

## Rassegna del 06/03/2018

\*\*\*

Corriere della Sera	45	Conti correnti, nuova frontiera di Amazon	Sarcina Giuseppe	1
Sole 24 Ore	31	Amazon è sempre più «banca»: ora punta a offrire conti correnti	Barlaam Riccardo	2
Stampa	34	Amazon diventa sempre più banca	Semprini Francesco	3
Sole 24 Ore	35	Startup con il Sole - Il «calabrone» PayPal e il futuro del credito	S.Fi.	4
Sole 24 Ore	35	Startup con il Sole - Il Lussemburgo diventa il «paradiso» del FinTech	Filippetti Simone	5
Giorno-Carlino-Nazione Economia&Lavoro	15	La tecnologia bitcoin seduce le banche Corsa ai contratti smart	Gozzi Alessia	6
Sole 24 Ore	1	La vita futura degli smartphone - Smartphone come le auto: rimarranno 3-4 produttori	Salvioli Luca	8
Sole 24 Ore	17	Xiaomi alla conquista dell'Europa e dell'Italia	Simonetta Biagio	10
Stampa	37	Panorama - Vendite online più veloci Zara si affida ai robot	...	12
Corriere della Sera	45	Ora eBay punta sul «low cost», La formula 10 euro	De Cesare Corinna	13
Sole 24 Ore	15	Selex investe sull'e-commerce	Mancini Giovanna	14
Italia Oggi	16	Thun con Connectbay fa e-commerce per pmi	...	15
Sole 24 Ore	33	Parterre - Google sbarca a Manhattan per creare il Campus di Nyc	Ri.Ba.	16
Sole 24 Ore	5	La Ue accelera sulla web tax	G.Tr.	17
Stampa	34	"Serve una webtax per i giganti della rete" Appello al vertice G20 per un piano globale	De Ponte Fabio	18
Sole 24 Ore	33	Telecom alza il velo sul piano e sui conti - Tim alza il velo sul piano di Genish - Telecom alza il velo sul piano, conti e separazione della rete	Olivieri Antonella	19
Sole 24 Ore	12	Peril 5G regolamento con più opzioni	Fotina Carmine	21
Repubblica	37	Intervista a Benedetto Levi - Benedetto Levi "Prezzi bassi e trasparenti così i nostri cellulari di Iliad conquisteranno anche l'Italia"	Longo Alessandro	22
Mf	9	Partita nomine al nuovo governo	Zoppo Angela	24
<b>ESTERA</b>				
Expansión	4	Tebas alle "tfc": "Se il calcio gli sembra caro, non lo acquistino"	De Las Casas Jesús	26

# Conti correnti, nuova frontiera di Amazon

Il colosso Internet sta trattando con Jp Morgan per offrire prodotti bancari ai propri clienti

DAL NOSTRO CORRISPONDENTE

**WASHINGTON** L'ultima di Jeff Bezos: offrire conti correnti bancari ai clienti di Amazon.

Il progetto, scrive il «Wall Street Journal» è ancora nelle «fasi iniziali». I dirigenti del grande gruppo dell'e-commerce ne hanno cominciato a discutere con JpMorgan Chase e Capital One.

L'idea è quella di mettere a disposizione un canale di pagamento sicuro e vantaggioso per i consumatori che non hanno una carta di credito tradizionale. Per esempio i giovani, i «millennials», parte importante degli utenti di Amazon online. Non è ancora chiaro quale potrebbe essere la formula. Se sarà un conto corrente a tutti gli effetti, con la possibilità quindi di staccare assegni, pagare direttamente le spese come se si possedesse una carta di credito e, infine, ritirare contanti da una rete nazionale di bancomat. In ogni caso dovrà essere un sostanziale passo in avanti rispetto al sistema «Amazon Pay», poco utilizzato dai navigatori dell'e-commerce e di solito rifiutato dalle altre piattaforme online. Inoltre «l'Amazon card» potrebbe tornare utile anche per le spese dal vivo nei supermercati «Whole Foods», acquisiti lo scorso anno con un investimento di 13,5 miliardi di dollari.

Per l'azienda di Seattle questo assaggio di «autarchia finanziaria» vorrebbe dire un taglio secco delle commissioni bancarie che affliggono le

transazioni soprattutto sul web. Risparmio netto per tutti: venditore e acquirente.

L'obiettivo di Bezos non sembra essere quello di competere direttamente con le maggiori banche del Paese, né di stravolgere gli equilibri del settore. Come ha fatto, per esempio, nella filiera delle consegne, avviando un sistema alternativo a quello di United Parcel Service o FedEx.

Amazon si propone come partner con il mondo del credito. Anche perché fondare una vera banca è un'impresa piuttosto impegnativa. I vincoli da rispettare sono numerosi, senza contare l'opposizione dei competitor. Sempre il «Wall Street Journal» cita il precedente di Walmart, la più grande catena di distribuzione in America. Dieci anni fa cercò di ottenere un licenza bancaria, ma il tentativo fallì per l'azione di lobby dei concorrenti e degli istituti finanziari.

In ogni caso anche le banche hanno interesse a chiudere un accordo con Bezos. Il sito LendEdu, specializzato nei prestiti agli studenti, ha condotto un sondaggio tra mille clienti di Amazon: il 38% degli interpellati ha dichiarato che affiderebbe volentieri all'azienda anche la gestione dei propri risparmi. JpMorgan Chase, Capital One e le altre banche stanno faticando per intercettare gli orientamenti finanziari del pubblico più giovane, in continuo cambiamento. Bezos può fare da collegamento.

**Giuseppe Sarcina**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## La vicenda



● Amazon sarebbe in trattative con alcune banche, incluso Jp Morgan, per realizzare un prodotto simile ai conti correnti da offrire ai pronti clienti. Il colosso nelle vendite online controllato da Jeff Bezos (nella foto) conta così di ridurre le commissioni di intermediazione



**Strategie.** Dopo la diversificazione hi-tech si allarga l'alleanza con JP Morgan

# Amazon è sempre più «banca»: ora punta a offrire conti correnti

**Riccardo Barlaam**

■ Presto Amazon saprà, oltre ai dati sui consumi, alle ricerche sul sito e alle preferenze di prezzo, anche quanti soldi ci sono sul conto corrente dei suoi clienti. Il colosso dell'e-commerce sta studiando con JpMorgan Chase & Co. e Capital One Financial un prodotto simile a un conto corrente bancario da offrire ai suoi milioni di clienti, riporta il Wall Street Journal. Il target è quello dei Millennials, i clienti più giovani, ma anche quelli che un conto in banca non ce l'hanno, dice una fonte vicina al dossier. «L'iniziativa - spiega - non punta a far diventare Amazon una banca. Ma un prodotto simile a un conto corrente consentirebbe alla società di ridurre le commissioni pagate alle aziende finanziarie e di raccogliere dati sui redditi dei consumatori e sulle loro abitudini di spesa».

Il c/c targato Amazon è parte della strategia della società di Jeff Bezos di entrare in ogni aspetto della vita delle persone. In quello che è ormai diventato il "negoziato del mondo". Con un catalogo di prodotti sterminato per varietà e tipologia. Con tanti servizi che si stanno aggiungendo: dalla spesa alimentare con i prodotti freschi negli Usa con Whole Foods, a leggere o ascoltare libri, a musica e video in streaming, fino al voice assistant Alexa che accende le luci e regola la temperatura di casa.

L'industria dei servizi bancari d'altronde è presa di mira da tutte le principali società hi-tech. Non solo Amazon. Facebook, Apple e Samsung offrono già ai loro clienti servizi di pagamento elettronico e finanziamenti dedicati.

Amazon dal momento della quotazione, nel 1997 - da allora le azioni hanno avuto un incremen-

to di più del 50mila per cento - ha introdotto Amazon Pay, servizio che permette di pagare a rate i prodotti comprati sulla piattaforma. Più di 33 milioni di persone utilizzano questo sistema di pagamento. E Amazon dal 2011 ha prestato più di 3 miliardi di dollari secondo i dati di Cb Insight. Amazon inoltre ha già una sorta di carta di debito, Amazon Cash, che permette di fare acquisti sul sito senza usare la carta di credito. Lo scorso anno è entrata anche nel mercato dei depositi bancari con Prime Reload, che riconosce un bonus del 2% ai clienti che spostano soldi dal loro conto bancario alla carta di debito di Amazon: un modo per pagare meno commissioni alle grandi società delle carte di credito come Visa e Mastercard. Amazon, in ultimo, offre già una carta di credito co-branded con Jp Morgan.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Il negozio del mondo.** Amazon è valutata 730 miliardi. Dalla quotazione le azioni sono salite del 50mila per cento



# Amazon diventa sempre più banca

L'alleanza con Jp Morgan offrirà conti correnti per attirare il pubblico giovane

38

per cento

I clienti che mostrano fiducia in Amazon anche come banca

FRANCESCO SEMPRINI  
NEW YORK

Amazon bussa di nuovo al portone di Wall Street, e questa volta lo fa per offrire al suo pubblico, specialmente quello giovane, il conto corrente del nuovo millennio. Il colosso di Jeff Bezos è infatti in trattative con alcune grandi banche degli Stati Uniti, a partire da Jp Morgan Chase, per realizzare un prodotto in grado di attirare i più giovani e coloro che non hanno ancora un istituto di riferimento. «L'iniziativa non punta a far diventare Amazon una banca», provano a depotenziare alcune fonti sentite dal Wall Street Journal. Ma anche se il gigante dell'e-commerce non diventerà formalmente un istituto di credito, di fatto si proporrà come operatore in grado di agevolare il pagamento di servizi e prodotti (abbattendo i costi) attraverso un apposito conto corrente.

Il conto 3.0 di Amazon, consentirebbe alla società di Seattle di ridurre le commissioni pagate alle finanziarie nell'ambito delle transazioni compiute sulla sua piattaforma. E al contempo di raccogliere dati sui redditi dei consumatori e sulle loro abitudini di spesa, elemento quest'ultimo considerato oggi linfa vitale per chi opera su Internet, talvolta al pari delle inserzioni pubblicitarie. La formula ottimale quindi è la partnership tra il colosso di Bezos e l'istituto guidato da Jamie Dimon, che dall'alleanza con Amazon trae senza dubbio vantaggio, vista la grande popolarità del pioniere dell'e-commerce fra i

millennials, le cui abitudini cambiano rapidamente. Secondo un sondaggio condotto fra mille clienti di Amazon, il 38% si fida del colosso di Bezos nel gestire le sue finanze allo stesso modo in cui si fida di una banca tradizionale. Ed ecco perché il futuro conto corrente targato Amazon, per la sua vocazione, viene chiamato «conto giovani».

