

Rassegna del 06/06/2018

Mf	17 Pagamenti digitali, Satispay si prepara a un altro aumento di capitale - Satispay prepara un altro aumento di capitale	<i>Peveraro Stefania</i>	1
Corriere della Sera	32 Credito e fintech a tu per tu su Fabrick Il cantiere banche	<i>Pennisi Martina</i>	2
Corriere della Sera	31 Dataroom - I lavoratori dell'hi-tech - Quanto lavoro porta l'hi-tech	<i>Gabanelli Milena - Sideri Massimo</i>	3
Giornale	19 Tim, una app per controllare tutta la casa	...	6
Libero Quotidiano	22 Un'app targata Tim per la «casa intelligente»	...	7
Secolo XIX	11 Trecento milioni di investimenti, la banda ultralarga cresce in Liguria - La lunga via della banda "ultralarga"	<i>Margiocco Francesco</i>	8
Stampa	7 Retroscena - Cdp, è ora di nomine Battaglia fra Lega e M5S per scegliere i vertici	<i>Barbera Alessandro</i>	10
ESTERA			
Expansión	12 Le "tlc" scommettono sulle alleanze con i giganti di Internet	<i>De Las Casas Jesús</i>	12

DIGITAL WEEK**Pagamenti digitali,
Satispay si prepara
a un altro aumento
di capitale***(Peveraro a pagina 17)***Satispay prepara un altro aumento di capitale***di Stefania Peveraro*

Nuovo aumento di capitale in vista per Satispay, la scale-up italiana fondata da Alberto Dalmaso, Dario Brignone e Samuele Pinta, che consente di effettuare pagamenti con lo smartphone tramite un wallet con diretto addebito sul conto corrente. La notizia è stata anticipata ieri da Stefano Schiavio, responsabile delle financial partnership di Satispay, nel corso di un workshop sui pagamenti digitali nell'ambito della Digital Experience Week di Class Editori. I nuovi capitali serviranno a consolidare il business in Italia fino a raggiungere 1 milione di clienti attivi, per poi impostare lo sviluppo dell'attività nel resto d'Europa. Attualmente Satispay conta 530 mila download dell'applicazione con 320 mila utenti attivi e 38 mila esercenti convenzionati. L'entità del nuovo round di finanziamento dovrebbe aggirarsi fra i 10 e i 12 milioni di euro. Satispay è una delle poche scale-up italiane che in pochi anni è riuscita a catalizzare l'interesse degli investitori, tanto da raccogliere quasi 27 milioni di euro, di cui 18,3 solo nell'ultimo round chiuso lo scorso settembre, per una valutazione post-money della società di 66 milioni. Prima di quel round ce ne erano stati altri due: uno da 5,5 milioni a settembre 2014 e uno da 3 milioni nel settembre 2015. Tra gli investitori dell'ultimo round figuravano anche Banca Etica, Banca Sella Holding (attraverso Sella Ventures) e Iccrea Banca, che aveva già investito in un precedente round. Altro socio bancario è Banca Alpi Marittime. Tra gli investitori del nuovo round potrebbero esserci altre due banche, oltre a investitori finanziari. Per ora i fondi di venture capital, a parte Shark Bites, non sono intervenuti sul dossier. Molto presenti invece importanti realtà industriali e soggetti privati del Cuneese, dove il servizio ha debuttato. (riproduzione riservata)



«Open banking»

Credito e fintech a tu per tu su Fabrick Il cantiere banche

Piaccia o meno, «open» è la parola d'ordine. Lo ha ammesso Microsoft, che lunedì ha acquistato la piattaforma di software aperto GitHub per 7,5 miliardi di dollari.

In ambito bancario, lo ha imposto la direttiva europea sui servizi di pagamento Psd2, entrata in vigore il 13 gennaio per regolamentare il mercato delle transazioni in virtù dell'ingresso di nuovi attori (digitali). Le banche europee, secondo i dati di Deloitte presentati a Money 2020, evento che si conclude oggi ad Amsterdam, sono propositive: l'88 per cento è pronto a collaborare con terze parti. Come? Una proposta arriva da Fabrick, evoluzione della Sella Open Fintech Platform presentata nel corso della tre giorni olandese dal Gruppo Sella.

