liberando risorse per gli investimenti anche digitali». Un esercizio, che in tempi di manovra, Cairo suggerisce anche al governo: «In Italia — ha spiegato — ci sono 180 miliardi di beni e servizi acquistati con sprechi notevolissimi. Immaginate che di quei 180 miliardi si potesse tagliare almeno il 25%, sono 45 miliardi, cioè una manovra importantissima» che libererebbe risorse «per ridurre le tasse, dando opportunità a chi non ce la fa e quindi facendo crescere il Paese con una manovra "inclusiva"».

Federico De Rosa

© RIPRODUZIONE RISERVATA

71

milioni di euro: gli utili 2017 di Rcs. Per Cairo il 2018 può andare meglio

2,6

milioni di utenti unici al giorno su Corriere.it. Nella settimana sono 9,5 milioni

EY



● Donato Iacovone, 59 anni, è dal

2010 managing partner del colosso mondiale della consulenza EY in Italia, Spagna e Portogallo. È docente in Luiss e Bocconi



Urbano Cairo, editore di Cairo Communication, La7 e Rcs



Eventi. Investimenti in forte aumento per presidiare il target dei giocatori

Milano Games Week, i tornei di e-sport fanno il pieno di sponsor

Enrico Netti

Gli e-sports coinvolgono sempre di più gli italiani, attirando sempre più sponsor. Alla Milano games week (Mgw), manifestazione dedicata all'industria videoludica che oggi viene inaugurata negli spazi della Fiera Milano Rho, l'attenzione che le aziende riservano a questa forma di divertimento digitale è rilevabile proprio dalla grande quantità di brand presenti. In particolare crescono gli investimenti di marchi e sponsor "non tecnici" come, solo per fare qualche esempio, Intesa Sanpaolo, Gillette, ma anche Red Bull, Infinity, Spotify e Radio 105, per finire con Mercedes Benz, Gamestop (retail), LevelUp (back to school), Optrex actiMist (prodotti per gli occhi), Comehome.fun (social community), Gruppo Rcs (media), Tim e Vodafone, l'Inter. Non mancano inoltre nuove realtà come Grow Up Network, fa parte della creator media company Web Stars Channel ed è la prima Academy italiana verticale per talenti web nativi, oppure Wakanda piattaforma con simulatori di volo, escape room e postazioni multiplayer di realtà virtuale.

Si devono poi aggiungere gli sponsor tecnici come, per esempio, Lg e Samsung che forniscono decine di schermi ad alta risoluzione di ultimissima generazione utilizzati durante i tornei, il tris dei colossi delle consolle (Playstation, Xbox e Nintendo) oltre ad Hp con i computer e gli accessori della linea Omen nata proprio per gli appassionati di videogame e Asus. Le software house tatticamente danno il via al lancio commerciale delle novità dell'anno proprio alla Mgw. Una via scelta da Ubisoft con l'avventuroso «Assassin's Creed Odyssey» o il debutto dell'edizioni speciali come quella nerazzurra di Pes2019 di Konami dove

l'Inter è nel ruolo di Global football videogame partner.

Le aziende sono di fronte a un mix and match tra gare sportive, voglia di emulare i gamer professionisti, una massiccia presenza di youtuber e influencer e le nuove forme di comunicazione crossmediale che accomunano i nativi digitali.

«Lo sport è sempre stato un settore molto presidiato dai maggiori brand mondiali in termini di sponsorizzazioni e partnership - sottolinea Paolo Roncaglia, presidente del Gruppo Roncaglia, agenzia di marketing impegnata anche nel digital -. Oggi molti di questi brand stanno spostando parte delle risorse sul mondo degli esports, a conferma dell'interesse verso questo settore da parte di un pubblico sempre più vasto e non necessariamente giovanissimo». Da qui la richiesta di sviluppare progetti di engagement che arriva da grandi società dell'automotive e dei videogame come, per esempio, Mercedes Benz e Sony Interactive Entertainment Italia.

Un aiuto che permette di meglio inquadrare il fenomeno arriva da Nielsen. Scandagliando tra le aziende che investono negli e-sports la multinazionale Usa segnala una crescita della presenza di sponsor non legati al settore. Su tutti, i brand legati a tecnologia, beverage e snack sono considerati semi-endemici per la facilità di integrarli nell'esperienza di gioco. Molte sponsorizzazioni riguardano anche le categorie automotive, personal care e financial services. Amazon, Red Bull, Sony, Coca Cola, Samsung, Nintendo, GameStop, McDonald's e Microsoft sono i brand che vengono più spesso riconosciuti e citati dagli "avid fan" che aspirano a diventare professionisti. Un impegno che porta sponsorizzazioni personali e che richiede sesso-

ni di allenamento fisico e psicologico. La presenza di Gillette alla Mgw è a supporto della formazione dei giovani anche con due psicologi professionisti esperti in realtà virtuale e videogiochi.

Chi vuole raggiungere una massa di giovani e giovanissimi nativi digitali può imboccare la via della Mgw. Paolo Chisari, presidente di Aesvi l'associazione di categoria, ricorda che in Italia ci sono 17 milioni di appassionati di videogame tra i 16 e i 65 anni che generano un giro d'affari di 1,5 miliardi. Contando anche gli under 16 si superano i 20 milioni di videogamer. Tra i piani di Chisari per la prossima edizione c'è l'intenzione di coinvolgere gli under 16 e le scuole partendo dal presupposto che anche i più piccoli in famiglia giocano con i videogame. Inoltre il settore esports è in decisa crescita e in Italia conta, secondo l'ultimo rapporto Aesvi, un'audience di un milione di persone che più volte nel corso della settimana seguono le competizioni videoludiche. Quasi i due terzi sono maschi e nel 52% dei casi hanno una età compresa tra i 16 e i 30 anni. Se i brand studiano e dialogano con questa eterogenea platea di appassionati di videogame le multinazionali pensano a come utilizzare le competenze maturare in altri ambiti anche professionali. Per tutti all'orizzonte si intravede una grande opportunità: la possibilità che gli e-sports diventino a tutti gli effetti una disciplina olimpica dopo una prima apertura arrivata dal Comitato olimpico internazionale.