Non è la prima volta che Bezos bussa al portone di Wall Street. Poco più di due settimane fa il patron di Amazon aveva levato i veli a un programma di linee di credito da erogare in favore degli operatori che vendono sulla sua piattaforma Internet. E per fare ciò si è rivolto in particolare Bank of America-Merrill Lynch, altra Big di Wall Street col quale Amazon ha stretto una partnership per rafforzare il servizio già esistente di «Amazon Lending», il braccio finanziario della società di Seattle. Si tratta di un servizio lanciato nel 2011, funzionante solo su invito della stessa Amazon, che concede prestiti da 1000 a 750 mila dollari ad aziende che potrebbero avere difficoltà a ottenere prestiti per vie tradizionali.

L'approdo di Bezos a Wall Street rappresenta un ulteriore elemento di diversificazione e ampliamento strategico della sua azienda creata nel 1994 come operatore Internet. E che oggi assume i contorni di una specie di conglomerata 2.0 con attività legate anche al settore dei supermercati alimentari, con l'accordo con Whole Foods e con la rivoluzionaria iniziativa pensata assieme alla stessa Jp Morgan e alla Berkshire Hathaway di Warren Buffett, di dare vita a una società indipendente il cui scopo è ridurre i costi delle prestazioni sanitarie e semplificarne le procedure con le tecnologie digitali. Il tutto a beneficio dei dipendenti di Amazon, delle loro famiglie e, potenzialmente, di ogni americano.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



ANSA-AP

## Nuovi servizi

Il gruppo Amazon allarga costantemente l'offerta dei servizi al pubblico. Fra le altre cose, diventa sempre più simile a una banca



# Startup con il Sole

## L'OSSERVATORIO NÒVA E FINANZA&MERCATI

**Pagamenti elettronici.** Daniel Marovitz (Booking): «Tra 10 anni gli sportelli scompariranno, pagamenti via app»

# Il «calabrone» PayPal e il futuro del credito

### IL MANAGER

All'orizzonte c'è la «commoditizzazione» delle banche: «Diventeranno come le Water Company e nessuno vuole pagare per l'acqua»

■ Il Rinascimento è nato per caso. O, meglio, nessuno storico ancora oggi sa spiegare perché sia nato in Italia, a Firenze, e in quel periodo. Quando sale sul palco della sala d'onore di Cercle Cité, centro congressi ricavato da un palazzo del Romanticismo norduropeo, in pieno centro, Daniel Marovitz, americano che vive a Londra, riesce benissimo a spiazare l'audience.

Il Vice President della divisione pagamenti di Booking, colosso mondiale delle prenotazioni di alberghi su internet, ha l'aspetto a metà tra il nerd iper tecnologico alla Mark Zuckerberg e il trasandato-grunge alla Kurt Cobain: sarebbe qui per parlare di FinTech, di innovazione e futuro della tecnologia. Ma fa un excursus di 5 secoli: la prende alla lontana. Il nesolosi capisce alla slide successiva della sua presentazione: è un grafico che fa vedere l'andamento dei prezzi del BitCoin degli ultimi 4 anni. Dal 2014 al 2017 la criptovaluta è rimasta piatta, il prezzo era una linea retta perfetta. Poi, improvvisamente, l'impennata. «Le dinamiche del mercato sono imprevedibili, così come nessuno sa perché nacque il Rinascimento; così nessuno sa perché il BitCoin è salito all'impazzata» commenta. Booking è un sito per cercare camere d'albergo, ma in realtà il suo core business sono i pagamenti elettronici e dunque è un'azienda FinTech che gestisce transazioni di de-

naro. «Le filiali delle banche rischiano di scomparire come dinosauri - predice il manager, anch'egli un passato da banchiere in Deutsche Bank - e tra 10 anni tutti i pagamenti saranno fatti tramite App o in modalità embedded. Amazon è già una banca». Il pericolo che si profila all'orizzonte, ma per Marovitz è una realtà che richiede solo tempo, è la «commoditizzazione» delle banche: «Diventeranno come le Water Company; nessuno vuole pagare per l'acqua».

Non ci sarà bisogno degli sportelli perché tutte le aziende diventeranno banche, almeno per la parte dei pagamenti dove gli istituti tradizionali hanno perso la sfida del progresso. «Se le banche fossero rimaste al passo coi tempi, PayPal non sarebbe mai nata». PayPal di fatto è una sorta di banca on line che gestisce pagamenti e dove la gente «deposita» denaro. Infatti nacque come servizio di supporto per eBay, il sito di aste online più di dieci anni fa. Oggi eBay fatica, schiacciato dalla stessa Amazon, mentre PayPal è ormai un sistema di pagamento mondiale che ogni sito di e-commerce, a partire dalla Booking medesima, offre.

«Le pare possibile - incalza - che ci sia bisogno di PayPal? È qualcosa che le banche avrebbero dovuto fare. In un mondo efficiente, dove le banche si fossero evolute, non sarebbe servito». PayPal, insomma è nel FinTech l'equivalente del calabrone in Fisica: non potrebbe, o dovrebbe volare, ma vola. Chissà se la fosca previsione di Marovitz sul futuro delle banche si avvererà.

**S.Fi.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Startup con il Sole

## L'OSSERVATORIO NÒVA E FINANZA&MERCATI

# Il Lussemburgo diventa il «paradiso» del FinTech

## Obiettivo: portare «in casa» le filiali di start-up da altri Paesi



### FinTech

● È la digitalizzazione del sistema bancario e finanziario. Attraverso innovative società ha scatenato un effetto di disintermediazione del sistema finanziario tradizionale. Innovative piattaforme finanziarie digitali sono oggi quelle mediante le quali si intermedia il credito tra privati non utilizzando più gli operatori tradizionali (peer to peer lending) o si opera con la tecnologia blockchain/DLT nei mercati di negoziazione degli strumenti finanziari.

**Simone Filippetti**

LUSSEMBURGO. Dal nostro inviato

■ Il paragone è di quelli efficaci: «Ha presente quando uno si dimentica 1 euro nella tasca e magari lo ritrova per caso la stagione dopo quando riprende dall'armadio i pantaloni messi via? Provi a moltiplicare quell'euro su scala globale e soprattutto su una piattaforma digitale». Nasir Zubairi è un azzimato 35enne dai tratti mediorientali che parla inglese un con un pacato accento britannico. È un ex banchiere, un passato in HSBC: ora il governo del Lussemburgo lo ha scelto come capo di Lhopt, una sorta di ombrello che gestisce tutte le iniziative start-up del piccolo, ma ricchissimo, paese europeo. È lui a tenere a battesimo il FinTechStage, primo evento del genere organizzato dal Gran Ducato. Ecco, grazie a

quell'euro in tasca, Alibaba oggi è la più grande «banca» al mondo. Avevamo lasciato l'azienda di Jack Ma che era l'Amazon cinese. E ora cosa c'entra l'e-commerce con il FinTech? Ama provocare Zubairi. Alibaba, fa notare, gestisce 1,72 miliardi di dollari: «Quando compri su Alibaba si apre un conto corrente elettronico, un eWallet, dove rimane sempre qualche spicciolo». Alibaba ha 500 milioni di clienti: «Sono i tanti 1 euro digitali abbandonati nei pantaloni e che il gruppo cinese si trova nel suo sistema di pagamento». Questo è il futuro della finanza: la banca invisibile. Così come i computer sono entrati dentro i telefoni, gli orologi, le automobili; così la banca entrerà dentro decine di servizi apparentemente lontanissimi dall'idea di uno sportello.

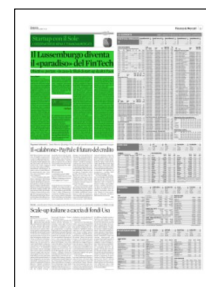
FinTech, che poi è un'abbreviazione che sta per Finance Technology, è solo una parola oggi di moda, «perché la tecnologia nella finanza è sempre esistita»: negli Anni '50 quando in America fu introdotto il Bancomat fu una rivoluzione tecnologica: Atm (come si chiama l'apparecchio fuori d'Italia) sta per «automated teller machine» ossia una macchina che faceva il lavoro di uno sportellista umano. Cosa ha il FinTech di oggi di nuovo rispetto ad allora? La velocità e la disintermediazione: sono i due fattori che stanno rivoluzionando l'industria della finanza e delle banche. Anche quando arrivò il Bancomat, si pensava che l'automazione avrebbe distrutto posti di lavoro e che lo sportellista sarebbe scomparso: in America il numero di «cashier» non è mai stato così alto come oggi.

L'anno scorso il colosso auto-

mobilitario Daimler ha comprato una start-up in Lussemburgo chiamata PayCash, e ora ribattezzata Mercedes Pay. Perché le strade, oggi un bene pubblico sostanzialmente senza valore, ma costruite coi soldi dei contribuenti, diventeranno le Borse del futuro: «Tutti a guardare il BitCoin, ma il futuro è nel machine learning», ossia le macchine che imparano e che si parleranno tra di loro. Mercedes Pay è un software che permetterà a due auto a guida autonoma di contrattare il tragitto e la precedenza, pagando denaro. Ma la cosa più sconvolgente è che lo faranno tra loro, senza che le persone facciano nulla.

Per decenni dipinto, e anche effettivamente stato, un «Paradiso Fiscale» nel cuore dell'Europa, il Lussemburgo, nato a tavolino dopo il Congresso di Vienna riducendolo a un fazzoletto di territorio, ha creato benessere con le banche (se ne contano 139 oggi, di cui 8 italiane). Dal 2014 le cose sono cambiate: addio al segreto bancario che aveva fatto del paese un approdo sicuro per molti capitali stranieri desiderosi di essere. Ora il Lussemburgo del futuro è un paese che cavalca l'onda del FinTech, una sorta di banca 3.0. Negli uffici di Luxembourg for Finance, agenzia pubblico-privata che tiene le fila della strategia finanziaria del paese, non sono così presuntuosi da pensare di poter far concorrenza a Londra, oggi il primo hub europeo per le start-up. Ma di fare alleanze in giro per l'Europa e portare in casa loro delle filiali di start-up che hanno già sedi in altri paesi. In Italia, un primo contatto c'è stato con Sella Lab, l'iniziativa di startup creata da Banca Sella.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# La tecnologia bitcoin seduce le banche

## Corsa ai contratti smart

**Gli istituti italiani mostrano interesse per le piattaforme di blockchain, ovvero il pilastro su cui si fonda il mercato delle criptovalute, su cui ancora c'è molta diffidenza.**

**Alessia Gozzi**  
■ MILANO

**N**ELLA BLOCKCHAIN, cioè l'archivio contabile decentrato che sta dietro a Bitcoin e alle altre criptovalute, le banche vedono opportunità inedite. Per esempio quella di trasferire denaro senza bisogno di intermediari, tagliando costi e tempi degli scambi. Tutti gli istituti, italiani compresi, sono già in campo per costruire le loro *blockchain*. Del Consorzio R3 fanno parte a fianco a Bank of America e Ubs anche Intesa, Mediolanum e Unicredit. Unicredit è impegnata anche in Wetrade, partecipata da alcune grandi banche europee con il supporto tecnologico di Ibm: una piattaforma di pagamenti internazionali per le piccole imprese che renderà le transazioni simultanee, accorciando i tempi di regolamento e abbattendo i rischi commerciali per gli esportatori.