Semplificando (moltissimo) si tratta di una sorta di WordPress del mondo bancario: una piattaforma in cui pescare interfacce di programmazione (Api) o servizi già sviluppati da altri. L'intenzione è di consolidarle intorno un ecosistema in cui far dialogare banche e fintech. In concreto, come spiega al Corriere Paolo Zaccardi, ammi-

nistratore delegato di Fabrick «se una banca vuole lanciare una componente di banking su smartphone, ad esempio, trova Hype (app di pagamento del gruppo, ndr) che ha alle spalle una serie di Api che permettono di aggiungere e personalizzare servizi per prestiti in tempo reale, pagamento bollettini». Oppure: «Se io faccio P2P lending e ho bisogno di una banca come supporto, dovrei negoziare di volta in volta. Noi favoriamo l'incontro anche fisico e offriamo soluzioni già pronte».

Il modello di business di Fabrick si basa sulla fornitura dell'infrastruttura, sul pay per use (con una commissione variabile) o sul revenue sharing per le consulenze. Si guarda all'Europa con particolare attenzione per il Regno Unito e la Spagna. A bordo, oltre ad Hype, ci sono le altre braccia innovative di Sella come Axerve o Kubique, in attesa della conclusione dell'Opa su Vipera. Fra le startup che collaborano, l'israeliana Blender. Il dialogo con altre banche è «già aperto, sia per delle collaborazioni sia per l'ingresso nel capitale sociale». L'investimento complessivo è stato di circa 40 milioni di euro e la stima per il fatturato del 2018 è di 30 milioni.

Martina Pennisi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

30

milioni di euro

La stima di fatturato di Fabrick



Ceo

Paolo Zaccardi, è amministratore delegato di Fabrick (gruppo Sella)



DATAROOM



I lavoratori dell'hi-tech

di Milena Gabanelli e Massimo Sideri

a pagina 31

Quanto lavoro porta l'hi-tech

Soprattutto interinali: da Amazon a Microsoft cade il mito che in Italia gli «over the top» contribuiscano all'occupazione

L'inchiesta

● «Dataroom» è la striscia curata da Milena Gabanelli per il «Corriere della Sera»

● Le uscite sono quattro alla settimana sul sito Internet e sulle pagine social del «Corriere»

● Ogni puntata ospita un video di 3 minuti a cui si aggiunge un approfondimento corredato da grafici e rimando alle fonti

● «Dataroom» si avvale della collaborazione di tutti i giornalisti del Corriere della Sera che di volta in volta

affiancano Milena Gabanelli in relazione alle loro specifiche competenze

● In questa puntata, oggi sul sito del «Corriere», si affronta il tema della nuova occupazione

creata dai colossi dell'hi-tech: pochi i dirigenti e i quadri molti i lavoratori a termine

La strategia

Per anni le società big tech hanno dichiarato di avere in Italia solo uffici di appoggio

Le imposte

Tasse e utili si dirigono verso il Nord Europa e poi finiscono in qualche paradiso fiscale

di **Milena Gabanelli** e **Massimo Sideri**

Le multinazionali della tecnologia che minimizzano le tasse sfruttando i trucchi fiscali contribuiscono poco o niente al bilancio dell'Italia ma, in compenso, investirebbero molto in occupazione:

«Creiamo lavoro», dicono a gran voce i country manager italiani di aziende come Apple, Google, Amazon, Microsoft, IBM e Facebook. Ma è vero?

Più robot che dirigenti

Poche parole, molti numeri: partiamo da Amazon, sinonimo mondiale di successo e ricchezza. Seattle è la città americana con la maggiore concentrazione relativa di milionari, tutti prodotti con le stock option di Boeing, Microsoft e, appunto, Amazon. Ma in Italia il quadro cambia. Prendiamo una delle principali società con cui opera, la Amazon Italia Logistica. Su 1.845 occupati nel 2017, i dirigenti sono solo sette (d'altra parte erano 2 nel 2016). I qua-

