

## Rassegna del 07/11/2018

\*\*\*

<b>Sole 24 Ore</b>	<b>17</b>	Bancomat, sotto i 15 euro nessuna commissione - Bancomat gratis sotto i 15 euro	V.L.	<b>1</b>
<b>Repubblica</b>	<b>29</b>	Software e talento da Yoox la collezione che nasce sul web	...	<b>2</b>
<b>MF Fashion</b>	<b>1</b>	Intervista a Paolo Mascio - Ora Yoox accelera sull'intelligenza artificiale	Palazzi Tommaso	<b>3</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>12</b>	In breve - Negozio temporaneo di Amazon a Milano	...	<b>6</b>
<b>MF Fashion</b>	<b>1</b>	Zalando cresce ma chiude in rosso	...	<b>7</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>20</b>	Il racconto al servizio dei brand	Greguoli Venini Irene	<b>8</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>19</b>	Parterre - La app di incontri Bumble tentata dalla Ipo	R.Fi.	<b>10</b>
<b>Roma</b>	<b>5</b>	Sam, l'app per segnalare pericoli e tutelare pendolari	Ansab	<b>11</b>
<b>Mattino Napoli</b>	<b>39</b>	Treni insicuri l'Eav lancia l'App per i passeggeri - Eav, arriva l'app per treni più sicuri	Pappalardo Adolfo	<b>12</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>15</b>	Connex, fare rete con 100 aziende alla presentazione di Roma	Marini Andrea	<b>14</b>
<b>Mf</b>	<b>16</b>	Accordo tra Class Editori e Xinhua per una piattaforma web dedicata alla Nuova Via della Seta - Intesa tra Class Editori e Xinhua	Brustia Carlo	<b>15</b>
<b>Foglio Inserto</b>	<b>3</b>	La pentola d'oro digital	Ametrano Ferdinando	<b>17</b>
<b>Il Fatto Quotidiano</b>	<b>15</b>	Apple inizia a tosare noi prigionieri	Feltri Stefano	<b>19</b>
<b>Corriere della Sera</b>	<b>33</b>	Fondi, non solo consegne di cibo ora si scommette sull'agricoltura 4.0	Del Barba Massimiliano	<b>20</b>
<b>Secolo XIX</b>	<b>13</b>	Stop a Industria 4.0 Sos dalle aziende «Senza incentivi formazione in crisi» - Venti di crisi per il piano Industria 4.0 Appello delle aziende: «Servono aiuti»	Margiocco Francesco	<b>21</b>
<b>Sole 24 Ore - Focus</b>	<b>33</b>	Intervista a Pier Giuseppe Rossi - Formazione - In Italia accademia online ancora parcellizzata	...	<b>24</b>
<b>Corriere della Sera</b>	<b>26</b>	Digitale» da normalizzare la web tax è indispensabile	Tremonti Giulio	<b>25</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>23</b>	Europa divisa, ancora un rinvio sulla web tax	Beda Romano	<b>27</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>21</b>	Tiscali, Fastweb paga 50 milioni in più le frequenze - Fastweb rilancia su Tiscali: offerta più alta per la banda	Biondi Andrea - Filippetti Simone	<b>29</b>
<b>Mf</b>	<b>13</b>	Inwit si candida a leader delle infrastrutture per il 5G - Inwit cresce e punta sulla rete 5G	Follis Manuel	<b>30</b>
<b>Repubblica</b>	<b>26</b>	Il punto - Frequenze il fantasma di nuove aste	Fontanarosa Aldo	<b>31</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>21</b>	Telecom verso l'assemblea Vivendi sonda gli hedge	Olivieri Antonella	<b>32</b>

**PAGAMENTI ELETTRONICI****Bancomat, sotto i 15 euro  
nessuna commissione**

Novità per il bancomat dal 1° gennaio 2019: con la stessa carta si potranno effettuare acquisti online e pagare i tributi, direttamente dal proprio smartphone senza che sia necessa-

rio ricordare il numero della carta. E saranno azzerati i costi interbancari per tutti i pagamenti di valore inferiore a 15 euro. — a pagina 17

**PAGAMENTI ELETTRONICI**

# Bancomat gratis sotto i 15 euro

## Azzerati i costi interbancari dei minipagamenti, dal 2019 altre funzionalità sulla carta

Dal 1° gennaio 2019 il bancomat avrà più poteri. Con la stessa carta (tecnicamente una carta di debito) si potranno effettuare acquisti online (sui siti di commercio elettronico) e pagare i tributi. Il tutto direttamente dal proprio smartphone digitando senza che sia necessario ricordare il numero della carta o una password in particolare. Sarà sufficiente indicare il proprio numero di telefono.

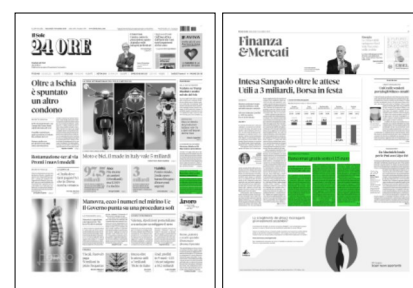
Bancomat Spa presenta questa mattina in occasione della terza edizione del Salone dei pagamenti il nuovo servizio Bancomat Pay con il quale il bancomat - con più di 37 milioni di carte in circolazione in Italia - si arricchisce di nuove funzionalità e si affianca ad altri strumenti oggi utilizzati per effettuare pagamenti elettronici, come le carte prepagate e le carte di credito (come anticipato da *Il Sole 24 Ore* il 22 giugno scorso). «Bancomat ha deciso di accelerare il rinnovamento strategico attraverso importanti investimenti nel mercato dei pagamenti e consolidando le relazioni con le banche in un percorso condiviso di modernizzazione del Paese», spiega Alessandro Zollo, amministratore delegato di Bancomat: «Una delle novità - aggiunge - è che a differenza degli altri strumenti non si do-

vranno digitare password o altri codici ma solo il proprio numero telefonico -. Il nostro obiettivo, attraverso l'acquisizione della tecnologia jiffi, già utilizzata oggi in Italia da 5 milioni di clienti, è di portare il bancomat nei telefonini per permettere di effettuare pagamenti elettronici. Inoltre, per favorire questo meccanismo di modernizzazione del Paese e rendere i pagamenti più sicuri e veloci abbiamo deciso di azzerare - prosegue Zollo - i costi interbancari per tutti i pagamenti inferiori a 15 euro».