«**INIZIALMENTE** Bitcoin viene ignorato, poi combattuto come pericoloso. Poi arriva la fase di compromesso, in cui le banche cavalcano il tormentone *'blockchain senza Bitcoin'*, facendosi in casa consorzi e *startup* come Ripple, R3, Hyperledger. Alla fine, arriva l'accettazione con i casi d'uso reali», spiega Giacomo Zucco, ad di Bhb Network-BlockchainLab, azienda che aiuta imprese e banche ad implementare servizi con tecnologia blockchain. Le strade per abbracciare queste tecnologie sono due: «Servire il mercato di chi vuole investire nella nuova *asset class* o utilizzare la *blockchain* di Bitcoin come *'notaio'*, cioè sfruttarne l'immu-

tabilità per dare prova di non manipolazione di documenti o transazioni».

Ubi Banca partecipa due progetti in rampa di lancio, con AbiLab e con Sia, entrambi basati sull'utilizzo della piattaforma *blockchain* Corda sviluppata da R3 e che vedono la partecipazione di una quindicina di banche. Il progetto con Sia è in fase di implementazione, la prima applicazione riguarda il processo di *'Anticipo fatture'* e consentirà di verificare che le fatture presentate dalle pmi non siano state presentate ad altri istituti come garanzia. *Step* preliminare per ottenere un finanziamento. «Questo mese parte il progetto pilota e, presumibilmente entro fine anno, la funzionalità verrà integrata nei sistemi delle banche», spiega Matteo Baido, responsabile It innovation di Ubi Banca. È uno dei primi casi di *blockchain* *'di sistema'*: «In prospettiva - sottolinea - le banche potranno implementare nuove applicazioni su questa infrastruttura tecnica destinata a diventare la *blockchain* delle banche italiane: pagamenti, *smart contract*, nuovi prodotti e servizi». Sempre su Corda, AbiLab sta sviluppando il progetto *'Spunta Interbancaria Italia'*: un sistema automatico di quadratura dei conti reciproci delle banche. Per quanto riguarda, invece, pagamenti e servizi connessi alle criptovalute, sta alla finestra: «È, ad oggi, un ambito prevalentemente speculativo e senza regolamentazione, che espone gli utilizzatori a rischi elevatissimi». Ancora più netto è stato il ceo di Intesa Sanpaolo, Carlo Messina, che ha parlato di «bolla speculativa».

Un passo in più lo fa Banca Sella che è sempre più la banca del *finetice* Getspay integra oltre 40 sistemi di pagamento, compresi quelli in Bitcoin. «Li convertiamo direttamente in euro e li depositiamo sul conto corrente dell' esercente per eliminare il rischio di volatilità», spiega Marco Coda, specialista *cryptocurrency* e *blockchain* del Gruppo Sella che, attraverso SellaLab, collabora con *startup* italiane come The Rock Trading e Conio.

**LA SFIDA** è scoprire tutti quei servizi che un intermediario come una banca può offrire nel mondo delle valute virtuali. Banca Sella offre, ad esempio, la possibilità di sottoscrivere Etn (strumenti finanziari regolamentati che replicano l'andamento di un prodotto) su Bitcoin ed Ethereum quotati al mercato di Stoccolma ma, avverte Coda, «per la loro elevata rischiosità, non sono certo prodotti adatti a tutti». Federico Tenga, co-fondatore di Chainside, piattaforma per gestire pagamenti in Bitcoin, e del Ben italiano (Blockchain educational network) non ha dubbi: «Anche se l'Italia è indietro rispetto all'estero, c'è molto interesse da parte di banche e imprese sul tema: sia sul fronte dei pagamenti in criptovalute sia per quanto riguarda l'uso della *blockchain* per la sicurezza dei dati. Non ci sarebbe da stupirsi se nei prossimi anni alcune banche andassero incontro alle esigenze del mercato iniziando a offrire investimenti in criptovalute».





## LA MONETA VIRTUALE IN PUNTI

### Che cos'è una blockchain

Una blockchain ('catena di blocchi') è un registro digitale delle transazioni. Un database reso sicuro tramite crittografia. Non è necessariamente applicata alle criptovalute

### Una piattaforma chiamata Corda

Ubi Banca partecipa due progetti in rampa di lancio, con AbiLab e con Sia, basati sull'utilizzo della piattaforma blockchain Corda, sviluppata da R3

### Sistemi di pagamento

Alcuni istituti, come Banca Sella, hanno piattaforme di pagamento anche in criptovalute. E offrono investimenti Etn in Bitcoin e Ethereum, «ma sono prodotti non per tutti»

# La vita futura degli smartphone

## Boom per quelli usati e ricondizionati - Il cambio diventa meno frequente

TELEFONIA

*Smartphone  
come le auto:  
rimarranno  
3-4 produttori*

**Salto tecnologico.** Fra pochi anni arriveranno i nuovi modelli 5G, con applicazioni nella sanità, nell'industria e nell'internet delle cose

### LA FRONTIERA

Fra prodotti che superano i mille euro e quelli di fascia bassa c'è spazio per i «feature phone», con molte funzioni e un sistema operativo proprietario

di **Luca Salvio**

Per Richard Yu, ceo di Huawei, in futuro ci saranno solo 3-4 produttori di smartphone, previsione che ricorda quella di Marchionne, che nel 2008 disse che sarebbero restati solo sei gruppi auto.

Il 2008 fu un anno rivoluzionario per la telefonia: iPhone e poi Android spazzarono i leader di allora, tolsero le tastiere dai telefoni, invasero gli *homescreen* di applicazioni. Che si realizzi o no lo scenario tingeggiato da Yu ai cronisti, a margine del Mobile world congress conclusosi a Barcellona, le similitudini tra auto e smartphone oggi sono più d'una. Alla fiera della tecnologia mobile ciò che occupava i pensieri di produttori di hardware, chip e pezzi di software erano soprattutto i dati di Gartner che certificano il primo calo delle vendite nella storia degli smartphone (-5,6%): 408 milioni di pezzi nel quarto trimestre 2017 contro i 432 milioni dello stesso periodo del 2016.

È difficile sostenere che quello smartphone di cui non riusciamo a fare a meno sia in crisi. Succede altro: «Gli smartphone - ha spiegato al Wall Street Journal Sean Cleland, direttore mobile di B-Stock Solutions, società di aste americana - oggi ricordano da vicino l'industria dell'auto. Voglio ancora guidare una Mercedes, ma posso aspettare un paio di anni e comprare il modello precedente». È un pezzo di spiegazione della ricerca: «Si assiste - spiega Roberta Cozza, analista di Gartner - all'effetto combinato di due fenomeni. Nella parte alta del mercato i consumatori faticano a capire le ragioni per cui devono spendere per un telefono da 800-1.000 euro, e oltre. Ri-

tengono l'innovazione non percepibile. Mentre nella fascia bassa gli smartphone con sistema operativo Android non litigano. E così comprano un *feature phone*. Ovvero quella categoria di telefoni che possono fare molte cose pur senza potersi definire smartphone, con un sistema operativo proprietario.

In molti, a Barcellona, hanno ascoltato con sorpresa annunciare da Florian Seiche, ceo di Hdm Global, il marchio finlandese che ha ottenuto le licenze per vendere telefoni con marchio Nokia «oggi siamo i numeri uno nei *feature phone*». Vuol dire che l'ex leader Nokia oggi per far parlare di sé deve puntare sull'operazione nostalgia di rimettere sul mercato modelli celebri, come il 3310 e l'8810, riaggiornandoli. E andando a favorire la sua presenza sulla fascia più "povera" del mercato.

Il parallelo con il mondo dell'auto si traduce anche nella fortissima crescita del mercato dei cellulari usati e ricondizionati, ovvero messi sostanzialmente a nuovo. Sul sito di Apple non si fa in tempo a cercare un'offerta che già è andata esaurita, mentre è più facile con l'iPad. Quella dei ricondizionati è la fetta di mercato che sta crescendo più in fretta nel mondo smartphone, conta circa il 10% dei nuovi telefoni venduti secondo i numeri di Counterpoint Technology. Per non parlare delle offerte commerciali. Negli Usa il modello di abbonamento pluriennale con l'operatore è un fenomeno ormai consolidato, ma adesso sta prendendo le forme del leasing, sul modello auto. Infine, i produttori per spingere la sostituzione dei vecchi terminali varano politiche commerciali piuttosto spinte. Samsung ha appena lanciato il Galaxy S9, uno dei prodotti al top del mercato. In Italia fino al 15 marzo c'è un programma di supervalutazione dell'usato: se in buone condizioni si può restituire il proprio smartphone usato ottenendo fino a 450 euro di contributo. E non si parla solo di modelli della casa coreana: si può rendere anche un iPhone, Huawei, Lg e così via.

Enrico Pappolla, senior director endpoint solution mobile di Techdata, uno dei principali distributori di elettronica di consumo nel mondo, resta ottimista: «Il ciclo di vita si è allungato soprattutto per la crescita del prez-



zo dei telefoni, anche in Italia. Il discorso è evidente per Apple, che con iPhone X ha superato la soglia psicologica dei 1.000 euro con il modello base, ma anche Samsung e Huawei lo hanno fatto. Queste tre aziende hanno in mano l'85% del mercato italiano in termini di valore, circa il 75% come volumi. I telefoni costano di più e si cambiano meno spesso. Prima uno smartphone si teneva per 12-14 mesi, ora almeno 20 mesi. Detto questo, in Italia nel 2017 si sono venduti 18 milioni di smartphone, sono un pochino scesi ma venivano da anni di corsa senza sosta e persino difficile da spiegare. E comunque i prezzi medi sono saliti». Secondo i dati di Comscore la fascia tra i 170 e i 250 euro è la più rappresentata, con un complessivo 19,7% di utenti, seguita dalla fascia oltre i 400 euro (al 16,4%) riservata agli smartphone top di gamma.