dri sono 52, gli impiegati 180, gli operai 1.606. Nel bilancio si legge che il trend del commercio elettronico è positivo. Tanto che nel 2017 l'azienda ha investito molto, ma nel sito FCo1 a Passo Corese (Rieti), «il primo in Italia a tecnologia robotica (Amazon Robotics)». Visto che gli italiani acquistano sempre di più online, nelle carte si legge anche che la società sosterrà



questa crescita con «l'utilizzo di interinali» e «investendo nel lancio del nuovo sito TRN1 di Torrazza in Piemonte, anch'esso previsto a tecnologia robotica». Dunque: robot, operai e impieghi a somministrazione che, secondo alcuni sindacati, in questi anni sarebbero arrivati anche a 13 mila (numero mai confermato dall'azienda) per supportare i picchi stagionali. Nelle altre realtà italiane di Jeff Bezos la musica non cambia: Amazon City Logistica Srl, per esempio, ha 62 dipendenti di cui un dirigente e due quadri. D'altra parte Apple Retail Italia Srl su 1.518 persone ha 1.367 impiegati, 150 quadri e un solo dirigente. Mentre Apple Italia Srl ha 5 dirigenti su 125.

Perché tutte le hi tech hanno pochi dirigenti e molti interinali?

C'è un motivo sottile: per anni queste società, per giustificare il trasferimento del fatturato e dunque degli utili in zone come l'Irlanda, l'Olanda o il Lussemburgo per eludere le tasse, hanno spergiurato di avere in Italia solo meri uffici di appoggio. Aziende come Apple, Microsoft e Google non vendono ufficialmente nulla. E non producono dunque fatturato «locale», almeno in termini ufficiali. Dunque i pochi dirigenti, così come gli interinali, servono per evitare di essere percepite come rilevanti. Per questo motivo la web tax di cui si discute a livello europeo vuole superare il concetto di «stabile organizzazione» sostituendolo con la «significativa presenza digitale».

Microsoft e l'incentivo all'esodo

Anche Microsoft in Italia fa largo uso di interinali, tanto che Adecco, una delle princi-

pali società che fornisce lavoro a somministrazione, ha formato un ramo ad hoc proprio per tutte le società tech. Si chiama Modis e offre interinali, ma «ad alta specializzazione». L'organico medio di Microsoft Italia è passato negli ultimi due bilanci da 830 a 851. Dunque assunzioni? Forse, dipende dalle tipologie di contratti, perché tra questi la percentuale di dipendenti Adecco e di altre società simili è molto alta. In effetti Microsoft è in ristrutturazione da anni: a bilancio 2016-2017 ci sono 8,36 milioni di «incentivi all'esodo per ristrutturazione». L'anno prima erano 14,07. E nel nuovo bilancio ne sono attesi altrettanti. Alcune di queste società spendono più di incentivi per mandare a casa che di tasse. Di questi 851 dipendenti 42 sono «apprendisti» mentre la stima degli interinali è del 25% della popolazione aziendale.

Il «silenzio» della legge Fornero

E' un fenomeno poco noto perché dalla Legge Fornero in poi, con un intervento successivo anche del ministro Poletti, le aziende non devono più spiegare – come avveniva prima – come mai decidano di affittare il lavoro invece di assumere. L'impiego a somministrazione va solo indicato in un libro unico del lavoro che deve essere tenuto in azienda per eventuali controlli (più rari che mai oggi). Un'eccezione è quella di Google Italy Srl che conta 36 dirigenti su 205 dipendenti. In effetti, il business del tutto immateriale del gruppo non ha bisogno di manovalanza: vende pubblicità online per una cifra stimata tra 1,5 e 2 miliardi l'anno. Peccato che nel bilancio ci sia posto solo per 152 milioni. An-

che Microsoft ha un fatturato stimato superiore agli 800 milioni, ma nel bilancio se ne trovano solo 262. Facebook Italia dichiara 9,37 milioni di giro d'affari e paga 267 mila euro di tasse. In sostanza sarebbe una mini fabbrichetta sull'orlo della chiusura a cui il Fisco ha appena contestato 300 milioni di tasse non pagate nel corso degli anni. Anche i gruppi come Ibm, in Italia da molto più tempo, soffrono dal punto di vista occupazionale. Solo in Ibm Italia il personale è passato dai 6.942 del 2012 ai 5.488 del 2016. Si legge nel bilancio: «Il costo del personale del 2016 ha risentito di una procedura di dimissioni incentivate». Nella Sistemi Informativi Srl, altra società del gruppo, la perdita di 7,3 milioni «è stata trainata dalla politica di ristrutturazione e ribilanciamento del personale che ha inciso per oltre 12,3 milioni». In soldoni la società era in utile ma è stata mandata in perdita dai tagli occupazionali.