Bancomat pay entrerà a far parte anche del nodo dei pagamenti elettronici della pubblica amministrazione (i servizi Pagopa). Il volano della pubblica amministrazione potrebbe essere un elemento decisivo per migliorare le statistiche italiane relative all'uso di strumenti di pagamento digitali. Oggi infatti oltre l'80% delle transazioni avviene con il contante. Da questo punto di vista l'Italia è molto indietro rispetto alla media europea dove l'utilizzo del contante è inferiore al 60%.

— V. L.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Moda

## Software e talento da Yoox la collezione che nasce sul web

2,1<sub>MLD</sub>

I ricavi di Yoox  
nel 2017 sono  
stati pari a 2,1  
miliardi di euro  
ROMA

«La prima collezione sviluppata grazie al connubio di intelligenza artificiale e talento creativo». Così Yoox presenta il suo marchio “8 by YOOX”, una collezione di capi essenziali per uomo e donna. La collezione Autunno/Inverno 2018-19 ha debuttato online ieri mentre quella per la Primavera/Estate 2019 verrà presentata a gennaio. Questa linea, la prima a 18 anni dal lancio della piattaforma nasce grazie a quello che viene definito come «un avanzato software», sviluppato internamente e supportato da intelligenza artificiale. Un software in grado di passare in rassegna il web, riconoscendo immagini e testi nei social media di selezionati influencer e nei contenuti editoriali dei magazine online. I dati raccolti vengono incrociati con indicatori predittivi relativi ai trend, numeri di vendita del sito, feedback dei clienti, tendenze del settore.



## Ora Yoox accelera sull'intelligenza artificiale

Il gruppo di e-commerce  
incrocia big data e design

**Palazzi  
in MFF**



Il colosso e-commerce ha lanciato il suo home brand, 8 by Yoox, che incrocia i big data raccolti in 18 anni e la creatività di un team di designer. Innovazione tech e social media sono le nuove frontiere per il gruppo da 2,1 miliardi di euro

**U**n nuovo salto nel futuro per Yoox, che ha lanciato ieri a Milano il proprio home brand 8 by Yoox che proporrà look uomo e donna realizzate con l'aiuto dell'intelligenza artificiale. «Una collezione di circa 200 pezzi per uomo e donna che non prevede al momento co-lab, visto che si tratta di capi che abbiamo voluto chiamare lifestyle essentials», ha spiegato a MFF Paolo Mascio, presidente di Yoox e The Outnet. Dopo un positivo periodo di test, la collezione di lancio autunno-inverno 2018/2019 ha debuttato online da ieri, mentre la primavera-estate 2019 verrà presentata a partire da gennaio. In questa intervista, il manager ha spiegato le linee guida del nuovo progetto ma anche gli ultimi sviluppi dell'e-commerce legati ai social media e proprio all'a.i.-artificial intelligence.

**In che modo avete usato l'intelligenza artificiale?**

Gli insight raccolti nella fase di ricerca sono frutto di 18 anni di attività di Yoox, incrociati con indicatori predittivi relativi ai trend, ai dati di vendita sul sito, ai feedback dei clienti e alle tendenze di acquisto del settore. Risultato, i capi realizzati sono «matematicamente» creati per soddisfare le esigenze di un e-shopper curioso, appassionato e consapevole.

**Come sta cambiando l'e-commerce alla luce dell'innovazione tecnologica?**

La ricerca è uno dei nostri pilastri.



L'intelligenza artificiale ci aiuta a servire meglio i nostri clienti, a conoscerli quasi individualmente e a proporre a ciascuno ciò che maggiormente interessa. Credo che un passaggio significativo avverrà anche grazie all'uso delle funzioni vocali, sulle quali avevamo avviato ricerche già almeno cinque anni fa con il progetto **Speak & shop**. Uno dei grandi temi al momento è lo sviluppo della funzione «search».

### **Qual è l'impatto dei social media e delle nuove funzionalità e-commerce lanciate quest'anno da Instagram?**

I social sono uno stupendo mezzo per coinvolgere i consumatori. Più raramente c'è un passaggio diretto all'acquisto. La funzionalità swipe up per passare da Instagram ai nostri e-commerce funziona, ma credo sia proprio il tipo di motivazione che cambia per chi naviga. Se cerca dello storytelling va sui social o su contenuti editoriali, ma per passare all'acquisto preferisce un sito più strutturato e chiaro.

### **Eppure questo approccio sembra vincente in Cina attraverso Wechat...**

Certamente Wechat veicola molte più funzioni di quanto facciano i social occidentali. Ma sono comunque convinto che funzioni più in termini di limited edition e di teasing.

### **Come è nato il nome originale della label 8 by Yoox?**

Il logo **8 by Yoox** gioca sulla doppia «oo» del nostro nome, che è stata scelta per rappresentare il codice binario, racchiuso da Y e X, ossia i cromosomi maschili e femmi-

nili. Fa quindi riferimento a una tecnologia sempre in dialogo con gli esseri umani e la loro sensibilità e talento.

### **Alcuni e-commerce come Zalando stanno lavorando sempre più all'integrazione col brick and mortar. È un modello a cui pensate anche voi?**

Abbiamo lavorato su progetti omnichannel molto avanzati, come nel caso dell'e-commerce di **Valentino**. Per **Yoox** però non abbiamo velleità di aprire store fisici, ma crediamo molto nella nostra expertise digital e sul servizio.

### **È vero che nei vostri magazzini ci sono robot che vanno fino a 200 chilometri all'ora?**

Sì, nei nostri magazzini ci sono sezioni completamente automatizzate dove i robot possono raggiungere quella velocità. Sono spazi che evocano la fantascienza. La logistica è veramente un pilastro essenziale. E devo sottolineare che da **Amazon** al più alto brand di lusso nessuno può ignorare il modo di far arrivare al proprio cliente i prodotti che cerca nei tempi che si aspetta.