enrico.netti@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA



TRA PALCO E ARENA



MERCEDES BENZ

La finalissima

Oggi e domani si svolge il Last change qualifier all'Es Arena, la finalissima del torneo italiano di e-sport di Gran Turismo Sport, partnership tra Mercedes Benz Italia e Sony Interactive Entertainment, disputato live e online. Ai simulatori di guida si sfidano i 12 finalisti nazionali e i tre vincitori si contendono un montepremi complessivo di oltre 11mila euro



TIM

Marketing esperenziale

Tim è presente con sessioni di gioco via smartphone per tutti i visitatori e la finale del torneo Tim Asphalt 9: Legends. Si conclude anche il progetto di cloud gaming "Tim4mates" con il gruppo di youtube Mates che sveleranno i nomi dei vincitori. Il premio sarà la possibilità di trascorrere alcune ore in compagnia del gruppo di creator per carpirne segreti e curiosità



GILLETTE

L'asso della formazione

Per le nuove leve c'è il progetto Giovani promesse che offre, con Pg Esports, tre sessioni per la formazione degli appassionati di e-sports. Alle Gillette Skills Challenges sono presenti players professionisti come Sodim (nella foto) che spiegano la concentrazione e la gestione dello stress, la comunicazione del team e altri trucchi utili negli allenamenti

PANORAMA

SPORT E MARKETING COMPORAMENTALE

Fanbox, come conoscere e «monetizzare» i tifosi

Il marketing comportamentale si rafforza nel mondo dello sport. Sarà presentata a Londra durante la Leaders in Sport, la conference di tre giorni dedicata ai più importanti attori della Sport Industry internazionale, Fanbox, la nuova società nata da una joint venture tra Advice Group, agenzia internazionale di progress marketing specializzata nella gestione di programmi di relazione multi-canale con gli utenti e AWE Sport International, società inglese di sport marketing che pone il fan al centro del proprio metodo consulenziale. L'obiettivo è sintetizzato dal claim della società: «Get your fans back home». Fanbox punta a diventare il partner più autorevole nel behavioural marketing e nella lead conversion nel panorama dello sport globale, aiutando i clienti a conoscere meglio i propri fan per poi monetizzarli. La piattaforma digitale di Fanbox si basa su un algoritmo in grado di offrire un set completo di analisi comportamentali frutto della combinazione in tempo reale delle differenti azioni compiute dagli utenti, sia fisiche che digitali. Così squadre, club, Comitati sportivi e Federazioni hanno la possibilità di conoscere non solo «chi» sono i propri supporter, ma anche «dove» si trovano, «cosa» stanno facendo e «come» interagiscono con i numerosi touch points messi a disposizione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Fanbox. La nuova società «monetizza» il rapporto con i tifosi



Idee da finanziare

GIOVANI
CAPITANI
DI VENTURAdi **Massimo Sideri**

Nel 1471 si presentò a Milano un curioso «startupper». Si chiamava Panfilo Castaldi e si deve a lui la prima esperienza tipografica importante nella città (pubblicò il *De verborum significatione* di Pompeo Festo). Si era negli anni immediatamente successivi alla rivoluzione della stampa a caratteri mobili di Gutenberg e Castaldi tentò la sua avventura, fallendo (lo stesso Gutenberg venne schiacciato dai debiti e dovette cedere anche la sua invenzione). Oggi, nei confronti degli startupper, Milano dovrebbe riporre la stessa attenzione: mutatis mutandis a Gutenberg è subentrato Internet e tra i ragazzi che arrivano con inventiva e una creatività invidiabile potrebbe esserci anche il nuovo Castaldi. Certo, questa è la sfida: separare le idee dai fenomeni circensi che, talvolta, hanno anche più seguito mediatico magari perché più facilmente attirano la curiosità. Ma c'è un'altra sfida da non dimenticare: un'idea geniale come aprire una tipografia nel 1471 ha bisogno di finanziamenti per non morire nella culla. Milano è già la capitale dei cosiddetti capitali di ventura. L'avvio di un nuovo fondo seguito anche dal Politecnico di Milano non può che rafforzare questo presidio della città. E anche se finora è mancato un contesto attrattivo sarebbe ingiusto non notare che le cose stanno cambiando, proprio a Milano. Per esempio nel fintech, come nel biotech. Le cose hanno iniziato a funzionare quando abbiamo capito che non dovevamo replicare le esperienze altrui. Ma cercare i nostri Panfilo Castaldi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



INCHIESTA DI BLOOMBERG BUSINESSWEEK

Microchip cinesi piazzati nei server di Amazon e Apple

Lo spionaggio tra Cina e Stati Uniti passa attraverso la punta di una matita, in un chip più piccolo di un chicco di riso nascosto dagli hacker dell'esercito cinese nelle schede madri dei server usati da mezzo mondo. L'inchiesta top-secret dell'Fbi e della National security agency avviata tre anni fa nell'America di Obama continua ancora oggi con l'amministrazione Trump. Al centro della storia degna di un romanzo di Le Carré c'è la società californiana Supermicro, fondata a San Jose, nella Silicon Valley, da un ingegnere di Taiwan nel 1993, Charles Liang. Società diventata la prima al mondo nella progettazione e produzione di schede madri per pc e server, che domina un mercato miliardario con oltre 900 clienti in 100 Paesi.

Nel 2015, secondo la ricostruzione del settimanale americano Bloomberg Businessweek, Amazon acquisisce Elemental, startup che ha sviluppato un software capace di comprimere grandi file video. Una mossa necessaria per i piani di espansione del colosso di Bezos nello streaming video e nel cloud. I tecnici Amazon trovano nelle schede madri dei server di Elemental i microchip segreti, che non erano presenti nei progetti originali, e avvisano l'Fbi. Le schede madri usate da Elemental sono tutte progettate da Supermicro in California ma prodotte in Cina. Il ritrovamento è ancora più allarmante per le autorità quando si rendono conto che i server Elemental per la compressione video sono già presenti nei data center del Pentagono, sulle navi da guerra della marina americana, nei centri che guidano le operazioni con i droni della Cia. Le schede madri Supermicro sono dappertutto: nei server di banche, hedge fund, provider di cloud computing, società di web hosting.

