

Rassegna del 06/02/2019

Sole 24 Ore	15 Giglio punta su Cina e sull'e-commerce	<i>de Forcade Raoul</i>	1
Stampa	17 Giglio più forte in Cina Al via dodici accordi con brand made in Italy	<i>Riccio Sandra</i>	2
MF Fashion	2 Giglio group, focus sull'e-commerce 4.0	<i>Campana Elisabetta</i>	3
Italia Oggi	17 Tv, Giglio vuole ritirarsi dal canale 68 del dt	<i>Capisani Marco A.</i>	4
Giorno	25 Tessile, la fiera vende online	<i>Firenzani Cosimo</i>	5
Sole 24 Ore	11 Panorama - Pagamenti Nexi-Sia, prove di fusione: trattativa fra Cdp e fondi L'obiettivo finale resta la Borsa - Nexi-Sia, prove di fusione Trattativa fra Cdp e fondi	<i>Festa Carlo</i>	7
Mf	7 L'ipo Nexi accelera: filing in Consob entro il 15 marzo	<i>Montanari Andrea</i>	8
Sole 24 Ore	10 Connex, accordo digitale tra le imprese e Google - Connex, accordo imprese-Google per il digitale	<i>Picchio Nicoletta</i>	9
Italia Oggi	11 Amazon, più di 10 miliardi di dollari di utili - Un anno di record per Amazon	<i>Scarane Simonetta</i>	11
Mf	7 Controsorpasso su Microsoft, Apple torna prima al mondo - Google paga per costi e margini	<i>Brustia Carlo</i>	13
Repubblica	24 Apple, accordo con il Fisco francese	<i>Ginori Anais</i>	15
Corriere della Sera	26 Smart economy - L'insostenibile leggerezza dei monopoli	<i>Sideri Massimo</i>	16
Sole 24 Ore	19 La web tax rischia di cadere sulla doppia imposizione	<i>Gallucci Giovanni - Pennesi Maricla</i>	17
Sole 24 Ore	19 Mancano le definizioni per circoscrivere il campo dei ricavi tassabili	<i>...</i>	19
Foglio	3 Europa conviene - Navigare in Internet è facile e il merito è tutto dell'Europa	<i>Carotti Bruno - Chiti Edoardo</i>	20
Mf	12 I big strizzano l'occhio alle criptovalute	<i>Tortorella Andrea</i>	22
Mf	7 Facebook compie 15 anni tra utili record e scandali	<i>...</i>	23
Corriere della Sera	7 Guida allo Spid, l'identità digitale per il reddito di cittadinanza - Spid, l'identità digitale per ottenere iassegno Tutti i passi da seguire	<i>Pennisi Martina</i>	24
Corriere della Sera	26 La scommessa della Formazione 4.0 Più fondi agli istituti tecnici superiori	<i>Del Barba Massimiliano</i>	25
Stampa	18 5G, Merkel a Huawei "Niente spionaggio rispettate la sicurezza" - "Niente spionaggio, rispettate la sicurezza" Le condizioni di Merkel a Huawei sul 5G	<i>Rauhe Walter</i>	26
Repubblica	23 Telecom e Open Fiber scoprono che la rete unica conviene ad entrambe	<i>Bennewitz Sara</i>	28
Sole 24 Ore	15 Tim-Open Fiber, alla prova lo scorporo al contrario	<i>Olivieri Antonella</i>	29
Italia Oggi	26 Tim, Luciano Sale capo risorse umane	<i>...</i>	31
Sole 24 Ore	3 Savona alla Consob Primi dossier: Tim e banche - Savona alla Consob, Tim e conti bancari i primi dossier	<i>Serafini Laura</i>	32
ESTERA			
Expansión	2 La Llave - Google aumenta la spesa e riduce il proprio margine	<i>...</i>	34

Giglio punta su Cina e sull'e-commerce

MEDIA

Il target: un'incidenza del mercato cinese pari a circa il 30% del fatturato

Raoul de Forcade

Giglio group vira decisamente verso l'e-commerce 4.0, allontanandosi dai media tradizionali, come la Tv, e puntando in particolare sullo sviluppo in Cina, con l'obiettivo, ha spiegato il patron genovese dell'azienda, Alessandro Giglio, «di arrivare a un'incidenza del mercato cinese pari a circa il 30% del fatturato complessivo del gruppo in cinque anni». Il percorso dell'azienda, presentato ieri a Milano, passa attraverso il rafforzamento della piattaforma Ibox, che mira a diventare il punto di riferimento per il business online di grandi marchi del lifestyle made in Italy, nel settore della moda, del design e del beauty. Le divisioni Ibox Digital e Ibox Distribution, ha spiegato Giglio, «oggi possono vantare 12 nuovi accordi già siglati e 34 in fase finale di negoziazione che si aggiungono ai 70 brand già in portafoglio». Anche se i nomi non sono ancora ufficiali, tra i nuovi brand ci sarebbero anche Trussardi, Moreschi, Tonino Lamborghini, Pininfarina, Piquadro, North Sails e Stefano Ricci. La strategia dell'azienda si concentra, in particolare, sui nuovi modelli di acquisto dei *millennials*, attraverso social, video web, multi-brand store. E se in Cina l'e-commerce 4.0 dell'azienda proseguirà anche su Tv, che lì si integra perfettamente con il commercio elettronico, sul fronte occidentale, ha chiarito Giglio, «le Tv tradizionali non ci interessano più tanto quanto, invece, ci preme la distribuzione di contenuti sulle piattaforme digitali. In Italia, a dicembre, abbiamo già venduto il canale 65 del digitale terrestre. Per quanto attiene al canale 68 e all'internazionale Nautical Channel stiamo valutando o una vendita degli asset o un ragionamento con dei player internazionali, con i quali magari fare una partnership, che affidi a loro lo sviluppo della Tv, mentre noi ci concentriamo al 100% sull'espansione dell'e-commerce».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Giglio più forte in Cina Al via dodici accordi con brand made in Italy

SANDRA RICCIO
MILANO

Avvicinare il mercato cinese, e in particolare la platea dei Millennials, ai brand del Made in Italy. Giglio Group, società fondata nel 2003 dall'imprenditore genovese Alessandro Giglio (foto) come media company per la promozione tv dei marchi italiani in tutto il mondo, adesso volta pagina. Il gruppo, che da tre anni è quotato a Piazza Affari, punterà sull'e-commerce più avanzato (4.0) con focus sulla Cina. L'area media (conta su 100 milioni di spettatori settimanali nel Paese asiatico) servirà a spingere l'attività di vendita dei brand che sceglieranno Giglio come partner per lo sviluppo delle proprie attività di vendita. «L'obiettivo è arrivare a un'incidenza del mercato cinese a circa il 30% del fatturato complessivo del gruppo entro i prossimi cinque anni con oltre 100 brand dai 50 attuali e un notevole aumento dei volumi transati», ha detto ieri Giglio, durante la presentazione a Milano delle linee strategiche del piano industriale del gruppo in programma l'11 marzo. Giglio ha appena siglato 12 nuovi accordi con alcuni brand italiani della moda, mentre 34 sono quelli in fase finale di negoziazione



Strategie

Giglio group, focus sull'e-commerce 4.0

La realtà digital guidata da Alessandro Giglio ha perfezionato il proprio modello di business verso l'omnicanalità. Il mercato cinese dovrebbe rappresentare il 30% del fatturato in cinque anni. **Elisabetta Campana**

«**F**esteggiamo l'inizio del nuovo anno cinese, quello del Maiale, che tra l'altro è associato all'oro ed è quindi ancor più di buon auspicio. Annunciamo, infatti, una nuova partenza di **Giglio group**: abbiamo chiuso il cerchio perfezionando il nostro modello di business all'insegna dell'effettiva multicanalità, che è un unicum a livello mondiale», ha spiegato **Alessandro Giglio** presidente di Giglio group ieri a Milano, «L'e-commerce 4.0, a filiera completa, è il futuro: un brand che si affida a noi può essere collegato alle maggiori piattaforme di vendita online, in modo strategico rispetto ai propri obiettivi di target e vendita. Crediamo molto nello sviluppo del mercato cinese, dove da tempo stiamo investendo, che da solo produce circa l'83% di tutto l'e-commerce». Attualmente il gruppo, quotato dal marzo 2018 sul mercato Mta-Star di Borsa Italiana propone, attraverso le 2 divisioni IBox digital e IBox distribution, servizi tailor made B2B e B2C nel settore fashion e del lusso, con particolare attenzione al made in Italy, lavorando con oltre 70 brand partner. «Adesso siamo pronti a supportare ciascun brand con un servizio su misura e integrale a livello di distribuzione online, grazie a un'offerta a filiera completa che parte dal sito e-commerce del marchio per passare dalla distribuzione on season, agli e-tailer e ai marketplace internazionali e arrivare alla

gestione dello stock online. Tutto ciò ci permette di offrire un sell through del 100%, grazie anche all'expertise in termini di strategia e pianificazione», ha raccontato il managing director digital & strategy **Alessandro Santamaria**, precisando che Giglio group conta 280 milioni di pagine viste e 45 milioni di sessioni web annue. «Di recente abbiamo iniziato a collaborare con **The Blonde salad**, **Tosca Blu** e con gli orologi **Bomberg** e abbiamo 37 progetti in fase di definizione tra cui quelli al via con **Stefano Ricci**, **Trussardi**, **Tonino Lamborghini**, **North Sails**, **Piquadro**, **Moreschi** e **Pininfarina Segno**», ha aggiunto Santamaria. «I nostri obiettivi a cinque anni prevedono un'espansione per quanto riguarda sia gli accordi con nuovi brand, che dovrebbero arrivare a circa 50, sia il numero dei marketplace. L'incidenza del mercato cinese sul fatturato del gruppo dovrebbe passare dal 4% di oggi al 30%», ha detto il managing director **Massimo Mancini**, ricordando che nei 9 mesi chiusi al 30 settembre 2018 i ricavi di Giglio group sono stati di 35,5 milioni di euro, con volumi del venduto pari a 53 milioni. Il bilancio 2018 sarà presentato l'11 marzo. (riproduzione riservata)



Alessandro Giglio



Tv, Giglio vuole ritirarsi dal canale 68 del dtt

DI MARCO A. CAPISANI

Giglio group pronto a vendere o dare in gestione la numerazione 68 sul digitale terrestre, che al momento è occupata dal suo canale Ibox, dedicato alla vendita di prodotti attraverso la tv (il cosiddetto t-commerce). La posizione lcn «potrebbe essere venduta o, nei miei desideri, finire in una joint venture con un partner internazionale a cui affidare la gestione», ha dichiarato ieri Alessandro Giglio, presidente dell'omonimo gruppo specializzato in e-commerce (soprattutto in Cina) e quotato sul segmento Star di Borsa Italiana. Su cessione o joint venture si sta ragionando, nella società milanese, anche per il canale tv internazionale (non disponibile in Italia) Nautica channel, finora dedicato al binomio sport&mare. Ma il futuro si fa interessante in particolar modo per il canale 68 che, nella numerazione del dtt, fa parte di un blocco di canali musicali.

Al numero 67 c'è Vh1 (gruppo Viacom) e al 69 Radio DeeJay (gruppo Gedi-Repubblica). Di conseguenza, se Giglio vuole trovare un partner, avrà più possibilità di scovarlo tra gli editori interessati al mondo musicale. Anche se stranieri.

La decisione di ritirarsi dalle attività media rientra nel nuovo piano industriale, che verrà presentato il prossimo 11 marzo assieme ai conti 2018. In realtà, Giglio non ritiene più strategiche, quindi da valorizzare, solamente le attività media tradizionali, quelle che vivono di pubblicità e non possono supportare un modello e-commerce. Invece «una parte delle nostre attività media può essere integrata nelle attività e-commerce», ha precisato il presidente presentando le linee strategiche, ieri a Milano, nel primo giorno del nuovo anno cinese, dedicato al maiale. Il focus aziendale si concentra così sull'e-commerce 4.0 e, già oggi, il gruppo offre a circa 70 marchi servizi che spaziano dalla creazione di piattaforme e-commerce al collegamento con i marketplace, passando per la gestione online degli stock. Ieri Giglio ha annunciato 12 nuovi accordi mentre altri 34 sono in via di finalizzazione.