### **Come si evolverà il rapporto tra la mano e la macchina nei prossimi anni?**

Da sempre, esploriamo le frontiera tra l'uomo e la macchina; è un aspetto proprio del nostro Dna, sin da quando **Federico Marchetti** ha inventato **Yoox** nel 1999. La tecnologia è solitamente invisibile al cliente, **8 by Yoox** la rende desiderabile e tangibile. (riproduzione riservata)

**Tommaso Palazzi**



Paolo Mascio

**IN BREVE****COMMERCIO****Negozi temporaneo  
di Amazon a Milano**

Dal 16 al 26 novembre, in occasione della settimana del «Black friday» e per festeggiare l'arrivo del Natale, Amazon apre il suo primo pop-up store in Italia in una location di oltre 500 metri quadrati a Milano, in via Dante 14, nel cuore della città. Gli showroom innovativi di Amazon apriranno anche a Londra, Parigi, Madrid, Berlino e Amsterdam. Amazon Loft for Xmas darà la possibilità, a tutti coloro che lo desiderano, di toccare con mano per la prima volta moltissimi prodotti delle categorie disponibili su Amazon.it: Garmin, HP, P&G, Disney, Lego, Microsoft e Clementoni sono solo alcuni dei brand presenti.



# Zalando cresce ma chiude in rosso

**Zalando** chiude in salita il terzo trimestre e prevede di incrementare ulteriormente i ricavi. Dopo la crescita dell'11,7% delle vendite, attestatesi a 1,2 miliardi di euro, il colosso tedesco dell'e-commerce, che ha raggiunto il numero record di 25,1 milioni di clienti attivi, stima di archiviare il quarto trimestre in corso a +20-25%. «Chiaramente non siamo soddisfatti dei risultati finanziari del terzo trimestre», ha tuttavia dichiarato il co-ceo **Rubin Ritter**, in riferimento all'ebit, in rosso per 38,9 milioni di euro a causa del mancato contributo degli utili, e alla perdita di 41,7 milioni. «Il nostro obiettivo per il 2020 è di raddoppiare il business a 10 miliardi di euro di volume lordo della merce». L'aumento inferiore alle attese dei ricavi è riconducibile al prolungato periodo estivo insolitamente caldo.



*Santori, d.g. di Challenge Network: lo storytelling per distinguersi dalla concorrenza*

# Il racconto al servizio dei brand

*Non si parla solo ai clienti ma ai potenziali fan della marca*

DI IRENE GREGUOLI VENINI

Oggi i buoni marchi sono quelli che sanno raccontare la propria identità, che è ciò che li distingue dalla concorrenza. I consumatori infatti non comprano solo prodotti e servizi ma una storia, che deve essere autentica e in grado di creare emozioni e un senso di appartenenza, e che potrebbe, se narrata bene, anche trasformare i clienti nei migliori testimonial dell'impresa. Il tutto anche grazie ai nuovi media digitali che consentono di coinvolgere sempre di più il pubblico in un'interazione diretta con l'azienda.

Tutto parte quindi dal racconto che i brand riescono a fare di sé ai consumatori, ma anche ai collaboratori e ai partner. «Con lo storytelling di fatto si trasferiscono dei concetti di comunicazione per valorizzare quello che le imprese hanno nella loro storia, piuttosto che fare un tipo di comunicazione asettica basata su numeri e dati: il trend è sempre più raccontare la vera storia, compresa le imperfezioni, con l'obiettivo di far arrivare delle emozioni», spiega **Roberto Santori**, direttore generale di Challenge Network, che ha fondato nel 2000 per offrire servizi di consulenza strategica e operativa per la formazione aziendale, gli eventi e la comunicazione, e presidente della sezione consulenza, attività professionali e formazione di Unindustria. «Anche gli amministratori delegati devono comunica-

re, raccontare se stessi, sfruttando per esempio i social network, il che ha un impatto importante sia all'interno sia all'esterno dell'organizzazione, che si tratti di collaboratori, partner o clienti».

Anche perché l'opportunità di distinguersi sul mercato passa sempre di più dalla capacità di far percepire i caratteri distintivi della propria identità d'impresa. «I consumatori sono sempre più infedeli, perché c'è tanta offerta e concorrenza: oltre al prodotto e al servizio in sé i brand devono trasmettere un senso di appartenenza», continua Santori. «Peraltro oggi le persone non sono solo potenziali acquirenti ma anche potenziali fan del marchio che comunicano con gli altri: se l'azienda riesce a creare una relazione forte e a ingaggiare il cliente, lui stesso diventa il miglior veicolo della marca e può anche essere una fonte preziosa di consigli per i marchi, dicendo quello che gli piace o che non gli piace, diventando quasi un partner. Insomma il cliente, se riusciamo a ingaggiarlo e a motivarlo con il nostro racconto, diventa uno strumento di marketing potentissimo. In questo i nuovi media e la tecnologia hanno un ruolo fondamentale, perché disintermediano i rapporti, aiutano i consumatori a essere più preparati e consentono loro di sentirsi protagonisti».

Affinché tutto ciò funzioni è però indispensabile essere realmente trasparenti e coerenti. «Inoltre occorre valorizzare il racconto individuale e ricco di imperfezioni. Si parte dallo studio della storia, sviluppando uno storyboard per progettare la narrazione che poi può essere declinata sui social in un modo, su carta in un altro, o all'interno dell'azienda per esempio con delle immagini sulle pareti», sottolinea Santori.

Questo approccio si sta

diffondendo per quanto riguarda le grandi realtà, ma per le piccole e medie imprese italiane «la situazione è ancora a macchia di leopardo: ci sono ampi margini di crescita e di miglioramento da questo punto di vista», conclude il direttore generale di Challenge Network, che organizza, con Scuola Holden, l'evento «L'impresa di narrare le imprese», che si terrà a Roma il 29 novembre, i cui temi saranno anticipati domani in un incontro di networking e formazione presso Unicef.