Qualche mese dopo anche Apple avvisa l'Fbi di aver trovato i microchip segreti nelle schede madri dei suoi server. Apple è uno dei clienti principali di Supermicro. Due anni prima aveva ordinato 30mila server per la sua rete di data center. Ma dopo quella scoperta interrompe ogni rapporto. Oltre ad Amazon ed Apple sarebbero decine le società Usa sabotate. Il chip, secondo Businessweek, è stato inserito nelle fabbriche cinesi da una divisione speciale dell'esercito cinese specializzata nell'hackeraggio hardware. Nell'era della globalizzazione pre-Trump le due prime economie mondiali hanno rapporti strettissimi: le società hi-tech Usa progettano i loro prodotti, ma la manifattura passa dalla Cina: il 75% degli smartphone e il 90% dei pc venduti nel mondo arriva da lì. Tutti i soggetti coinvolti nell'inchiesta ovviamente negano. Sarebbe stato strano il contrario. Supermicro tra l'altro lo scorso 23 agosto è stata "delistata" da Wall Street. Strano, ancora, per una società che

negli ultimi anni ha conosciuto un boom di ricavi passati da 1,5 miliardi di dollari del 2014 ai 3,2 miliardi attesi per fine anno. «Supermicro è la Microsoft dell'hardware», ha detto un ex dirigente del Nsa che ha studiato la società e il suo business model. «Attaccare le schede madri di Supermicro equivale ad attaccare Windows. È come attaccare il mondo intero».

— **Riccardo Barlaam**© RIPRODUZIONE RISERVATA
EPA**Amazon.** Il Ceo e fondatore Jeff Bezos

L'allarme va oltre le aziende: le microspie sarebbero presenti anche nei data center del Pentagono



Occidente contro i servizi russi Cyberattacchi su scala globale

OLTRE IL CASO SKRIPAL

Londra e L'Aja: sventato assalto all'organismo per la lotta alle armi chimiche

Bruxelles: la sicurezza informatica in agenda al prossimo Consiglio Ue

**Beda Romano
Antonella Scott**

La misteriosa intelligence militare russa è sul banco degli imputati, la sigla Gru (in italiano Direttorato principale per l'informazione) improvvisamente sotto i riflettori. Sotto un'accusa coordinata da parte di Gran Bretagna, Olanda, Nato, Stati Uniti, Canada. L'accusa riguarda una lunga serie di tentati attacchi informatici contro l'Occidente e le sue democrazie, contro agenzie sportive, contro imprese e contro l'Opac, l'Organizzazione per l'interdizione delle armi chimiche, impegnata dalla primavera scorsa nel tentativo di risolvere il caso Skripal e nelle indagini sull'uso di armi chimiche in Siria. Agenti smascherati, sospettati, espulsi: le rivelazioni contro lo spionaggio militare russo sembrano trasformarsi in una valanga. Ieri le ha raccolte anche Donald Tusk, presidente del Consiglio europeo: «Metterò la cybersicurezza in agenda al prossimo vertice Ue», il 18 ottobre, ha detto. Sottolineando che «sfortunatamente il caso Skripal» in Gran Bretagna «non è stato l'unico evento» che ha visto coinvolti i servizi russi.

Il caso Skripal

Con toni che riportano drammaticamente alla guerra fredda, ieri Gran Bretagna e Olanda avevano accusato la Russia di aver organizzato un massiccio attacco ciberne-

tico contro l'Opac (l'acronimo inglese è Opcw), istituzione delle Nazioni Unite con sede nella capitale olandese. Qui, in collaborazione con il Regno Unito, lavorano gli scienziati impegnati a far luce sul veleno che sarebbe stato utilizzato a Salisbury nel marzo scorso da presunti agenti del Gru per eliminare Serghej Skripal, l'ex agente dei servizi militari definito proprio mercoledì da Vladimir Putin «un traditore della patria».

Ieri il governo olandese ha reso nota l'espulsione nell'aprile scorso di quattro diplomatici russi, anche loro agenti dell'intelligence militare. «Questo tentativo di accedere al sistema di sicurezza di un'organizzazione internazionale dedicata alla lotta contro le armi chimiche nel mondo - hanno scritto in un comunicato comune i premier Mark Rutte e Theresa May - mostra come il Gru disprezzi i valori e le regole internazionali alla base della nostra sicurezza comune». Il ministro della Difesa britannico, Gavin Williamson, ha definito la Russia «uno Stato pariah».

«Una diabolica miscela»

A Bruxelles, dove ieri era in corso una riunione dei ministri della Difesa della Nato, il segretario generale dell'Alleanza atlantica Jens Stoltenberg ha esortato Mosca «a cessare il suo comportamento irresponsabile». Ma in Russia il ministero degli Esteri ha respinto le accuse, tornando sull'immagine dello spray contaminato dal *novichok*, il gas nervino che a Salisbury avrebbe avvelenato Skripal e la figlia Yulia: «Hanno mescolato tutto in una bottiglia - ha commentato Maria Zakharova, portavoce del ministero degli Esteri russo -: Gru, spie cibernetiche, hacker del Cremlino e Wada (l'Agenzia internazionale anti-doping con sede a Montréal, ndr). Questa è solo una

diabolica miscela di profumo».

La polizia britannica sospetta che i due agenti del Gru a cui si attribuisce l'attacco agli Skripal - noti come Ruslan Boshirov e Aleksandr Petrov - avessero nascosto l'agente nervino in una falsa boccetta spray di profumo Nina Ricci. Dopo aver «avvelenato» la porta di ingresso dell'abitazione di Serghej Skripal, secondo Scotland Yard Boshirov e Petrov avrebbero gettato la boccetta nel parco. L'avrebbe ritrovata Charlie Rowley, e regalata alla moglie Dawn Sturgess. Se i due Skripal sono sopravvissuti, per lei non c'è stato scampo.