—© Riproduzione riservata—



Tessile, la fiera vende online

Al via Milano Unica. E crescono le esportazioni verso Cina e Hong Kong

ERCOLE BOTTO POALA

**Non esiste un piano B per l'ambiente
Le imprese della filiera stanno investendo nella sostenibilità**

Cosimo Firenzani

■ MILANO

MILANO UNICA si lancia nell'e-commerce. La fiera del tessile, iniziata ieri a Fieramilano di Rho e in programma fino a mercoledì 7 febbraio, avrà la sua piattaforma di vendite online seguendo l'esempio di Pitti con *e-pitti.com*. Gli organizzatori hanno collaborato proprio con la rassegna fiorentina: «Abbiamo fatto quest'iniziativa insieme – spiega Ercole Botto Poala, presidente di Milano Unica –. Potrebbe sembrare strano perché parliamo di due enti fieristici che potrebbero farsi concorrenza, ma che invece non se la fanno perché sono parte di un unico sistema». Del resto, è emerso proprio dai dati di *e-pitti.com* che il 23% dei visitatori del sito non è mai stato alla fiera fiorentina ma è

interessato ai prodotti presentati. «Noi siamo partiti otto anni fa con questa iniziativa – spiega Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine – per prolungare l'esperienza delle manifestazioni. A volte per i buyer è difficile visitare tutto, oppure ci sono quelli che non possono venire tutti gli anni, oppure che sono in zone del mondo che con difficoltà verranno alla rassegna».

INTANTO le 142 aziende lombarde sui 467 espositori totali (tra i quali 80 sono stranieri) presenteranno in questa ventottesima edizione di Milano Unica le proposte tessili e accessori per la stagione primavera-estate 2020. Le province più rappresentate sono quelle delle storiche culle del tessile lombarde con le 28 aziende di Bergamo, le 41 di Como, le 26 di Milano e le 29 di Varese. Secondo le stime elaborate dal Centro studi di Confindustria moda, la tessitura made in Italy (che comprende i comparti: laniero, cotoniero, liniero, serico e a maglia), dovrebbe archiviare il 2018 con fatturato complessivo di 7,86 miliardi di euro, con un leggerissimo calo dello

0,3%, imputabile al rallentamento della produzione registrati nel secondo semestre dell'anno.

LA CINA (+3%), assieme a Hong Kong (+6,1%), si conferma il primo mercato di sbocco per i tessuti lombardi, nei primi dieci mesi del 2018, nonostante il rallentamento dell'economia del principale mercato asiatico. Positive le esportazioni verso Giappone (+8,6%), Bulgaria (+7,2%), Polonia (+4,9%), Turchia (+3,1%) e Francia (+0,2%), mentre risultano in calo Usa (-12,6%), Spagna (-9,8%), Regno Unito (-7,5%), Romania (-5,3%) e Germania (-2,1%). Nel periodo gennaio-ottobre 2018 le esportazioni di tessuti lanieri sono risultate in crescita (+4,4% i pettinati a quota 738,4 milioni di euro, +2,9% i cardati per un totale di 392,5 milioni di euro) assieme ai tessuti linieri (+8,6%). Di contro, tutte le altre tipologie di tessuti accusano una flessione delle vendite estere. I tessuti a maglia, abbandonando il sentiero positivo intrapreso nel 2017, arretrano del -3,2%. Le vendite estere dei tessuti di cotone calano del -3,8%. I tessuti in pura seta contengono invece la flessione al -0,6%.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

142

LE AZIENDE LOMBARDE

Sono quelle presenti a Milano Unica
Vengono soprattutto da Bergamo, Como Varese e Milano

7,86

MILIARDI

Il fatturato totale registrato dal tessile made in Italy nel 2018 in flessione dello 0,3% rispetto al 2017

Un filo diretto con il mercato giapponese

Per la decima volta è presente a Milano Unica l'Osservatorio Giappone organizzato in collaborazione con l'associazione Jfw & Jetro e dedicato alle proposte più innovative del mercato orientale
Nel 2018 l'export verso il Giappone per l'industria tessile italiana è cresciuto dell'8,6%





DECISO Ercole Botto Poala
presidente di Milano Unica
la rassegna dedicata al tessile

**10
miliardi**

Una fusione tra Nexi e Sia potrebbe dare vita a una realtà da oltre 10 miliardi di euro in grado di competere con i big internazionali del settore dei pagamenti digitali

Pagamenti
Nexi-Sia, prove di fusione: trattativa fra Cdp e fondi
L'obiettivo finale resta la Borsa

Carlo Festa

— a pagina 11

PANORAMA**PAGAMENTI**

Nexi-Sia, prove di fusione Trattativa fra Cdp e fondi

Cdp e i fondi di private equity azionisti riprendono in mano il dossier della fusione tra Nexi e Sia per creare un campione nazionale ed europeo del settore.

Secondo indiscrezioni, infatti negli ultimi giorni le discussioni e le trattative avrebbero avuto un'accelerazione con l'assegnazione di incarichi per studiare il matrimonio: in particolare, gli azionisti di Nexi avrebbero affidato secondo i rumors un incarico a Merrill Lynch, mentre quelli di Sia si sarebbero rivolti a Jp Morgan.

Nexi è il leader dei pagamenti nato dall'Istituto Centrale delle Banche Popolari (Icbpi) e da CartaSì e posseduto da un consorzio di private equity: Bain Capital, Advent e Clessidra. Ha un valore che, secondo le ultime stime, potrebbe essere compreso tra 7 miliardi e 7,5 miliardi. Ha appena avviato un piano di quotazione in Borsa stand alone, strada maestra per il futuro. Il piano però potrebbe essere modificato nel caso di fusione con Sia.

Al contrario, quest'ultima è tra i leader nella progettazione, realizzazione e gestione di infrastrutture per le istituzioni finanziarie, banche, imprese e pubbliche amministrazioni, nelle aree dei pagamenti e della monetica. Potrebbe avere una valorizzazione superiore ai 3 miliardi di euro.

La compagine azionaria di Sia è oggi diversificata, ma vede proprio Cdp con la quota più «pesante». Tra gli azionisti c'è il veicolo Fsia Investimenti, che a propria volta è posseduto da Fsi Investimenti (che fa capo a Cdp Equity) al 70% e Poste Italiane al 30%. Fsia Investimenti ha il 49,48% seguito da F2i con il 17,05%, dal fondo Hat Orizzonte (8,64%) e dal gruppo di banche storicamente presenti nella compagine: BancoBpm (4,82%), Intesa Sanpaolo (4,05%), Unicredit (3,97%), Mediolanum (2,85%), Deutsche Bank (2,58%).

Dalla fusione tra Sia e Nexi potrebbe dunque nascere una realtà con una valorizzazione superiore ai 10 miliardi di euro, che potrebbe in questo modo competere con altri gruppi europei creati negli ultimi anni da processi di concentrazione nel settore dei pagamenti digitali.

C'è da dire che le trattative si sono intensificate proprio in coincidenza con l'inizio del processo di quotazione di Nexi. La scorsa settimana è partita ufficialmente la macchina organizzativa per la quotazione. Sono infatti state scelte le banche del consorzio: Banca Imi, Bofa Merrill Lynch, Credit Suisse, Mediobanca e Goldman Sachs. L'operazione di sbarco a Piazza Affari, prevista in aprile, sarebbe la maggiore del 2019, oltre che degli ultimi anni.

Ma il condizionale è d'obbligo. L'ipotesi di fusione con Sia diventa una variabile importante. Lo schema sarebbe allo studio. Il possibile matrimonio dovrà tenere conto della volontà di Cdp di mantenere un ruolo di riferimento nella nuova realtà. Quindi il piano dovrà per forza passare da un primo passaggio: in un merger i private equity andranno al controllo. Ma in una seconda fase, sarebbe prevista la quotazione in Borsa della nuova realtà, con Cdp azionista di riferimento e i fondi di private equity pronti a ridurre il loro peso azionario a favore del mercato.

— **Carlo Festa**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LE TAPPE

Conferiti i mandati a JP Morgan e Bofa-Merrill Lynch per studiare l'unione. La nuova realtà verrebbe quotata e la Cassa sarebbe socio di riferimento



I fondi puntano alla borsa. Ma sul mercato si ritiene valida l'opzione di m&a con Sia, che approverà il piano il 14 febbraio

L'ipo Nexi accelera: filing in Consob entro il 15 marzo

DI ANDREA MONTANARI

Per Nexi e per i suoi azionisti la strada maestra resta quella che porta a Piazza Affari. Per questa ragione il management guidato da Paolo Bertoluzzo e le banche coinvolte nel processo (i global coordinator Banca Imi, Credit Suisse, Mediobanca, Goldman Sachs e BofA Merrill Lynch, oltre ai joint bookrunner Barclays, Citi e Hsbc), intende accelerare il processo. L'obiettivo, secondo indiscrezioni, è quello di presentare il filing per la quotazione in Consob entro il 15 marzo. Il tutto per debuttare a Piazza Affari in primavera e, comunque, entro la scadenza politica delle elezioni Europee, previste per fine maggio. E prima che si chiarisca definitivamente la questione relativa alla Brexit. Il vero tema sul tavolo dei soci, i fondi Advent, Bain e Clessidra, dei vertici di Nexi e delle banche coinvolte, è però quello della valutazione di un gruppo che, in seguito all'ingresso nel capitale degli operatori di private equity, ha un debito di 2,5-2,6 miliardi. E siccome, il desiderata dei soci forti è quella di arrivare a un enterprise value di 7 miliardi, sul mercato si fanno riflessioni proprio in tal senso visto che il mol del gruppo è di 500 milioni. E seppure il settore dei sistemi di pagamento digitali a livello internazionale sia in fermento - l'olandese Adyen, quotata lo scorso 12 giugno a 240 euro oggi viaggia a 655 euro -, è altrettanto vero che non è detto che Nexi possa arrivare a valere così tan-

to. Per questa ragione nelle sale operative c'è chi sostiene che, alla fine, la soluzione migliore sia quella che porta all'integrazione con Sia. Anche perché pare che qualche banca coinvolta nell'operazione stia già ragionando in questo senso, nonostante il mandato sia stato dato per definire l'ipo.

Il gruppo guidato dall'ad Nicola Cordone, però, per ora viaggia in totale autonomia. Al punto che, secondo quanto si apprende, il prossimo 14 febbraio, si terrà il consiglio d'amministrazione che approverà l'aggiornamento del piano industriale al 2021. E, dalle prime indiscrezioni che circolano tra gli operatori del settore, pare che le direttrici di sviluppo siano quelle della crescita organica, dello sviluppo internazionale (oggi incide per il 33% del fatturato) e dello sviluppo di nuove tecnologie. Una posizione in qualche modo condivisa anche dall'azionista di riferimento di Sia, ovrerosia Cdp, che prima di valutare qualsiasi scenario strategico sulla partecipata attende l'approvazione del business plan.