© Riproduzione riservata ■





*Roberto  
Santori*

**PARTERRE**

## La app di incontri Bumble tentata dalla Ipo

*Il sito di appuntamenti Bumble è al lavoro con gli advisor sulla possibile quotazione. La società che mette in contatto online possibili partner non sbarcherebbe tuttavia sul Nasdaq a basso costo. Il miliardario Andrey Andreev, cui fa capo la quota di maggioranza di Bumble, sta discutendo con diverse banche, fra cui JPMorgan Chase, per ottenere una valutazione superiore al miliardo di dollari. Difficile dire se sarà così, anche perché nel frattempo il mercato delle app di appuntamenti, già affollato di mille sigle - OkCupid, PlentyOfFish, Meetic, Match.com e Tinder - sta registrando l'interesse dei colossi dei social network: Facebook Inc sta testando il proprio servizio di incontri in Colombia e si prepara al lancio negli Usa della sua app. In ogni caso, in assenza di informazioni pubbliche su conto economico e stato patrimoniale di Bumble, qualche gestore ha provato a fare le stime di quanto potrebbe valere. Tenendo conto dei multipli di Spark Networks, Meet Group e Match Group, la matricola Bumble - con 283 milioni di dollari di ricavi stimati per il 2019 - potrebbe raggiungere una valutazione di 1,1 miliardi. Certo, anche Bumble avrà il problema di «incontrare» investitori che vogliano pagare quasi quattro volte i ricavi per una app di appuntamenti. (R.Fi.)*



**LA CAMPAGNA** Regione, Eav e Rai insieme per sconfiggere «le manifestazioni di stupidità come quelle accadute in treno»

# Sam, l'app per segnalare pericoli e tutelare pendolari

**NAPOLI.** Responsabilizzare i viaggiatori attraverso l'utilizzo di un'app grazie alla quale è possibile segnalare direttamente alla centrale operativa, collegandosi con le telecamere di videosorveglianza, eventuali situazioni di pericolo.

Il presidente dell'Ente Autonomo Volturno Umberto De Gregorio ricorda l'applicazione denominata Sam, nata per tutelare i pendolari. «Esiste dall'anno scorso – afferma il numero Uno di Eav – ma sino ad ora non ha avuto grande successo. Con Sam, scaricabile gratuitamente, chi prende la Circumvesuviana può allertare i controlli per assistere chi è esposto ad azioni criminali. Invito tutti ad usufruirne e a fare la propria parte».

De Gregorio ricorda come Maria Rosaria «non abbia aspettato il controllore, ma ha fatto lei stessa da controllore. La frase della signora “Tu non sei razzista sei stronzo”, vuol dire, secondo me, tu non sai cosa dici, tu sei ignorante e dall'ignoranza emerge il tuo razzismo. E quindi la diversità, oggi, non è tanto nel colore della pelle ma nella capacità di essere non più indifferenti».

Ecco perché da Eav parte la campagna di sensibilizzazione “Siamo differenti perché non siamo indifferenti”.

«Non è un caso – aggiunge De Gregorio - che l'episodio sia avvenuto in Circumvesuviana perché i treni di quella tratta so-

no un crocevia di razze, di gente di tutte le caratteristiche che mette a contatto le zone più problematiche del nostro tessuto urbano con quelle di altra natura, capitali del turismo e della cultura come Sorrento o Pompei. È un messaggio di umanità quello di Maria Rosaria che a noi dell'Eav rende orgogliosi. Stiamo risalendo la china in maniera abbastanza rapida. Dalla Circumvesuviana nasce un messaggio di speranza in un mondo più complicato».

Attestati di stima alla donna anche dal magistrato Franco Roberti, attuale assessore regionale alla sicurezza. «I cittadini sono reattivi, c'è una sensibilità e una solidarietà democratica, di difesa di un diritto di un altro cittadino e ciò lascia ben sperare per la sua dimensione morale. Lo slogan racchiude bene quanto successo: una manifestazione di stupidità. Quello lanciato dalla signora Maria Rosaria è un segnale importante che dimostra come ci siano ancora, per fortuna, cittadini che sanno ribellarsi di fronte alle piccole grandi ingiustizie che siamo costretti a sopportare». «Teniamo alta la guardia, al di là del clamore del web. Dobbiamo raccontare il Paese in maniera diversa rispetto a quanto fatto sino ad oggi. Chiederò anche alla mia azienda di partecipare alla campagna dell'Eav» dice il direttore del Centro Rai di Napoli Francesco Pinto.

ANSAB



La novità

Treni insicuri  
l'Eav lancia l'App  
per i passeggeri

Un'app per i treni più sicuri. La lancia l'Eav nel giorno della premiazione a Maria Rosaria Coppola, la donna del video anti-razzista.

Pappalardo a pag. 39

# Eav, arriva l'app per treni più sicuri

► A Maria Rosaria Coppola, la donna del video antirazzista ► Dagli smartphone l'invio della geolocalizzazione il premio Cittadina protagonista: «Non mi sento un eroe» ► permetterà in caso di bisogno l'arrivo della sicurezza

**«HO FATTO QUELLO CHE MI SENTIVO HO VISTO UNA PERSONA CHE SI SENTIVA OFFESA MA NON REAGIVA PER PAURA» IL PREMIO**

**Adolfo Pappalardo**

«Solo una reazione istintiva per difendere una persona offesa», dice Maria Rosaria Coppola. Ecco però che quella reazione, semplice ma efficace e soprattutto diventata virale, diventa il premio «Cittadina protagonista» dell'Eav per la stessa protagonista. E, in tema di sicurezza, i vertici di Eav rilanciano l'app che consente di chiedere l'intervento della sicurezza, con l'invio della geolocalizzazione del viaggiatore lungo tutte le linee ferroviarie. «Scaricatela e usatela», esorta il numero uno dell'Eav Umberto De Gregorio.

**L'EPISODIO**

Qualche giorno fa Maria Rosaria Coppola, sessantaduenne sarta della Rai di Napoli, diventa un'eroina per aver difeso, su un vagone della Circum, un extraco-

munitario dalle offese di un bullo napoletano. Quel «non sei razzista, sei stronzo», è diventato lo slogan anti-razzista più conosciuto sul web dopo migliaia e migliaia di visualizzazioni. Da qui la ricerca della donna e la premiazione di ieri. «Ho fatto solo quello che mi sentivo, la normalità, per me. Lo rifarei alte mille volte: ho solo visto - spiega la donna - una persona che si sentiva offesa ma non reagiva agli insulti di un ragazzo molto aggressivo. Ho capito che non reagiva e l'ho fatto io per un istinto di protezione. Ma ora - conclude - voglio tornare solo al mio lavoro, in sartoria, e compiere il mio dovere ogni giorno. Non sono un'eroina, sono una donna che viaggia e lavora tutti i giorni, come la maggioranza delle persone perbene che erano su quel treno».

