

Rassegna del 05/04/2018

Corriere della Sera	13	«Venduti i dati Facebook di 87 milioni di persone» - Facebook e la app che «rubava» dati: coinvolti almeno 87 milioni di utenti	<i>Pennisi Martina</i>	1
Avvenire	3	Privacy e sicurezza con il «Gdpr» l'Europa dà la linea - Privacy e sicurezza dei dati è l'Europa a dettare la linea	<i>Grisenti Vincenzo</i>	3
Nuova Sardegna	4	Il Corecom sarà organo giudicante	<i>Ua</i>	5
Corriere della Sera	27	La Lente - Privacy, lo stop del Garante al telemarketing di Vodafone	<i>De Cesare Corinna</i>	6
Sole 24 Ore	26	Pagamenti elettronici, le sfide dell'Italia per colmare il «gap»	<i>De Molli Valerio</i>	7
Sole 24 Ore	29	In breve - Amazon Crea in Nevada oltre mille posti di lavoro	...	8
MF Fashion	4	Amazon punta sulla moda - Amazon punta sull'India e sui brand di moda	<i>Camurati Federica</i>	9
Mf	4	Intelligenza artificiale, Apple soffia manager a Google	<i>Fonti Simona</i>	10
Corriere del Mezzogiorno Campania	9	Industria 4.0, all'Academy i progetti delle aziende	...	11
Sole 24 Ore	28	Genere, durata e titoli delle hit: adesso la app comanda su tutto	<i>Prisco Francesco</i>	12
Italia Oggi	18	Chessdice in viale dell'editoria - Internet, raccolta febbraio a +7%	...	13
Italia Oggi	19	Streaming tv, la portabilità in Europa c'è ma la Rai non ancora	<i>Capisani Marco_A.</i>	14
Mf	5	Nessuna nuvola sull'ipo di Dropbox	<i>Bertolino Francesco</i>	15
Sole 24 Ore	29	Wpp mette sotto inchiesta il ceo Sorrell	<i>Degli Innocenti Nicol</i>	16
Sole 24 Ore	3	La posta in gioco è il primato nella tecnologia 5G	<i>Biondi Andrea</i>	17
Sole 24 Ore	25	Cdp «sfida» Vivendi: lo Stato tra i soci Tim - Cdp pronta all'ingresso nel capitale di Telecom	<i>Olivieri Antonella</i>	19

Lo scandalo L'ammissione di Zuckerberg. Coinvolti 214 mila italiani**«Venduti i dati Facebook di 87 milioni di persone»**di **Martina Pennisi****«È stato un mio errore. Un mio grande errore».** Mark Zuckerberg, fondatore di Facebook, si scusa dopo lo scandalo dell'uso improprio dei dati di 87 milioni di utenti (fino a ieri si credeva fossero 50 milioni) da parte della società di consulenza Cambridge Analytica.a pagina 13 **Gaggi**

Facebook e la app che «rubava» dati: coinvolti almeno 87 milioni di utenti

Cambridge Analytica, l'ammissione del social network. In Italia sono circa 214mila

I dati di 87 milioni di utenti Facebook — 70 milioni e 632 mila negli Stati Uniti — potrebbero essere stati esposti all'utilizzo improprio da parte di Cambridge Analytica. Non si tratta, quindi, dei soli 50 milioni di amici dei 270 mila che avevano scaricato l'applicazione *thisisyourdigitalife*, come ricostruito dalle inchieste di *New York Times* e *Guardian* che lo scorso 17 marzo hanno scoperto il vaso di Pandora delle informazioni sfruttate dalle cosiddette terze parti.

«È stato un mio errore», ha ribadito Mark Zuckerberg ai giornalisti, annunciando un deciso taglio dei dati a disposizione degli sviluppatori di prodotti digitali collegati a Facebook (e anche a Instagram). Non si potrà più, inoltre, cercare profili altrui usando email e numeri di telefono (a tutela della privacy degli utenti). Ha poi rimarcato di essere saldamente al comando di

Menlo Park. «Sono ancora io la persona migliore per gestire Facebook. Si fanno degli errori e si impara lungo la strada. Ammetto che non ci siamo resi conto a sufficienza di quali fossero le nostre responsabilità», ha dichiarato, sottolineando come per ora lo scandalo non abbia avuto «alcun impatto significativo» sull'utilizzo da parte degli utenti. Secondo i dati comunicati ieri sera dal social network, in Italia a scaricare l'app del ricercatore di Cambridge Aleksandr Kogan sono state 57 persone, che hanno concesso l'accesso alle informazioni di 214.077 amici. Sono 214.134, quindi, i connazionali potenzialmente coinvolti nell'attività di Cambridge Analytica, che nel 2012 aveva lavorato con un partito italiano «che aveva avuto successo l'ultima volta negli anni 80».

Dopo gli Usa, i Paesi maggiormente coinvolti sono le

Filippine, l'Indonesia e, con un milione di utenti, il Regno Unito. Nel resto della lista delle dieci zone più interessate non compare l'Europa, in cui il 25 maggio entrerà in vigore il nuovo regolamento per la protezione dei dati personali: Zuckerberg ha chiarito — smentendo le voci circolate ieri durante la giornata di ieri — che quanto previsto in termini di trasparenza o portabilità dei dati verrà applicato anche nel resto del mondo. Da lunedì prossimo, chi può essere stato coinvolto nello scandalo di Cambridge Analytica verrà avvisato dal social. Tra sette giorni, invece, Zuckerberg dovrà rispondere dell'accaduto anche davanti al Comitato per l'energia e il commercio della Camera Usa. Per l'imprenditore 33enne si tratta di una delicata prima volta davanti al Congresso americano.

Martina Pennisi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Sono ancora io la persona migliore per gestire Facebook. Si fanno degli errori e si impara. Ammetto che non ci siamo resi conto a sufficienza di quali fossero le nostre responsabilità.



Domande

e risposte

Quali sono gli illeciti e gli errori del «caso CA»

Cosa è successo?

Il 17 marzo *New York Times* e *Guardian* hanno rivelato che la società britannica Cambridge Analytica è entrata in possesso dei dati di 50 milioni di utenti Facebook in modo illecito. Il primo ponte fra il social network e CA è stata l'applicazione «thisisyourdigitallife» del ricercatore Aleksandr Kogan. Come consentito fino al 2014, i 270 mila utenti che hanno usato le credenziali di Facebook per accedere all'app hanno ceduto i dati dai loro amici. Quello che Kogan non avrebbe potuto fare, e invece ha fatto, è cedere l'intero pacchetto a Cambridge Analytica, di cui l'ex consigliere di Donald Trump, Steve Bannon, è stato vice-presidente e che si è occupata della campagna del futuro presidente Usa.

Cosa fa Cambridge Analytica e perché ha sollevato un tale polverone?

Offre un sistema di micro targetizzazione comportamentale: più cose so di te, dei tuoi gusti e dei comportamenti che tenderai ad assumere, meglio ti raggiungerò con messaggi efficaci. La pubblicità online funziona così. Sono stati dunque il legame con la campagna di Trump, già nella morsa del Russiagate, — e il conseguente dubbio che l'esposizione a messaggi online abbia condizionato le intenzioni di voto — oltre alla rinnovata consapevolezza del valore delle tracce che seminiamo in Rete a far esplodere il caso.