Sulla scia dell'Europa, denunce contro il Gru giungono anche dal Canada, dall'Australia e dagli Stati Uniti. Washington ieri ha fatto i nomi di sette presunti agenti, quattro di loro coincidono con la lista dell'Olanda. Avrebbero organizzato attacchi cibernetici contro la Wada e contro la società americana Westinghouse. Avrebbero anche effettuato operazioni di riciclaggio di denaro sporco, frodi bancarie, e furti d'identità.

L'anti-doping

Tre dei sette agenti presi di mira dalle autorità americane, inoltre, appartengono al gruppo di 12 persone accusate di interferenze nella campagna presidenziale americana del 2016. Ora l'America sposta le proprie preoccupazioni sulle elezioni di metà mandato, il mese prossimo, per il rinnovo della Camera e di un terzo del Senato; la Ue guarda alle europee di maggio. Si calcola che in Europa vi siano circa 4.000 attacchi hacker al giorno: l'anno scorso la Commissione europea ha proposto di creare un'agenzia comunitaria tutta dedicata alla sicurezza cibernetica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LE ACCUSE A MOSCA

Dall'Olanda

Le autorità olandesi hanno rivelato l'espulsione di quattro presunti agenti russi del Gru, i servizi militari, per aver tentato in aprile di violare la rete informatica dell'Opac, l'Organizzazione per l'interdizione delle armi chimiche mentre stava effettuando test sull'attacco di Salisbury

Da Londra

Il governo britannico accusa il Gru per il caso Skripal, e per aver preso di mira società in Russia e in Ucraina oltre al Partito democratico americano

Da Washington

Gli Usa affermano che la propria agenzia anti-doping e la compagnia Westinghouse, (energia nucleare) sono state prese di mira dai servizi militari russi. Accuse a cui si unisce il Canada dove ha sede l'Agenzia internazionale anti-doping



REUTERS

Stella d'oro. All'Accademia militare di Blagoveshensk, il Memoriale che riporta tra gli altri il nome di uno dei due agenti russi sospettati per il caso Skripal

In Italia ritardi istituzionali nei meccanismi di difesa

**Le imprese si stanno attrezzando
Il caso virtuoso della Francia**

Umberto Rapetto

Il fenomeno del “chipping” ha radici antiche ed era tema di discussione già oltre vent’anni fa a Fort Lesley J. McNair, a poca distanza da Washington, nelle sale della National Defense University. Un microprocessore “bacato” – progettato ad hoc ed installato in dispositivi elettronici distribuiti capillarmente – può determinare la paralisi di sistemi informatici complessi, il fatale knock-out delle infrastrutture critiche, l’innesco di conseguenze apocalittiche.

La corrente notizia di un miniaturizzato chip che – nascosto tra i mille componenti di una scheda madre di Amazon e Apple – spia gli utenti suona quasi come una facezia in relazione agli scenari ben più inquietanti che fanno da quinta alla nostra quotidianità.

La preoccupazione, quindi, si incentra non tanto sugli aspetti acuti delle minacce alla cyber security, quanto piuttosto sulla irreversibile cronicizzazione delle insidie tecnologiche. Il timore rende spontaneo domandarsi qualisiano le condizioni di salute del nostro Sistema Paese e le capacità “immunitarie” dinanzi a possibili aggressioni digitali.

In Italia la situazione non è certamente qualificabile tra le più all’avanguardia, pole position che spetta a Nazioni come la Francia dove si è addirittura arrivati a sviluppare un sistema operativo di base non vincolato commercialmente (e tecnicamente) a fornitori (come nel caso di Windows e Mac) e strutturato con i più elevati livelli di protezione. Il CLIP-OS (giunto già alla versione 5.0) è il risultato di un progetto con oltre dieci anni di storia, indizio questo di una lungimirante visione strategica.

La sicurezza parte proprio dalle istruzioni elementari su cui si basa il regolare funzionamento di computer, server, reti: oltralpe hanno ben compreso quale debba essere l’approccio che si pone diametralmente opposto rispetto quello adottato dalle nostre parti.

Il contesto tricolore è caratterizzato da un impegno a macchie di leo-

pardo sul fronte delle imprese (dove alcune eccellenze fanno ben sperare in una positiva contaminazione) e da un non trascurabile ritardo sul versante istituzionale (dove le intersezioni burocratiche ostacolano anche i migliori propositi).

Le aziende – spesso colpite al cuore da attacchi mirati o finite nelle sempre più sgradevoli operazioni di pesca a strascico dei ransomware – hanno maturato obtorto collo una certa sensibilità: il ritrovarsi gli archivi saccheggianti o il dover fare i conti con migliaia di file criptati e resi inaccessibili ha forzato anche i più scettici a considerare il pericolo hi-tech. L’obbligo di segnalare le violazioni di dati personali (o data breach) sancito dal Regolamento Europeo in materia di privacy e lo speculare rischio di sanzioni pecuniarie iperboliche hanno dato una ulteriore spallata alla ritrosia ad implementare misure di sicurezza davvero adeguate.

Il duello per le competenze incrociate ha azzoppato la corsa dell’apparato statale, facendo arrivare in ritardo i provvedimenti normativi (si pensi al “decreto Monti” apparso solo nel 2013), privilegiando più la redazione di astratte linee guida e la stipula di “protocolli di intesa” che non azioni concrete. La “cyber” è diventata l’arena in cui si sono trovati a competere il Ministero della Difesa, quello dello Sviluppo Economico e il dicastero dell’Interno, sorpassati al photo finish dal Dipartimento per le Informazioni e la Sicurezza. Lo stanziamento pubblico di 150 milioni di euro – che ha stuzzicato gli appetiti anche dei parvenu del settore – non ha avuto esito: la mancanza di un piano di intervento ha frenato persino una già deliberata capacità di spesa.

Tra il “l’è tutto da rifare” di Bartali e il “ricomincio da tre” di Troisi scelgo quest’ultimo. Vale la pena salvare il lavoro svolto e metter ordine. Immaginando una “Forza Armata Cyber” ad occuparsi di difesa, gli Esteri a fissare regole d’ingaggio, l’intelligence ad anticipare il da farsi, il MISE a coordinare la politica industriale, l’Interno ad acciuffare i criminali informatici e la Giustizia a punirli, manca solo un buon coordinatore con le idee chiare. Frankenstein jr. docet, “si può fare”.