**L'EAV**

«Lanciamo insieme alle Acli e Legambiente la campagna contro il razzismo "Siamo differenti, non siamo indifferenti" - dice il presidente di Eav Umberto De Gregorio - a partire dal piccolo, grande gesto di Maria Rosaria, un fatto che dovrebbe essere normale ma che di questi tempi appare straordinario. Lo facciamo con l'orgoglio della nostra storia,

quella delle nostre ferrovie, che attraversano tutto il tessuto sociale e urbano della metropoli e mettono in relazione mondi, culture, storie diverse che devono imparare a convivere». «Questo gesto di umanità e di solidarietà umana va sottolineato - spiega l'assessore regionale alla Sicurezza Franco Roberti - Esistono tanti e tante Maria Rosaria che bisogna incoraggiare. Se tanti napoletani avessero il coraggio di dire quello che pensano come Maria Rosaria, senza girarsi dall'altra parte, Napoli sarebbe già diversa». «Abbiamo lanciato - conclude il presidente De Gregorio - la app SAM, una semplice icona da smartphone che consente di chiedere l'intervento della sicurezza, con l'invio della geolocalizzazione del viaggiatore lungo tutte le nostre linee ferroviarie, in stazione e a bordo treno. Scaricatela. Noi continueremo a fare la nostra parte come Eav, un'azienda che sta finalmente risalendo la china, ma ciascuno deve fare la sua parte». Si tratta di un'app che appena attivata, inizia a registrare automaticamente ed invia tutto alla centrale operativa dove, a seconda dell'episodio, scatta la procedura prevista. Da agenti alla stazione successiva sino al fermo del treno da remoto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**LA CERIMONIA**  
Il presidente  
dell'Eav  
Holding  
Umberto  
De Gregorio  
consegna  
il premio  
a Maria  
Rosaria  
Coppola

# Connex, fare rete con 100 aziende alla presentazione di Roma

## CONFINDUSTRIA

Settima tappa del roadshow per l'evento che si terrà a Milano il 7-8 febbraio

Andrea Marini

Connex scalda i motori. L'iniziativa di Confindustria, in collaborazione con Assolombarda, che si svolgerà a Milano il 7-8 febbraio 2019 al MiCo (Milano Congressi), ha svolto ieri a Roma, nella sede di Unindustria Lazio la sua settima tappa di avvicinamento all'evento: da fine ottobre ci sono stati già gli appuntamenti di Venezia, Cagliari, Napoli, Milano, Torino e Bari; mancano solo Firenze (8 novembre) e Catania (9 novembre). Ieri a Roma una platea di oltre cento imprenditori ha assistito all'incontro di presentazione di Connex: l'evento ha l'obiettivo di mettere in contatto tra loro le imprese, piccole e grandi, per creare nuove reti, filiere e opportunità di business. Un progetto di partenariato industriale, aperto anche alle aziende non associate a Confindustria.

«È un momento d'incontro e di aggregazione delle imprese, che dimostra come Confindustria non sia solo rappresentanza», ha detto Filippo Tortoriello, presidente di Unindustria. «Dai territori di tutta Italia sono state organizzate iniziative di questo tipo per far conoscere gli imprenditori fra loro e far nascere nuove opportunità di business», ha detto Carlo Robiglio, presidente della Piccola Industria di Confindustria. Tortoriello, in particolare, ha ricordato le due edizioni di Unirete organizzate da Unindustria, considerate una «best practice» nazionale. Con Connex, Viale dell'Astronomia punta ora a portare a

Milano oltre 2mila imprese. «La filiera – ha aggiunto Robiglio – è una opportunità per valorizzare le eccellenze delle piccole e medie imprese. A Milano ci saranno grandi realtà industriali che hanno bisogno di selezionare i propri fornitori». Ma l'ambizione di Connex è più ampia: «Sarà un momento identitario per far capire alla politica cosa è il mondo delle imprese, che crea Pil e posti di lavoro», ha precisato il presidente della «Piccola». «L'obiettivo è unirci sempre di più. Ci dobbiamo conoscere e lavorare insieme, per aumentare il nostro senso di appartenenza», ha aggiunto Alessio Rossi presidente dei Giovani imprenditori di Confindustria.

Luigi Paporoni, direttore Brand Identity di Confindustria, ha anticipato i momenti clou dell'evento: «Sarà un programma asciutto per dare alle imprese maggiori opportunità di incontro». Nello spazio del MiCo ci saranno quattro aree tematiche: «Fabbrica intelligente», «Aree metropolitane motore dello sviluppo», «Il territorio laboratorio dello sviluppo sostenibile», «La persona al centro del progresso». Ci sarà poi una area dedicata al Made in Italy. Inserendosi in questi spazi le aziende avranno poi la possibilità di cercare potenziali partner, ed essere a loro volta cercati. Ma le aziende avranno anche un Marketplace digitale: uno spazio virtuale per incontrarsi. Letizia Pizzi, degli Affari internazionali di Confindustria, ha infine illustrato le opportunità di conquistare nuovi mercati esteri che avranno le aziende presenti: a Connex ci saranno 150 imprese estere in rappresentanza di Marocco, Est Europa (Albania, Bosnia, Bulgaria, Macedonia, Romania e Serbia) e Germania.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## 2mila

### Le aziende

Ora Confindustria vuole portare a Milano oltre 2mila aziende



## LA FIRMA IERI A SHANGHAI

# Accordo tra Class Editori e Xinhua per una piattaforma web dedicata alla Nuova Via della Seta

(Brustia a pagina 16)

PER LA VERSIONE ITALIANA DELLA PIATTAFORMA DELL'AGENZIA CINESE XINHUA SILK ROAD

## Intesa tra Class Editori e Xinhua

Previsto il lancio di una piattaforma web dedicata alla Nuova Via della Seta, con tutte le informazioni relative al progetto, oltre a molteplici servizi per soddisfare le esigenze delle aziende italiane e cinesi

DI CARLO BRUSTIA

**C**lass Editori (la casa editrice di MF/Milano Finanza) ha firmato ieri a Shanghai un ulteriore accordo con il China Economic Information Service (Ceis) di Xinhua News Agency, il principale gruppo multimediale cinese, controllato dallo Stato, per lanciare congiuntamente la versione italiana della piattaforma Xinhua Silk Road. La cerimonia della firma si è svolta in occasione del quinto incontro del China Italia Business Forum (Cibf), organizzato nel quadro delle attività della prima edizione del China International Import Expo (Ciie).