Come ha reagito Facebook?

Fb era a conoscenza dello scambio illecito di dati da almeno due anni, ma ha sospeso Cambridge Analytica solo poche ore prima delle inchieste. Perché? La risposta è arrivata da Mark Zuckerberg dopo cinque lunghi giorni di silenzio, costati alla sua azienda miliardi di dollari: nel 2015 si è limitato a chiedere ai due soggetti coinvolti di cancellare i dati e a sospendere l'app. «Abbiamo fatto un errore», ha ammesso l'imprenditore 33enne.

Cosa rischia Facebook?

Negli Usa, la Federal Trade Commission potrebbe applicare una multa da 40 mila dollari al giorno per ogni singola violazione. Fiducia degli utenti a parte, in ballo c'è il modello di business del social network, che negli anni ha già stretto i dorati rubinetti dei dati ma adesso dovrà fronteggiare eventuali regolamentazioni del settore.

Mar. Pen.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Nuove regole Privacy e sicurezza con il «Gdpr» l'Europa dà la linea

VINCENZO GRIENTI

Il caso di Cambridge Analytica e dei dati raccolti da circa 50 milioni di utenti di Facebook usati per influenzare la campagna elettorale Usa del 2016 continua a far discutere, soprattutto dopo le ulteriori rivelazioni sulla Brexit di Christopher Wylie.

A PAGINA 3

ANALISI / COSA CAMBIA CON LE NUOVE REGOLE IN VIGORE DA MAGGIO

Privacy e sicurezza dei dati è l'Europa a dettare la linea

Si chiama «Gdpr» la strategia Ue per tutelare i cittadini

Dopo lo scandalo delle informazioni sugli utenti di Facebook utilizzate da Cambridge Analytica, la tutela dei dati è diventata centrale. L'Italia è pronta al cambiamento in arrivo?

di Vincenzo Grienti

Il caso di Cambridge Analytica e dei dati raccolti da ben 87 milioni di utenti di Facebook per influenzare la campagna elettorale Usa del 2016 continua a far discutere, soprattutto dopo le ulteriori rivelazioni sulla Brexit di Christopher Wylie, l'ex dipendente della società britannica di analisi digitali. Il popolo della Rete resta spaccato tra il "partito" dei disinteressati all'argomento, quelli che hanno preso maggiore coscienza sull'importanza della sicurezza dei dati personali online e coloro che hanno avuto la reazione opposta aderendo alla campagna di cancellazione #DeleteFacebook in segno di rifiuto nei confronti del colosso della Silicon Valley fondato da Mark Zuckerberg. Nonostante il Ceo di Facebook in un lungo post abbia scritto di avere la responsabilità di proteggere i dati degli utenti, ammettendo di fatto i suoi errori, ciò non ha evitato la perdita di fiducia di milioni di persone nei confronti della "F" più famosa del mondo. Facebook, che per l'intera vicenda di Cambridge Analytica ha provocato un'onda lunga negativa per tutti i titoli tecnologici quotati a Wall Street, ha annunciato di voler rendere chiari e visibili in una sola pagina della

piattaforma tutti gli strumenti per controllare la privacy, la possibilità di cancellare definitivamente post passati dalla piattaforma, velocizzare e rendere più selettivo il processo di download della propria storia sul social network.

Uno scandalo, quello del "datagate", scoppiato a meno di due mesi dall'applicazione, il 25 maggio 2018, del General Data Protection Regulation (Gdpr), il nuovo regolamento europeo 2016/679 sulla protezione dei dati personali, che introduce molteplici novità sia per il singolo cittadino che per le aziende, gli enti pubblici e le associazioni. Già da due anni si parla di questo importante cambiamento, la cui guida e il testo integrale articolo per articolo sono disponibili nel sito del Garante italiano della privacy (www.garanteprivacy.it/regolamentoue). Dopo i fatti di Cambridge Analytica è cresciuta da parte dell'opinione pubblica l'attenzione verso il Gdpr che rappresenta la risposta europea al rischio sicurezza per i dati personali e sensibili dei cittadini dei Paesi membri. Da parte sua Zuckerberg, intervistato dall'Agenzia Reuters, ha chiarito che si sta lavorando alle nuove versioni di Privacy Policy ma che il Gdpr non sarà considerato come standard internazionale per la protezione dei dati personali su Facebook, sottolineando di essere d'accordo con "lo



spirito" del Gdpr, ma che le regole dell'Ue non varranno per il social network su scala globale. L'evoluzione tecnologica negli ultimi anni ha investito settori come il web e il social media marketing e la riflessione sul futuro dei "big data" è in atto con tante luci ma anche molte ombre. Non mancano poi le notizie su attacchi informatici e sui furti di identità ed è naturale che un regolamento lungimirante come quello varato dall'Unione Europea diventa un appiglio legislativo nell'ambito della tutela della libertà e dei diritti dell'individuo.

Lo si nota a partire dall'oggetto del regolamento, cioè il dato personale inquadrato come «qualsiasi informazione riguardante una persona fisica identificata o identificabile» sia attraverso i dati anagrafici tradizionali come il nome, il cognome, luogo e data di nascita che attraverso un identificativo online o a uno o più elementi caratteristici della sua identità fisica, fisiologica, genetica, psichica, economica, culturale o sociale. Il Gdpr inoltre interviene sul concetto di gestione del trattamento e sul consenso a un certo tipo di trattamento dei dati che fino ad oggi poteva anche essere tacito ora, invece, il consenso diventa obbligatoriamente esplicito con la possibilità del cittadino di poter effettuare una verifica su come viene utilizzato in qualsiasi momento ed eventualmente revocarlo in modo semplice. Il Gdpr tocca anche la questione della profilazione dell'utente, ovvero quella forma di trattamento automatizzato di informazioni che utilizza tali dati per valutare, analizzare o prevedere aspetti riguardanti il rendimento professionale, la situazione economica, la salute, le preferenze personali, gli interessi, l'affidabilità, il comportamento, l'ubicazione o gli spostamenti di una persona fisica. Nel caso di marketing diretto l'interessato avrà sempre diritto di opporsi.

Un ampio capitolo del regolamento è poi dedicato ai diritti degli interessati. Tra questi il "diritto di accesso" prevede la possibilità per il cittadino di ricevere una copia dei dati personali oggetto del trattamento con l'indicazione del periodo di conservazione previsto o, se non è possibile, i criteri utilizzati per definire tale periodo, nonché le garanzie applicate in caso di trasferimento dei dati verso Paesi terzi; "il diritto alla portabilità" grazie al

quale diventerà molto più semplice trasferire i propri dati ad esempio da un gestore ad un altro per contratti come la telefonia e come quelli per acqua, luce e gas in quanto il gestore attuale sarà obbligato al trasferimento autorizzato delle informazioni verso terzi; il "diritto all'oblio" con cui l'interessato può ottenere dal titolare del trattamento la cancellazione dei propri dati personali tempestivamente specialmente se sussiste uno dei motivi come il fatto che i dati personali non sono più necessari rispetto alle finalità per le quali sono stati raccolti o trattati. Il regolamento europeo della privacy tratta anche di violazione dei dati personali (*data breach*). Un fatto che sotto il profilo della sicurezza comporta accidentalmente o in modo illecito la distruzione, la perdita, la modifica, la divulgazione non autorizzata o l'accesso ai dati personali trasmessi, conservati o comunque trattati. Il testo del nuovo regolamento prevede l'obbligo di notifica all'autorità di controllo entro 72 ore e la comunicazione della violazione al diretto interessato.