Così, se l'integrazione «make sense», come sostengono alcuni banchieri d'affari, al momento le due aziende paiono procedere su due binari differenti. Chi segue con particolare attenzione il dossier Nexi è Unicredit, che secondo indiscrezioni ha un'esposizione di 3,2 miliardi in termini di credit factoring nei confronti della società di pagamenti digitali. Mentre all'orizzonte su Sia iniziano a volteggiare alcuni fondi d'investimento internazionali. (riproduzione riservata)



Paolo Bertoluzzo



CONFINDUSTRIA**Connex, accordo digitale tra le imprese e Google**

Domani il via a Milano di Connex, la due giorni evento di Confindustria per connettere le imprese in un marketplace globale. A margine della due giorni di lavori sarà firmato un accordo con Google per supportare le imprese nella transizione al digitale. — a pagina 10

Connex, accordo imprese-Google per il digitale

EVENTI

Al via domani a Milano l'evento di partenariato industriale di Confindustria

L'obiettivo è quello di facilitare la costruzione di reti e alleanze

Nicoletta Picchio

ROMA

Quattro grandi temi: la persona al centro del progresso; la fabbrica intelligente; il territorio e lo sviluppo sostenibile; le aree metropolitane. Più un focus sul made in Italy nel mondo. Da domani prenderà il via Connex, il primo grande evento nazionale di Confindustria per connettere le imprese, immaginando il futuro dell'Italia, seconda manifattura in Europa. L'appuntamento milanese, che si terrà il 7 e l'8 al Mi-Co, Milano Congressi, è la tappa di un percorso partito l'anno scorso con i road show sul territorio, e che proseguirà con il market place, la piazza virtuale che si è già avviata e continuerà ad esistere anche in futuro.

Vincenzo Boccia, presidente di Confindustria, inaugurerà l'evento domani mattina, insieme al presidente di Assolombarda, Carlo Bonomi, Attilio Fontana, presidente della Regione Lombardia, e Giuseppe Sala, sindaco di Milano. Assolombarda e Unindustria hanno contribuito a realizzare l'iniziativa, aperta anche ai non iscritti alla confederazione.

Grandi e piccole aziende, seminari, incontri btob, approfondimenti su temi specifici e paesi, dal Marocco come ponte per l'Africa alla Cina alla Germania, puntando al-

l'internazionalizzazione. Il calendario è denso, per facilitare al massimo la costruzione di reti e di alleanze e far fare un salto di qualità al sistema produttivo, in una logica di progetto paese.

Saranno firmati anche accordi: Boccia e Matt Brittin, presidente Business e Operations di Google EMEA, domani formalizzeranno una collaborazione per aiutare le imprese nella trasformazione digitale. Sempre su innovazione, digitale, fabbrica intelligente, internet delle cose, si concentreranno i seminari di Italtel-Exprivia, di Siemens, e di IBM.

Tra le grandi imprese presenti ci sarà Tim, che con Olivetti presenta due seminari su tecnologie innovative, dal 5G, grazie alle sperimentazioni in corso, all'intelligenza artificiale, ai Big Data. Enel lancerà la nuova proposta Enel X per la riqualificazione energetica del patrimonio immobiliare, ci sarà un confronto su Futur-E, economia circolare per dare nuova vita a 23 centrali termoelettriche. Sull'economia circolare, smantellamento delle ex centrali nucleari e dei rifiuti radioattivi, compresi quelli medicali, verterà anche il seminario di Sogin di domani, mentre l'8 si terrà l'evento "Deposito nazionale, progetto paese" cui parteciperà Boccia con i vertici di Sogin, l'ad e il presidente Luca Desiata e Marco Ricotti. Tra le grandi aziende sarà a Connex anche Eni: una presenza decisa per valorizzare il patrimonio di innovazione e competenze aziendali e per raccontare l'impegno di Eni sul processo di decarbonizzazione e in quello fondamentale dell'economia circolare. Ci sarà il gruppo Leonardo ed anche il gruppo Fs che presenterà la app "nugo" dedicata a soluzioni di viag-

gio innovative, e Audi.

Industria ma anche banche: avrà uno stand a Connex Intesa San Paolo, con un primo evento domani sul made in Italy, un dialogo tra il responsabile della Banca dei territori, Stefano Barrese, e l'ex ambasciatore Usa David Thorne, per parlare di nuovi mercati. Sono previsti anche un focus Germania e un focus Cina: obiettivo, sostenere l'internazionalizzazione delle imprese. Mastercard Europe organizzerà un seminario sull'evoluzione dei pagamenti aziendali e uno sul tema smart data per un'azienda 4.0.

Altro argomento la formazione: 4.Manager avrà uno stand istituzionale a altri quattro legati ai driver tematici di Connex; Fondimpresa punterà sulla formazione digitale; Umana organizzerà 11 workshop sui diversi servizi a disposizione delle aziende. Endered Italia si soffermerà sul welfare aziendale. Fondirigenti presenterà il progetto D20 Leader, destinato a 100 ventenni di talento, il bando sarà pronto in primavera. Sarà presente anche la Luiss, per raccontare il nuovo modello formativo dell'ateneo, in particolare con la lezione del rettore Andrea Prencipe, domani pomeriggio, puntando sulle professioni del futuro con un approccio sempre più internazionale. A Connex parteciperanno con un proprio stand anche le 20 start up che hanno vinto il bando, partito a metà gennaio, collegato ai quattro driver tematici (179 partecipanti). Saranno anche inserite nel market place.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



MATT BRITTIN**Presidente Emea di Google**

Matt Brittin, 50 anni è presidente Emea Business & Operation di Google. Ha iniziato a lavorare per il colosso di Mountain View nel gennaio 2007, diventando amministratore delegato di Google UK nel 2009. Sposato, due figli, nel 2011 diventa vicepresidente di Google per l'Europa settentrionale e centrale prima di arrivare all'attuale ruolo nel 2014.

La passione per lo sport

Nel suo palmares Brittin ha una medaglia di bronzo ai Campionati del mondo di canottaggio nel 1989. Ha anche rappresentato la Gran Bretagna alle Olimpiadi di Seul del 1988.

I ruoli

È componente del Consiglio di amministrazione di Sainsbury's e dell'associazione The Media Trust. In precedenza ha lavorato nell'industria dei media, in McKinsey e nel settore immobiliare, dopo essersi laureato all'Università di Cambridge.



Ospite a Connex. Matt Brittin, presidente Business e Operations di Google Emea

2018 ANNO RECORD

Amazon, più di 10 miliardi di dollari di utili

Scarane a pag. 11

Superati i 200 miliardi di dollari di fatturato, più di 10 miliardi di utili nel 2018

Un anno di record per Amazon

Capitalizzazione oltre i 1.000 miliardi a settembre



Jeff Bezos

DI SIMONETTA SCARANE

Il 2018 è stato l'anno dei record per Amazon, il gruppo americano fondato da Jeff Bezos: più di 200 miliardi di dollari di fatturato, oltre 10 miliardi di dollari di utili. E a settembre, per la prima volta, il colosso dell'e-commerce ha superato per la prima volta la soglia di mille miliardi di dollari di capitalizzazione.

Dunque, l'anno scorso Amazon ha accumulato una serie di primati. Oltre al superamento della soglia di mille miliardi di capitalizzazione, il gruppo ha registrato utili per 3 miliardi di dollari soltanto nel quarto trimestre. Complessivamente, in tutto l'anno scorso le vendite hanno superato i 200 miliardi di dollari, in crescita del 31%, secondo le cifre riportate da *Le Figaro*.

Inoltre, il gruppo di **Jeff Bezos** ha raggiunto utili record per 10,1 miliardi di dollari, triplicato rispetto al 2017.

Inoltre, il gigante del commercio online è di-

ventato anche un colosso del cloud. Aws, la sua sussidiaria nei servizi informatici dematerializzati, contribuisce ora per l'11% al suo fatturato e per quasi il 60% all'utile operativo di Amazon. Se la concorrenza in questo settore si intensifica con l'aumento di nuovi protagonisti, Amazon consolida la sua posizione di leader mondiale, davanti a Google e Microsoft. Nel corso dell'anno, il business del cloud è cresciuto del 47% con vendite per 25,6 miliardi di dollari.

Nella pubblicità online Amazon continua a farsi strada. Nel 2018 le entrate sono raddoppiate rispetto al 2017 per raggiungere 10,1 miliardi di dollari. Niente che può mettere in discussione la dominazione del duopolio Facebook e Google, ma la sua crescita è rapida e i suoi atout sono importanti. Amazon sta diventando molto attrattivo per i marchi che iniziano ad allocare un budget a partner specializzati in prestazioni per meglio presentare i propri prodotti ai clienti del colosso statunitense del commercio online. Secondo eMarketer, ripreso da *Le Figaro*, la quota di mercato nella spesa pubblicitaria online potrà crescere del 7% dal 2020, contro il 4% attuale. Amazon dispone di una quantità importante di dati molto precisi sulle abitudini di consumo grazie alle sue piattaforme di e-commerce, ma anche grazie alla propria assistente vocale Alexa, sulla quale Amazon scommette molto. Al salone dell'elettronica di Las Vegas, il mese scorso, Amazon ha fatto sapere di avere già in-

tegrato Alexa in più di cento milioni di oggetti connessi. Il numero di ricercatori che lavorano su Alexa è più che raddoppiato l'anno scorso e l'altoparlante connesso Echo Dot è stato il prodotto più venduto di Amazon, secondo quanto ha dichiarato Jeff Bezos a *Le Figaro*.

Grazie alla presenza forte su questi mercati ultradinamici, e importanti margini, Amazon può continuare a fare buoni risultati sulla propria attività commerciale che cresce meno veloce rispetto al passato. Secondo numerosi analisti la crescita del 19,7% messa a segno nell'ultimo trimestre sia la più debole da tre anni a questa parte, secondo quanto ha riportato *Le Figaro*. Probabilmente risente della pressione più forte dei concorrenti come Walmart.

Inoltre, quello del 2018 è anche il primo esercizio completo che integra i negozi dell'insegna Whole Foods Market, da quando è stata acquistata per 13,7 miliardi di dollari nel 2017. Sul mercato nordamericano, il più importante per Amazon in termini di guadagni, le vendite sono cresciute del 33% per arrivare a 141,3 miliardi di dollari, secondo quanto ha riportato *Le Figaro*. Per l'inizio del



2019 Amazon prevede che la crescita rallenterà ulteriormente per effetto, da un lato, dell'aumento dei costi di trasporto negli Usa, e dall'altro dell'andamento del mercato indiano, strategico per Amazon, reso più complicato da un inasprimento delle regole per l'e-commerce in vigore dal 1° febbraio che penalizza le società di vendita online con capitali stranieri. Infine, nel 2019 Amazon investirà di più in centri dati e nel personale con il rischio, secondo alcuni investitori, di ripercussioni sugli utili. E Bezos continuerà la corsa nello spazio con la sua Blue Origin.

—© Riproduzione riservata—■

CAPITALIZZAZIONI**Controsorpasso
su Microsoft,
Apple torna
prima al mondo**

(Brustia a pagina 7)

TITOLO IN CALO MALGRADO UTILI E RICAVI NEL TRIMESTRE ABBIANO BATTUTO LE ATTESE

Google paga per costi e margini*Intanto Apple va al controsorpasso
sul titolo Microsoft e torna a essere
la società più capitalizzata al mondo*

DI CARLO BRUSTIA

Alphabet, controllante di Google, ha chiuso il quarto trimestre del 2018 con utile e ricavi sopra le attese, ma il titolo, dopo essere sceso in maniera netta lunedì nel mercato afterhour perdendo il 2,95%, ieri a due ore dal termine delle contrattazioni sul Nasdaq cedeva un ulteriore 1%. Il calo a Wall Street si spiega con la contrazione dei margini e con il sensibile aumento degli investimenti in ricerca e sviluppo e delle spese in conto capitale.

Nello specifico, il gruppo statunitense fondato da Larry Page ha archiviato il quarto trimestre con un utile netto di 8,95 miliardi di dollari, rispetto alla perdita di 3,02 miliardi dello stesso periodo dell'anno precedente, dovuta a oneri legati alla riforma fiscale per 9,9 miliardi. I ricavi sono poi cresciuti del 22% a 39,28 miliardi. En-

trambi i risultati hanno battuto il consenso degli analisti. Per quanto riguarda invece il primo trimestre dell'attuale esercizio gli esperti prevedono un utile per azione di 10,86 dollari e ricavi pari a 37,2 miliardi.