La versione italiana di Xinhua Silk Road può contare su tutti i vantaggi del network informativo di Xinhua News Agency per la raccolta e la diffusione delle informazioni riguardanti la nuova Via della Seta e sulla piattaforma informativa di Class Editori, riguardante le aziende italiane e l'informazione finanziaria, in modo da approfondire e sviluppare fortemente la cooperazione tra i due Paesi. Inoltre, la versione italiana di Xinhua Silk Road fornirà servizi a tutto tondo che soddisfino le esigenze specifiche delle imprese cinesi e italiane per beneficiare del più grande piano di cooperazione crescita economica che sia mai stato concepito. Oltre al lancio della versione italiana di Xinhua Silk Road, il Ceis e Class Editori estendono la cooperazione nell'ambito della Belt and Road Initiative in diversi settori, tra cui con-

tatti per gli investimenti, transaction matching, formazione del personale, promozione del prodotto ecc. Il viceministro del Commercio cinese, Wang Shouwen, ha dichiarato di apprezzare molto gli sforzi e i risultati del governo italiano nel promuovere la cooperazione tra i due Paesi nel commercio, investimenti, finanza e mercati terzi. Ha ricordato che la Cina e l'Italia hanno forti complementarità economiche e condividono molti interessi. La serie di misure prese dal governo cinese per un'ulteriore apertura del mercato interno dovrebbero creare nuove opportunità di cooperazione pragmatica tra i due Paesi.

Li Yue, vicepresidente del Ceis e direttore generale di Xinhua Silk Road, ha detto che le due parti faranno uno sforzo congiunto nella costruzione della piattaforma italiana di Xinhua Silk Road, che potrà essere decisiva anche per le Pmi italiane e cinesi che hanno bisogno di informazioni, conoscenze, formazione e consulenze. Fornendo servizi informativi accurati e di alta qualità, la Piattaforma diventerà un ponte per la comunicazione tra le imprese cinesi e italiane, e promuoverà la cooperazione nell'ambito della Belt and Road Initiative.

Da quando la Cina e l'Italia hanno stabilito rapporti diplomatici nel novembre 1970, gli scambi bilaterali tra i due Paesi si sono sviluppati costantemente e gli investimenti bilaterali sono cresciuti rapidamente. Tali scambi e cooperazione sono stati ulteriormente accelerati con l'attuazione dell'iniziativa Belt and Road. Attualmente l'Italia è il quin-

to partner commerciale della Cina nell'Unione europea, mentre la Cina è il primo partner commerciale dell'Italia in Asia. Nel 2017, il volume degli scambi bilaterali è stato di 49,6 miliardi di dollari Usa, con un incremento del 15,1% rispetto all'anno precedente.

Il Ceis e Class Editori hanno stabilito un rapporto concreto e a lungo termine per fornire migliori servizi di informazione economica sulla Belt and Road per far sì che l'Italia acceleri e sviluppi rapporti commerciali adeguati al suo ruolo di secondo Paese manifatturiero dell'Unione europea. Nel giugno 2018, entrambe le parti avevano annunciato il piano di introdurre la versione italiana di Xinhua Silk Road durante un evento di promozione e business matchmaking tenutosi a Milano. La quinta edizione del China Italia Business Forum è organizzata dal Ministero del Commercio Cinese e dal Ministero dello Sviluppo Economico Italiano. Nell'ambito del Forum, Bank of China ha inoltre firmato memorandum d'intesa con Sace, Leonardo, mentre Fincantieri ha firmato un contratto per due navi da crociera, opzione per altre tre da costruire insieme al più grande cantiere cinese. (riproduzione riservata)





# LA PENTOLA D'ORO DIGITALE

## Tenete il resto della rivoluzione Bitcoin

*Al suo lancio, dieci anni fa, prometteva di dimostrare che le criptovalute avrebbero sostituito banconote e monete. Perché tra bolle mediatiche, proliferazione di monete alternative e sfide (in corso) al Leviatano non è ancora così*

DI FERDINANDO AMETRANO\*

**D**ieci anni fa Satoshi Nakamoto, uno sconosciuto tuttora non identificato, pubblicava un articolo che segna la nascita di bitcoin. Bitcoin è un artefatto digitale trasferibile ma non duplicabile, cioè "spendibile" una sola volta (a favore di Tizio) ma non due volte (a favore anche di Caio). Per la prima volta in ambito digitale questa caratteristica è intrinseca al protocollo informatico che definisce bitcoin e non è garantita da una autorità o emittente, come capita invece con un titolo azionario o il saldo di un conto corrente. Inoltre, bitcoin è un bene scarso, limitato a 21 milioni: è l'emergere della scarsità in ambito digitale, l'equivalente digitale dell'oro. Un numero crescente di persone ne sta comprendendo il luccichio inossidabile e il potenziale come asset di investimento: la corsa all'oro, però, apre sentieri in territori selvaggi. E' un ecosistema dove, al fianco di esploratori e guide serie, c'è un pullulare di furfanti e imbroglioni; ma per chi saprà arrivare in fondo, senza farsi frodare e avendo chiaro l'orizzonte, l'oro c'è davvero.

C'è chi non concorda con la visione di oro digitale e vorrebbe bitcoin come mezzo di pagamento. Per raggiungere capacità transazionali più alte sono in test soluzioni di secondo livello, per esempio Lightning Network, dove la transazione viene validata solo dalle controparti interessate, non da tutto il network: si ricorre alla rete bitcoin, come garante ultimo, solo nel caso uno degli interessati non cooperi. Queste soluzioni possono permettere milioni, forse persino miliardi, di transazioni al secondo: è un passo in avanti decisivo per la versatilità e scalabilità di bitcoin, rendendo l'oro digitale ancora più "liquido"; non per questo bitcoin diventerà davvero un mezzo di pagamento diffuso. La sua natura è piuttosto quella di bene rifugio per eccellenza.