*Consigliere d’Amministrazione di Olidata
Spa con delega sulla Cybersecurity*

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il comitato di controllo sui Servizi indaga su una presunta corsia preferenziale per i cinesi nelle forniture tecnologiche Audizioni per due ministri. Il colosso orientale: "Rapporto costruttivo con il governo". Faro puntato anche su Bolloré

Asta del 5G e ruolo di Huawei

Il Copasir sentirà Di Maio e Trenta

Negli Usa il gigante del tech è stato escluso per i legami con il governo di Pechino

RETROSCENA

JACOPO IACOBONI
TORINO

Il Comitato parlamentare di controllo sui servizi segreti sentirà a partire dalla prossima settimana due importanti ministri M5S del governo, e con l'occasione chiederà chiarimenti anche sulla posizione preferenziale conquistata da Huawei nella corsa alla fornitura di tecnologia e infrastruttura per il 5G in Italia. Il colosso cinese già in altri Paesi ha suscitato così tanti timori da essere escluso dal business del 5G - è accaduto negli Stati Uniti e in Australia, dove temono per un presunto rapporto dell'azienda col governo di Pechino, non esattamente una liberaldemocrazia rassicurante in tema di privacy, controllo sui cittadini, accesso e trasparenza sui dati. La prima audizione al Copasir era già fissata su altra materia, mercoledì con Elisabetta Trenta. Il ministero della Difesa non ha competenza diretta sul piano industriale per il 5G, ma è il settore della sicurezza nazionale è profondamente interrogato dal ruolo dominante di un player cinese nell'infrastruttura di rete, e il tema le verrà posto, in quella sede.

La seconda audizione - non ancora fissata la data - sarà del ministro direttamente competente sulla partita, quello dello Sviluppo economico, il vice-premier Luigi Di Maio, che sarà sentito al Copasir tra ottobre e novembre. Dal Comitato filtrano «preoccupazione e attenzione per tutta la vicenda Huawei e 5G».

L'amicizia del Movimento con la Cina è di lunga data. Lontani ormai i tempi in cui Beppe Grillo e Gianroberto Casaleggio, il 24 giugno 2013 - dopo il boom del M5S alle Politiche - andarono a far visita, tra i primi dopo il voto, all'allora ambasciatore cinese Ding Wei, l'episodio visibile più recente è stato il 28 settembre scorso, quando a Huawei, un'azienda privata, è stata concessa l'aula dei gruppi parlamentari della Camera per un convegno tutto organizzato dall'azienda cinese, che ha fatto storcere il naso a molti nell'opposizione, e a qualcuno anche nella Lega. Di Maio in quell'occasione disse molto, anche troppo: «Ieri abbiamo sfiorato i 6 miliardi di euro con una base d'asta [per i gestori] che partiva da due. Voglio assicurare gli investitori che saranno soldi ben spesi. Il contributo di aziende come Huawei è fondamentale. A inizio novembre ci sarà una seconda visita in Cina, da questo dialogo possono nascere nuove opportunità anche per l'Italia». E ancora: «È chiaro che l'equivalente dell'introito della gara 5G dovrà essere reinvestito in nuove tecnologie». Infine: «Abbiamo operatori privati che stanno facendo investimenti importanti in questa autostrada digitale, che saranno ben ripagati, e quindi mi aspetto investimenti sempre in nuove tecnologie» anche perché «gli imprenditori che hanno investito in questa gara devono averne comunque un ritorno in investimenti tecnologici che consentano al loro mondo di continuare a svilupparsi in Italia». Musica per le orecchie dei cinesi, un po' meno per grandi player mondiali come Ericsson, o Cisco.

son, o Cisco.

La Lega osserva più distaccata la cosa, non senza perplessità in alcuni uomini forti leghisti, anche se il leader, Matteo Salvini, sicuro del suo asse geopolitico preferenziale con la Russia di Vladimir Putin, non è preoccupato del delinearsi di un filo grillino con Pechino. Il leghista incaricato di tenere d'occhio gli sviluppi è Paolo Ripamonti, senatore savonese. Il quale ha raccontato di «aver avuto un lungo e interessante incontro con Luigi De Vecchis, presidente Huawei Technologies Italia». Ma non si è spinto nelle dichiarazioni così in là come Di Maio. Thomas Miao, il ceo di Huawei Italia, spiega senza giri di parole che «abbiamo rapporti molto costruttivi con il governo italiano, è fondamentale interloquire con le pubbliche amministrazioni».

Le mosse dei francesi

I timori peraltro non riguardano solo la Cina. Anche la gara multimiliardaria per aggiudicarsi quote di gestione della futura rete 5G ha acceso l'attenzione dell'intelligence. In particolare, si osservano le mosse dei francesi. Ci si attendono ripercussioni societarie, specie nel braccio di ferro che riguarda Tim. Il gestore italiano si è esposto molto più del previsto, spendendo 2,4 miliardi, il doppio del previsto, e gli analisti dei servizi segreti pensano che questa mossa darà fiato alle ambizioni del finanziere francese Vincent Bolloré, primo azionista di Vivendi. Il tema li preoccupa perché Tim controlla a sua volta la società Sparkle, ossia la grande rete infrastrutturale che è classificata come «opera di interesse strategico nazionale». —

© BY NC ND ALLIUNI DIRITTI RISERVATI



Cos'è



Più veloci sul Web

La quinta generazione di protocolli di comunicazione per la telefonia mobile (5G) è l'aggiornamento tecnologico che permetterà di migliorare le prestazioni dei dispositivi connessi. Non solo telefoni, ma anche orologi, sensori e assistenti virtuali nel proprio salotto. Con la diffusione del cosiddetto "Internet delle cose" si prevede che, entro il 2020, per ogni persona sul pianeta ci saranno sette dispositivi connessi a Internet. Apparecchi per i quali serviranno connessioni capillari e sensibilmente più veloci.