È tutta una storia di tasse

Dunque fatturati e utili s'involtano verso il Nord Europa e poi finiscono in qualche paradiso fiscale. Il risultato è che le aziende, nonostante utili record nella casa madre ottenuti proprio grazie ai meccanismi predatori di concentrazione della ricchezza, licenziano localmente perché i costi (e i debiti) rimangono nelle singole country come l'Italia. Dovrebbe restare anche l'occupazione, ma sempre più di basso livello e sempre più incerta. Si interrompe così anche il patto «sociale» delle aziende, che possono festeggiare i risultati e giustificare contestualmente i tagli. Non chiamiamoli, però «investimenti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



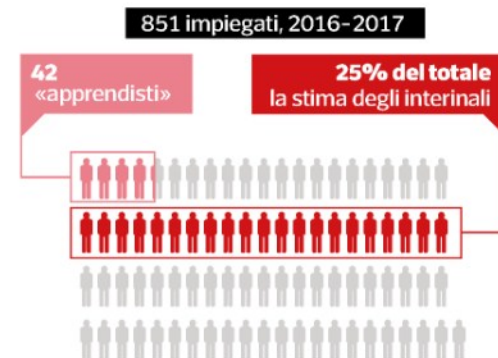
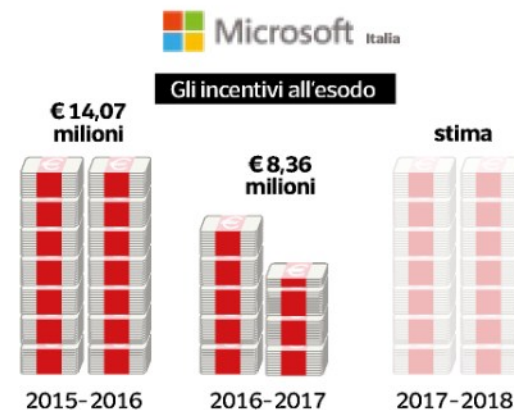
DATAROOM

di Milena Gabanelli

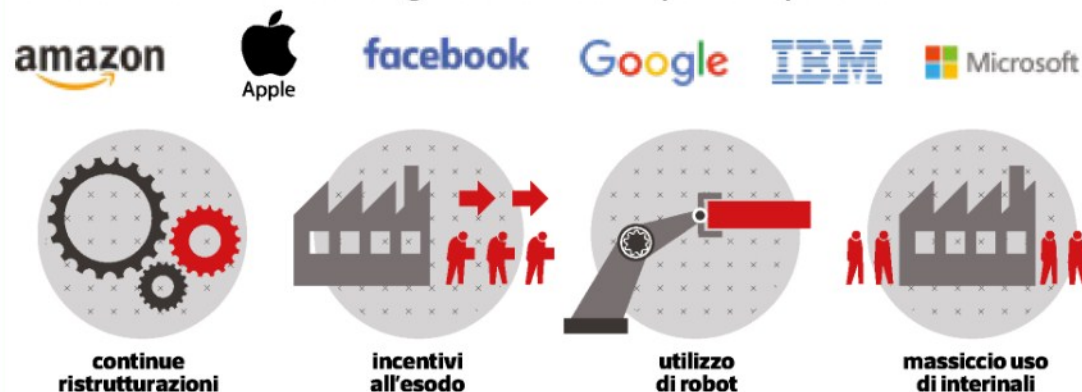
Pochi dirigenti per essere percepite come «poco rilevanti»