La redditività di Alphabet continua però a peggiorare. Il margine operativo del motore di ricerca statunitense si è infatti attestato al 21%, deludendo il consenso degli analisti che si aspettavano il 22,1%. La lettura è inoltre ben al di sotto del 29,6% dell'anno precedente. Gli investimenti in ricerca e sviluppo sono poi saliti a 21,4 miliardi di dollari rispetto ai 16,6 miliardi del quarto trimestre del 2017, con il gruppo che sta spendendo ingenti risorse in progetti *non core*, come la guida autonoma o l'intelligenza artificiale. Il Capex è poi quasi raddoppiato a 25,1 miliardi di dollari.

Colin Sebastian, analista di Baird, conferma che il calo del titolo post trimestrale è dovuto «all'ammontare elevato del Capex e degli investimenti in ricerca e sviluppo che hanno messo in ombra i solidi ricavi» al di sopra delle attese.

Intanto, restando tra i giganti tecnologici americani, va segnalato che Apple ha superato Microsoft e si è ripresa il titolo di società con maggiore capitalizzazione di mercato al mondo. A due ore dal termine delle contrattazioni a Wall Street le azioni Apple salivano di quasi l'1,5%, mentre le Microsoft avanzavano di poco più dell'1%. Il rialzo ha consentito a Apple di balzare a 818,85 miliardi di valore contro gli 811,25 di Microsoft. Apple e Microsoft, insieme con Amazon, si contendono da mesi il titolo di società che vale più al mondo avvicinandosi in testa alla classifica. Una classifica che lo scorso anno Apple ha dominato senza però riuscire a scampare l'ondata di vendite che si è abbattuta sui tecnologici negli ultimi mesi del 2018 e i timori degli investitori sull'iPhone. Pur mantenendo la leadership incontrastata per le società che valgono più al mondo, le aziende tecnologiche hanno perso terreno. Apple in ottobre valeva 1.100 miliardi di dollari, mentre Amazon ha toccato i 1.000 miliardi in settembre. (riproduzione riservata)





Tasse

Apple, accordo con il Fisco francese

Il gruppo di Cupertino verserà 500 milioni per chiudere il contenzioso che durava da dieci anni

Parigi aveva già raggiunto un'intesa con Amazon che aveva pagato 252 milioni

Dalla nostra corrispondente

ANAIS GINORI, PARIGI

Dopo un lungo contenzioso, Apple ha siglato un accordo con le autorità francesi per regolare dieci anni di tasse arretrate.

«L'amministrazione fiscale francese – si legge in un comunicato del gigante di Cupertino – ha recentemente concluso una revisione pluriennale sui conti francesi della compagnia e un aggiustamento sarà pubblicato sulla nostra contabilità». Apple è l'ultima società statunitense ad aver raggiunto un'intesa con la Francia, che preme per ottenere pagamenti fiscali più consistenti dai colossi tecnologici.

Secondo alcuni media, Apple avrebbe concordato con il governo di Parigi il pagamento di 500 milioni di euro, nell'ambito di un accordo raggiunto lo scorso dicembre. Apple non ha voluto commentare l'entità della cifra pattuita, ma fonti vicine all'operazione l'hanno invece confermata.

Il ministro delle Finanze

francese, Gérard Darmanin, ha twittato la sua soddisfazione per l'intesa raggiunta, senza entrare nel merito ma «ringraziando i funzionari pubblici» che hanno seguito il dossier.

L'annuncio del patteggiamento tra il fisco francese e Apple segue di poco più di un anno quello già firmato con Amazon. La multinazionale americana di Jeff Bezos aveva pagato 252 milioni di euro per chiudere un contenzioso fiscale sul fatturato dichiarato tra il 2010 e il 2016. La Francia è tra i Paesi più duri sulla lotta all'evasione dei giganti della Rete.

Emmanuel Macron si è battuto a livello europeo per l'approvazione della WebTax. Dopo che la trattativa dentro l'Unione europea si è arenata per l'ostilità dei governi che offrono cospicui vantaggi fiscali ai giganti del Web, come l'Irlanda, ma anche per i timori della Germania di eventuali ritorsioni degli Stati Uniti, il governo francese ha deciso di varare da solo una "Taxe Gafa" (dall'acronimo di Google, Apple, Facebook, Amazon) che entrerà in vigore quest'anno con un gettito previsto di 500 milioni di euro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Smart economy

L'insostenibile leggerezza dei monopoli

di Massimo Sideri

L'insostenibile leggerezza dei nuovi monopoli tecnologici inizia a farsi sentire anche all'interno delle piattaforme nate con la Rete. Google negli ultimi mesi ha migliorato la funzione Flight, voli aerei. Diciamo subito che il risultato è onestamente notevole: digitate una qualunque destinazione, il viaggio dei vostri sogni, i desiderata per i prossimi mesi, ed ecco comparire tutte le tratte possibili e immaginabili con un particolare non da poco: il costo effettivo del viaggio, tutto compreso. Insomma, con una sorta di taeg, il costo complessivo che venne introdotto anni fa nei finanziamenti per mettere fine al labirinto dei costi occulti. Google, insomma, fa un bel piacere agli utenti e li mette al riparo dalle immancabili sorprese finali come le tasse, il carburante e le commissioni della piattaforma di turno. Inoltre Google monitora per noi i costi e manda degli alert in caso di variazioni del biglietto (non è un mistero che le offerte varino a seconda del giorno della settimana grazie a un curioso algoritmo). Ma, allora, che fine farà Opodo, per esempio? Nata anni fa come meccanismo competitivo — di fatto offriva viaggi a sconto rispetto alle stesse compagnie — oggi tende a mettere un sovrapprezzo che l'utente scopre solo alla fine. Molte volte è più economico acquistare il biglietto direttamente dal sito della compagnia. Sono due gli scenari possibili: 1) Ipotizziamo che tutti gli utenti scoprano l'efficacia della funzione Flight. Addio Opodo. 2) Al crescere della diffusione di Flight le piattaforme come Opodo potrebbero anche essere costrette a tornare al loro modello di business originale, cioè quello di offrire biglietti a sconto. Nel secondo caso avremmo un vantaggio tangibile per gli utenti. E nel primo? È qui il rompicapo. La fine della competizione è sempre un male. È vero che Google ha un modello basato sulla raccolta dei dati (e sapere quali sono i nostri desideri turistici ha un valore economico inestimabile e vendibile alle compagnie). Ma allo stesso tempo, per ora, non ci chiede denaro in cambio. Da questo punto di vista Google è un monopolista anomalo, non ancora studiato in nessun testo di macroeconomia. Cosa potrà accadere in un mondo in cui l'unica opzione è accedere a una delle tante funzioni di Google nessuno lo sa. Ma forse non è nemmeno il caso di sperimentarlo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La web tax rischia di cadere sulla doppia imposizione

FISCO

Nell'imposta introdotta dalla legge 145/18 imprese distinte solo per dimensioni

La disciplina sarebbe più equa con la possibilità di dedurre quanto pagato

Pagina a cura di

**Giovanni Gallucci
Maricla Pennesi**

In attesa che in Europa si trovi un consenso unanime all'introduzione della Digital services tax (Dts), ciascun Paese ha ritenuto di dare la propria interpretazione al problema della tassazione dei servizi digitali.

In Italia l'imposta sui servizi digitali introdotta dalla legge di bilancio 2019 reca però in sé i medesimi limiti della proposta di direttiva Ue Com(2018)148 final a cui si ispira. Così articolata, infatti, la disciplina si applicherebbe indistintamente a tutte le imprese domestiche, comunitarie o extra-comunitarie, senza distinguere – se non in base al fattore dimensionale – tra imprese digitali che hanno già assolto le imposte sul reddito in misura congrua e quelle che invece usufruiscono di regimi fiscali di vantaggio. Sono solo queste ultime imprese che, in concreto, riescono a beneficiare di un tax rate effettivo particolarmente basso, e a queste sole dovrebbe rivolgersi una web-tax che miri ad attenuare le spe-

requazioni esistenti e a porre le basi per una sana e leale concorrenza.

Permane, quindi, un potenziale problema di doppia imposizione gravante sulle imprese fiscalmente "virtuose", dal momento che la nuova web-tax potrebbe trovare applicazione anche in scenari puramente domestici, e non è prevista la possibilità di fruire di un credito d'imposta.

Tale criticità potrebbe essere "mitigata" dalla possibilità di dedurre il costo del tributo dalle imposte sui redditi, e su questo specifico aspetto andrebbe fatta chiarezza, in quanto, essendo venuto meno il meccanismo della rivalsa previsto dall'abrogata (e mai attuata) imposta sulle transazioni digitali introdotta dalla legge di bilancio 2018, secondo l'articolo 99 del Tuir sembrerebbero esservi i presupposti per ritenere deducibile dal reddito d'impresa l'imposta in argomento. Restano, tuttavia, evidenti i limiti e i difetti di una misura locale, i quali vanno a rafforzare la tesi che solo attraverso una soluzione condivisa a livello globale sarà possibile introdurre efficaci strumenti di tassazione in ambito digital economy. Tanto più che molti Paesi hanno già avviato misure individuali volte all'introduzione di una web-tax: tale scenario, per un'impresa multinazionale, comporterebbe il doversi districare tra una giungla di regole locali.

Ad oggi, oltre all'Italia, i Paesi Ue che hanno annunciato l'introduzione di una web-tax sono Spagna, Francia e Austria, a cui si aggiunge il Regno Unito.

L'imposta sul digitale spagnola,

ispirata anch'essa alla proposta di Dst europea, ricalcherebbe quella italiana quanto ad ambito soggettivo, oggettivo e territoriale, differenziandosi per la soglia domestica di ricavi pari a 3 milioni.

La Francia sta lavorando ad un provvedimento da presentare a fine febbraio con efficacia retroattiva al 1° gennaio che colpirà i cosiddetti Gafa (Google, Amazon, Facebook e Apple) al superamento di una duplice soglia di fatturato (750 milioni globali e 25 milioni in Francia) con un'imposta variabile, in base ai ricavi realizzati, fino al 5 per cento.

L'Austria ha annunciato che a breve introdurrà la propria digital tax, la quale – da indiscrezioni – colpirà con l'aliquota del 3% solo i ricavi delle pubblicità realizzati nel Paese da imprese che superano i 750 milioni di fatturato globale e 10 milioni di fatturato in Austria.

Infine, il Regno Unito, che ha programmato l'introduzione dal 2020 di un'imposta del 2% sui ricavi di certi servizi digitali (motori di ricerca, social media e on-line marketplace) realizzati da imprese profittevoli con fatturato globale superiore a 500 milioni di sterline.

Intanto, l'accelerazione che hanno avuto i lavori Ocse con l'accordo di principio raggiunto da oltre 120 Paesi, tra cui l'Italia, sulle regole comuni per la tassazione delle multinazionali del web, getta nuove ombre sul destino della web-tax italiana e delle misure locali in genere.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Intesa Apple-Francia. La Apple francese ha annunciato un accordo con il fisco transalpino per il versamento di imposte non pagate su un arco di 10 anni, per una somma stimata di circa 500 milioni di euro.