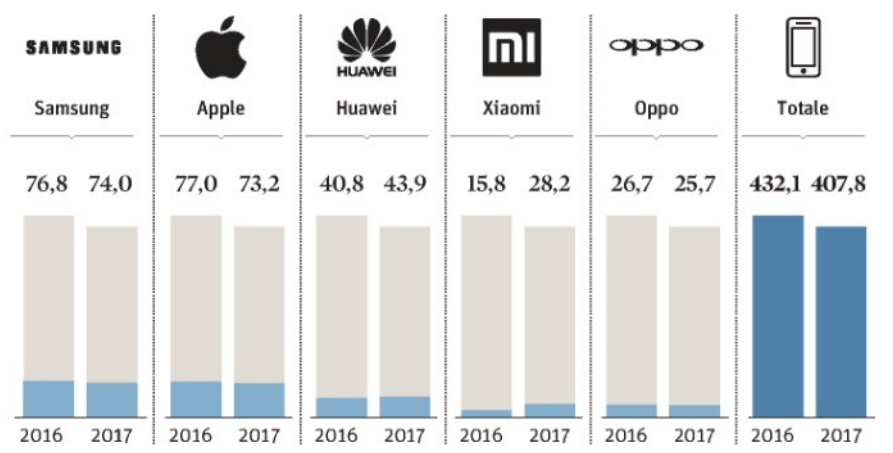
La crescita dei prezzi non è casuale. I produttori hanno bisogno di essere profittevoli nel momento in cui per distinguere uno smartphone dall'altro bisogna spendere molto in ricerca. L'iPhone X ha una serie di sensori che con la fotocamera frontale permette di sbloccare il telefono con il volto. È una tecnologia costosissima, così come lo è la ricerca sull'intelligenza artificiale. Dall'ultima trimestrale di Apple si è visto come il nuovo modello non abbia favorito la crescita di vendita come volumi, in calo e sotto le attese degli analisti, ma abbia avuto il vantaggio di alzare di 100 dollari il prezzo medio dell'iPhone (Asp) a 796 dollari. Contrariamente a quanto si potrebbe pensare, chi costruisce telefoni ha margini piuttosto scarsi, a eccezione di Apple che oltre a riuscire a tenere i prezzi medi elevati monetizza i servizi. Ovvero la vendita di app, di spazio di archiviazione cloud, film. Gli altri produttori si affidano a Google per il sistema operativo. Per questo Samsung fa i soldi soprattutto vendendo chip. Mentre Huawei ha fatto una cavalcata poderosa, che però è stata favorita dal potente business pre-esistente delle reti. Negli ultimi trimestri ha avuto margini sottili anche per la spesa in marketing. Richard Yu sostiene che resterà solo chi ha una buona quota di mercato, anche se alcuni outsider si sono distinti negli ultimi anni, come i cinesi OnePlus e Xiaomi, che a breve arriverà nel mercato italiano (si veda l'articolo in pagina). Il prossimo grosso salto tecnologico è il 5G, tra un paio di anni. I primi telefoni con il modulo 5G arriveranno l'anno prossimo. Ma non ci sarà una corsa alla sostituzione: le nuove reti avranno bisogno di tempo e avranno applicazioni nel mondo della sanità, nell'industria e nell'internet delle cose. Lo smartphone è però destinato a rimanere a lungo come luogo privilegiato delle interazioni digitali e con le macchine: quello che è più difficile capire è su quali modelli di business potrà reggersi, e chi saranno i protagonisti.

 @lucasalvioli  
© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Come cambia il mercato

### IN CALO

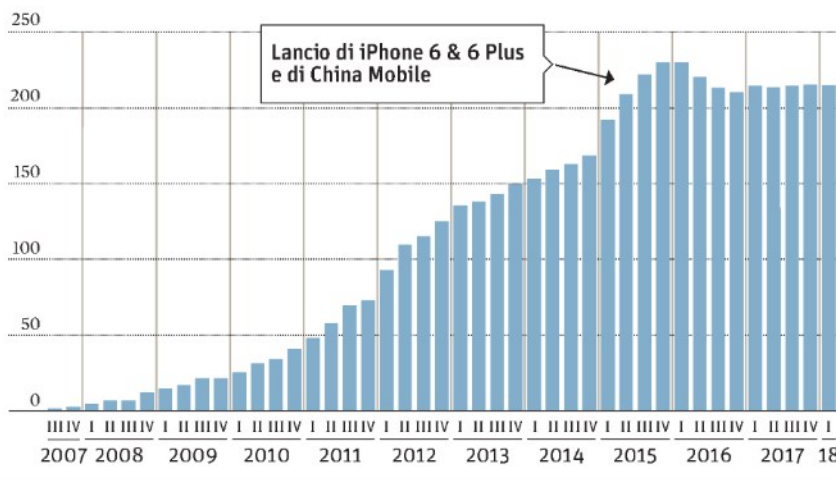
L'andamento delle vendite degli smartphone nel quarto trimestre 2016 e 2017. In milioni di unità



Fonte: Gartner; AboveAvalon.com - Company Reports

### I MELAFONINI

Le vendite degli iPhone dal 2008 a oggi. In TTM, Trailing Twelve Month



**Da startup a colosso.** Oggetti economici e potenzialità finanziarie

# Xiaomi alla conquista dell'Europa e dell'Italia

di **Biagio Simonetta**

**P**er lungo tempo è stata la startup tecnologica più interessante e di maggior valore al mondo. Poi in un anno ha bruciato decine di miliardi, mettendo a rischio il suo futuro e minando le certezze create negli anni precedenti.

Ora Xiaomi si è rimessa in carreggiata, e lo ha fatto portando sul mercato smartphone ad altissima tecnologia e a prezzi molto competitivi. Il prossimo passo della casa cinese è già scritto: il salto in Europa, con un approdo ufficiale sul mercato del Vecchio continente molto vicino. Anche in Italia, dove questo colosso da quattromila dipendenti con sede a Pechino, arriverà fisicamente nelle prossime settimane, con l'apertura di un negozio a Milano, una pagina Facebook "Xiaomi Italia" già aperta e alcuni canali di vendita digitale già operativi.

## Il sogno della Apple cinese

Quella di Xiaomi è una storia simile a molte altre, in Cina. Una storia fatta di telefoni Android a basso costo e dall'hardware importante. La differenza, però, sta nel finale, e cioè nel successo che questa azienda è riuscita a conquistare.

Un successo tecnologico e di fatturato (centuplicato in pochi anni) che le ha consentito di prendersi l'appellativo di "Apple cinese". E non è un caso che il fondatore e ceo, Lei Jun, abbia più volte confermato di ritenere Steve Jobs un esempio da seguire. Conferme arrivate anche durante i suoi keynote, dove il 48enne ricorda Jobs per abbigliamento e modi.

Fondata nel 2010, Xiaomi produce smartphone, tablet e smartwatch, ma anche tutta una serie di device come robot per la pulizia domestica, auricolari Bluetooth, zaini e router wi-fi. La fondazione della società

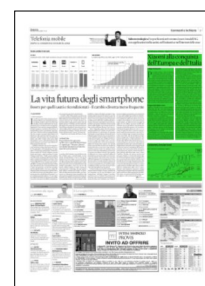
fu possibile grazie a Jeff Bezos, che con un assegno da 75 milioni di dollari acquistò la piattaforma di e-commerce cinese Joyo, di proprietà proprio di Lei Jun.

Con quei soldi in tasca, Lei Jun fonda la startup Xiaomi, un nome che proviene da un cereale molto diffuso in Cina. In poco tempo l'azienda riesce a diventare marchio di riferimento per gli smartphone in Cina. Un mercato incredibile e dalle potenzialità enormi. Prezzi stracciati e device di ottimo livello attirano l'attenzione dei consumatori di mezzo mondo, che trovano ogni mezzo pur di acquistare smartphone Xiaomi. In Italia l'approdo sui canali digitali è avvenuto a novembre dello scorso anno, con la comparsa dei device col logo "mi" su Amazon.it. Ma a breve lo sbarco sul mercato italiano sarà ufficiale a tutti gli effetti, con una struttura vera e propria.

Quello di Xiaomi sarà un approdo estremamente interessante sul mercato italiano. Perché a differenza di alcune altre aziende del Paese del Dragone arrivate a queste latitudini, Xiaomi è un vero colosso, con potenzialità finanziarie importanti. E sembra probabile che vorrà mettersi sulle orme di Huawei, che in Italia ha trovato uno dei mercati più floridi.

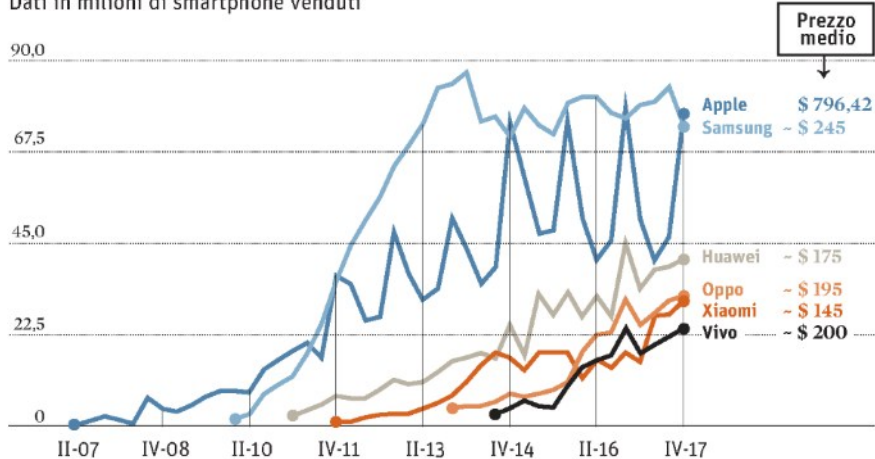
Un altro produttore cinese che in Italia è riuscito a conquistare mercato e fiducia è senza alcun dubbio OnePlus, realtà imprenditoriale di dimensioni più limitate ma in forte espansione e dal grande seguito. OnePlus non ha distribuzione nei negozi fisici, in Italia. Nonostante la sola distribuzione digitale, il nostro Paese è uno dei mercati più floridi per l'azienda con sede a Shenzhen. Segno evidente che l'utente italiano pone grande attenzione verso il prodotto. E che forse, il pregiudizio sui prodotti made in China è ormai anacronistico.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## L'andamento, brand per brand

Dati in milioni di smartphone venduti



Fonte: Idc, Gartner, Creative Strategies, Inc, Vendor Data

## Panorama

### Vendite online più veloci Zara si affida ai robot

Zara si affida ai robot per velocizzare lo shopping sul web. Con un terzo delle vendite online globali ormai ritirate direttamente nei punti vendita, Zara punta a rendere il processo di ritiro il più rapido possibile così da evitare le lunghe code e le attese che si sono registrate in diversi punti vendita.