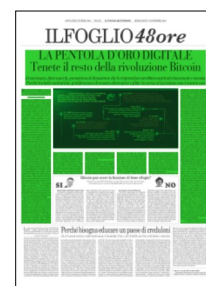
La scarsità dell'oro fisico è garantita da madre natura, quella digitale è puramente convenzionale, necessita del consenso degli attori interessati. Ma non si tratta di una convenzione fragile o velleitaria: piuttosto siamo di fronte a una architettura che orienta gli incentivi economici di tutti gli attori coinvolti a vantaggio di immutabilità, incensurabilità e preservazione della scarsità. Adam Smith ci ha insegnato che non è dalla benevolenza del macellaio, del birraio o del panettiere che ci aspettiamo la cena, ma dalla cura che questi hanno per il loro interesse. In questo caso la cena è la sostenibilità dell'esperimento bitcoin. Premi Nobel come Paul Krugman e Joseph Stiglitz criticano severamente e hanno parlato di "bolla": del primo ricordo la frase "l'impatto di internet sull'economia non sarà superiore a quello avuto dal fax"; il secondo stimò la probabilità di fallimento delle agenzie americane Fannie Mae e Freddie Mac talmente piccola da non essere misurabile: quei fallimenti hanno innescato la crisi finanziaria del 2007.

Molti hanno paragonato bitcoin alla bolla dei tulipani, che secoli fa furono scambiati in

Olanda a prezzi esorbitanti per un periodo, dopodiché il valore crollò a zero. Ma quella dei tulipani è una bolla durata sei mesi (al massimo tre anni, ma alcuni sostengono addirittura non sia mai davvero accaduta come la raccontiamo oggi) nell'Olanda del 1637. E' intellettualmente disonesto e sconsigliato paragonarla con un fenomeno, come bitcoin, che dura da dieci anni nell'economia globale: l'informazione disponibile oggi è infinitamente superiore, circola con maggiore facilità, il mercato è molto più aperto ed esteso. Bitcoin non è effimero, si sta mostrando resiliente. Su bitcoin c'è una taglia formidabile: chiunque ne rompa il funzionamento può trarne un gigantesco beneficio economico o almeno una straordinaria fama. E nessuno ci è riuscito... Se bitcoin è oro digitale - ci possono ancora essere legittimi dubbi in tal senso - allora è ampiamente sottovalutato: se il 2 per cento dei patrimoni gestiti entrasse in bitcoin, anche solo a scopo di diversificazione (bitcoin ha correlazione nulla con le altre asset class), il prezzo di bitcoin salirebbe a 100mila dollari. Se raggiungesse la capitalizzazione dell'oro fisico (essendo più sicuro, leggero, trasferibile istantaneamente, ecc.) il prezzo salirebbe a 400 mila dollari. Se invece dovessero emergere elementi critici, che oggi sfuggono alle analisi, allora il suo valore è destinato ad azzerarsi.

Il successo di bitcoin ha innescato una pleiade di tentativi emulativi: il sito CoinMarketCap ne registra migliaia. La quasi totalità di questi cloni non apporta innovazione, manca di sostanza tecnica e meriti funzionali. Molti di questi sono cresciuti semplicemente perché avendo un prezzo basso sono stati percepiti come a maggior potenziale rispetto a bitcoin, un po' come capita con i penny stock. Pensando di avere perso il treno bitcoin, in tanti cercano nuove opportunità: salgono su convogli merci di incerta destinazione, non hanno capito che il treno ad alta velocità bitcoin è appena partito. L'emergere di alternative a bitcoin è salutare concorrenza, ma qui si concentra il rischio di bolle: questi altcoin, monete alternative, sperimentano nuove tecniche e si impara dai loro tentativi e dai loro fallimenti, ma finora però solo pochi hanno mostrato peculiarità distinte che li hanno resi, con differenti e controversi livelli di qualità, meritevoli di qualche limitata considerazione. Ethereum ha l'ambizione di essere un computer globale piuttosto che oro digitale; Litecoin è talmente simile a bitcoin da avere quasi assunto il ruolo di piattaforma di test dove verificare in anteprima le nuove funzionalità che potrebbero poi essere adottate per bitcoin; Monero e ZCash forniscono vero anonimato transazionale; Ripple incarna la declinazione di queste tecnologie in una chiave più affine al mondo della finanza tradizionale e regolamentata.

Ci sono poi le Initial coin offering (Ico): l'e-



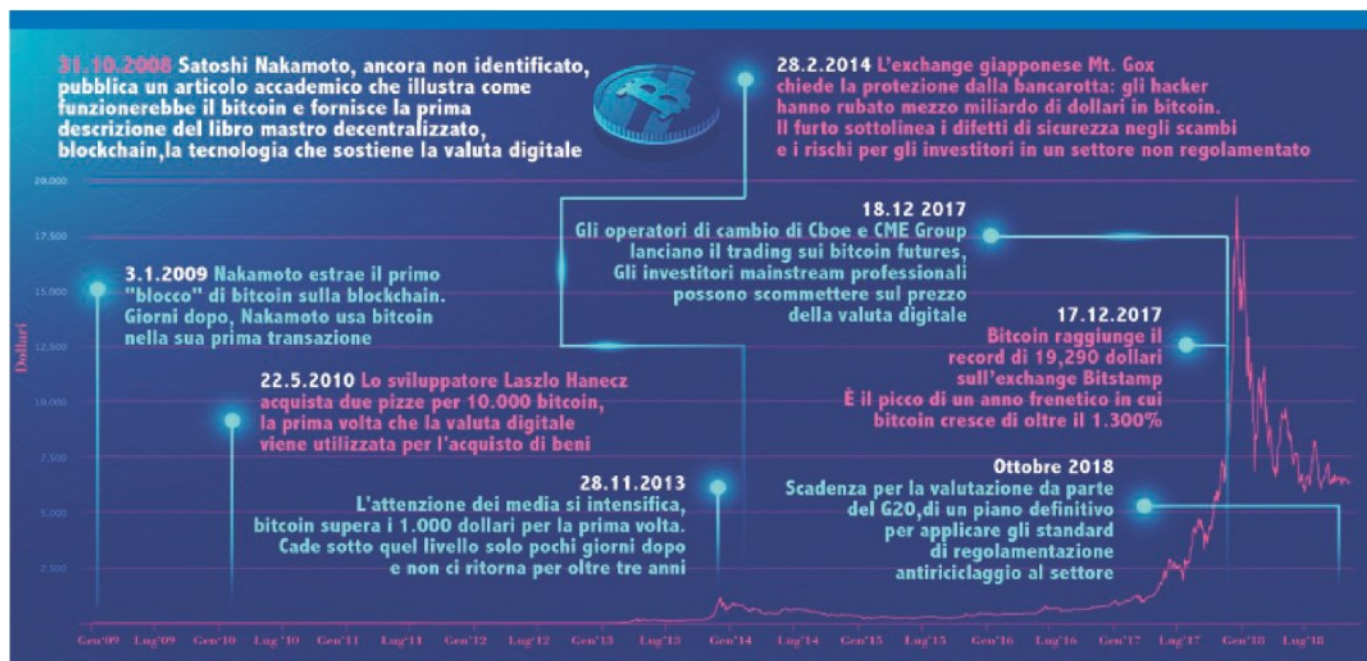
quivalente nel mondo delle crittovalute (anche chiamate criptovalute) delle offerte pubbliche di acquisto azionarie. Potenzialmente rappresentano la disintermediazione dei Venture Capital: le startup raccolgono capitale in crittovaluta dagli investitori e li ricompensano con l'emissione di token, gettoni digitali che vengono quotati ed il cui principale appeal è far sognare apprezzamenti simili alla straordinaria rivalutazione di bitcoin. Per discriminare tra frodi e proposizioni legittime servono elementi tecnici e buon senso, ma sono rari in un mondo in cui il rumore mediatico è altissimo e gli esperti di settore preferiscono talvolta silenziosità omertosa se non addirittura collusivi: mi limito a dire che tutte le lucciole viste sono frodi, consapevoli o meno.