I PROBLEMI SUL TAPPETO

Non è chiaro se si userà il glossario della proposta Ue per definire i «veicoli digitali» e l'«utente». Andrebbe poi puntualizzato quale sia il ricavo tassabile



Lo scenario europeo

I progetti dai messi in campo dal Paesi europei che hanno già annunciato l'introduzione di una digital tax

ALIQUOTA	AMBITO OGGETTIVO	AMBITO SOGGETTIVO	AMBITO TERRITORIALE	DEDUCIBILITÀ	ENTRATA IN VIGORE (PRESUNTA)
ITALIA					
3%	Ricavi derivanti dai seguenti servizi digitali: - pubblicità digitale; - interfacce digitali multilaterali; - trasmissione di dati raccolti da utenti e generati dall'utilizzo di un'interfaccia digitale	Imprese che superano i seguenti limiti dimensionali (a livello individuale o di gruppo): - 750 milioni di ricavi globali, e - 5,5 milioni di ricavi derivanti da servizi digitali realizzati nel territorio dello Stato	Localizzazione nel territorio dello Stato dell'utente del servizio digitale	n.d.	Secondo semestre del 2019
SPAGNA					
3%	Ricavi derivanti dai seguenti servizi digitali: - pubblicità digitale; - interfacce digitali multilaterali; - trasmissione di dati raccolti da utenti e generati dall'utilizzo di un'interfaccia digitale	Imprese che superano i seguenti limiti dimensionali (a livello individuale o di gruppo): - 750 milioni di ricavi globali, e - 3 milioni di ricavi derivanti da servizi digitali realizzati nel territorio dello Stato	Localizzazione nel territorio dello Stato dell'utente del servizio digitale	Deducibile dal reddito	n.d.
FRANCIA					
Fino al 5% in base al fatturato	Informazione al momento non disponibile	Imprese che superano i seguenti limiti dimensionali (a livello individuale o di gruppo): - 750 milioni di ricavi globali, e - 25 milioni di ricavi nel territorio dello Stato	n.d.	n.d.	n.d.
AUSTRIA					
3%	Ricavi derivanti dalla pubblicità digitale	Imprese che superano i seguenti limiti dimensionali (a livello individuale o di gruppo): - 750 milioni di ricavi globali, e - 10 milioni di ricavi nel territorio dello Stato	n.d.	n.d.	n.d.
REGNO UNITO					
2%	Ricavi derivanti da servizi digitali resi da motori di ricerca, social media e on-line marketplace	Imprese profittevoli che realizzano almeno 500 milioni di sterline di fatturato globale derivante dai servizi in ambito	Localizzazione nel territorio dello Stato dell'utente del servizio digitale	Deducibile dal reddito	Aprile 2020

Fonte: Andersen Tax & Legal

IL MODELLO NAZIONALE**IN ATTESA DEL DECRETO ATTUATIVO**

Mancano le definizioni per circoscrivere il campo dei ricavi tassabili

L'imposta sui servizi digitali (cosiddetta "web-tax") introdotta dall'articolo 1, commi da 35 a 50, della legge 145/2018 ("bilancio 2019"), ispirata alla proposta di direttiva Ue Com(2018)148 final del 21 marzo 2018 ("Proposta Ue"), risulta ancora incompleta. Rispetto al testo della proposta Ue, ad esempio, la disciplina è priva di definizioni cruciali per la delimitazione dell'ambito applicativo, quali, ad esempio, quella di "interfaccia digitale" e di "utente".

In attesa dei provvedimenti attuativi che, presumibilmente, colmeranno tali lacune, al momento ci limitiamo ad osservare che, stante l'analogia del testo normativo domestico con quello della proposta Ue, parrebbe logico che dalla stessa ne siano mutuate anche le definizioni.

Al riguardo, quanto all'interfaccia digitale, la proposta Ue la definisce come «qualsiasi software, compresi i siti web o parte di essi e le applicazioni, anche mobili, accessibili agli utenti». La mancanza di una tale definizione nel testo normativo potrebbe ingenerare dubbi circa la corretta identificazione dei "veicoli" digitali atti a generare ricavi tassabili. Inoltre, analogamente a quanto previsto dalla proposta Ue, è verosimile attendersi che da tale definizione siano escluse talune interfacce digitali quali, ad esempio, quelle per la messa a disposizione di contenuti digitali o dei servizi di comunicazione (giornali online).

Altrettanto importante risulta la definizione di "utente", in quanto, se è fuor di dubbio che la stessa include il consumatore finale, non è altrettanto pacifico che vi rientrino anche le imprese. Al riguardo, si noti che la proposta Ue definisce come utente «qualsiasi persona o impresa». Sul piano sostanziale, invece, andrebbe puntualizzato quale sia il ricavo tassabile in relazione a ciascuna fattispecie di ricavo digitale. Ad esempio, in merito alla «veicolazione su un'interfaccia digitale di pubblicità mirata agli utenti della medesima interfaccia», bisognerebbe chiarire se sia tassabile il provento lordo del publisher o se si debba tener conto anche dei proventi realizzati lungo la catena del valore, ad esempio, dalle concessionarie di pubblicità online.

Circa i ricavi derivanti dalla «messa a disposizione di un'interfaccia digitale multilaterale che consente agli utenti di essere in contatto e di interagire tra loro, anche al fine di facilitare la fornitura diretta di beni o servizi», occorrerebbe puntualizzare se tra le interfacce digitali diverse da quelle che facilitano le cessioni di beni o prestazioni di servizi direttamente tra gli utenti, siano inclusi anche i siti web per l'online *betting & gaming*, essendo un settore a cui sono già dedicati sia imposte e prelievi tributari specifici per la raccolta delle giocate sul territorio dello Stato, sia una presunzione legale di stabile organizzazione occulta sul territorio Italiano (legge 208/2015, commi 927-931).

In merito agli aspetti sanzionatori, invece, occorrerebbe chiarire se l'applicazione estensiva alla web-tax delle disposizioni in materia di Iva si riferisca anche al sanzionamento delle fattispecie delittuose di cui al Dlgs 74/2000.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Navigare in internet è facile e il merito è tutto dell'Europa

OGNI GIORNO, NELL'UNIONE, CIRCA 360 MILIONI DI PERSONE SI CONNETTONO IN RETE. VERSO UN ECOSISTEMA EQUILIBRATO

Nella sua valutazione periodica sullo stato di avanzamento del mercato unico digitale, la stessa Commissione ha sottolineato come la piena realizzazione del progetto richieda il "sostegno incondizionato" tanto degli stati membri quanto delle istituzioni politiche europee

Navigare in internet è facile, pensa Elisabetta, giovane medico, mentre si collega a Endo-Ern, una delle reti europee per le malattie rare e complesse operative dal 2017. Ed è vero: le connessioni sono veloci e diffuse in quasi tutta Europa (quasi, perché ci sono posti, in montagna e in campagna, dove è rimasta senza campo); le offerte degli operatori non mancano, anche se si può sempre fare meglio; non vi sono censure preventive. Trova senza difficoltà la pagina di Endo-Ern che le interessa, quindi inizia a esplorarla per cercare le informazioni che le occorrono. A questo punto è già dentro alla rete. Oppure, pensa, "sono sempre dentro a internet, tranne qualche volta che, per caso, ne esco". I dati forniti dall'Unione sembrano darle ragione: nonostante le grandi disparità tra gli stati (con l'Italia ancora tra le ultime posizioni), l'uso della rete è in aumento, soprattutto per i servizi privati. Ogni giorno, nell'Ue, circa 360 milioni di persone utilizzano internet. Gli utenti connessi leggono notizie (72 per cento), usano social network (65), fanno acquisti online (61), anche se quelli transfrontalieri sono ancora pochi, usano l'e-banking (61 per cento), fanno video o chiamate (46 per cento).

Tutto ciò si deve in buona misura all'azione della stessa Europa. Negli ultimi anni, l'Unione si è interessata di internet in molti modi diversi, tra loro complementari. Anzitutto, ha puntato a migliorarne la connettività. Ad esempio, ha promosso lo sviluppo delle reti in fibra attraverso l'Agenda digitale europea. Ha erogato oltre 21 miliardi di euro e mobilitato investimenti per altri 50 per potenziare infrastrutture e tecnologie. Ha abolito le tariffe di roaming e ha permesso ai cittadini europei di usufruire di servizi online a pagamento ovunque si trovino in Europa. Segue l'evoluzione di reti wireless 5G. In secondo luogo, ha promosso l'applicazione delle norme europee in materia di concorrenza e di tutela del consumatore alle piattaforme online, veri e propri giganti che rischiano di divenire monopolisti dei dati, delle informazioni e delle transazioni sulla rete. Un terzo gruppo di interventi – il più prospettico, capace di inquadrare gli altri e di indicare una direzione complessiva – è quello che riguarda la costruzione di un "mercato unico digitale". La "strategia" della Commissione, elaborata nel 2015 e periodicamente ripensata, lo ha tratteggiato in modo molto ambizioso. Il mercato unico digitale dovrà presentarsi come uno spazio che sfrutti le potenzialità di internet, permetta alle imprese di innovare, assicuri i diritti dei cittadini, a partire dalla tutela della vita privata, trasformi le piattaforme online in "guardiani responsabili" di Internet, garantisca la sicurezza informatica.

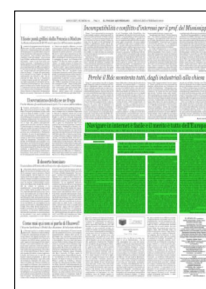
Questi interventi hanno condotto a un ag-

giornamento e a un ripensamento del quadro giuridico. Nel maggio del 2018, ad esempio, è entrato in vigore il regolamento europeo sulla protezione dei dati, il cosiddetto Gdpr. Il regolamento punta ad affrontare problemi ormai fondamentali come la profilazione e la sorveglianza e ha disciplinato il diritto all'oblio, sin qui tutelato solo grazie alla coraggiosa giurisprudenza della Corte di giustizia. Poche settimane fa, poi, è stato adottato il nuovo Codice europeo delle comunicazioni elettroniche, che ha tra i propri obiettivi di fondo anche quello di intervenire con decisione sulle piattaforme online. Nel 2015, invece, è stato introdotto il principio della *net neutrality*. Alla riforma delle regole si accompagna il rafforzamento delle amministrazioni europee e nazionali chiamate ad attuarle: è il caso, tra l'altro, dell'Agenzia europea per la sicurezza delle reti e dell'informazione, la cui importanza è destinata a crescere in connessione con la sempre maggiore rilevanza della cybersecurity.

Tutte queste cose, Elisabetta le incontra in molte vesti: ad esempio, come utente, quando ascolta musica online o scarica un audiolibro; oppure come medico, quando consulta banche dati europee o scambia informazioni con suoi colleghi in altri paesi membri.

E' consapevole, peraltro, di essere parte di una grande trasformazione non ancora conclusa. Il disegno che l'Unione sta tratteggiando è per molti versi aperto. Nella sua valutazione periodica sullo stato di avanzamento del mercato unico digitale, la stessa Commissione ha sottolineato come la piena realizzazione del progetto richieda il "sostegno incondizionato" tanto degli stati membri quanto delle istituzioni politiche europee. L'Unione, poi, fatica a porre le condizioni per la digitalizzazione delle amministrazioni nazionali, anche se non mancano tentativi promettenti, come il piano d'azione per l'eGovernment per il periodo 2016-2020. E' ancora embrionale, ancora, la riflessione dell'Europa sulla cybersecurity, che pure rappresenta una componente irrinunciabile del governo della rete.

Sarà un lungo viaggio, pensa Elisabetta. Subisce il fascino della rete, è attratta dalle sue contraddizioni. All'attrazione si accompagna un po' di timore. Elisabetta ha l'impressione di muoversi in una terra di frontiera, le cui regole sono ancora incerte. Se il viaggio dell'Unione è appena iniziato, comunque, è chiara la direzione di fondo. L'Europa vuole plasmare Internet, farne un "ecosistema" sicuro ed equo. Intende sfruttare fino in fondo le possibilità economiche e sociali che apre, ma anche limitare e gestire i pericoli e i rischi. Ne ha parlato con Guido e Giorgio, suoi colleghi al reparto di endocri-



nologia e buoni amici.

Giorgio, per natura il più pessimista dei due, ha messo in luce soprattutto le difficoltà. “La regolazione di Internet è un affare molto complicato”, ha detto. “Non dico che dovremmo lasciare la rete a se stessa, sarebbe una stupidaggine. Ma è davvero possibile trasformarla in un ecosistema equilibrato? L'Europa dovrebbe avere le idee chiare su moltissime cose. Ed essere in grado di tradurle in regole e politiche adeguate. E' realistico? Pensate - ha proseguito Giorgio - al tentativo di riforma del copyright, al quale è stato contestato di mettere a rischio sia la creatività, sia la libera circolazione delle informazioni online. L'Unione ha scontentato tutti: non solo le grandi piattaforme come Google e Facebook, ma anche i gruppi editoriali, quelli di intrattenimento, perfino artisti, tecnici e attivisti”. Ma no, ha ribattuto Guido, più fiducioso e sempre capace di vedere il bicchiere mezzo pieno. “Non devi perdere il senso della prospettiva. E' un processo in corso, con i suoi successi e le sue ovvie difficoltà, i passi in avanti e i momenti di stallo. Ed è un processo che procede per aggiustamenti progressivi. Un buon esempio è quello della vicenda di Max Schrems, che ha avviato una controversia con Facebook al termine della quale la Corte di giustizia ha stabilito che i dati dei singoli non possono essere trasferiti fuori dall'Unione senza le garanzie che il suo ordinamento giuridico assicura. Sentenza che poi, a sua volta, ha obbligato la Commissione a rinegoziare un accordo con gli Stati Uniti, affinché i cittadini europei abbiano una protezione maggiore di fronte alle imprese statunitensi. Anche il nuovo accordo potrebbe presentare qualche falla. In ogni caso - ha aggiunto Guido - noi siamo parte di questo processo, non suoi spettatori”.