Da qui la decisione di automatizzare il processo: a chi ordina online - riporta il Wall Street Journal - verrà assegnato un codice da presentare al punto da vendita per avviare un robot dietro le quinte in grado di rintracciare il prodotto e consegnarlo in tempi rapidi. Con l'automazione Zara cerca di restare competitiva nel panorama delle vendite online sempre più concorrenziale.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



## Ecommerce

# Ora eBay punta sul «low cost», La formula 10 euro

È stato uno dei primi a puntare tutto sulle vendite online e ora deve vedersela con la concorrenza di giganti come Amazon che capitalizza qualcosa come 731 miliardi di dollari. E anche di Facebook che in punta di piedi ha lanciato il suo marketplace, un'area in cui i privati possono vendere e acquistare oggetti.

Sono passati 22 anni dal lancio di eBay e il vecchio sito di aste online è ormai un sito di ecommerce a tutti gli effetti in cui l'81% degli articoli venduti sono prodotti nuovi. Niente più aste dunque ma vendite a prezzo fisso. «Amazon è un nostro competitor solo in alcune aree — risponde Susana Voces, general director di eBay in Italia e Spagna — ma il nostro business model è diverso, da noi sono direttamente i venditori a competere tra loro e noi vogliamo solo vendere i loro prodotti migliori. Facebook per ora è concentrato sul "c to c" (vendite tra consumatori, ndr) senza intermediari. La competizione ci vuole e fa bene».

Secondo alcuni analisti però eBay in tutti questi anni non ha fatto abbastanza: mentre gli altri investivano in tecnologia e servizi, la compagnia californiana ha diversificato gli investimenti acquisendo compagnie come PayPal. L'operazione, nel 2002, è arrivata a chiusura nel 2015 con la scissione e da poco eBay ha annunciato anche il divorzio: entro il 2020 PayPal non sarà più il principale metodo di pagamento. Ora, nel luglio 2017, eBay ha lanciato gli «imperdibili», una selezione di prodotti al miglior prezzo disponibile online. Ma l'ultima novità è una sezione per gli acquisti sotto i 10 euro spedizione inclusa con prodotti che arrivano pure sotto i 5 euro. «Siamo sopravvissuti a tanti cambiamenti — aggiunge Voces — ma tanti ne abbiamo fatti anche noi. Il cuore del nostro business è sempre lo stesso ma ora siamo sempre più focalizzati su venditori privati e sulla personal experience. Siamo convinti di essere sulla strada giusta».

**Corinna De Cesare**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### Chi è



● Susana Voces (nella foto) è General Manager di eBay per l'Italia e la Spagna. Nato nel 1995 come sito di aste online, il sito di ecommerce vende ormai prodotti nuovi nell'81% dei casi. Sono oltre 170 milioni gli acquirenti attivi a livello globale ma eBay deve vedersela ormai con la concorrenza di giganti come Amazon e Facebook che ha da poco lanciato il suo marketplace



**Gdo.** Nei punti vendita che offrono il servizio le vendite online incidono del 3,5-5%

# Selex investe sull'e-commerce

## LA STRATEGIA

La formula prevede l'ordine sul web e il ritiro in negozio. Allo studio anche le consegne a domicilio che potrebbero debuttare entro l'anno.

**Giovanna Mancini**

MILANO

■ Nel panorama asfittico dei consumi italiani, il canale dell'e-commerce cresce a doppia cifra e rappresenta per i retailer una sfida cruciale. Secondo gli ultimi dati diffusi dall'Osservatorio sull'e-commerce di Netcomm-Politecnico di Milano, la domanda di acquisti online B2C da parte degli italiani - già sostenuta nei settori dell'elettronica di consumo e della moda - si sta rapidamente consolidando anche nel food&grocery, che nel 2017 ha registrato l'incremento più elevato (+43%), sfiorando gli 850 milioni di euro (su un totale però di circa 12 miliardi). Un'impenata che rappresenta insieme una minaccia e un'opportunità per i protagonisti della Gdo, che per questo hanno cominciato a investire nel settore.

Tra questi Selex, terzo gruppo

italiano della Gdo con 14 imprese associate e un fatturato di 10,78 miliardi nel 2017 (+4,1 rispetto all'anno precedente), che circa un anno fa ha lanciato il portale «Cosicomodo.it». Il servizio prevede - al momento per quattro insegne del gruppo e un totale di 15 negozi di cui due in Puglia e il resto tra Lombardia, Veneto e Piemonte - di fare la spesa online e ritirare la merce nel punto vendita.

«La formula funziona - dice il direttore generale del gruppo, Manuele Tasca, commentando i risultati del progetto a un anno dall'avvio -. La domanda c'è e i clienti arrivano rapidamente. Sia nuovi clienti, sia clienti già fidelizzati che in questo modo aumentano la quota di spesa attraverso due canali». In pochi mesi, nei negozi dotati del servizio, l'incidenza delle vendite tramite il portale ha raggiunto una quota tra il 3,5 e il 5% del fatturato complessivo dei punti vendita, con uno scontrino medio tra i 60-70 euro a seconda delle dimensioni e della tipologia dello store. «Siamo soddisfatti se ci confrontiamo con i Paesi europei più avanzati su questo fronte,

come la Francia, dove i servizi «clicca e vai» raggiungono proprio il 5% dei ricavi», osserva il direttore generale. Certo, in quel caso si tratta di un dato nazionale, mentre nel caso di Selex il dato è riferito ancora a pochi negozi, ma si tratta di un punto di partenza. Nel giro di poche settimane il servizio sarà esteso a due ulteriori insegne, con il debutto in un Pan di Cagliari a metà marzo e ad aprile in un superstore Famila di Verona.

«Ora stiamo lavorando per arrivare a offrire anche un servizio di consegne a domicilio - aggiunge Tasca -. Ma è un segmento più complesso, perché incidono i costi di spedizioni, e dunque vanno individuate bene le zone in cui attivarlo e il modello da seguire. Contiamo comunque di partire entro l'anno». Si tratta infatti di una «via obbligata»: «La domanda è molto sostenuta - conclude il dg - e dal momento che non tutti i nostri competitor si sono ancora attrezzati per soddisfarla, per noi è uno strumento strategico per guadagnare quote di mercato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Fisico o virtuale?** Il gruppo Selex offre da un anno anche servizio vendite online e ritiro nei negozi



## Thun con Connectbay fa e-commerce per pmi

La famiglia Thun ha lanciato un nuovo business, questa volta nel digitale. La sede storica dell'azienda di complementi d'arredo e articoli da regalo si trova a Bolzano, la nuova avventura invece è cominciata a Mantova, dove Simon Thun, figlio di Peter, ha creato un vero e proprio centro di innovazione per la digitalizzazione delle imprese da 150 mila metri quadri e 170 dipendenti. Si chiama Connectbay e in sostanza propone strategie per la trasformazione digitale delle pmi con un business che spazia dall'e-commerce alla logistica che a dodici mesi dalla nascita è riuscito a generare un fatturato di 14 milioni di euro.

Sono diverse le soluzioni offerte da Connectbay. Consulenza strategica, come spesso fanno le società che propongono soluzioni digitali per migliorare il business, infrastrutture It, ma soprattutto un servizio di logistica: «Il nostro sogno era sviluppare delle soluzioni di business che collegassero i processi industriali con la logistica», spiega Stefano Rossi, classe 1981, direttore dello sviluppo del business aziendale. «Abbiamo indagato a lungo il mercato e abbiamo capito che quello che serviva alle imprese, piccole, medie e grandi, riguardava la sicurezza e il controllo delle loro spedizioni». E spese certe. A questo scopo a gennaio 2018 hanno lanciato Connectplace, che definiscono «il primo marketplace Italiano per le aziende industriali che vogliono mettere sotto controllo i propri processi di global forwarding (spedizione globale, ndr)».

Connectplace di fatto è una piattaforma online dove le aziende possono trovare il modo per spedire il proprio prodotto ai clienti nel mondo. Su questa piattaforma possono selezionare il punto di partenza, quello di arrivo, scegliere la modalità con cui preferirebbero inviare il prodotto, indicarne volume e peso, e controllare la disponibilità e i prezzi di chi potrebbe effettuare la consegna. E affidarsi all'azienda che ritengono più affidabile e più economica.

«È un po' come avviene per i siti tipo Bo-

oking.com», spiega Rossi, «all'inizio la relazione è tra un cliente e tutti i fornitori del servizio possibili, al momento abbiamo circa 450 global forwarder (spedizionieri, ndr) mappati. Poi si può ordinare un servizio particolare, si seleziona l'operatore ideale per quel tipo di trasporto, e da quel momento in poi la relazione diventa uno-a-uno». Ma non solo: «Ogni spedizioniere ha un rating, deciso dalle aziende che lo hanno scelto per una consegna. Ma il nostro servizio facilita anche la parte relativa alle fatture e alla documentazione».

La spedizione delle merci a livello globale è un ambito piuttosto oscuro del commercio, e con Connectplace l'azienda ha voluto puntare a renderlo più trasparente e tracciabile. Cinquecento spedizioni a due mesi dalla nascita del servizio, d'altro canto, sono una piccola conferma. Simon Thun, 29 anni, spiega che «servizi come questo, in Europa, non si trovano facilmente», e tra i clienti Connectbay oggi ha diversi nomi importanti dell'industria italiana, da Illy a Campari, da Diesel a Luxottica nella lista dei sessanta consultabile sul loro sito: «Noi abbiamo individuato questa necessità del mercato italiano, che ho cominciato a maturare quando ho lavorato per il gruppo Alibaba occupandomi del mercato del Sud-est asiatico. Abbiamo deciso di lanciarci in questa sfida. Per quanto riguarda il digitale l'Italia è ancora molto indietro, ma questo, che può essere un problema per il Paese, per un imprenditore può essere una grande opportunità».

—© Riproduzione riservata—



Simon Thun



**PARTERRE**

## Google sbarca a Manhattan per creare il Campus di Nyc

**P**er la città di New York si profila una delle operazioni immobiliari più elevate di sempre in termini di valore per un singolo immobile: Alphabet, la holding che controlla Google, starebbe per firmare un contratto di compravendita da 2,4 miliardi di dollari per aggiudicarsi il vecchio stabilimento di Nabisco, multinazionale americana di snacke biscotti, situato vicino a Chelsea Market. L'idea è quella di ristrutturarlo per crearci il Campus di Google a Manhattan. Sorta di emanazione nella Grande Mela del più importante Campus aziendale sito a Mountain view, nell'omonimo centro californiano sede della società. Il Campus newyorchese sorgerà a poca distanza dal 111 Eighth Avenue, l'headquarter di Google a Nyc, 270 mila metri quadrati di uffici in un palazzo art deco, ex terminal logistico che occupa un intero isolato sempre a Chelsea. Al grido di «Silicon valley is over», un columnist del New York Times ricorda che diverse big company hi-tech come Amazon, Facebook e Spotify si stanno spostando negli ultimi tempi dalla Silicon Valley all'East Coast, vuoi per i costi immobiliari esorbitanti di San Francisco bay, vuoi per la convinzione ormai radicata che l'innovazione avvenga anche altrove. (Ri.Ba.)