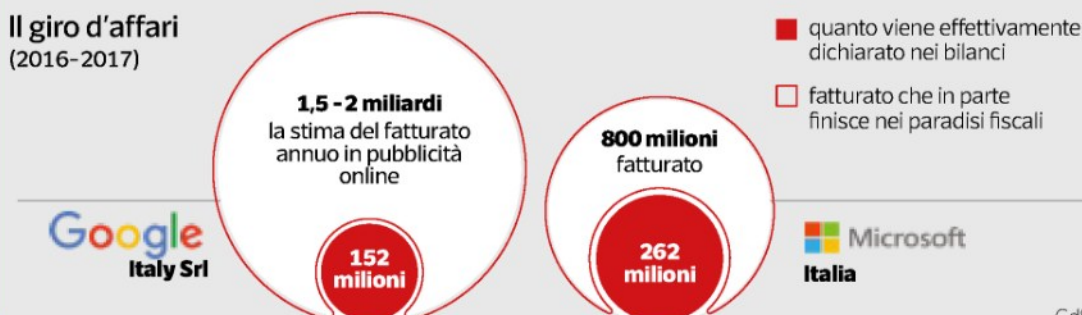
Aumentano i fatturati ma anche le ristrutturazioni aziendali



Le multinazionali della tecnologia e le nuove sfide per l'occupazione



Il giro d'affari (2016-2017)



CdS

SMART HOME

Tim, una app per controllare tutta la casa

Tim entra nel mondo della Smart Home con loTim, la nuova «Superapp» per connettere gli oggetti intelligenti, capace di integrarsi sia con soluzioni targate Tim sia con un ecosistema di prodotti dedicati. loTim è l'unica App, presente sul mercato italiano, in grado di gestire simultaneamente tutti i device presenti nell'abitazione, creando regole e preferenze d'uso per rendere più semplice la vita quotidiana. È disponibile su smartphone, web, e prossimamente anche su Tv attraverso le nuove funzionalità del decoder Tim Box.



MERCATINO

Un'app targata Tim per la «casa intelligente»

Tim entra nel mondo della Smart Home con IoTim, la nuova app per connettere gli oggetti intelligenti, capace di integrarsi sia con soluzioni targate Tim sia con un ecosistema di prodotti dedicati.



DOPO I RITARDI

Trecento milioni di investimenti, la banda ultralarga cresce in Liguria

FRANCESCO MARGIOCCO

Per ora la nuova fibra ottica per la banda ultralarga in Liguria è stata installata solo in alcune zone di Genova. Un ritardo che penalizza il tessuto economico della regione. Ora, però, parte la lun-

ga rincorsa per recuperare il tempo perduto con investimenti per 300 milioni in tre anni da parte di aziende come Tim, Open Fiber e BBell che utilizza ponti radio nelle zone più difficili.

L'ARTICOLO >>> 11

INFRASTRUTTURA IN RITARDO, MA OPEN FIBER E TIM PROMETTONO PASSI DA GIGANTE ENTRO IL 2019

La lunga via della banda "ultralarga"

In Liguria 300 milioni investiti in tre anni. Nell'entroterra arriva l'internet via radio

FRANCESCO MARGIOCCO

GENOVA. All'inizio Teo Musso non aveva fatto i conti con internet. Aveva deciso di aprire la sua modernissima fabbrica di birra artigianale ai piedi di una collina nel cuneese, a Piozzo, una fabbrica dove le diverse aree della produzione, distribuzione e vendita sarebbero state collegate tra loro per collaborare in modo efficiente, come un'orchestra; poi si è accorto che gli mancava un elemento fondamentale. «La collina impediva una buona connessione. I collegamenti erano lenti, il sistema non funzionava». Se tutto fosse rimasto come allora, la birra Baladin oggi non esporterebbe in 41 Paesi. «La soluzione - racconta Musso - è arrivata grazie a un ponte radio che ci dà la stessa velocità della banda ultra-larga. Così abbiamo aggirato il problema».

Aggirare il problema è una specialità nazionale che nel caso di internet diventa spesso una necessità. La Liguria, come il cuneese, lo sa bene. La Broadband Map realizzata dall'Autorità garante delle telecomunicazioni e costantemente aggiornata, <https://maps.agcom.it/>, mostra le in-

stallazioni finora fatte in Italia nel "fiber to the home", ftth, l'autostrada in fibra ottica che arriva fino a casa, elimina l'ultimo miglio in rame e porta internet alla velocità di un Gigabit al secondo (Gbps) contro i 30 Megabit al secondo (Mbps) oggi disponibili in media. Dalla mappa risulta che in Liguria il cablaggio della fibra ottica finora è stato fatto solo a Genova e solo in parte.