ANSA

Elisabetta Trenta



LAPRESSE

Luigi Di Maio



YVES HERMAN / REUTERS

«Per l'asta 5G soldi ben spesi, Internet delle cose è alle porte»

► Parla Marco Fanizzi, il general manager di Dell Italia: «Un mercato da 300 miliardi»

► «In arrivo lavatrici intelligenti e auto senza pilota, le sim passeranno da 2 a 15 a persona»

**LE SOCIETÀ
DI TELECOMUNICAZIONE
HANNO SCOMMESSO
SU UNA RIVOLUZIONE
CHE AVRÀ UN IMPATTO
MOLTO FORTE**

**FINO AD OGGI LE RETI
SONO SERVITE A METTERE
IN CONNESSIONE
LE PERSONE, ADESSO
FARANNO PARLARE
ANCHE GLI OGGETTI**

L'INTERVISTA

ROMA Dottor Marco Fanizzi, General manager Enterprise di Dell Emc Italia, la multinazionale americana che produce computer e si occupa di servizi annessi, i gruppi telecom si sono appena svenati pagando 6,6 miliardi per le frequenze del 5G. Qualcuno inizia a pensare che abbiano pagato un prezzo troppo alto. E così?

«La mia idea è che abbiano fatto un buon investimento. È una scommessa che viene fatta oggi su qualcosa che sta arrivando e che avrà un impatto molto forte».

Di cosa si tratta?

«Del cosiddetto Internet of things, l'internet delle cose. Un mercato che, secondo le stime più recenti, nei prossimi cinque anni passerà da 16 a 300 miliardi di dollari di valore».

Come si creerà tutto questo valore?

«Le reti, fino ad oggi, sono state utilizzate per mettere in connessione persone che trasferivano dati, attraverso un telefonino, un computer, un tablet. Con l'internet delle cose si passerà da un processo gestito dall'uomo a un processo gestito dalle macchine».

Intende il famoso frigorifero che ordina le uova quando stanno per finire? Non ce ne sono ancora tanti nelle case degli italiani...

«Vede, io credo che valga sempre la regola che la tecnologia arriva soltanto quando i tempi sono maturi».

E lo sono?

«Stanno maturando velocemente. Ci sono grandi produttori di lavatrici che stanno inserendo l'internet delle cose nei loro elettrodomestici e che non faranno più pagare la lavatrice, ma dei pacchetti "a consumo". Si pagheranno cioè, solo i bucati che si faranno. Questi prodotti arriveranno sul mercato nei prossimi sei mesi. Ed è solo un esempio».

Cos'altro?

«Le società energetiche stanno sperimentando tantissime soluzioni. Dalle più semplici, come il controllo da remoto dello spegnimento e accensione degli elettrodomestici, fino a pacchetti più completi in cui magari viene offerto un nuovo elettrodomestico perché chi fornisce l'energia sa che il tuo sta consumando troppo perché vecchio. Ma dietro l'angolo ci sono molte soluzioni anche sulla salute».

Di che tipo?

«In questo momento ci sono sensori in grado di misurare pressione, temperatura, valori del sangue per i diabetici. Questi sensori sono utilizzati oggi nei braccialetti, presto saranno integrati in magliette o altri indumenti. Tutto questo avrà un impatto anche sull'organizzazione dell'assistenza sanitaria, sulla prevenzione, ma avrà impatto anche sulle offerte delle compagnie di assicurazione. Dopo aver messo le scatole ne-



re nelle macchine, questi deviche funzioneranno allo stesso modo sulle persone. Le compagnie cauteranno la loro clientela alla quale potranno fare offerte più mirate, ma anche se stesse perché potranno controllare meglio i rischi. Ma quello che cambierà davvero le cose sarà l'inserimento dell'internet delle cose nella catena produttiva delle imprese».

Le imprese italiane sono indietro?

«No, molte anzi hanno investito e investono tanto. Solo che non c'è uno standard nella tecnologia. È necessario che l'internet delle cose si parli, altrimenti si potrebbero rallentare i processi. L'automotive sta spingendo molto in questa direzione».

Perché?

«Per lo sviluppo della guida autonoma. Oggi siamo a livello 2, entro tre quattro anni saremo a livello 5, vuol dire che le auto potranno andare in giro senza guidatore. E questo si porterà dietro anche lo sviluppo delle smart cities».

Per tornare al punto dal quale siamo partiti, cosa comporterà tutto questo per le telecom che hanno comprato le frequenze 5G?

«Tutta questa rivoluzione può essere gestita soltanto dalle nuove reti a 5G. Oggi in Italia, ogni persona possiede mediamente due sim. Con l'internet delle cose le sim per ogni persona passeranno a quindici. Credo che già questa sia una risposta di cosa ha spinto i gruppi di telecomunicazione a sostenere un investimento così ingente».

Andrea Bassi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Un monitor tecnologia 5G all'Expo di Pechino. Nella palla Marco Fanizzi, general manager Dell



Tim, il cda discute del 5G ma il nodo resta la governance

TLC

Mercoledì si è riunito il board. Moody's: il caro-asta avrà un impatto negativo

Da Vivendi per ora nessuna mossa ma continuano i rumor sul futuro di Genish

Antonella Olivieri

Mercoledì sera si è tenuta una breve riunione telefonica del consiglio Telecom per fare il punto dopo l'asta delle frequenze per il 5G, chiusasi lunedì per l'incumbent con un costo di 2,4 miliardi, da saldare da qui al 2022. Il passaggio in cda è un altro segnale del ruolo di indirizzo e controllo che il board modellato da Elliott ha intenzione di giocare nell'intricata partita della governance Tim. Poiché nessuno dei consiglieri indicati da Elliott, neppure il presidente, ha rilevato deleghe operative, l'unico modo per il board di esercitare un presidio concreto è seguire i suggerimenti dei legali del fondo di Paul Singer (l'advisor storico in Italia è lo studio BonelliErede) e applicare in pieno le regole del codice civile.