Il Gdpr affronta anche il tema dell'accountability, cioè la "responsabilizzazione" che attribuisce direttamente ai titolari del trattamento il compito di assicurare e comprovare tutti gli altri principi. A ciò si aggiunge la nuova figura del Dpo (Data Protection Officer), il responsabile per la protezione dei dati e di un registro delle attività di trattamento. Sul tema della sicurezza e della protezione dei nostri dati personali in Rete si giocherà il successo o meno del Gdpr. Se da un lato, infatti, sussiste l'esigenza di tutelare i diritti e le libertà degli interessati, dall'altro occorrerà tenere conto dell'imperante evoluzione tecnologica e digitale. Per questo il Gdpr ha previsto alcuni obblighi come la Data Protection by Design e by default, cioè una procedura che deve essere applicata ad ogni progetto di innovazione. In Italia, dove la realtà delle Pmi da nord a sud rappresenta la spina dorsale dell'imprenditoria del nostro Paese, dovrà accelerare il passo e adeguarsi ai nuovi standard introdotti dal Gdpr proiettandosi verso un futuro in cui occorrerà tra le altre cose una nuova cultura della sicurezza e una maggiore consapevolezza in termini di difesa dei dati personali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL CASO

87 milioni gli utenti coinvolti Zuckerberg alla Camera Usa

Il numero uno di Facebook, Mark Zuckerberg, testimonierà l'11 aprile davanti al Comitato per l'energia e il commercio della Camera Usa. L'audizione arriva dopo le rivelazioni che la società di consulenza politica Cambridge Analytica, che ha lavorato per la campagna presidenziale di Donald Trump, si è impossessata di dati personali di ben 87 milioni di utenti Facebook (inizialmente si pensava 50 milioni). Tra i coinvolti, inoltre, anche 214.134 italiani. Il dato si ricava sommando quanti hanno installato l'App di Cambridge Analytica (57) e gli amici potenzialmente impattati (214.077)

Il Corecom sarà organo giudicante

Dispute sulle telecomunicazioni, l'Agcom trasferisce funzioni al comitato sardo

► CAGLIARI

Conciliatore lo era già, presto diventerà anche giudice. Sarà questo il futuro del Corecom, che oltre la sigla vuol dire: Comitato regionale di controllo delle comunicazioni. Quindi il luogo fisico in cui, negli uffici di Cagliari e Sassari, ogni consumatore può ricorrere dopo essere finito prigioniero dei contratti firmati con le compagnie telefoniche e i colossi della pay-tv, la televisione a pagamento. Finora il Corecom ha svolto la funzione di conciliatore e cercato di mettere d'accordo le controparti. C'è riuscito e anche bene. L'anno scorso su 1.526 controversie il 75%, sono oltre un migliaio, si è concluso a favore dei consumatori, che ha recuperato in tutto 400mila euro rimborsati dai gestori. Fin qui il passato che comunque continuerà ad andare avanti, poi da maggio lo stesso Corecom diventerà anche un collegio giudicante e le sue decisioni, comprese le sanzioni inflitte, saranno inappellabili: dovrà pronunciarsi sulle conciliazioni non andate a buon fine e che, nel frattempo, sono diventate vere e proprie contrapposizioni, o cause per essere ancora più chiari. È tutto scritto nella convenzione con cui l'Autorità nazionale delle comunicazioni, l'Agcom, ha trasferito al Corecom le cosiddette funzioni di secondo livello, il giudicare appunto, finora accentrate a Napoli.

«La Sardegna – ha detto il giornalista Mario Cabasino, presidente del Comitato – si allinea così alle altre Regioni e fra pochi mesi offrirà un servizio ancora più vicino ai cittadini». Da maggio in poi «tutte le procedure potranno essere chiuse diretta-

mente nell'isola», ha aggiunto Gianfranco Ganau, presidente del Consiglio regionale, determinante per arrivare alla firma. A questo punto il Corecom è di fatto nei suoi pieni poteri: «È stato un percorso lungo ma ci siamo arrivati», ha ricordato Cabasino.

Il Comitato ha ricevuto in carico anche altre due deleghe. La prima: monitorare le trasmissioni radiotelevisive prodotte dalle tv private e da Rai Sardegna per «verificare il rispetto degli obblighi a tutela delle minoranze linguistiche e dei minori», poi «della quota e della qualità della pubblicità inserita e della par condicio nelle campagne elettorali». In caso dovesse riscontrare delle anomalie, il Corecom invierà la segnalazione all'Autorità nazionale. Fra i nuovi compiti il Comitato dovrà verificare anche che i contributi regionali per la diffusione della lingua sarda siano spesi bene dalle televisioni locali cui sono stati assegnati attraverso i bandi previsti da una legge del 2015 e da allora sempre rifinanziata dal Consiglio.

Per poter svolgere vecchie e nuove funzioni il Comitato avrà a disposizione i 220mila euro inseriti come ogni anno nella Finanziaria regionale, più i 118mila (erano finora 68mila) in arrivo dall'Autorità nazionale, necessari per far funzionare gli sportelli di Cagliari e Sassari, aperti grazie anche a quattro borsisti delle due Università, in cui il numero dei ricorsi è aumentato del 50 e del 100%. Inoltre ha in calendario anche la pubblicazione, a giugno, di un dossier sull'informazione, dai quotidiani ai siti internet, e la partecipazione allo spettacolo teatrale contro la violenza di genere, organizzato insieme a «Giulia», l'associazione delle giornaliste sarde. (ua)



Gianfranco Ganau (foto Rosas)



La Lente

Privacy, lo stop del Garante al telemarketing di Vodafone

di **Corinna De Cesare**

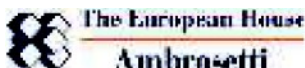
Prima erano le telefonate al telefono fisso, ora sono le (innumerevoli) chiamate al cellulare e persino gli sms a qualunque ora del giorno. Anche a chi ha chiesto di essere cancellato dai database. Basta telemarketing a chi non ha manifestato uno specifico consenso o a chi ha addirittura chiesto di non essere più disturbato. A ribadirlo, ieri, è stato il Garante per la protezione dei dati personali che si è espresso nei confronti di Vodafone accusata di aver effettuato, nel corso dei 18 mesi di verifica effettuata, fino a 2 milioni di telefonate promozionali e circa 22 milioni di sms senza un valido consenso degli interessati. Chi? Tutti. Clienti attuali e potenziali ma anche ex clienti che avevano cambiato compagnia. Vodafone, bisogna ammetterlo, non è né la prima né l'ultima azienda ad aver proposto offerte commerciali indesiderate ma oggi, dopo la legge contro le chiamate indesiderate e la nuova normativa europea il tema è molto sentito. Soprattutto dagli utenti che hanno cominciato a segnalare al Garante le telefonate e gli sms ricevuti nonostante esplicito diniego. Vodafone ha risposto che ha già messo in atto, dall'estate del 2017, misure per evitare contatti indesiderati. E si è detta «impegnata in un articolato programma di adeguamento alla nuova normativa europea». Basta che funzioni, direbbe Woody Allen.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



INTERVENTO

Pagamenti elettronici, le sfide dell'Italia per colmare il «gap»

**IL PUNTO**

Servono una visione e una strategia nazionale secondo obiettivi di medio-lungo periodo

di **Valerio De Molli**

È un'Italia che procede a cavallo di un motorino verso la transizione cashless, mentre altri nostri competitor europei sfrecciano veloci come se fossero su una moto GP verso la riduzione del contante e la diffusione di strumenti di pagamento elettronici.