Le aziende più impegnate nelle installazioni, Tim e Open Fiber, promettono passi da gigante. La prima ha programmato 160 milioni di investimenti in Liguria nel triennio 2017-19 e per ora, a Genova, ha raggiunto 114 mila case. La seconda, emanazione di Enel, ha avviato i lavori a Genova e La Spezia e prevede in tutta la Liguria un investimento complessivo di 100 milioni a beneficio di 370 mila case. La fibra ottica di Open Fiber sarà data in affitto sia a Vodafone che a Wind Tre. Fastweb ha invece stretto un'alleanza con Tim.

Avere una connessione da 1 Gbps vuol dire non dover più nemmeno scaricare un film per vederlo; vuol dire anche poter accedere, da qualsiasi computer di casa o smartphone, a

un'enormità di dati e di capacità di calcolo offerti dal cloud, la rete mondiale di cervelli elettronici collegati fra loro via internet.

L'Italia è in ritardo; l'ultimo rapporto della Commissione europea sul "Progresso digitale" la vede in coda per diffusione della banda larga veloce (almeno 30 Mbps) seguita solo da Grecia e Cipro. Il territorio in prevalenza montuoso è una delle cause. Un'altra è lo scarso impegno della politica che dopo tanto dormire si è svegliata solo nel 2014 con Matteo Renzi e il suo piano da 7,25 miliardi per la fibra ottica ultralarga.

Per raggiungere le zone più difficili, un'alternativa agli scavi e al cablaggio è il ponte radio, l'uso di trasmettitori e antenne per avere un internet da 300 Mbps. È la soluzione offerta, tra gli altri, da un'azienda piemontese dal nome cacofonico, Bb-



bell, che è molto interessata alla Liguria. A marzo Bbbell ha acquisito il ramo d'azienda per le telecomunicazioni wireless della Uno Communications, la società di telefonia e internet fondata nei primi anni Duemila dal sindaco di Imperia Carlo Capacci. «Le nostre frequenze radio hanno un raggio di cinque-sei chilometri e si prestano particolarmente per le zone montane dove l'installazione della fibra sarebbe antieconomica», spiega l'amministratore delegato di Bbbell, Simone Bigotti.

È stata la sua azienda a curare la messa in rete del birrificio Baladin di Piozzo. «In Liguria, dove è evidente che la banda larga che arriva fino a casa non può funzionare dappertutto, pensiamo - è la sintesi di Bigotti - di poter dare un contributo».

margiocco@ilsecoloxix.it

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



L'installazione di un trasmettitore internet su un traliccio

Cdp, è ora di nomine Battaglia fra Lega e M5S per scegliere i vertici

Le Fondazioni e Guzzetti vogliono Tononi presidente
Per l'amministratore delegato in pole Valeri e Palermo

RETROSCENA

ALESSANDRO BARBERA

ROMA

E' la madre di tutte le nomine, e il caso del calendario ha voluto che sia la prima dell'era giallo-verde. Sarà la prova generale degli equilibri fra Lega e Cinque Stelle, ma soprattutto fra Matteo Salvini, Luigi Di Maio e la finanza italiana. Claudio Costamagna, che non avrebbe disdegnato la riconferma come presidente della Cassa depositi e prestiti, ha annunciato il passo indietro. Quando tre anni fa Matteo Renzi lo impose come candidato alle Fondazioni bancarie, unico azionista privato della Cassa, ne furono spiazzate. Memore di quell'esperienza, questa volta il numero uno Giuseppe Guzzetti, cui spetta per statuto la scelta del successore, ha già fatto il giro delle sette chiese. Il banchiere ottantaquattrenne, an-