Tant'è che il consiglio della settimana scorsa si è prolungato per una giornata intera, non solo per discutere le modifiche delle aree di competenza e delle regole di funzionamento di board e comitati (stabilendo per esempio che anche le nomine di top manager interne vadano preventivamente illustrate al consiglio), ma anche perché si è deciso di far passare al setaccio dalla collegialità dell'organo sociale supremo la valenza strategica delle singole partecipate. Oggetto di discussione sarebbe stata anche l'operazione già avviata di separazione della rete, considerato che benefici regolamentari ex-ante sono difficilmente ipotizzabili. Come noto, il 24 settembre non è stata presa alcuna decisione, ma la strategic review da parte

del cda prosegue.

Nel frattempo non si placano le tensioni tra i due principali azionisti, da una parte Vivendi col suo 23,94% che non le è bastato per mantenere la maggioranza in consiglio e Elliott dall'altra che compare ancora con l'8,8% nelle segnalazioni Consob, ma ha protetto il 4,9% con i derivati. La media company che fa capo a Vincent Bolloré si è fatta sentire anche ieri per smentire le voci di una riunione dello stato maggiore del gruppo a Parigi per fare il punto su Telecom nel contesto di una presunta insoddisfazione per l'operato dell'ad Amos Genish. Benchè a inizio settembre Vivendi avesse parlato di «gestione orribile», le accuse sono rivolte alla «governance disordinata» del dopo ribaltone, mentre la posizione di Genish da Parigi è sempre stata salvaguardata. Anzi, ultimamente un portavoce ha ribadito che l'ad Telecom gode ancora della fiducia del primo azionista.

Questo non ha però arrestato il flusso delle voci - di cui non si conosce le provenienze - che continuano a dare per traballante la poltrona dell'ad, con tanto di nomi buttati nel tritacarne. Prima il commissario Alitalia (ed ex ad Wind) Luigi Gubitosi, poi l'ex numero due di Fca Alfredo Altavilla - entrambi siedono in cda in quota Elliott - e poi ipotetiche candidature esterne: da ultimo sono circolati i nomi di Maximo Ibarra e di Riccardo Ruggiero. Il primo però è appena approdato alla guida di Kpn, mentre il secondo quando era in Telecom era stato oggetto di punzecchiature da parte di Beppe Grillo, primo sponsor del movimento che è arrivato al Governo. Ad ogni modo si tratta di ipotesi che non escono nè da un tavolo Elliott-Vivendi - che non esiste stante l'indisponibilità dei francesi - nè da un tavolo Vivendi-istituzioni, visto che non risulta un dialogo aperto. Ad ogni modo cooperare un esterno per conferirgli le deleghe di ad presupporrebbe di liberare un posto in consiglio e soprattutto

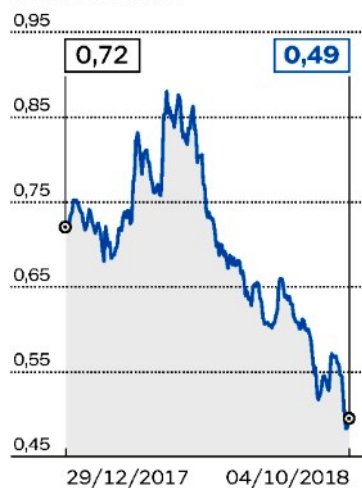
alla prima assemblea - al più tardi quella di bilancio della primavera - la cooptazione andrebbe ratificata dall'assemblea. Poco plausibile un cambio della guardia che non passi da un accordo con Vivendi, dal momento che nessun manager vorrebbe essere sfiduciato dal primo azionista e dover gestire di conseguenza un'azienda come Telecom in trincea.

Le tensioni dunque non accennano ad attenuarsi anche se, proprio in settimana, Vivendi ha fatto sapere che per ora non chiamerà un'assemblea per regolare i conti. Mentre ieri in Borsa il titolo Telecom è riuscito a chiudere in rialzo (+2,12% a 0,4957 euro), Moody's ha avvisato in serata che l'esito dell'asta 5G è «credit negative» per gli operatori del settore, pur senza interventi (per ora) sul rating che per Telecom è Bai con outlook stabile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Telecom Italia

Il titolo a Milano



MILLE ENTRO FINE ANNO

Open Fiber apre i cantieri

«Siamo in linea con i nostri piani. E al 2023 confermiamo 19 milioni di unità immobiliari coperte». Elisabetta Ripa, ad di Open Fiber, lo dice da Capri, dove ieri ha partecipato all'11esima edizione dell'EY Digital Summit. Nessun commento a margine sulle possibilità di "matrimonio" fra le reti di Tim e della controllata di Enel e Cdp – «abbiamo un modello wholesale e lavoriamo con partnership commerciali con tutti gli operatori interessati allo stesso modo» – come un nient'ad di Open Fiber lo oppone alla domanda sui clienti che "girano" sulle reti Open Fiber: «Abbiamo obblighi precisi di comunicazione anche in virtù della linea di finanziamento (3,5 miliardi, ndr.) che ci è stata concessa in project financing». Elisabetta Ripa sottolinea invece la portata dell'operazione che porterà al cablaggio di 6.753 comuni nelle aree a fallimento di mercato, (cui si aggiungono 271 città nelle aree a e B): «In questa prima fase lo sforzo è stato enorme anche in termini di collaborazione con il pubblico; si pensi al delicato tema dei permessi». L'ad parla però ora del passaggio a una fase due del progetto, con l'avvio dei cantieri (570 nelle aree C e D, previsti a quota mille entro fine anno). Una volta realizzata la rete in fibra, ha però proseguito, sarà necessario «accelerare sull'adozione dei servizi», e occorrerà ragionare «come in tutti i momenti in cui c'è stata una discontinuità tecnologica, su un intervento che possa aiutare la domanda».

— **Andrea Biondi**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Edizione, il fondo di Abu Dhabi entra in Cellnex

RIASSETTI

Accordo per la vendita del 20% di Connect a Infinity Investments

Marigia Mangano

Il fondo Abu Dhabi Investment Authority entra nel capitale di Cellnex con il 20%. Ma si tratta solo del primo step: secondo indiscrezioni nelle prossime settimane il fondo di Singapore, Gic, rileverà una quota di pari entità nel gruppo delle torri controllato dalla società della famiglia Benetton.