E su questo punto si sono trovati pienamente d'accordo.

Bruno Carotti e Edoardo Chiti

I big strizzano l'occhio alle criptovalute

DI ANDREA TORTORELLA*

La corsa c'è ma non si vede. I colossi dell'economia e della tecnologia globale ci hanno abituato a presentazioni spettacolari e ad accelerate impressionanti che cambiano il mondo sotto ai nostri occhi dall'oggi al domani. In realtà, sappiamo bene che in pochi si espongono pubblicamente mentre lavorano su una determinata tecnologia o su una nuova idea, e gli appassionati devono accontentarsi dei classici rumor. Lo stesso sta accadendo nel settore delle criptovalute e della Blockchain. Un nome su tutti? Google. Se consideriamo per un attimo la storia di questo tipo di asset, si potrebbe pensare che un po' tutti i big abbiano avuto qualche resistenza nell'accettarlo: per anni il fenomeno è rimasto sottotraccia, quasi volesse restare nascosto e il più possibile sconosciuto a chiunque facesse parte dell'economia «ufficiale». Insomma, creare una tecnologia capace, un domani, di imporsi a livello mondiale a discapito di quella comune e inventare una moneta nuova, per la prima volta non fisica ma composta di codici univoci e inalterabili, sembrano effettivamente fasi di un progetto volto a creare un sistema economico e tecnologico alternativo a quello mainstream (e, in quanto tale, una potenziale minaccia). Con il tempo si è capito che non è così. Appare ormai chiaro che Blockchain e criptomonete non sono uno strumento del diavolo ma un'importante occasione di evoluzione sia dei meccanismi che gestiscono il mondo (democrazia, sanità, economia ecc.), sia delle strutture e delle opportunità dei colossi economico-tecnologici, oggi di fronte a un nuovo tipo di intelligenza, una nuova strada per continuare ad espandersi e a farlo più velocemente che mai e con molti meno rischi che in passato. Google, dicevamo, ha di recente stretto partnership con due startup che si occupano di Blockchain (BlockApps e Digital Asset) per creare nuove Applicazioni che basano il proprio funzionamento su questa tecnologia. L'idea è quella di far entrare nel Google Cloud Platform strumenti che permettano agli utenti di utilizzare anche la tecnologia Blockchain nei modi più utili per le loro attività e per i loro clienti. Pare che anche la piattaforma riconducibile a Ethereum (una

delle criptomonete più importanti) faccia parte di questo progetto.

La notizia è stata accolta con entusiasmo dagli utenti di Ethereum, consapevoli che se Google punta i riflettori su di te, il tuo valore cresce a dismisura e non passerà molto tempo prima che anche altri colossi si facciano avanti. In realtà, Google non ha fatto altro che mettersi in linea con gli altri giganti della tecnologia mondiale che stanno cominciando a creare offerte «Blockchain as a service» (per citarne solo alcuni: Microsoft, Amazon e Ibm). Le aziende si stanno adattando a questo cambiamento grazie al lavoro di professionisti accuratamente formati, profumatamente pagati e scelti proprio per lavorare su queste piattaforme e per prevederne possibili utilizzi e sviluppi. Sono questi i lavoratori del futuro, le figure più richieste una volta che la Blockchain si sarà definitivamente imposta. Per questo motivo le principali università del mondo stanno sviluppando percorsi formativi *ad hoc* per queste nuove figure. In Italia, per esempio, la Link Campus University, in collaborazione con Consulcesi Tech, ha sviluppato il primo Mba in Blockchain ed economia. Questo master ha come obiettivo principale quello di dare ai professionisti di domani gli elementi necessari per affermarsi nel settore: dallo studio tecnico della materia e lo sviluppo delle capacità di programmazione all'approfondimento di tipo economico. Percorsi come questi diventeranno sempre più diffusi e non è difficile prevedere una repentina esplosione di richieste di professionisti capaci di utilizzare al meglio questa tecnologia. Ci troviamo di fronte a un cambiamento epocale. O meglio, siamo esattamente sulla cesura che divide il before blockchain da ciò che viene dopo. Le più grandi aziende del mondo, le strutture statali più avanzate, l'economia internazionale, il mondo del lavoro: tutto sarà travolto dall'onda che proprio oggi stiamo surfando. Intendiamoci, l'onda non distruggerà nulla. Non lascerà macerie dietro di sé. Tutto però verrà trasformato in qualcosa di nuovo e di più efficiente. Qualcosa di definitivo. (riproduzione riservata)

*ceo Consulcesi Tech



Facebook compie 15 anni tra utili record e scandali

Oltre 2 miliardi di utenti nel mondo, il salto da una stanza di Harvard alla burrasca privacy, fino alle polemiche sulle fake news e sul Russiagate nelle elezioni presidenziali americane. In 15 anni di vita Facebook e Mark Zuckerberg non potevano immaginare il forte cambiamento del social network, andato di pari passo con la responsabilità e i rischi legati al fatto di connettere così tante persone nel mondo. E all'orizzonte c'è il progetto di unire la piattaforma alle sue tre app, Messenger, WhatsApp e Instagram, che ora crescono e godono del favore dei ragazzi più di quanto non succeda alla casa madre. Facebook fu lanciato il 4 febbraio 2004 da Zuckerberg e dai suoi compagni di università

Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz e Chris Hughes. Originariamente progettato solo per gli studenti di Harvard, fu presto aperto alle altre scuole della zona per poi avere la diffusione mondiale che conosciamo. Il sito, aperto con soli mille dollari d'investimento, ha visto crescere negli anni il suo valore in maniera esponenziale. L'ultima trimestrale ha confermato la solidità di fondo del business di Facebook, con un utile record e un balzo degli utili che sembrano non tenere conto del più generale rallentamento del settore high tech. Il tutto in uno dei periodi più bui dei suoi 15 anni di storia, tra l'accusa di veicolare fake news, il Russiagate e lo scandalo dei dati di Cambridge Analytica.



LE RICHIESTE ONLINE

Guida allo Spid, l'identità digitale per il reddito di cittadinanza

di **Martina Pennisi**

Nome e password. E poi ci si potrà mettere davanti al computer per chiedere il reddito di cittadinanza sul sito Internet. Per i dati e

dialogare online con la Pubblica amministrazione bisogna rivolgersi a uno dei nove soggetti abilitati a fornirli. Ecco come fare.

a pagina 7

Spid, l'identità digitale per ottenere l'assegno Tutti i passi da seguire

La guida

di **Martina Pennisi**

MILANO Lunedì il vice premier e ministro del Lavoro Luigi Di Maio, presentando il sito Internet dedicato al reddito di cittadinanza, ha citato l'identità digitale Spid.

Avranno capito subito di cosa stava parlando i neo maggiorenti e i docenti che hanno usato i 500 euro del Bonus cultura e quanti hanno sfruttato il servizio negli ultimi tre anni per ottenere più rapidamente un certificato anagrafico o gestire pratiche Inail, Inps o Equitalia. In totale, 3 milioni e 400 mila persone che dal 2016 hanno richiesto nome e password per accedere ai servizi della Pubblica amministrazione solo via Internet. L'identità digitale Spid, appunto.

Adesso sarà obbligato ad adottarla chiunque, dal 6 marzo, voglia candidarsi all'assegnazione dei 780 euro mese senza recarsi di persona ai Caf o presso un ufficio postale e affidandosi solo al sito www.redditicittadinanza.gov.it. Il consiglio è di togliersi il pensiero Spid (e quello dell'Isce) prima della

fatidica data, con l'approssimarsi della quale potrebbe esserci un po' di affollamento digitale e non.

Come fare? Bisogna innanzitutto scegliere uno fra Aruba, Infocert, Intesa, Namirial, Poste, Register, Sielte, Tim o Lepida. Sono tutti soggetti privati, fatta eccezione per l'ultimo che fa capo all'Emilia Romagna, in grado di fornire le credenziali. Al momento, l'85 per cento degli italiani adottanti della prima ora (anzi, soprattutto delle italiane, visto che il 61 per cento è donna) ha optato per Poste, sollecitato/a probabilmente dalla possibilità di completare l'operazione allo sportello. Pur trattandosi di uno strumento digitale, Spid è stata infatti fornita offline nel 76 per cento dei casi. Chi preferisse fare tutto online può affidarsi a Sielte o Tim, che a differenza di altri per ora non chiedono alcun pagamento per il riconoscimento de visu via Webcam.

Spid, dotata di tre diversi livelli di sicurezza in base alla delicatezza dei servizi cui concede l'accesso, è gratuita per i primi due anni. Cosa accadrà dopo non è chiaro. O meglio, si sta aspettando un

segnale politico per capire il destino dell'intero progetto: resterà soprattutto in mano ai privati? Verrà sostenuto da investimenti importanti, come auspicato dal numero uno del Team per la Trasformazione digitale Luca Attias in una intervista al *Corriere della Sera*? Il coinvolgimento nella macchina del reddito di cittadinanza, seppur non come *conditio sine qua non*, fa ben sperare.

Tornando alla richiesta di Spid, per il riconoscimento di persona e via Webcam sono sufficienti un documento, la tessera sanitaria, una email e un numero di cellulare. Chi ne è in possesso può usare la carta nazionale dei servizi o la firma digitale. Potenzialmente si possono avere più identità da diversi provider. Arrivate le credenziali — può volerci qualche giorno — non resta che scoprire su www.spid.gov.it/servizi dove usarle.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Cos'è

● L'identità digitale Spid è già stata richiesta da 3 milioni e 400 mila persone, a partire dal marzo 2016

● Ne hanno fatto domanda per ottenere nome e password personali e collegati al loro codice fiscale per dialogare con la Pubblica amministrazione solo via Internet e con smartphone



La scommessa della Formazione 4.0 Più fondi agli istituti tecnici superiori

Agli Its 55 milioni nei prossimi due anni. Ma il modello tedesco rimane un miraggio

I numeri

A oggi si contano 101 istituti per un totale di 12 mila iscritti; l'82,5% trova subito lavoro

di **Massimiliano Del Barba**

In Germania le chiamano *Fachhochschule*. Sono, letteralmente, scuole d'alta formazione professionalizzante e contano qualcosa come 880 mila iscritti. Aperte a chi non vuole intraprendere un percorso universitario, sono la fucina dei colletti blu della *digital manufacturing*. In Francia si chiamano invece *Brevet Technicien Supérieur*, hanno più o meno le stesse funzionalità e raccolgono a oggi 240 mila studenti.

In Italia, dato che solo due ragazzi su dieci arrivano alla laurea e la condizione di disequilibrio tra domanda e offerta è palesemente cronica, nel 2008 si è cercato di creare un percorso di formazione tecnica alternativo che fosse in grado di accompagnare nel mondo del lavoro il restante 80% dei nostri giovani. Così sono nati gli Its, acronimo di Istituti tecnici superiori: a oggi se ne contano 101 — di cui 20 in Lombardia — e per ora contano poco meno di 12 mila iscritti. Un'inezia, rispetto ai nostri vicini di casa. E c'era pure qualcuno pronto a scommettere sulla loro estinzione. Poi è arrivato il piano Industria 4.0 e su questa formazione "post-secondaria" alternativa alla laurea si sono riacciati i riflettori. Tanto che,

finanziati tradizionalmente dal Miur grazie anche a un'integrazione dell'Fse attraverso le Regioni, dal 2018 hanno ricevuto, proprio per i percorsi abilitanti a competenze di stampo manifatturiero, una ulteriore iniezione di risorse da parte del ministero dello Sviluppo economico: dieci milioni nel 2018, che quest'anno diverranno 20 e il prossimo saranno 35.