cora per qualche mese alla guida della potentissima Fondazione Cariplo, ha voluto incontrare tutti coloro i quali avranno voce nella decisione: i leghisti Giancarlo Giorgetti e Armando Siri, Luigi Di Maio e il suo braccio destro Stefano Buffagni. A tutti ha chiesto di convergere sul nome anticipato nei giorni scorsi dalla Stampa, ovvero quello di Massimo Tononi, ex Goldman Sachs, ex sottosegretario al Tesoro e presidente del Monte dei Paschi. La partita è invece apertissima per la scelta dell'amministratore delegato. In pista sono almeno in quattro, e molto dipenderà dagli equilibri nel risiko delle altre poltrone in scadenza, in particolare alla Rai. In pole position per la guida operativa c'è l'amministratore delegato di Deutsche Bank in Italia Flavio Valeri, ben visto da Davide Casaleggio. Ma negli ambienti romani del Movimento c'è chi sponsorizza un altro nome: l'attuale diret-

tore finanziario della stessa Cassa depositi ed ex consigliere a Fincantieri, Fabrizio Palermo. Quest'ultimo ha dalla sua la giovane età (ha solo 46 anni) e una solida amicizia con l'amministratore delegato di Acea Stefano Donnarumma. Il candidato della Lega è invece il meno giovane Massimo Sarmi, già numero uno di Poste in quota An e ora vicino al Carroccio grazie all'esperienza come presidente dell'autostrada Milano-Serravalle. Infine c'è il candidato istituzionale, ben visto dal Quirinale, e per questo più indietro nelle quotazioni degli scommettitori, ovvero il vicepresidente della Banca europea per gli investimenti Dario Scannapieco. La partita si chiuderà la prossima settimana, in ogni caso entro la fine del mese, termine massimo per l'assemblea che deve approvare i conti.

Twitter @alexbarbera —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI





I due candidati grillini per la Cdp Flavio Valeri (in alto) e Fabrizio Palermo



IMAGOECONOMICA

Las 'telecos' apuestan por alianzas con los gigantes de Internet

SINERGIAS/ Las operadoras de telecomunicaciones abren la puerta de la colaboración a las grandes compañías tecnológicas y ven la asociación con otros sectores como clave para ampliar vías de negocio.

Las compañías discrepan acerca de las tarifas planas de datos móviles, que han llegado a España

Las operadoras valoran la opción de ofrecer servicios alternativos, como la banca o los seguros

LIDERAZGO

España se ha consolidado como un referente en la instalación de fibra óptica, y se encuentra entre los cinco países con mayor implantación a escala mundial.

Jesús de las Casas. Madrid

Las operadoras de telecomunicaciones han cambiado por completo su actitud ante los gigantes de Internet y ahora están abiertas a cualquier tipo de colaboración con los que antes consideraban sus rivales acérrimos. Desde la industria, perciben que la asociación con compañías de otros ámbitos es esencial para ampliar sus vías de negocio.

Así se puso de manifiesto en el coloquio celebrado durante el primer *Tecnodesayuno con Ignacio del Castillo*, organizado ayer por EXPANSIÓN y Arca, en el que participaron los máximos responsables comerciales de las grandes operadoras españolas: María Jesús Almazor, consejera delegada de Telefónica España; Samuel Muñoz, director general de marketing de Orange España; Roberto Franza, director de marketing de particulares de Vodafone España; y Germán López, director general de residencial de MásMóvil.

Para Muñoz, "habrá que aliarse con Google y con otras" porque las operadoras de *telecos* "se han convertido en el centro de un ecosistema en el que deberán cooperar con todo tipo de *partners*", desde los gigantes de Internet a miles de *start up*. "En ese ecosistema en el que competimos, estas empresas son

esenciales, por lo que vamos a trabajar mucho con ellas", precisó Muñoz. "Decir no a las alianzas es absurdo", subrayó Almazor. "La asociación con terceros siempre es una opción si aporta valor a nuestros clientes", señaló la directiva. Telefónica acaba de anunciar hace dos semanas un acuerdo con Netflix para contenidos y otro con Amazon para servicios en la nube. De esta forma, las *telecos* coinciden en que los pactos de colaboración entran en sus planes siempre que permitan optimizar sus ofertas.

Además, las *telecos* valoran la posibilidad de proporcionar servicios complementarios que, a día de hoy, no están asociados a las operadoras. Se trata de la gran apuesta de futuro para ellas, que cuentan con un amplio abanico de opciones: desde servicios de seguridad hasta financieros, pasando por la teleasistencia o los seguros. Desde el sector, estudian las oportunidades de crecimiento en servicios asociados a la conectividad y al hogar digital, de la mano de tecnologías como la inteligencia artificial y el Internet de las Cosas.