Questa è l'evidenza che emerge dalle analisi dell'Osservatorio della Community Cashless Society, la piattaforma di confronto di alto livello per la diffusione dei pagamenti elettronici in Italia, lanciata da The European House - Ambrosetti dal 2015. La Community Cashless Society raccoglie oggi alcuni tra i principali attori della filiera dei pagamenti: Consorzio CBI, BNL - BNP Paribas, Diners Club, IBM, Ingenico, Intesa Sanpaolo, MasterCard, Mercury Payments Services, Nexi, PayPal, Poste Italiane, Reply, Sia, Sisal e Visa.

L'Osservatorio Community Cashless Society 2018 evidenzia come l'Italia sia ancora fortemente dipendente dal contante e non riesca a tenere il passo con i best performer europei. Il Paese conta in media 43,1 transazioni pro-capite con carte di pagamento, poco più di un terzo della media europea (116,6) e poco più di un decimo della Danimarca, prima in Europa (329,5).

Il divario rispetto agli altri Paesi europei è confermato dal Cashless Society Index (CSI) 2018: il punteggio medio di 3,5 su una scala crescente da 1 a 10 colloca l'Italia agli

ultimi posti della classifica europea: 23ma su 28 Paesi.

L'Italia registra un lieve miglioramento della propria performance nel Cashless Society Speedometer (CSS) 2018, l'indicatore dinamico che misura la velocità con cui i 28 Paesi europei si muovono con riferimento alla crescita delle transazioni pro-capite con carte di pagamento. La velocità dell'Italia aumenta da 7,1 a 8,4 (su una scala da 0 a 100), ma appare ancora inadeguata per raggiungere i livelli dei 3 best performer europei (Svezia, Finlandia e

Danimarca). Basti pensare che, a tale velocità, l'Italia riuscirebbe a raggiungere l'attuale media UE-28 (25,4) solo nel 2030!

Il divario dell'Italia nello scenario internazionale è riconducibile ad una evidente disomogeneità su base territoriale. Il Regional Cashless Index (RCI) - una novità introdotta quest'anno per misurare lo sviluppo della cashless society nelle 20 Regioni italiane - vede in prima posizione la Lombardia, con un punteggio di quasi due volte superiore rispetto alla Calabria.

La preconditione per favorire la transizione verso la cashless society e trarne beneficio è definire, come avvenuto nei principali Paesi di riferimento mappati dalla Community (tra gli altri: Svezia, Finlandia, Paesi Bassi, Francia, Polonia, India e Corea del Sud), una visione e una strategia nazionale secondo obiettivi di medio-lungo periodo. Senza una visione non possiamo pensare di avere un futuro di sviluppo.

Proprio perché siamo convinti di questo, come Community abbiamo elaborato una visione ambiziosa: "Affermare l'Italia come un Paese digitalizzato e moderno a partire dai sistemi di pagamento, aumentando la consapevolezza che la digitalizzazione dei pagamenti è una premessa indi-

spensabile per: avere un Paese più equo e onesto, aumentare le probabilità di successo nel contrasto all'evasione e all'economia sommersa, con maggiori introiti per lo Stato e porre le basi per lo sviluppo di una filiera dei pagamenti nazionale competitiva. Raggiungere entro il 2025 l'obiettivo di dimezzare l'incidenza del contante sul PIL, dall'attuale 11,6% a circa il 5%."

Per raggiungere questo obiettivo, auspichiamo quindi l'adozione di alcune misure capaci di intervenire sulle principali aree legate alla diffusione dei pagamenti elettronici su larga scala. Tra queste, la diffusione dei pagamenti cashless nella PA, l'uniformità dei servizi disponibili sul sistema pagoPA sul territorio nazionale, un maggiore sviluppo dell'e-commerce, la diffusione degli strumenti cashless a partire da alcuni settori "volano" (come la GDO) e la sperimentazione di approcci integrati di cashless society a livello territoriale, sull'esempio del progetto-pilota promosso dalla Community in collaborazione con il Comune di Firenze.

Oggi l'Italia si trova di fronte ad una sfida epocale di modernizzazione, non solo nelle abitudini di consumo, ma anche per le filiere industriali e dei servizi. Cogliere questa opportunità significa gettare la basi per contribuire a rendere l'Italia un Paese digitalizzato e moderno e muovere un passo importante verso l'affermazione della cashless society.

L'autore è Managing Partner & CEO,
The European House - Ambrosetti

© RIPRODUZIONE RISERVATA



In breve**AMAZON****Crea in Nevada oltre mille posti di lavoro**

Amazon ha detto che creerà oltre mille posti di lavoro in Nevada, dove intende aprire un quarto magazzino a cui i rivenditori spediscono i prodotti che poi verranno spediti ai clienti della piattaforma. Il colosso americano ha spiegato che attualmente dà lavoro a oltre 3.000 persone nei tre centri esistenti in quello Stato americano. Il titolo Amazon ha sofferto recentemente a causa delle critiche fatte dal presidente americano Donald Trump.



Amazon punta sulla moda

Vuole comprare il sito
di e-commerce
indiano Flipkart

**Camurati
in MFF**

Strategie

AMAZON PUNTA SULL'INDIA E SUI BRAND DI MODA

**Il colosso digitale, che ha appena
presentato un nuovo brand,
vuole rilevare il sito asiatico Flipkart**

Amazon vuole crescere nei nuovi mercati, continuando a scommettere sui marchi fashion di proprietà. Il colosso dell'e-commerce sta lottando per l'acquisizione di **Flipkart**, il maggiore rivenditore online dell'India. L'aspetto più curioso è che l'e-tailer di Bangalore è attualmente già in trattative con la multinazionale statunitense **Walmart** interessata a rilevare il 55% della società. Il retailer si sta avvicinando all'acquisizione della maggioranza attraverso un mix di acquisti di azioni primarie e secondarie che potrebbero valutare l'azienda indiana 21 miliardi di dollari (pari a circa poco più di 17 miliardi di euro al cambio di ieri). L'interesse di Amazon per Flipkart è derivato dal fatto che il mercato online in India è in rapida espansione e sta di conseguenza attraendo l'attenzione di molti giganti globali. Ma non è tutto. Amazon ha svelato in queste ore anche un nuovo brand womenswear, **Truth & fable**. La prima collezione primavera-estate 2018, che consiste principalmente in abiti da cerimonia e tailleur, è ora disponibile online. **Frances Russell**, vicepresidente di Amazon fashion private brands Europe, ha dichiarato a proposito: «Desideriamo mettere a disposizione dei nostri clienti capi fashion ma dal prezzo accessibile». Amazon sta investendo da tempo sulle private label. Quelle attualmente sul mercato sono **find.**, marchio ispirato allo streetstyle per uomo e donna, e **Iris & Lilly**, brand di lingerie, entrambi lanciati in Europa nel 2017. (riproduzione riservata) **Federica Camurati**