«Una buonissima notizia — commenta Alessandro Mele, presidente dell'Associazione Rete Fondazione Its Italia — anzitutto perché la norma contenuta nella Manovra 2019 consente di superare la logica del bando. In alte parole — prosegue — si supera lo status di start up, si stabilizza il sistema e si dà la possibilità a imprese, università ed enti locali (di norma gli attori degli Its, che si costituiscono in fondazione, ndr) di creare nuovi istituti per rispondere alle esigenze del mondo del lavoro».

Che è poi il loro fine ultimo. E da questo punto di vista i dati della piattaforma Indire del Miur sono incoraggianti: l'82,5% dei diplomati Its ha trovato lavoro a un anno dal diploma, l'87,3% dei quali in un'area coerente con il percorso formativo concluso. Insomma, per stare al passo della Quarta rivoluzione industriale gli Its sono cruciali. Come hanno scritto Federico Butera della Bicocca e Marco Leonardi della Statale di Milano sul *Sole 24 Ore* dello scorso 8 gennaio, «senza il loro contributo, una politica educativa in mano solo al-

l'università rischia di sbagliare bersaglio come già avvenne dieci anni fa con il "3+2" che partì come università professionalizzante ma di professionalizzante non ebbe mai quasi nulla».

Scendendo più in profondità, le due aree (delle sei) dove offerta e domanda s'incontrano con maggior facilità sono la «mobilità sostenibile» e le «tecnologie per il made in Italy» ma, a otto anni dalla nascita del sistema Its, è in corso una revisione dei profili che prevede anche la partenza di cinquanta nuove classi, sulle odierne 485, tutte orientate a Industria 4.0. Qualche esempio? Nel nuovo laboratorio dell'Its Umbria Academy di Foligno gli studenti hanno appena reingegnerizzato un drone per migliorarne le prestazioni utilizzando tecniche di *design thinking* e di *additive printing*. All'Its Maker di Bologna, invece, si sta realizzando un robot capace di muoversi nei tunnel autostradali per calibrare la potenza dei sistemi di ricircolo dell'aria. All'Its Aerospazio e Meccatronica Piemonte di Torino si lavora con la realtà aumentata per fare manutenzione da remoto. Stiamo diventando tedeschi?

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Cosa sono

● La sigla Its sta per «Istituti tecnici superiori»

● Nati nel 2008, sono enti di formazione post-secondari ma non universitari

● Sono state attivate sei aree tecnologiche di formazione



IL CASO
WALTER RAUHE

5G, Merkel a Huawei "Niente spionaggio rispettate la sicurezza"

P. 18

LA STRETTA SULLA MULTINAZIONALE CINESE DOPO LE MOSSE DI USA, AUSTRALIA E NUOVA ZELANDA

"Niente spionaggio, rispettate la sicurezza" Le condizioni di Merkel a Huawei sul 5G

La cancelliera chiede a Pechino di seguire gli standard della Germania sulla rete telefonica

5,5

**I miliardi che
Deutsche Telekom
investirà nel 5G
in Germania**

WALTER RAUHE
BERLINO

Angela Merkel detta alla Cina una serie di condizioni per il coinvolgimento della sua multinazionale delle telecomunicazioni Huawei nella costruzione e gestione della nuova rete digitale 5G in Germania. Nel corso della sua visita ufficiale in Giappone, la cancelliera tedesca ha così chiesto alle autorità di Pechino il pieno e incondizionato rispetto delle norme sulla privacy e una garanzia che le tecnologie come i dati degli utenti della futura rete di telefonia mobile non vengano passati dalle società cinesi al governo e che non avvengano operazioni di spionaggio a scapito di privati e aziende. Parlando con studenti della Keio University di Tokio, Angela Merkel ha messo in chiaro che chiunque partecipi allo sviluppo e alla gestione di una rete di telefonia mobile in Germania deve rispettare gli standard di sicurezza del Paese e adattarsi alle

sue regole e leggi. I moniti lanciati dalla cancelliera tedesca in Giappone vengono però interpretati da molti analisti e commentatori come una clamorosa inversione di rotta della Germania rispetto alla maggioranza della comunità internazionale, Stati Uniti, Gran Bretagna e Canada in testa, che nelle settimane scorse avevano invece messo la Huawei sul banco degli imputati accusandola di attività spionistiche e furto di dati sensibili e di copyright su ordine del regime cinese. Il colosso cinese con sede a Shenzhen verrà con ogni probabilità messo definitivamente al bando da Stati Uniti, Australia e Nuova Zelanda dalle infrastrutture delle telecomunicazioni digitali dei rispettivi Paesi come alla partecipazione alle aste per la costruzione delle reti 5G.

L'atteggiamento assunto da Berlino in questa delicata controversia è però tutt'altro che chiaro. Mentre ancora settimana scorsa gli stessi servizi segreti tedeschi del Bundesnachrichtendienst Bnd avevano lanciato un chiaro monito ai governi della Grande coalizione di Angela Merkel di escludere le aziende cinesi dall'asta per la rete 5G sottoli-

neando il pericolo reale di un eccessivo controllo della rete mobile da parte di una multinazionale (la Huawei) sospettata di passare informazioni e dati sensibili alle autorità politiche di Pechino, la dichiarazioni della cancelliera al margine del suo incontro di ieri con il primo ministro giapponese Shinzo Abe a Tokio, sembrano andare in una direzione opposta tradendo un atteggiamento più possibilista e morbido nei confronti della Cina.

La cancelliera esige sì garanzie alle ditte cinesi che intendono operare (e che già operano in grande stile) in Germania, ma non sostiene una loro esclusione a priori alle imminenti aste per lo sviluppo della rete 5G nazionale. La Cina è ormai il principale partner commerciale della Germania e colossi come Volkswagen o Siemens esportano fino al 40% dei loro prodotti nel Paese asiatico. Affari che il governo tedesco non sembra disposto a mettere in discussione soprattutto in un segmento così importante come lo sviluppo della rete digitale e di telefonia mobile, una delle più antichate e meno veloci dell'intero vecchio continente. —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI





REUTERS

La cancelliera tedesca Angela Merkel

Tlc

Telecom e Open Fiber scoprono che la rete unica conviene ad entrambe

Parte il confronto tra i due ad, Gubitosi e Ripa. Anche Vivendi abbassa i toni e guarda ai vantaggi di un possibile accordo

SARA BENNEWITZ, MILANO

L'ad di Telecom Italia Luigi Gubitosi e quella di Open Fiber Elisabetta Ripa si siedono intorno a un tavolo per stilare l'agenda di una lunga trattativa che dovrebbe portare alla creazione di un'unica infrastruttura in fibra. La prima riunione di ieri è stata cordiale ed è servita a fissare il percorso che le due aziende si propongono di fare per mettere competenze tecnologiche e soprattutto risorse a fattore comune. Ancora i numeri non sono stati scritti, le banche sono al lavoro, ma l'idea che va maturando è che le sinergie che si creerebbero renderebbero l'operazione molto conveniente per tutte le parti. Talmente conveniente che tutti gli azionisti di Telecom da una parte, e di Open Fiber dall'altra, avrebbero deciso di abbassare i toni e portare il livello della discussione a piani più concreti.

A quanto si apprende da fonti finanziarie, lunedì Gubitosi sarebbe volato a Parigi per incontrare i vertici di Vivendi e illustrare a grande linee il progetto. E per la prima volta, dopo mesi di toni accesi, pare che anche il colosso francese dei media sia parso più incline ad andare avanti nella discussione con Open Fiber e a verificare i benefici concreti di una possibile intesa. Fonti vicine ad ambienti istituzionali fanno notare che anche Ripa sarebbe stata invitata a negoziare al me-

glio, dando però segnali di una maggiore apertura. E anche la posizione dell'Enel, che parrebbe meno convinto a spostare la natura dell'accordo dal commerciale al societario, potrebbe essere smussata grazie alla mediazione di Cdp. Insomma, dopo la firma di un *Non Disclosure Agreement* le parti starebbero passando ai fatti, tentando nel concreto una trattativa. Che comunque non è destinata a chiudersi a breve, anche perché andrà discussa sia con l'Antitrust - il cui presidente è stato appena rinnovato - sia con l'Agcom, i cui vertici sono in scadenza.

Infine ieri Gubitosi ha arricchito la sua squadra di manager, nominando a capo delle risorse umane Luciano Sale, che aveva ricoperto un simile incarico in Alitalia. In Brasile invece Pietro Labriola dovrebbe entrare nel cda di Tim Brasil, al posto dell'ex amministratore delegato Stefano De Angelis, che nel 2017 e nel 2018 era stato designato dagli investitori come migliore Ceo dell'America Latina. Al suo posto, l'ex ad di Telecom Amos Genish aveva nominato a giugno Sami Figuel, che a differenza di De Angelis non era mai entrato nel cda. Labriola, che sotto De Angelis era stato direttore Business Transformation & Quality della divisione brasiliana, dopo essere uscito dalla finestra lo scorso ottobre, ora potrebbe rientrare dalla porta assumendo le deleghe in mano a Foguel. Se così fosse, Gubitosi avrebbe completato nell'arco di qualche mese, la squadra dei suoi principali riporti, prima di presentare, ma soprattutto di eseguire, il nuovo piano industriale che sarà annunciato il 21 febbraio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Tim-Open Fiber, alla prova lo scorporo al contrario

LO SCENARIO

L'ipotesi più gettonata è la separazione dei servizi ma devono tornare i conti

Primo incontro tra gli ad dei due gruppi per vagliare gli ambiti di collaborazione

Antonella Olivieri

Se non si inizia a parlarne su basi concrete, non se ne esce. Da qui a immaginare come finirà l'intricata partita Telecom ce ne passa. Ma almeno ieri c'è stato il primo incontro tra gli ad di Telecom e Open Fiber - Luigi Gubitosi e Elisabetta Ripa - per gettare le basi di una possibile collaborazione. Se questo porterà alla rete unica di tlc - come auspica il Governo e la Cdp - si vedrà. L'obiettivo del primo incontro tra i due capi azienda era quello di definire la composizione dei team e di fissare l'agenda per identificare possibili sinergie.

Difficile, se non del tutto impossibile, che possano essere posate pietre miliari in tempo utile per la presentazione del nuovo piano industriale Tim tra 15 giorni. Come pure è da escludere che i ragionamenti in corso sul 5G tra Telecom e Vodafone portino a operazioni straordinarie a breve. Il nuovo ad di Vodafone, Nick Jeffery, sta studiando come riorganizzare il business delle torri a livello internazionale e prima di luglio non inizierà a tirarne le somme. Sulle torri di entrambi i gruppi in Italia ci sono però già accordi di co-siting, "scambio di postazioni", che l'avvento del 5G renderà ancora più importante intensificare, dal momento che oltretutto sia Telecom che Vodafone si sono svenate per le frequenze, con un conto da saldare di 2,4 miliardi ciascuna.