"Las *telecos* tenemos activos que se pueden poner en valor de forma muy natural: muchos clientes y unas marcas que inspiren confianza en el cliente", comentó el direc-

Le "tlc" scommettono sulle alleanze con i giganti di Internet



tor general de márketing de Orange. En este apartado, la compañía ha anunciado que lanzará su propio banco en España a finales del próximo año, mientras que su filial financiera ya opera en Francia desde el pasado noviembre. Muñoz indicó que la entidad quiere lanzar un banco "totalmente distinto" de los tradicionales, más digital, más inmediato y más ligado a los servicios de las operadoras.

María Jesús Almazor explicó que algunos de los nuevos servicios ni siquiera existen aún, aunque los relacionados con el hogar digital van a ser una necesidad de los clientes y enumeró los de seguridad, financieros, seguros o

gaming como algunos de los principales. "Somos los que más fácil podemos conquistar el hogar. Tenemos la puerta abierta al hogar, a cualquier servicio que aporte valor", señaló Almazor.

Por el contrario, las operadoras no se pusieron de acuerdo sobre la importancia de las tarifas planas de datos móviles, que acaban de desembarcar en España de la mano de MásMóvil. "Es una tarifa muy emocional. Hay gente que busca predictibilidad en la factura y la sensación de tener un coste fijo al margen de los consumos", aseguró el director general de residencial de MásMóvil, Germán López.

Hay un segmento de población que busca "cada vez más eso" y gente "dispuesta a invertir en tranquilidad", lo que no quiere decir que el resto de ofertas deba desaparecer, añadió López.

La consejera delegada de Telefónica España, María Jesús Almazor, puntualizó que su compañía no ve "esa demanda en el mercado" y que "es suficiente" con la oferta que tienen en la actualidad. "Vemos que los clientes no demandan más", recalcó.

En ello coincidió el director de márketing de Orange, para quien no existe una demanda real de una tarifa ilimitada de datos móviles. El director de márketing de particulares de

Vodafone España, Roberto Franza, sí ha reconocido que hay una necesidad "más emocional que racional" de tener esa sensación de olvidarse de la factura, pero que su compañía lo solventa con bonos que permiten el uso ilimitado de datos en aspectos concretos, como aplicaciones de música o redes sociales.

Una hipotética tendencia hacia un modelo de tarifas planas podría tener impacto sobre las redes y provocar tensiones en su capacidad. Muñoz concluyó que "debemos asegurarnos de que el modelo permite la sostenibilidad de retorno de las inversiones y la combina con el atractivo de las ofertas".

LA OPINIÓN DE LOS EXPERTOS



María Jesús Almazor, consejera delegada de Telefónica España.

"Mantenemos la apuesta por la TV"

"Mantenemos la apuesta por una TV diferencial y estrenar una serie al mes, que están entre las más vistas. Pero no sólo se trata del contenido, sino de cómo se usan. La grabación o la opción 'últimos siete días' hacen que la TV se vea ahora de otra forma."



Samuel Muñoz, director general de márketing de Orange España.

"Nunca hemos dado tanto valor"

"Nunca lo que damos a los clientes ha generado más valor para ellos. Generamos un valor brutal. El tráfico crece exponencialmente y no extraña que haya clientes dispuestos a pagar más, porque hemos ajustado la oferta a sus necesidades".



Roberto Franza, director de márketing de Vodafone España.

"Fútbol sí, pero al precio justo"

"Nos encanta tener el fútbol, pero no es lo más visto de la parrilla. Y la sostenibilidad es fundamental. Si no lo tuviéramos, hay que considerar que el porcentaje de hogares que lo pagan no es el 80% y que tenemos otras palancas comerciales".



Germán López, director de Residencial de MásMóvil.

"La 'killer app' es la experiencia"

"La killer app debe ser la experiencia del cliente. Si un cliente está satisfecho, el valor para la compañía es inmenso. Y aunque la valoración de nuestros clientes es alta, aún tenemos que mejorar mucho en lo que hacemos y cómo lo hacemos".