Un look di Truth & fable



Intelligenza artificiale, Apple soffia manager a Google

di *Simona Fonti (MF-DowJones)*

Apple ha messo alla guida del settore dell'intelligenza artificiale (IA) un top manager proveniente dalla rivale Google. La mossa si spiega con la necessità di far crescere un'area di importanza strategica, quale quella dell'intelligenza artificiale, nella quale secondo gli analisti Apple non sta tenendo il passo dei rivali. Così la società di Cupertino ha annunciato la nomina di John Giannandrea in qualità di primo vicepresidente senior del settore dell'intelligenza artificiale. Giannandrea, che in precedenza ricopriva un ruolo simile in Google, riporterà direttamente al ceo Tim Cook. La nomina è solo l'ultimo esempio dei tentativi messi a punto da Apple per promuovere maggiori iniziative nel campo dell'intelligenza artificiale, settore decisivo soprattutto sul fronte dei veicoli a guida autonoma e dei dispositivi con assistenza vocale. Uno fra i servizi di punta di Apple, ovvero Siri, sembra nettamente inferiore rispetto alle potenzialità del servizio vocale Alexa (Amazon) e della funzionalità di Google Voice. L'HomePod, lo speaker smart della Mela immesso sul mercato a febbraio, ha proprio messo in luce alcune di queste carenze. Apple è in ritardo anche nella pubblicazione di ricerche nel campo, cosa che rende più difficile assumere professori universitari e ricercatori attivi nel settore informatico. Apple era in cerca di un executive senior per il settore da circa un anno. Giannandrea lavorerà a stretto contatto con Ruslan Salakhutdinov, professore della Carnegie Mellon University entrato nella società nel 2016 come direttore della ricerca nel campo dell'intelligenza artificiale, e Carlos Guestrin, docente della University of Washington. Dal canto suo Google ha sostituito il top manager uscente con Jeff Dean, in società già dal 1999. (riproduzione riservata)



Oggi a San Giovanni a Teduccio

Industria 4.0, all'Academy i progetti delle aziende



Docente
Antonio
Pescapè

Dalla produzione energetica alle realtà virtuali collegate alla biomedica, dalla costruzione di modelli tridimensionali di molecole e proteine all'automotive: oggi saranno presentati i project work dei corsisti dell'Academy Digita nel polo universitario di San Giovanni a Teduccio. Il partner Deloitte presenterà progetti nel settore Industry 4.0 sia interni sia in collaborazione con aziende del calibro di Azimut, Amplifon, Msc, Nexi, Acs, Vodafone, Ducati, Enel, Bat, Octo Telematics e Ferragamo. Tra le aziende partner ci saranno le presentazioni dei progetti di Graded, Acca Software, Tower, Inail, Protom Group, Gematica, SmsEngineering, Open Fiber, Tecnomedical, Engineering Ingegneria Informatica. Antonio Pescapè, responsabile dell'Academy Digita, spiega: «Per i nostri giovani ci sarà anche l'occasione di vivere esperienze nelle aziende di Lombardia e Lazio. E le aziende coinvolte nei progetti hanno già annunciato l'intenzione di assumerli, come già avvenuto per quattro corsisti nei mesi scorsi. Sono certo che i project work Digita saranno un successo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Gli effetti sulla filiera. La musica diventa servizio, ma avremo mai nuovi Beatles?

Genere, durata e titoli delle hit: adesso la app comanda su tutto

Francesco Prisco

■ C'è stato un tempo in cui il music business era soprattutto artigianato: la chitarra di Elvis Presley davanti a un microfono della Sun Records e poco altro. Poi è diventato arte, qualcosa capace di tentare nuovi linguaggi (Beatles), addirittura poesia (Bob Dylan). A partire dagli anni Settanta il music business è stato industria, con il sistema delle major in crescita esponenziale tra partnership e acquisizioni, sempre più soldi in giro, discografici più potenti, artisti più ricchi. Quel modello entra in crisi alla fine degli anni Novanta, con la "prima rivoluzione digitale" della musica, con Napster, il file sharing degli mp3, la condivisione (illegale) sul web delle canzoni, quanto bastava per far cadere il castello di carte che la discografia aveva faticosamente costruito nei precedenti 50 anni. Altro che crisi: fu una specie d'apocalisse.

La quotazione di Spotify porta a compimento la "seconda rivoluzione digitale" della musica, quella dello streaming, della definitiva dematerializzazione del supporto, un cambiamento stavolta non subito ma più o meno "gestito" (certo, con qualche mal di pancia) da discografici ed editori, in primis da Universal, Sony e Warner, le ultime tre major rimaste sullo scacchiere globale. E la musica non è più artigianato, forse non sarà più arte e magari non avrà più i numeri dell'industria che produce beni (i vecchi Lp e cd) ma diventa servizio: è ovunque, non ce n'è mai stata così tanta in giro, ma nella maggior parte dei casi non "si acquista", al massimo se ne paga la fruizione. Che vi piaccia o meno le regole del gioco sono cambiate per tutti. Proviamo a vedere chi ha vinto e chi ha perso con le nuove regole.

Se ragioniamo di rapporti di forza, l'anello più importante della filiera oggi è rappresentato dalla distribuzione: le piattaforme di streaming, fenomeno dell'ultimo decennio, hanno conquistato il centro della scena. La svedese Spotify, Apple Music ma anche YouTube con il progetto Remix e Amazon con il servizio Music Unlimited adesso danno le carte. Si prendono persino la briga di inviare ai produttori mail con indi-

cazioni su durata e struttura delle canzoni, neanche avessero in tasca l'algoritmo del successo commerciale. Quanto ai titoli delle canzoni, non devono essere troppo lunghi per funzionare. E così dai tempi di *You can't always get what you want* siamo passati a quelli di *Hello* e *Perfect*. Secondo illustri analisti come Goldman Sachs, sarà merito delle piattaforme se nel 2030 conteremo 41 miliardi di dollari di ricavi per il music business, contro i 15,7 miliardi di valore della discografia e i 9,16 miliardi del diritto d'autore con cui facciamo i conti oggi. Ma per ora la creatura dello startupper svedese Daniel Ek continua a inanellare perdite record e, finanza permettendo, qualche dubbio sulla sostenibilità del business a lungo termine potrebbe venire.

Case discografiche e società di publishing hanno perso la centralità che avevano prima della grande crisi. Nello streaming individuano un'opportunità importante, soprattutto nelle formule premium, più remunerative per chi produce musica rispetto alla riproduzione gratuita con inserzioni pubblicitarie. Per capirci: YouTube paga meno di un dollaro ogni mille stream, mentre Spotify ne corrisponde sette. È il tema del *value gap*, la non troppo equa distribuzione dei ricavi da musica tra piattaforme e aventi diritto.

Tra gli aventi diritto troviamo ovviamente autori ed esecutori. La musica sono loro, eppure il lavoro che fanno, in quella particolarissima "grande distribuzione organizzata" che chiamiamo streaming, non sempre è ben remunerato. L'accesso al mercato sarà anche molto più democratico rispetto a 20 anni fa, quando registrare un demo tape poteva costare un milione di vecchie lire, ma il grande salto è un sogno e, nella remota ipotesi che ti riesca, rischi di svegliarti molto presto. Guadagna ancora bene chi il grande salto lo ha fatto prima della crisi e può contare su un repertorio solido dietro le spalle, ma i soldi li fa soprattutto con l'attività live. E dire che i Beatles diventarono i Beatles quando decisero di mollare i concerti e concentrarsi sulla composizione. Nell'epoca di Spotify, chi potrebbe permetterselo?