Ad ogni modo, è noto che Cdp - azionista al 4,9% di Telecom e al 50% di Open Fiber - guardi con favore l'ipotesi di una rete unica che il Governo - con l'emendamento sulla Rab (il meccanismo, che incentiva gli investimenti, utilizzato per stabilire le "tariffe") - intendeva favorire. E che dunque si aspetti di avere qualche ragguglio - almeno sulle intenzioni - dal piano Telecom in cantiere. A quanto risulta, l'ipotesi più gettonata al momento (si veda «Il Sole-24Ore» del 23 novembre scorso) è quella dello scorporo "all'incontrario" - dentro le infrastrutture e fuori i servizi - che avrebbe il vantaggio di non spaccare in due la rete dell'incumbent - tra struttura portante e rete d'accesso finale - con il conseguente rompicapo di dover stabilire se e come spaccettare la parte "intelligente". L'obiettivo sarebbe quello di accelerare l'ammodernamento della rete per meglio servire anche il tessuto economico nazionale, tenuto conto che ai fini della sicurezza delle comunicazioni di fatto la rete in rame non potrà essere rottamata. Però non si può non tener conto che la vecchia gloria delle tlc è pur sempre il quarto gruppo italiano e bisogna che i conti tornino anche sul piano della sostenibilità aziendale, considerato oltretutto che in Italia sono occupati quasi 50 mila addetti, non strabordanti in termini relativi visto che nel 2017 Telecom vantava il maggior valore aggiunto per dipendente tra i primi otto gruppi europei del settore.

Ogni scenario dunque dovrà passare al vaglio dei numeri, base necessaria ma non ancora sufficiente per trovare la quadra. Infatti, ancor di più nell'ipotesi di scorporo all'incontrario, occorrerà ottenere il consenso di Vivendi, primo singolo azionista col 23,94% del capitale ordinario, se si vuole evitare il perpetuarsi di una si-

tuazione da Vietnam. Nell'ipotesi di spin-off della rete d'accesso - con quotazione in Borsa modello Inwitt - l'operazione potrebbe essere "forzata" dalla maggioranza del board, senza passare da un'assemblea straordinaria dove i francesi dispongono di una sicura minoranza di blocco. Ma in questa fase - dove si prepara il confronto assembleare con la richiesta di revoca di cinque amministratori in quota Elliott - il tutto è complicato dal fatto che Vivendi non può parlare con nessuno - né Elliott, né Cdp - per comprensibili cautele legali, dal momento che è vicina alla soglia d'Opa del 25% e il rischio di "concerto" è in agguato.

Da segnalare, infine, che continua il via-vai manageriale: entra Luciano Sale (ex Alitalia e Rai) come nuovo direttore del personale al posto di Riccardo Meloni ed esce Stefano Azzi, che era a capo della divisione commerciale consumer.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Telecom Italia

Andamento del titolo a Milano





Il riassetto di Telecom. Ieri il primo summit con Open Fiber

Tim, Luciano Sale capo risorse umane

Luciano Sale è il nuovo responsabile delle risorse umane di Tim. Subentra a Riccardo Meloni. Nato nel 1961, si è laureato in sociologia a Trento. Ha avviato il suo percorso professionale in Alenia aerospazio come responsabile della formazione. Tra il 1998 e il 2001 è stato in Wind come responsabile della gestione del personale.

Dopo una parentesi in Ipse2000 e, in un secondo tempo, a Poste italiane, è tornato a Wind per assumere il ruolo di direttore risorse umane, proseguito dopo la nascita di Wind Tre. Da settembre 2017 è stato capo del personale in Alitalia.



Luciano Sale

Intanto Tim e Open Fiber hanno partecipato al primo incontro organizzativo per esplorare possibili sinergie e collaborazioni fra le due società. «I due gruppi hanno così gettato le basi per nuovi accordi, non solo commerciali ma anche sulla rete unica delle telecomunicazioni», hanno precisato le aziende. L'obiettivo della riunione è stato quello di identificare i team che lavoreranno insieme e di fissare un'agenda.

Nei giorni scorsi Francesco Starace, a.d. di Enel, azionista di Open Fiber, aveva sollecitato Tim a prendere posizione sul tema della rete.

—© Riproduzione riservata—



Savona alla Consob Primi dossier: Tim e banche

AUTHORITY SULLA BORSA

Cdm avvia l'iter sulla nomina alla presidenza - A Conte l'interim sulle Politiche Ue

L'accordo M5S-Lega prevede Minenna come direttore generale della Commissione

Le opposizioni all'attacco: c'è incompatibilità - Sulle nomine resta il nodo-Inps

Paolo Savona alla presidenza della Consob, l'authority di controllo della Borsa: il Consiglio dei ministri ha avviato la procedura per la nomina. L'interim sul dicastero degli Affari Ue va al premier Conte. Opposizioni all'attacco. Pd: «Savona incompatibile con la carica». L'accordo M5S-Lega vede Minenna in pole come segretario generale della stessa Consob.

Tra le partite più calde su cui la Commissione sarà chiamata a pronunciarsi nelle prossime settimane la contesa per la governance di Tim e i problemi del sistema bancario, Npl in testa. Chiusa la partita Consob - non senza malumori tra gli ortodossi M5S - entra nel vivo la trattativa per l'Inps: il presidente Boeri scade il 16 febbraio.

Serafini e Perrone — a pag. 3

Savona alla Consob, Tim e conti bancari i primi dossier

Il via libera. Il Consiglio dei ministri ha avviato la procedura di nomina del nuovo presidente. Va completato il confronto con gli istituti di credito sulle valutazioni patrimoniali della Bce

Laura Serafini

La partita più calda sulla quale la Consob sarà chiamata a intervenire nei prossimi giorni è la contesa per la governance di Tim. Una saga ormai in atto da anni che, però, complice il fatto che sta entrando nel vivo la partita per la società unica della rete in fibra sta subendo un'accelerazione in queste settimane. Se tutto procede secondo copione il nuovo presidente, Paolo Savona, dovrebbe insediarsi nell'arco di un mese e mezzo e quindi giungere proprio quando una prima istruttoria - dopo le segnalazioni inviate negli ultimi giorni

di Vivendi e l'ex ad di Tim, Amos Genish - approderà al collegio della commissione, visto che i primi incontri con i vertici di Tim, Vivendi e lo stesso Genish sono stati fissati per il 19 febbraio. Nel frattempo, però, la commissione sta lavorando a delicate questioni che riguardano il sistema bancario. Proprio quelle banche che il vicepremier Matteo Salvini nei giorni scorsi ha detto che sarebbero ben vigilate con un presidente come Savona.

La questione riguarda le comunicazioni relative agli esiti dello Srep, la valutazione della Bce sull'adeguatezza

dei requisiti patrimoniali e sulla gestione dei rischi delle banche. Modalità di comunicazione sulle quali a fine 2018 la Consob ha messo in consultazione una raccomandazione in applicazione delle



norme della direttiva sul market abuse. La consultazione si è chiusa, sono arrivati i contributi degli operatori vigilati e l'Autorità deve passare alla fase di confronto per poi pubblicare il documento finale. A fine 2018 la Bce ha inviato alle banche italiane l'esito dello Srep, nel quale erano contenute anche le aspettative di vigilanza su ulteriori coperture da effettuare sullo stock dei crediti problematici, sulla base delle valutazioni fatte istituto per istituto in base alla delibera adottata dal Ssm (il braccio di vigilanza della Bce) nel luglio scorso. A seconda dello stato di salute delle singole banche, il Ssm ha indicato accantonamenti su crediti da adottare dal 2020 per i prossimi 4, 5 o 6 anni.

A fronte di queste richieste (non cogenti, ma raccomandate) sono state avviate verifiche preliminari dagli uffici tecnici dell'Autorità per valutare con le banche (sicuramente le maggiori, come Unicredit e Intesa Sanpaolo) gli impatti contabili nei bilanci bancari degli accantonamenti, soprattutto laddove siano

decise anche svalutazioni di crediti che comportino deducibilità Ires e Irap delle rettifiche. Le verifiche sono connesse a quanto previsto nella raccomandazione Consob, che in realtà è soltanto applicativa delle disposizioni sul market abuse.

Nella raccomandazione si spiega che «con riferimento alle ulteriori risultanze Srep, si rileva che le regole di redazione dell'informativa finanziaria richiedono di fornire, nelle note al bilancio o nella relazione sulla gestione, informazioni aggiuntive qualora siano rilevanti per la comprensione da parte del pubblico. Informazioni relative ad eventuali requisiti qualitativi vincolanti o raccomandazioni che... possono avere un impatto sulle valutazioni di bilancio si ritiene debbano essere fornite nelle note al bilancio». Il confronto in corso può essere utile ai fini delle informazioni da inserire in bilancio a partire dall'esercizio 2019. Anche se tra le obiezioni presentate dal mondo bancario in fase di consultazione c'è il fatto che la

Consob sarebbe l'unica Autorità europea a prevedere questa forma di ulteriore articolazione delle norme in materia. Tra gli altri fronti aperti c'è la selezione, dopo la presentazione delle candidature nei mesi scorsi, del nuovo comitato degli operatori di mercato e degli investitori (gli stakeholders) chiamato ad agevolare il confronto con il mercato e a dare pareri in materia regolamentare. Il monitoraggio sui dossier bancari caldi, Carige e Banca Popolare di Bari (i cui vertici sono stati sanzionati nei mesi scorsi da Consob) prosegue. A giugno, poi, c'è l'appuntamento con le nomine interne: scadono il dg Angelo Apponi e il vice dg. L'arrivo del presidente porta la maggioranza necessaria per eleggere i successori a 4 voti su 5 (gli stessi necessari per eleggere il segretario generale). La maggioranza qualificata rende improbabile una "compensazione" per Marcello Minenna, estromesso dalla corsa per la presidenza: per lui sarebbe molto difficile coagulare il consenso tra i 4 membri del collegio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SUL TAVOLO DELL'AUTORITY

1
TIM
Prima istruttoria sulla governance
Il nodo controllo
L'insediamento di Savona alla presidenza Consob avverrà tra circa un mese e mezzo, quando approderà al collegio una prima istruttoria relativa alla vicenda della contesa sul controllo di Tim. Dopo la guerra di segnalazioni ed esposti già partita tra i due azionisti di maggiore peso, Vivendi e Elliot

2
NPL
Raccomandazione sulla gestione rischi
Modalità di comunicazione
Tra i dossier dell'Authority anche la raccomandazione sulle modalità di comunicazione relative agli esiti dello Srep, la valutazione della Bce sull'adeguatezza dei requisiti patrimoniali e sulla gestione dei rischi delle banche. E sulle coperture da effettuare sullo stock dei crediti problematici

3
NOMINE INTERNE
A giugno il nuovo direttore generale
Maggioranza qualificata
A giugno per Consob ci sarà l'appuntamento con le nomine interne: scadono il direttore generale Angelo Apponi e il vice dg. L'arrivo del presidente porta la maggioranza necessaria per eleggere i successori a 4 voti su 5 (gli stessi necessari per eleggere il segretario generale)

Ministro degli Affari europei.
Il Cdm ha deliberato ieri l'avvio della procedura per la nomina di Paolo Savona alla presidenza della Consob. Ora serve il parere delle commissioni di Camera e Senato



La Llave

Google eleva gasto y reduce su margen

Wall Street se muestra preocupada acerca del retorno que puede obtener Alphabet, la matriz de Google, de las enormes inversiones que está realizando la multinacional tecnológica. La solidez de su negocio publicitario digital permitió a la compañía cerrar el último año con ingresos superiores a los 136.000 millones de dólares, un 23% más. Sin embargo, el continuo aumento de los costes operativos del grupo, que crecieron un 31% en el año hasta los 110.498 millones de dólares, ha provocado un recorte del margen operativo en el último trimestre del 24% al 21%. El aumento del gasto se explica, sobre todo, por la compra de contenido para YouTube, un negocio estratégico para Google, convencida de que será clave en el futuro no sólo como plataforma de entretenimiento, sino también como herramienta de búsqueda de contenido. La compañía también está incrementando sus inversiones en el ámbito del *cloud computing*, un mercado en el que se encuentra por detrás de Amazon y Microsoft, y donde está contratando personal a un ritmo muy elevado. Esta cautela con la que Wall Street mira el gasto creciente de Alphabet explica que la compañía se dejara un 3% en el cierre prolongado de la Bolsa el pasado lunes tras presentar resultados, a pesar de que éstos muestran la solidez de su negocio publicitario. Ayer a media sesión, la acción de la multinacional tecnológica se dejaba un 1%, situando su capitalización en 790.000 millones de dólares.

Google aumenta la spesa e riduce il proprio margine