**Big digitali e fisco.** Lettera di cinque ministri e due Commissari al G20: «È urgente una risposta globale»

# La Ue accelera sulla web tax

## IL DOSSIER

Bruxelles presenterà la sua proposta il 21 marzo, all'indomani del vertice a Buenos Aires. Si ragiona su un'aliquota vicina al 2%

■ Nel ricco dibattito fiscale che ha accompagnato l'Italia al voto la web tax non è quasi mai entrata in partita, ma per una ragione semplice: sul tema manca la polemica, perché l'idea di mettere in pista una tassazione efficace sui giganti del digitale non trova opposizioni esplicite da sinistra a destra.

Il cantiere è aperto anche sul piano internazionale, e giusto ieri l'Europa ha chiesto al G20 di accelerare in vista della riunione dei ministri delle Finanze in programma il 19 e 20 marzo a Buenos Aires. A ospitare il vertice, che si occuperà anche delle azioni coordinate contro i paradisi fiscali e i paesi non cooperativi, sarà infatti l'Argentina, il cui ministro dell'Economia Nicolas Dujovne ha ricevuto ieri la lettera firmata dai ministri delle prime cinque economie europee (Francia, Germania, Italia, Regno Unito e Spagna) insieme ai vertici della commissione Ue (il vicepresidente Valdis Dombrovskis e il commissario agli Affari economici Pierre Moscovici). «È necessaria una risposta urgente alle sfide fiscali sollevate dall'economia digitale»,

hanno scritto gli europei al ministro argentino, per cui occorre trovare in fretta «nuove regole globali per governare il nesso tra territorio e allocazione degli utili».

Proprio la sostanziale indifferenza dell'economia digitale ai confini fisici fra i Paesi sta alimentando il lavoro internazionale sul tema, in un'architettura a cerchi concentrici. Oltre che al G20, infatti, il dossier è sui tavoli della commissione Ue che il 21 marzo, quindi all'indomani del vertice argentino, presenterà la propria proposta su una web tax che dovrebbe essere articolata su un'aliquota vicina al 2%. Il 21 febbraio, invece, era stata la commissione economica dell'Europarlamento ad approvare la proposta dell'Esecutivo Ue sulla base imponibile comune consolidata: il testo, fissando dei «parametri di presenza digitale significativa» che consentirebbero di applicare la tassazione nello Stato a prescindere dalla presenza di una sede fisica, costituirebbe la premessa tecnica indispensabile per la web tax.

C'è in realtà anche un ultimo cerchio, quello nazionale, avviato con l'ultima legge di bilancio. Il decreto attuativo della web tax nazionale dovrebbe essere approvato entro il 30 aprile, ma l'idea è quella di aspettare che si chiarisca il quadro internazionale.

**G.Tr.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# “Serve una webtax per i giganti della rete” Appello al vertice G20 per un piano globale

## Patto tra Roma, Parigi, Berlino, Madrid e Londra sulla nuova tassa E Bruxelles prepara la direttiva con imposta del 2-6% sui ricavi

**FABIO DE PONTE**

È «urgente» dare una «risposta globale alle sfide fiscali sollevate dalla economia digitale». L'appello è contenuto in una lettera sottoscritta da cinque ministri dell'Economia dell'Ue (Francia, Germania, Italia, Regno Unito e Spagna), e i due commissari europei Dombrovskis e Moscovici. Il testo è indirizzato alla presidenza argentina del G20 che si terrà a Buenos Aires. Obiettivo: definire una strategia comune sulla web tax e rafforzare la lotta all'«all'elusione e all'ottimizzazione aggressiva della tassazione».

Ovviamente il testo non fa nomi, ma sembra ritagliato su misura su aziende come Facebook e Airbnb. Il problema, scrivono i ministri, è che «le attuali regole portano ad ammanchi fiscali» laddove «le multinazionali», avendo «poca o nulla presenza fisica», conducono la propria attività «generando prodotti significativamente basati sul contributo degli utenti in termini di prodotti e contenuti». I ministri parlando di «distorsioni di mercato» da sanare, che «minano la sostenibilità dei sistemi di tassazione».

La mossa del gruppo non è isolata. Arriva infatti anche l'annuncio che il prossimo 21 marzo la Commissione europea presenterà la sua proposta per l'introduzione a livello Ue di una webtax. L'iniziativa era stata anticipata due giorni fa dal ministro dell'Economia Bruno Le Maire, secondo il quale la direttiva istituirà un prelievo tra il 2% ed il 6% del fatturato dei giganti della rete. Una novità

che va in una direzione già presa dall'Italia: l'ultima manovra ha introdotto infatti per l'anno prossimo una tassa del 3% sulle transazioni digitali, anche se il Mef deve stabilire prima quali servizi tassare.

La web tax, ha sottolineato recentemente il presidente del Parlamento europeo Antonio

Tajani, potrebbe anche essere utilizzata per generare nuove risorse da destinare al prossimo bilancio pluriennale dell'Ue - destinato a comprimersi a causa dell'uscita del Regno Unito - per finanziare azioni che sostengano la crescita e l'occupazione.

Ma la dimensione europea non basta. Ci vuole un coordinamento globale, ecco perché l'appello al G20. D'altra parte, non è una novità che la parte del leone al prossimo summit la farà l'economia digitale. Francia e Germania hanno lanciato un mese fa una iniziativa comune per chiedere ai partner che si incontreranno al vertice di valutare una regolamentazione internazionale dei bitcoin. Le criprovalute, hanno scritto Parigi e Berlino, «potrebbero porre rischi sostanziali» in assenza di «misure appropriate».

Con la lettera di oggi, comunque, i cinque ministri puntano il dito anche contro i paradisi fiscali: «Dovremmo identificare le giurisdizioni non cooperative - scrivono - che si rifiutano di implementare adeguatamente gli standard ampiamente accettati». E chiedono all'Ocse di valutare i «rischi relativi a regimi a tassazione zero e la necessità di adeguare i suoi standard per tenerne conto».

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

**180**

**miliardi**  
È la perdita massima stimata di gettito (in euro) a livello globale dall'Ocse a causa dell'elusione fiscale dei giganti del web

**3**

**per cento**  
È l'imposizione fiscale prevista (dall'ultima manovra) a partire dall'anno prossimo in Italia sulle transazioni digitali



**Telecom alza il velo sul piano e sui conti**

Il Cda di Telecom oggi discute il piano strategico dell'ad Amos Genish e sui conti del 2017. Resta aperto il caso della cessione del 70% di

Persidera: l'altro socio, Gedi, che ha il 30%, ha rifiutato l'offerta di vendita. In arrivo anche la revisione dell'organigramma. ▶ pagina 33

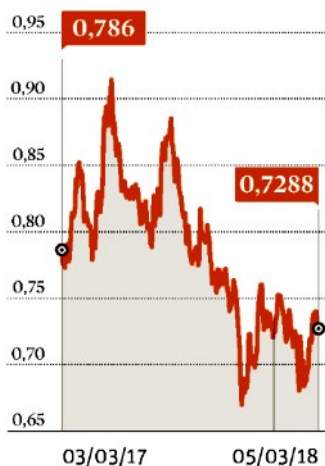
**TLC**  
**Tim alza il velo sul piano di Genish**  
 Antonella Olivieri ▶ pagina 33

**Tlc.** Ieri riunioni «pre- consiliari», oggi il board a Milano - Resta aperto il dossier Persidera

# Telecom alza il velo su piano, conti e separazione della rete

Inwit sale del 9,5%: la Borsa scommette su novità in arrivo

**A PIAZZA AFFARI**



Antonella Olivieri

■ Oggi Telecom alza il velo sul piano strategico dell'ad Amos Genish e sui conti del 2017. Il board, che si tiene a Milano, è stato preceduto ieri da riunioni definite dall'azienda «pre-consiliari», nel corso delle quali si sarebbe dovuto discutere anche della sistemazione del dossier Persidera.

Vivendi, primo azionista col 23,94% del capitale ordinario, si era impegnata a maggio con l'Antitrust Ue a far cedere la quota del-

la società dei mux detenuta da Telecom per essere autorizzata al controllo di fatto sulla compagnia telefonica, pur avendo contemporaneamente una partecipazione rilevante in Mediaset (il 28,8% del capitale con l'impegno a sterilizzare l'eccedente rispetto al 10% consentito). Sabato pomeriggio Telecom, con un comunicato, ha confermato che ad Advolis non è stata conferita la quota in Persidera, ma è stata rilasciata solo una «procura» a vendere, «sollecitata da Vivendi nel legittimo esercizio dell'attività di direzione e coordinamento», in conseguenza della «mancata proroga» da parte della Commissione Ue del «termine di cessione». La nota aggiunge che il procuratore agirà in coordinamento con l'ad, «sulla base dell'offerta di Raiway e F2i, già approvata dal consiglio di amministrazione, ovvero di altra offerta vincolante», che dovrà sempre essere preventivamente approvata dal board, nel rispetto della procedura parti correlate adottata «volontariamente» e «nell'esclusivo interesse di Tim senza alcun impatto sull'autonomia decisionale del consiglio». L'offerta di Raiway e F2i, da 250 milioni, è però scaduta

venerdì scorso alle 12 e soprattutto Gedi, socio di minoranza di Persidera col 30%, ieri ha comunicato di aver «rifiutato l'offerta» perché «non in linea con le aspettative». Considerato che per statuto Gedi ha il diritto di veto su operazioni come la scissione - che era nel piano dei due partner interessati all'acquisto - la cessione di Persidera al tandem Raiway-F2i è comunque irrealizzabile. Di fatto andrà avanti la due diligence del fondo infrastrutturale I Squared per vedere se confermerà la manifestazione d'interesse da 200 milioni.

Nel cda Tim, che dovrebbe ratificare la mossa, Vivendi dispone della maggioranza dei voti. La Ue non si è espressa, ma Parigi ritiene la soluzione conforme agli impegni presi ed è immaginabile che abbia informalmente consultato



Bruxelles a riguardo. Risultano comunque valutazioni in corso da parte della Consob sui contenuti della comunicazione, che non è stata sollecitata dall'Authority.