© RIPRODUZIONE RISERVATA



CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

Internet, raccolta febbraio a +7%. È cresciuta del 7% la raccolta pubblicitaria su Internet a febbraio di quest'anno secondo l'Osservatorio Fcp-Assointernet. «Il secondo mese dell'anno vede crescere nel suo complesso il fatturato delle concessionarie aderenti all'Osservatorio Fcp-Assointernet, giunto ad oltre 35 milioni di euro», ha detto il presidente dell'associazione Giorgio Galantis. «Febbraio registra infatti un sensibile incremento rispetto al 2017, +7%, e porta il dato progressivo a +2,6%. Il report mostra i fatturati sul mese di tutti i device in crescita. Particolarmente significativa la componente smartphone che registra un +20,3% di incremento sul mese e un dato progressivo al +21,5%, e la cui incidenza sul totale passa a febbraio dal 19,6% del 2017 al 22,1%».



Streaming tv, la portabilità in Europa c'è ma la Rai non ancora

DI MARCO A. CAPISANI

È possibile dal 1° aprile scorso vedere i propri abbonamenti tv a pagamento anche quando si è in viaggio o si vive temporaneamente in altri paesi dell'Unione europea, senza costi aggiuntivi. Peccato però che, al momento, la gran parte degli editori con canali gratuiti on air, come la Rai e molte altre emittenti pubbliche, non hanno ancora deciso se aderiranno o meno alle nuove regole sulla portabilità (che non sono tassative per loro). E dire che la cosiddetta televisione free è ancora molto seguita dalla stragrande maggioranza degli italiani, al di là della diffusione di Netflix, Sky o di offerte come Mediaset Premium. Tra parentesi, tra le destinazioni preferite degli italiani c'è Londra e la Gran Bretagna, ma dopo la decisione sulla Brexit il mercato d'oltre Manica sarà soggetto a verifiche particolari sulla temporaneità dei soggiorni perché il regolamento europeo 2017/1128 non varrà per i residenti britannici dopo il 29 marzo del 2019. Insomma, la libertà di vedere sul Vecchio continente un film (e altri contenuti online come musica e giochi), senza pagarlo due volte, è una nuova importante libertà per i cittadini Ue, evoluzione nell'ottica comunitaria della fine del roaming nelle tariffe di telefonia mobile. C'è comunque un ulteriore passo da compiere, che l'Unione europea non ha espressamente messo in cantiere finora, ed è quello di completare la libera circolazione dei contenuti permettendo a un cittadi-

no italiano residente nella Penisola di acquistare per esempio film del catalogo di Netflix Germania e non per forza da quello di Netflix Italia. Tutti perfezionamenti della decisione comunitaria che possono ancora essere presi in esame e adottati. Infatti, lo stesso regolamento dello scorso 14 giugno prevede che entro il 21 marzo 2021 ci sia una prima revisione, anche e soprattutto alla luce degli sviluppi tecnologici del mercato.

Uno dei primi perfezionamenti della normativa da valutare, peraltro, è una definizione più stringente di soggiorno temporaneo, unico contesto in cui è possibile fruire all'estero di contenuti online acquistati nel proprio paese di residenza. La nuova definizione è in grado di favorire tra l'altro i controlli che gli stessi editori o le piattaforme di distribuzione devono avviare per eliminare il dubbio di un soggiorno permanente. Al momento, i controlli sono possibili verificando coordinate bancarie o postali, l'utilizzo di server internet o ancora l'eventuale pagamento di altri canoni di emittenti pubbliche.

Da non dimenticare infine che, a parte non dover pagare un nuovo abbonamento quando si è momentaneamente all'estero, tra gli ulteriori vantaggi della nuova libertà del telespettatore c'è l'eventualità che editori e piattaforme permettano al loro pubblico di vedere programmi, serie tv ed eventi sportivi del catalogo del paese dove si trovano temporaneamente. Anticipando così, almeno un po', lo stesso legislatore europeo.



Nessuna nuvola sull'ipo di Dropbox

di **Francesco Bertolino**

All'ombra dell'anomalo sbarco a Wall Street di Spotify (*si veda altro articolo in pagina*), la quotazione – questa volta tradizionale – di un'altra Unicorn prosegue a gonfie vele. Ieri, in una nota, Dropbox ha annunciato la decisione degli iniziali sottoscrittori di esercitare l'opzione di acquisto su ulteriori 5,4 milioni di azioni della società al prezzo di 21 dollari fissato in sede di ipo. Un ottimo affare per le banche di investimento Goldman Sachs, JpMorgan e Deutsche Bank: il titolo della società di cloud storage è scambiato oggi sopra i 30 dollari, con una capitalizzazione di mercato pari a 11,5 miliardi. Dopo l'esercizio dell'opzione il numero di azioni vendute supera i 46 milioni e Dropbox comunica di aver incassato 776,7 milioni di dollari, da cui però devono ancora essere detratte le commissioni. Un'iniezione di capitale fresco necessaria ad affrontare la concorrenza di Microsoft, Amazon, Apple e Google.

L'azienda di Cupertino sta investendo molto nel cloud: è di ieri l'annuncio della costruzione, entro il 2019, di un nuovo cavo sottomarino nel Pacifico per migliorare ed espandere il suo servizio in Asia. Nel 2017 i ricavi di Dropbox sono saliti a 1,11 miliardi, con un incremento del 30% rispetto al 2016, e le perdite nette sono scese da 210 a 111 milioni. (riproduzione riservata)



Advertising. Il manager accusato di «uso improprio» dei fondi della società

Wpp mette sotto inchiesta il ceo Sorrell

IL PERSONAGGIO

È uno dei capitani d'industria più noti in Gran Bretagna e fra gli amministratori delegati meglio pagati al mondo: 50 milioni di sterline all'anno

Nicol Degli Innocenti

LONDRA

■ Martin Sorrell, chief executive di Wpp, la maggiore compagnia pubblicitaria al mondo, è stato messo sotto inchiesta dal gruppo da lui fondato per il sospetto di «comportamenti non corretti».

Le accuse, che Sorrell respinge categoricamente, riguardano l'uso improprio di fondi della società, ma Wpp non ha fornito dettagli. Il gruppo ha sottolineato però che le cifre contestate sono «irrilevanti». L'indagine è stata affidata dal consiglio di amministrazione a uno studio legale indipendente.

Sorrell è uno dei capitani d'industria più noti in Gran Bretagna e uno degli amministratori delegati meglio pagati al mondo, con una retribuzione annua intorno ai 50 milioni di sterline.

«Wpp sta indagando su un'accusa di irregolarità finanziaria contro di me, che riguarda l'utilizzo improprio di fondi della società, -ha dichiarato ieri il Ceo.- Uno studio legale sta indagando sulle accuse. Io respingo categoricamente le accuse ma concordo che il gruppo deve procedere con un'inchiesta. L'indagine verrà conclusa a breve e ovviamente io non avrò alcuna parte nella gestione dell'inchiesta in corso».