Come da attese, ieri la holding di Ponzano Veneto ha comunicato di aver raggiunto un accordo per la vendita del 20% di Connect, il veicolo a cui fa capo il pacchetto del 29,9% di Cellnex, a Infinity Investments, una società interamente controllata dal fondo Abu Dhabi Investment Authority ("Adia"). L'acquisto, secondo quanto comunicato ieri, avverrà agli stessi termini economici con cui Sintonia ha rilevato il 29,9% in Cellnex da Abertis: l'acquisto del gruppo delle torri da parte di Edizione è avvenuto a un prezzo di 1.489 milioni euro.

Sulla base dell'intesa, «Sintonia e Infinity collaboreranno per supportare la crescita futura di Cellnex con l'obiettivo di creare una piattaforma di investimento nel settore europeo delle telecomunicazioni»,

spiega la nota diffusa dal gruppo. La campagna acquisti del resto ha già un fondo importante da parte dei soci di Cellnex. Gli azionisti si sono infatti impegnati ad effettuare ulteriori investimenti in Connect per 1,5 miliardi a supporto dei piani di sviluppo di Cellnex.

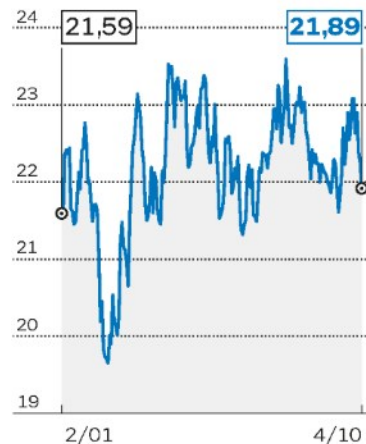
L'ingresso di Adia rappresenta solo il primo passaggio di un riassetto di più ampio respiro. Nei piani di Edizione, infatti, l'obiettivo è quello di aprire il capitale di Connect fino al 40%. Tant'è che nello stesso comunicato diffuso ieri in occasione dell'annuncio dell'accordo con Adia, la holding ha fatto sapere di avere «in corso avanzate discussioni con un potenziale co-investitore che ha espresso interesse all'acquisto di un ulteriore 20% in Connect». Il riferimento, secondo indiscrezioni, è a Gic, il fondo di Singapore che compare anche nell'azionariato di Atlantia. In questo caso la trattativa sarebbe già in fase avanzata, si tratta di definire solo gli ultimi dettagli tecnici. L'intero riassetto, ad ogni modo, vedrà Sintonia restare azionista di maggioranza del gruppo delle torri.

Quotata sul mercato spagnolo con una capitalizzazione di oltre 5 miliardi, Cellnex è cresciuta significativamente dalla sua quotazione nel 2015 grazie ad una strategia di consolidamento. Un percorso che oggi, sotto la proprietà di Ponzano Veneto, il gruppo sembra intenzionato a proseguire.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Quotazioni di Cellnex

Andamento del titolo a Madrid



Telefónica relanzará O2 tras la 'guerra de precios' por el fútbol

IC.Madrid

Telefónica tiene previsto relanzar su oferta de bajo coste O2 a partir del 21 de noviembre, con una amplia campaña de marketing basada, fundamentalmente, en los medios digitales.

La nueva marca de Telefónica ofrece servicios de telefonía móvil con llamadas ilimitadas y un bono de datos de 20 gigabytes por 20 euros al mes y un servicio integrado con fibra óptica por 45 euros.

Esta oferta es la apuesta de Telefónica para competir en el mercado de bajo coste en general y especialmente para hacer frente al crecimiento de la marca Yoigo, del grupo MásMóvil, con la que se enfrenta directamente en precios y prestaciones.

La nueva marca española, que fue escogida porque ya se encontraba en el grupo –es la marca de los servicios principales de las filiales de Telefónica en Alemania y Reino Unido– fue lanzada el pasado mes de junio. Sin embargo, se trató de un lanzamiento experimental, sin apoyo de marketing y para comprobar como funcionaban todos los procesos, desde las plataformas de televenta hasta la provisión del servicio.

Desde el principio, Telefónica avisó que el lanzamiento final se produciría después del verano, previsiblemente en septiembre.

Con todo, el lanzamiento de O2 sufrió algunos contratiempos, especialmente en el caso de las entregas de las tarjetas SIM a cargo de Zeleris, la filial de mensajería del grupo Telefónica. Esos problemas aconsejaron al grupo

Sin embargo, a partir del mes de agosto estalló de forma imprevista la guerra del fútbol, en la que Telefónica y Orange lanzaron campañas con fuertes descuentos –de hasta el 50% por un año– para hacerse con los clientes de fútbol de la base de usuarios de Vodafone y ésta, a su vez, también lanzó promociones aún más agresivas –descuentos del 50% durante dos años e incluso sin limitación de tiempo– para no perder demasiados usuarios frente a sus rivales.

Eso aconsejó a Telefónica que retrasase el lanzamiento oficial de O2, para que no se perdiese entre el fuerte ruido comercial de los dos últimos meses.

La llegada de O2 al mercado ha creado una gran especulación entre los rivales, de forma que su oferta principal de una línea móvil con llamadas ilimitadas y 20 gigabytes de datos por 20 euros se ha convertido, en la práctica, en el nuevo estándar del sector del bajo coste, puesto que ha sido replicada por la mayoría de los competidores.

Renfe se alía a Wayra para 'start up'

Renfe se ha aliado a Wayra, la cadena de incubadoras y aceleradoras de start up de Telefónica, para crear su propio portafolio de empresas innovadoras. El grupo ferroviario quiere desarrollar, aprovechando la creatividad de terceros, aplicaciones y soluciones para acelerar la digitalización de los sistemas de movilidad inteligente, en un proyecto denominado TrenLab. Pero como no tiene experiencia ni infraestructura para ello, ha subcontratado a Wayra para que haga todo el trabajo de selección de las empresas candidatas, el asesoramiento técnico y legal, la provisión de espacios de trabajo y otras tareas. TrenLab prevé apoyar hasta a doce proyectos que añadan valor a la cadena de servicios de Renfe con ideas disruptivas para el mercado de la movilidad y el transporte.

Telefónica rilancerà O2 dopo la "guerra dei prezzi" sul calcio