Accantonata la questione Persidera, che resta comunque aperta, il clou oggi sarà il piano preparato con l'ausilio di McKinsey per la parte industriale e di Goldman Sachs e Credit Suisse per quella finanziaria. Il focus dovrebbe essere su digitalizzazione e convergenza. A latere, ma non per questo meno rilevante, la questione della separazione della rete d'accesso (dalla centrale in avanti) in una società ad hoc, posseduta al 100% da Telecom. Fino a un paio di settimane fa non era prevista alcuna delibera "finale" a riguardo, ma non è stato possibile ottenere aggiornamenti sull'orientamento della vigilia. Il mercato intanto scommette su Inwit che è schizzata in Borsa del 9,5%: non sarebbero solo i buoni conti a giustificare il rialzo, ma l'aspettativa che la quota di Telecom (60%) possa essere ridotta.

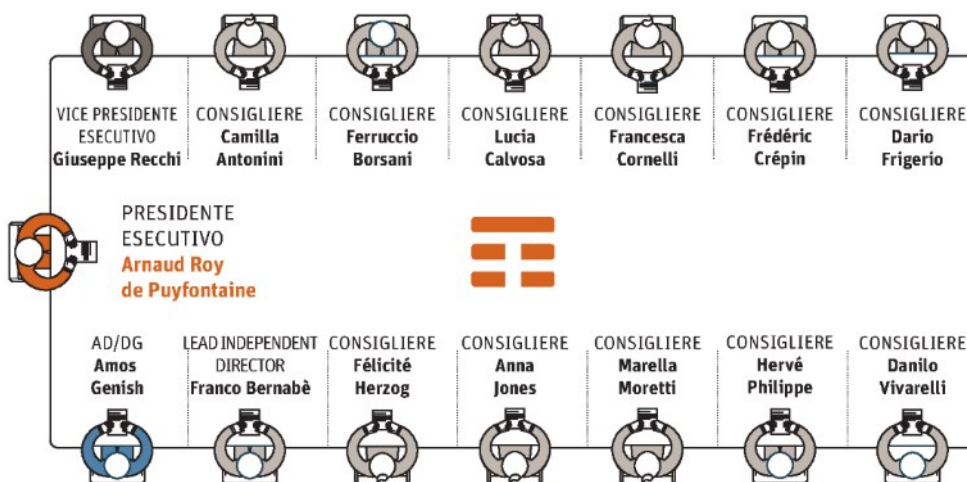
Dovrebbe essere illustrato anche il piano di revisione dell'organigramma: l'idea è di creare quattro macro-aree a diretto riporto dell'ad. Il disegno è ancora incompleto, dal momento che non è stato ancora individuato il direttore commerciale unico e l'interim a riguardo dovrebbe essere assunto da Genish. Al capo del legale Agostino Nuzzolo dovrebbe essere attribuito anche il coordinamento dell'area regolamentare e probabilmente fiscale. Non sembra ancora matura una soluzione per il trasferimento delle deleghe su sicurezza e Sparkle che il vice-presidente Giuseppe Recchi ha comunicato di dover lasciare per sopraggiunti impegni lavorativi.

Quanto ai conti, il consensus degli analisti vede ricavi in crescita del 3,9% a 19,77 miliardi, Ebitda in aumento del 4,2% a 8,33 miliardi, indebitamento finanziario netto rettificato a 25,339 miliardi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Consiglio e quotazioni di Tim

### IL TAVOLO DEL CDA



**Tlc.** La proposta Agcom per l'assegnazione delle nuove frequenze - Più di uno schema sui pacchetti in gara

# Per il 5G regolamento con più opzioni

## DOPIO DOCUMENTO

Condivisione di banda e coperture sulla base della domanda. Chiusa l'indagine conoscitiva: ok a modello separato infrastrutture-servizi

**Carmine Fotina**

ROMA

L'Authority per le comunicazioni apre ufficialmente l'era del 5G in Italia. Con due documenti: l'avvio della consultazione pubblica sulle regole che dovranno essere la base del bando di gara del ministero dello Sviluppo e l'esito della consultazione sui servizi che viaggeranno sulle nuove frequenze.

## Il regolamento

Dalla gara il governo si attende almeno 2,5 miliardi, di cui la metà nel 2018. La consultazione - si chiuderà in 30 giorni - contiene diverse novità rispetto a gare del passato, a partire da una flessibilità di fondo tra le opzioni e il concetto di cooperazione tra gli operatori, con la possibilità di diritti d'uso individuali ma non esclusivi. La proposta di regolamento - relatori i commissari Antonio Nicita e Francesco Posteraro - riguarda le frequenze disponibili nelle bande 700 megahertz, 3,6-3,8 gigahertz e 26,5-27,5 gigahertz.

Le regole sulle dimensioni dei lotti saranno fondamentali per capire quanto spazio reale ci sarà per nuovi operatori oltre a quelli storici.

I 30 mhz accoppiati disponibili nella banda 700 saranno disponibili solo dal luglio 2022, dopo il "trasloco" delle emittenti televisive che attualmente li occupano. Si punta a una gara per 6 lotti da 5 Mhz ciascuno, con un tetto di 15 Mhz: i diritti d'uso dureranno 15 anni e mezzo, base d'asta 2,1 miliardi. Si mette in consultazione l'opzione di riservare 5 o 10 Mhz ad un nuovo entrante, eventualmente in modo combinato con un lotto a 26 Ghz. Obblighi di copertura misti: individuali e collettivi, poi sui principali assi di trasporto e su aree turistiche.

Per quanto riguarda invece la banda 3,6-3,8 Ghz (durata 19 anni) vengono proposte tre opzioni: due lotti da 100 Mhz, quattro

lotti da 50 Mhz, due da 80 Mhz più uno da 40. La base d'asta è di circa 300 milioni su 200 Mhz. Tra gli obblighi di copertura, spicca quello innovativo basato sulla domanda: la copertura di rete deve seguire le richieste da parte di persone fisiche o giuridiche. Ma è previsto anche un obbligo di dare accesso a soggetti non in possesso di frequenze (si pensano settore automotive), andando così verso la potenziale separazione tra realizzazione infrastruttura e offerta servizi.

Infine, la banda 26 Ghz. Qui si delineano 5 lotti da 200 Mhz ciascuno con tetto a 400 Mhz. I diritti durano 19 anni e la base d'asta è di circa 140 milioni per 1 Ghz. Non sono previsti obblighi di copertura ma l'obbligo di condivisione: ciascun aggiudicatario di un lotto potrà usare le frequenze di tutti gli altri se queste non sono utilizzate.

## I servizi futuri

L'Agcom ha concluso anche l'indagine conoscitiva sui servizi 5G (relatori i commissari Nicita e Antonio Martusciello). L'Internet of things si conferma il segmento di mercato ritenuto più interessante dagli operatori. Se poi guardiamo ai settori industriali "verticali", ci si attende gli impatti più evidenti dalle evoluzioni tecnologiche legate ai trasporti, a partire dall'auto e la guida senza conducente.

Un'analisi a sé è dedicata agli sviluppi tecnici, ad esempio all'installazione degli apparati per rendere più densa la rete. In questo ambito si va verso nuove soluzioni in cui le small cell (le mini antenne-ripetitori) possono essere integrate - anche da soggetti diversi dagli operatori storici - all'interno di stadi, stazioni o altri edifici o supporti, come i pali della luce stradale o le fermate dei bus. Poi starebbe alle singole compagnie tlc "accenderle".

Il 5G aprirà in altre parole a nuovi modelli di business congegnati che offrono capacità di rete ai vari service provider che offrono servizi all'utente finale: compagnie di tlc, industrie, enti locali, magari over the top.

 @CFotina

© RIPRODUZIONE RISERVATA





# Benedetto Levi

## “Prezzi bassi e trasparenti così i nostri cellulari di Iliad conquisteranno anche l'Italia”

“La vicenda delle tariffe a 28 giorni sarebbe stata impensabile all'estero. Gli italiani hanno perso fiducia nei loro gestori e qui arriviamo noi

Rifiuto l'etichetta del low cost, saremo un operatore reale con una qualità superiore ai concorrenti che già provano a ostacolarci

ALESSANDRO LONGO, ROMA

Torinese, 29 anni, gli ultimi sei passati anni a fare business tra Londra e Parigi, torna in Italia. A guidare il nuovo operatore telefonico mobile Iliad Italia, che promette di creare molti grattacapi Tim, Vodafone e Wind 3. «Sono molto contento di tornare in Italia, dove ho la mia famiglia. Mentre purtroppo la fidanzata è parigina ed è rimasta lì», dice Benedetto Levi. Fisico asciutto, sportivo («gioco spesso a calcio e tifo Juventus»), giacca e scarpe da tennis rosse («marca Superga, ovviamente di Torino»), già nella figura si propone all'antitesi rispetto al mondo degli operatori tradizionali a cui oggi dichiara guerra. «Sì perché l'idea è distanziarci da loro. Faremo tutto in modo diverso e migliore, con tariffe davvero più economiche e più trasparenti, senza trascurare la qualità», dice Levi.

Nei mesi scorsi, i dettagli di Iliad e del suo arrivo in Italia sono stati un misto di segretezza e di voci infondate. Tra queste, il fatto che sarebbe dovuto arrivare in Italia entro la fine del 2017. «Macché: il nostro obiettivo è sempre stato quello di sbarcare entro quest'estate, con il marchio Iliad», lo stesso del gruppo guidato da Xavier Niel che gestisce uno dei principali operatori francesi.

**Dopo la laurea in ingegneria**

**gestionale al Politecnico di Torino, a 22 anni, è andato a Parigi per il master alla Scuola superiore di Commercio. Poi sempre all'estero e soprattutto in Francia, fondando due start up. Perché questa scelta di fare affari subito fuori dall'Italia?**

«Era il 2012 quando ho cominciato a creare le mie aziende innovative. Prima Extraverso, che distribuiva accessori per i cellulari; poi Captain Train, specializzata in biglietti ferroviari. È stata acquistata dalla inglese Trainline e io sono stato l'amministratore delegato della filiale italiana. In quegli anni ho trovato l'ambiente parigino molto fertile per sostenere l'innovazione, certo molto più dell'Italia. C'era un ecosistema favorevole, aiutato da misure pubbliche, dalla politica, e poi da investimenti privati nelle start up».

**All'epoca l'Italia aveva appena cominciato a introdurre misure di sostegno per le start up. Forse avrebbero dato al Paese qualche chance in più?**

«Sì, magari avrei avviato le aziende qui. Oggi, uno dei motivi per cui sono contento di tornare in Italia è che il panorama start up si sta muovendo nella direzione giusta, anche se resta un ritardo rispetto alla Francia e agli altri Paesi europei».