Il gruppo che Sorrell aveva fondato con un collega nel 1985 è diventato la più grande società di marketing e pubblicità al mondo, comprende agenzie come Young & Rubicam e J.Walter Thompson e

impiega 134mila dipendenti in oltre 100 Paesi.

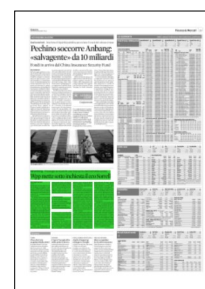
Negli ultimi anni, nonostante la continua crescita del gruppo, ci sono state tensioni tra il ceo e gli azionisti. A ogni assemblea annuale ci sono state domande sulla successione a Sorrell, che ha 73 anni, e critiche alla sua remunerazione da alcuni giudicata eccessiva. Nel 2015 aveva incassato oltre 70 milioni di sterline e una rivolta degli azionisti aveva portato il cda a ridurre drasticamente il suo stipendio e bonus.

Il ceo, il più longevo delle società del Ftse100, non ha mai voluto parlare di dimissioni o pensionamento e non ha scelto un successore. «Dovranno spararmi», ha risposto a un giornalista che gli chiedeva quando avrebbe lasciato il timone. Secondo alcuni analisti, se l'indagine dovesse confermare comportamenti illeciti il lungo regno dell'autocratico e brillante «King Martin» potrebbe però avviarsi verso la conclusione.

Il titolo Wpp, che già ha perso il 36% nell'ultimo anno, ieri è sceso del 2% alla Borsa di Londra, toccando i livelli minimi da quattro anni. Il mese scorso il gruppo aveva dichiarato che il 2017 era stato il peggiore dalla crisi del 2009.

Gli utili 2017 sono aumentati del 7,7% a 2,1 miliardi di sterline, ma Wpp ha detto che a causa delle prospettive incerte e della grande concorrenza nel settore nel 2018 il gruppo sarebbe stato costretto a tagli dei costi e del personale. Google e Facebook dominano ormai il mercato della pubblicità digitale e lavorano direttamente con gli inserzionisti, tagliando fuori le agenzie. La previsione di Wpp per l'anno in corso è di ricavi e vendite invariate.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La posta in gioco è il primato nella tecnologia 5G

SICUREZZA NAZIONALE

Preoccupa l'avanzata del colosso Huawei, diventato in poco tempo leader mondiale nelle infrastrutture della telefonia mobile di **Andrea Biondi**

La fabbrica del mondo che diventa fucina di innovazione. È in questa trasformazione della Cina che si annida il senso di quei timori, strategici, attorno ai quali si sta combattendo questa battaglia con gli Usa a colpi di dazi commerciali. Un corpo a corpo in cui c'è un numero che suscita molta attenzione: 10 per cento. Uno su dieci fra i brevetti essenziali per la costruzione delle reti 5G è in mani cinesi, e in particolare di Huawei.

È innegabile che questo colosso delle tlc faccia paura dalle parti di Washington. La facevagià nel 2012 quando un report della commissione Intelligence del Congresso Usa chiedeva alle aziende di telecomunicazioni americane di non utilizzare le apparecchiature fornite dalla società e da Zte, considerate non libere da influenze statali e quindi minaccia per la sicurezza nazionale. Insomma, cavalli di Troia del governo cinese per raccogliere illegalmente dati o anche intervenire con manomissione delle reti di telecomunicazione in caso di scontro. Quello che è diventato un colosso da 92,5 miliardi di dollari di ricavi nel 2017 (+15,7% sul 2016) con utile netto a 7,3 miliardi di dollari (+28,1%) fa ancora più paura oggi, alla luce di quella percentuale di "proprietà intellettuale" del 5G e soprattutto nel quadro più ampio del piano "Made in China 2025".

Le ambizioni mondiali della

Cina passano da qui, da questo piano con cui Pechino mira a raggiungere in 7 anni il 70% dell'autosufficienza in settori strategici fra cui robotica, aerospazio, tlc, intelligenza artificiale. Il tutto condito da una serie di acquisizioni strategiche. Non è un caso che l'amministrazione Usa sia scesa pesantemente in campo per bloccare il takeover di Broadcom su Qualcomm nel settore dei semiconduttori, che fanno "girare" l'industria mondiale della telefonia mobile. Il tutto mettendo il veto a una proposta monstre di 105 miliardi di dollari salita poi, dopo un primo rifiuto, a 120. Lo spostamento annunciato della sede di Broadcom da Singapore agli Usa non ha rassicurato il Comitato per gli investimenti esteri degli Usa (Cfius) e alla fine Broadcom è stata costretta a rinunciare con il Cfius che ha puntato l'indice contro «Huawei e altre compagnie di telecomunicazioni cinesi» segnalando come «un passaggio al predominio cinese nel 5G porrebbe conseguenze negative per la sicurezza degli Usa».

Alla luce di tutto questo diventa chiaro come le reti di prossima generazione rappresentino inevitabilmente il pallino della sfida fra Cina e Usa. Gli operatori mobili Usa - AT&T, Sprint, T-Mobile e Verizon - lanceranno le prime commercializzazioni del 5G al massimo al 2020, per questa tecnologia che dovrebbe consentire una velocità di 20 Gigabit al secondo in download su rete mobile e tempi di latenza nell'ordine dei millisecondi. Dalla chirurgia a distanza all'Internet delle cose (IoT) con i suoi oggetti connessi, all'energia, all'automotive, gli am-

biti di utilizzo sono molteplici. Con le reti 5G il collegamento fra persone diventerà secondario rispetto a quello fra macchine. Il che significa dati e informazioni che su quelle reti dovranno transitare.

Negli Usa questa equazione non ha faticato a far suonare campanelli di allarme per l'avanzata cinese capeggiata a livello mondiale proprio da Huawei. Il colosso con sede a Shenzhen impegna oltre 500 ingegneri e 11 Centri R&D nel mondo sulla ricerca 5G. In Usa Huawei è presente con un centro ricerca, in Silicon Valley, e in Nord America altri due centri sono in Canada: a Toronto e Ottawa. Però sul mercato delle reti Huawei negli States non riesce a entrare. E nel consumer quello che è il terzo player al mondo, dopo Samsung e Apple, ha dovuto far fronte al doppio smacco di AT&T e della catena Best Buy, che hanno fatto retromarcia sulla vendita dei device Huawei.

Fatto sta che il player cinese - che sulle reti ha scalzato Ericsson dal primo posto nel ranking mondiale e che dal segmento "carrier" trae la metà (49,4%) del fatturato - ha iniziato a fare sperimentazioni sul 5G nel 2009. Entro il 2018 si prevedono investimenti per 600 milioni di dollari in ricerca e innovazione, sempre sul 5G. Tutti elementi che non sfuggono all'attenzione di Washington tanto che si è fatta strada nei mesi scorsi l'ipotesi di una rete 5G "di Stato" ventilata dal National Security Council. Un'idea che ha suscitato critiche, ma anche endorsement. Fra questi c'è chi ha malignamente ricordato che a fondare Huawei nel 1987 è stato Ren Zhengfei, un ex ingegnere dell'esercito cinese.