**Qui in Italia quanti sarete?**

«Al momento siamo già più di cento, distribuiti in tutta la penisola. Stiamo assumendo moltissime persone, di fatto stiamo creando da zero un operatore che ambisce a diventare importante, anche se non posso rivelare i nostri target. Avremo anche un call center».

**Il call center sarà in Italia e avrete anche negozi fisici?**

«Per ora posso dire solo che daremo ai nostri utenti tutti le possibilità per accedere alle nostre offerte».

**Che caratteristiche avranno i vostri uffici?**

«Innovativi e di design: voglio esprimere quello spirito di start up che ancora porto dentro e che credo sia in grado di attirare talenti nel mercato».

**Uno spirito intraprendente ed entusiasta che però può non bastare, in un mercato telefonico affollato come il nostro. Come farete?**

«Riteniamo che ci siano molti margini per proporre tariffe più basse, senza costi nascosti, in modo trasparente. Aspetti su cui gli operatori hanno peccato molto, soprattutto nell'ultimo periodo, con mosse che all'estero sarebbero impensabili. Mi riferisco anche alla vicenda delle tariffe a 28 giorni. Gli italiani hanno perso la fiducia negli operatori. E qui entriamo in campo noi».

**Vi presentate come operatore low cost? Molti ci hanno provato e hanno fallito.**



«Rifiuto l'etichetta low cost. Saremo un operatore normale, non virtuale, con una nostra rete. Già al lancio avremo una copertura nazionale, anche se all'inizio ci appoggeremo in parte sulla rete di Wind 3. Pensiamo di poter dare una qualità e una copertura anche superiore a quella dei concorrenti. Non mi sorprende che gli altri operatori abbiano paura e stiano cercando di ostacolarci in tutti i modi, lanciando a loro volta dei marchi low cost. O anche, per esempio, registrando in Italia il marchio Free, che è uno di quelli di Iliad in Francia. Peccato per loro che noi qui useremo il marchio Iliad».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



### Al timone

Benedetto Levi, 29 anni, guida Iliad, il nuovo operatore telefonico che sbarcherà in Italia entro l'estate

NEL RAGGIO D'AZIONE DELL'ESECUTIVO CHE VERRÀ, I RINNOVI DEI CDA DI 12 SOCIETÀ QUOTATE

# Partita nomine al nuovo governo

Le prime scadenze riguardano Saipem e la cassaforte Cdp. Poi dal 2019 al 2020 toccherà a Enel, Eni, Snam, Terna, Poste, Leonardo, Italgas, Mps, Enav, Fincantieri e RaiWay. Il nodo Alitalia



Claudio Costamagna



Alessandro Profumo



Claudio Descalzi

DI ANGELA ZOPPO

**S**ono una dozzina le società quotate, controllate dal Tesoro, direttamente o attraverso Cassa Depositi e Prestiti, che si troveranno fatalmente coinvolte dal risultato elettorale. I consigli d'amministrazione che andranno a scadere di qui al 2020, infatti, saranno designati dal nuovo governo, dopo l'ultima infornata di nomine avvenuta ancora in orbita Partito Democratico. Si tratta di Enel 23,63% Mef, Eni (4,3% Mef, 25,8% Cdp), Snam (30,1% Cdp, attraverso Cdp Reti), Terna (29,9% Cdp, sempre tramite Cdp Reti), Poste (29,3% Mef e 35% Cdp), Leonardo (30,2% Mef), Italgas (26% Cdp, attraverso Cdp Reti), Saipem (12,5% Cdp), Monte dei Paschi (68,3% Mef), e ancora Enav (53,3% Mef), Fincantieri (71,6% Cdp) e Rai Way (65,1% Rai, che a sua volta è controllata per il 99,6% dal Mef).

Ma anche le sorti dei vertici di Cassa Depositi e Prestiti sono appese ai nuovi equilibri post-voto, uno svincolo delicatissimo se si considera in quanti dossier la Cassa è coinvolta e la quantità di partecipazioni che ormai possiede.

Per restare alle quotate, il primo cda in scadenza, è quello di Saipem, che proprio oggi pubblicherà i risultati del 2017 e l'aggiornamento della strategia, dopo aver subito un

richiamo dalla Consob sul bilancio 2016 (si veda articolo a pag. 12). La società di ingegneria e servizi petroliferi è guidata da Stefano Cao, in carica dal 30 aprile 2015. L'assemblea è convocata per il 3 maggio prossimo. Si salta invece al 2019 per i rinnovi dei cda e quindi degli amministratori delegati di Fincantieri (Giuseppe Bono), Snam (Marco Alverà) e la controllata Italgas (Paolo Gallo), e al 2020 per Eni (Claudio Descalzi, al secondo mandato), Enel (Francesco Starace, secondo mandato), Poste (Matteo Del Fante), Leonardo (Alessandro Profumo), Mps (Marco Morelli, cooptato il 14 settembre 2016 e riconfermato nel 2017), Terna (Luigi Ferraris) ed Enav (Roberta Neri).

L'ipotesi di un cambio della guardia anticipato rispetto ai calendari finanziari, però, non viene esclusa da parte del mercato. Secondo gli analisti di Mediobanca Securities, per esempio, «l'avvento di un nuovo azionista di controllo potrebbe provocare un'accelerazione del ricambio. La possibilità di un nuovo governo include anche il rischio di cambi nel management per le società i cui cda sono stati nominati e confermati durante la precedente amministrazione del Pd». Nell'analisi di Mediobanca, per esempio, sarebbe un errore interrompere la continuità e la strategia attuata da Descalzi in Eni. Nel caso di Leonardo, il

rischio di un ribaltone viene associato all'affermazione di un governo a guida 5 Stelle e al taglio delle spese militari che ne seguirebbe. Più in generale Mediobanca suggerisce continuità, viste le partite che stanno portando avanti i ceo delle principali quotate.

Il leader del M5S, Luigi Di Maio, ne aveva fatto un tema di campagna elettorale, per poi però mano a mano ammorbidire i toni rispetto ai proclami iniziali. «Tutto quello che porteremo avanti nei prossimi anni con le partecipate di Stato non sarà un repulisti fine a se stesso», ha detto nei giorni scorsi Di Maio. «Voglio conoscere queste persone, conoscerne il loro valore, vederne quali sono i progetti».

Ma la partita più ravvicinata e strategica è la nomina del nuovo board della Cdp, guidato dal presidente Claudio Costamagna e dall'ad Fabio Gallia. La Cassa è ormai la cassaforte delle partecipazioni statali, coinvolta anche nel salvataggio dell'Ilva e viene tirata in ballo anche per Alitalia, con le stesse modalità, ovvero l'assunzione di una partecipazione minoritaria e gestita in modo da non stridere con lo statuto, che impedisce di investire in società in perdita. Nelle ultime settimane si è fatto anche il nome di Profumo, che però non sembra intenzionato a lasciare il suo posto al vertice di Piazza Monte Grappa,



**Tempi stretti** tra eventuale formazione del nuovo governo e scadenza fissata dai tre commissari straordinari per la vendita della compagnia di bandiera. Luigi Gubitosi ha confermato per il 30 aprile il termine della procedura, con la scelta dell'acquirente, ma in una situazione ancora così confusa non è escluso che si possa rinviare ancora una volta. Proprio Lega e Movimento 5 Stelle, ovvero i partiti premiati da queste elezioni, si sono espressi più volte contro la vendita di Alitalia a una compagnia estera, come Lufthansa o AirFrance-Klm, ovvero le due più accreditate a rilevare le attività di volo della compagnia (si veda anche *MF-Milano Finanza* del 3 marzo scorso). «Per i tedeschi la compagnia vale meno di un aereo Boeing», ha detto Di Maio, insistendo sul fatto che «Alitalia non va salvata ma rilanciata, non è ammissibile che un Paese come il nostro, a forte vocazione turistica, non abbia una propria compagnia di bandiera». Anche il segretario della Lega, Matteo Salvini, ha ripetuto in più occasioni che «Alitalia non va svenduta alle multinazionali o alle società straniere, ma va valorizzata come compagnia di bandiera, per non farne un subfornitore a vantaggio di aeroporti di altri Paesi europei». (riproduzione riservata)

*Quotazioni, altre news e analisi su  
[www.milanofinanza.it/cdp](http://www.milanofinanza.it/cdp)*

## Tebas a las 'telecos': "Si les parece caro el fútbol, que no lo compren"

**Jesús de las Casas.** Madrid

El presidente de LaLiga, Javier Tebas, respondió ayer con contundencia a las dudas que Movistar, Vodafone y Orange han expresado en los últimos días sobre la rentabilidad de comprar los derechos del fútbol español. "Si les parece caro, que no lo compren", contestó Tebas a los operadores.

En el caso de que esto ocurriese, LaLiga optaría por implementar un nuevo modelo, según explicó Tebas en la jornada *Derechos Audiovisuales en el Deporte*, en la que se mostró reacio a desvelar pistas sobre cuál sería esa fórmula. Tan sólo anticipa que si las telecos decidieran quedarse al margen, LaLiga anticipará estrategias de futuro, ingresando "tanto o más, aunque tengamos que asumir más riesgos".

Tebas mantiene que "si el concurso queda desierto, no pasaría nada". "El modelo de explotación directa al que aspiramos las ligas podría adelantarse unos años". Sobre el contexto actual de la venta de los derechos, Tebas aseguró que "va a haber un cambio de escenario seguro", en referen-

cia a la hipotética entrada de competidores como Amazon o Facebook en el mercado. De hecho, Facebook anunció en enero la contratación de Peter Hutton, exCEO de Eurosport, para potenciar su oferta deportiva.

### Precio

"No es que el fútbol sea caro o barato, sino que la competencia de las telecos ha provocado que el fútbol suponga un porcentaje más alto para ellas", subrayó el presidente de LaLiga.

Así, puntualizó que, hace tres años, las telecos utilizaron el fútbol para potenciar sus ofertas convergentes, y, no obstante, aseguró que "los operadores dicen una cosa en público y otra en privado". Aunque matizó que las plataformas como Amazon no podrán hacerse con los derechos en exclusiva, sí contempló la posibilidad de que adquieran determinados paquetes de explotación.

De cara al futuro, Tebas confirmó que LaLiga lanzará en agosto su propia televisión multideporte por Internet (OTT), como adelantó EXPANSIÓN, que "ofrecerá 10 o 12 deportes de calidad".

Tebas alle "tlc": "Se il calcio gli sembra caro, non lo acquistino"