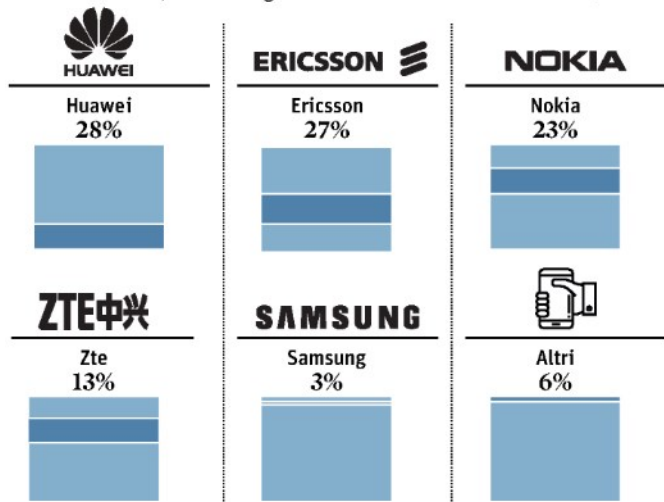
© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'ascesa della Cina

LA POSTA IN GIOCO

Telefonia mobile, il mercato globale delle infrastrutture. **Dati 2017 in %**



Fonte: IHS Markit

I NUMERI

10%

92,5 mld\$

Il fatturato di Huawei

I ricavi 2017 hanno segnato un incremento del 15,7% sul 2016

I brevetti cinesi per le reti 5G

Un brevetto su dieci proviene da aziende cinesi

Oggi cda della Cassa sull'ingresso in Telecom «a tutela degli interessi di sistema»

Cdp «sfida» Vivendi: lo Stato tra i soci Tim

La quota può arrivare al 5% - Faro sul fondo Elliott

■ Si profila una svolta clamorosa nel dossier Telecom: nella contesa fra il fondo Elliott e i francesi di Vivendi spunta la Cassa depositi e prestiti. La Cdp, infatti, riunirà il consiglio per pronunciarsi sul-

la proposta di entrare in campo per Tim per «tutelare gli interessi di sistema», che potrebbe significare rilevare una quota. La proposta risulta verificata con gli azionisti, in particolare le Fondazio-

ni, e con il mondo dei partiti, sia con il Governo uscente sia con le principali forze politiche. L'ipotesi è l'ingresso con una quota fra il 2 e il 5 per cento.

Antonella Olivieri > pagina 25

Tlc. Ipotesi di quota fra il 2 e il 5%: favorevoli azionisti, Governo uscente e forze politiche

Cdp pronta all'ingresso nel capitale di Telecom

Il dossier oggi al cda «per tutelare gli interessi di sistema»

IL BRACCIO DI FERRO

Consob non interviene nella sfida Elliott-Vivendi: contesa di «natura civilistica» Tim precisa: «L'assemblea del 4 maggio resta convocata»

Antonella Olivieri

■ Cdp batte un colpo su Telecom. Oggi si riunirà il consiglio per pronunciarsi sulla proposta di entrare in campo per «tutelare gli interessi di sistema», che potrebbe significare rilevare una quota (dal 2% al 5%). La proposta, secondo l'Ansa, è verificata con gli azionisti, in particolare le Fondazioni, e con il mondo dei partiti, sia con il Governo uscente sia con le principali forze politiche.

Ennesimo colpo di scena in una partita che si stava ingarbugliando nella sfida tra Vivendi e il fondo Elliott, mentre Consob ritiene che il contenzioso che ne potrà scaturire sia di «natura civilistica» e vada quindi risolto davanti a un giudice. Elliott punta sul ribaltone già il 24 aprile per rimpastare il board e mantenerlo in vita, Vivendi stagiando tutte le sue carte sul 4 mag-

gio per cambiare squadra, schierando l'ad Amos Genish come primo della lista e ricandidando alla presidenza il suo ceo, Arnaud de Puyfontaine, senza però deleghe esecutive. Ma ancora non si sa che cosa si andrà votare il 24 aprile, né se il consiglio in carica sopravviverà o oppure se verrà rinnovato il 4 maggio. Lunedì si riunirà il consiglio Tim che valuterà se contestare la decisione dei sindacati di rimettere al voto la revoca di sei consiglieri in quota Vivendi e la nomina di altrettanti candidati indipendenti. Telecom ha precisato che il collegio sindacale non è intervenuto sull'assemblea del 4 maggio, che quindi è regolarmente convocata, ricordando che la scadenza per depositare le liste resta il 9 aprile.

Le incognite

Anzitutto sarà da verificare se il board Telecom, e a ruota Vivendi, deciderà di rivolgersi al giudice e se il Tribunale accoglierà il ricorso. I sindacati hanno comunque messo le mani avanti: non spetta a loro stabilire la durata del cda. Elliott sostiene che le potenzialità di Telecom siano mortificate dal controllo di Vivendi e propone

quindi di riequilibrare l'indipendenza del cda con le nomine ad aprile. All'interno del board rimescolato potrebbe emergere una nuova «maggioranza» di indipendenti che potrebbe revocare l'assemblea di maggio. Ma Vivendi potrebbe sempre richiedere di convocare i soci per rinnovare il consiglio con il voto di lista.

Il gruppo che fa capo a Vincent Bolloré si fuscò dell'ad che, in due interviste uscite ieri (Les Echos e La Stampa) ha sottolineato che Vivendi, al contrario di Elliott, ha una visione di lungo termine ed è un partner industriale, focalizzato su una strategia di convergenza tlc-media. Genish sostiene che Elliott «non potrà impedire» l'assemblea del 4 maggio, dove si confronterà «pro-



getto contro progetto». E ha ammesso che «un board diviso non funziona» e non è nell'interesse di nessuno. Ha inoltre auspicato che Vivendi continui a esprimere dieci consiglieri e che Elliott e i fondi si dividano i restanti cinque posti, sottolineando che il suo piano ha bisogno di un «consenso chiaro», altrimenti lui non avrebbe «molta scelta». Se non lasciare, pare di capire.

Le minoranze

Il comitato dei gestori non commenta, ma - secondo quanto riferisce l'Ansa - Assogestioni presenterebbe una sua lista autonoma per il cda, che di fatto dividerebbe i fondi. Asati, l'associazione dei piccoli azionisti, si concentra invece sull'assemblea di aprile: appoggerà la revoca per dimostrare che «Telecom è del mercato e non una colonia» e confermerà Genish con l'auspicio che facciagli interessi di tutti.

Il compromesso

Una via d'uscita al braccio di ferro che rischia di paralizzare Telecom è contenuta tra le righe di una nota del legale di Elliott inviata ai sindaci. Con le dimissioni di otto consiglieri e la nomina di sei nuovi, resterebbero vacanti due posizioni, «con piena facoltà di procedere alla cooptazione per ricomporre a 15 il numero». Il legale di Elliott non lo dice, ma poiché i fondi non potrebbero votare altri nomi se non quelli già proposti, solo Vivendi avrebbe i numeri per nominarli in assemblea. In questo modo circa un terzo del cda sarebbe espresso dall'azionista maggioritario, mentre gli indipendenti sarebbero tutti scelti dal mercato. Il compromesso non pare però dietro l'angolo e la discesa in campo di Cdp rimischierebbe di nuovo le carte.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Telecom

Andamento del titolo a Milano