In molti pensano che l'obiettivo di bitcoin sia "far saltare le banche centrali": inutile perché le loro monete muoiono da sole, hanno 27 anni di vita media, perdono in 20 anni oltre il 90 per cento del loro potere di acquisto. Meglio fare una concorrenza stringente che inneschi quella competizione di mercato che farà bene anche alle monete tradizionali. Certo, dopo millenni in cui Cesare ha avocato a sé il monopolio sulla moneta, ci sembra incomprensibile, perfino rivoluzionario, constatare che tale monopolio non è più tecnicamente necessario. Ma non è necessario per questo sposare la cultura anarchica: al Leviatano occorre tagliare le unghie, ma se lo uccidiamo rischiamo di ritrovarci con mostri peggiori, quelli storicamente sconfitti dalla Rule of Law. Molto meglio la cultura libertaria della scuola austriaca, quella del premio Nobel per l'economia Friedrich von Hayek: contro il monopolio governativo della moneta, per la competizione di mercato tra monete a corso legale e monete

private. Il libero mercato e la concorrenza permetteranno l'emergere di buone monete e buone prassi monetarie, il monopolio invece ci dà inevitabilmente un prodotto scadente.

Bitcoin è già oggi una cartina tornasole della democrazia essendo sostanzialmente avversato in paesi come Cina, Russia e Venezuela: chi è perseguitato o vive in uno Stato sull'orlo della bancarotta con bitcoin può portare in salvo i suoi risparmi. In quanto oro, bitcoin è un bene rifugio non manipolabile: una "garanzia" per i propri risparmi, al riparo da inflazione o interventi predatori. Se un paese come il Venezuela o la Grecia va in crisi, bitcoin difende la proprietà privata dalle grinfie del Leviatano. Maduro in Venezuela propone il Petro, la Russia sta studiando il crittorublo. Per ora si tratta di enunciazioni velleitarie: una crittovaluta governativa è un ossimoro, a maggiore ragione quando si tratta di dittature che non vogliono realizzare qualcosa di decentralizzato e incensurabile. Maduro vorrebbe rifarsi una verginità deflattiva, ma non sarà il travestimento da crittovaluta a dargliela. La Russia vuole probabilmente familiarizzare con la tecnologia, per imparare a reprimere ed eventualmente ad attaccare con queste armi. La Corea del Nord accumula bitcoin, anche con attacchi predatori e terroristici. Le crittovalute saranno davvero strumenti di posizionamento geopolitico: ci sono potenze economiche che potrebbero considerare nuove valute, garantite da bitcoin come asset di riserva, per portare sfide epocali sullo scenario monetario internazionale. Ne vedremo delle belle: benvenuti alla corsa all'oro digitale.

*\*direttore del Digital Gold Institute, insegnante di "Bitcoin and Blockchain Technology" all'Università Bicocca e al Politecnico di Milano*



**CAPITANI  
DI SVENTURA**

**Apple inizia  
a tosare noi  
prigionieri**

» **STEFANO FELTRI** .....

**“TIRICORDIAMO** che in data 13.11.2018 ti saranno addebitati 0,99 euro per il piano di archiviazione mensile da 50 GB. Per modificare o annullare il tuo piano di archiviazione, esegui il *downgrade* dal tuo iPhone, iPad, iPod touch, Mac o PC”. Ricevo dalla Apple questo messaggio via email. Non ho mai chiesto alcun aumento di spazio. E anche dopo il clic, capire come eseguire questo *downgrade* non è affatto semplice. Il tempo che richiede vale forse più di quei 99 centesimi che sono il prezzo dell'inerzia. Cos'è, in fondo, un euro al mese? Meno di un caffè, o forse l'inizio della fine di quello che abbiamo visto in questi anni: il web gratuito, con servizi offerti da aziende che - così ci dicevano - scambiavano prestazioni fantastiche con la nostra privacy, con i dati. Però i dati sono come il petrolio, materia prima da trasformare. Ammettiamo pure che servano a vendere in modo personalizzato beni e servizi: permetteranno all'azienda più capace di profilare il cliente di battere la concorrenza, ma non c'è

ragione per cui i consumi in aggregato crescano. Venerdì scorso, Apple ha annunciato che non comunicherà più i numeri dettagliati di vendita dei suoi prodotti e il titolo è crollato del 6,6 per cento, fermando una corsa al rialzo che sembrava inarrestabile. Il mercato degli smartphone di fascia alta comincia a essere saturo, nessuno ha mai capito a cosa serva l'Apple Watch, i computer sono di qualità tale che durano anni e anni. Quindi Apple ora promette di vendere più servizi. Che è un altro modo di dire che dopo aver catturato milioni e milioni di consumatori ora può iniziare a spremerli. Confesso: non sono disposto a rinunciare all'iPhone come protesta per quegli 0,99 centesimi a tradimento ogni mese. Ma è chiaro che è solo l'inizio. Ci vorrebbe un indice specifico che monitori i rincari di Amazon Prime, Netflix, Uber ecc. Il business digitale si fonda sul monopolio di grandi nicchie. E i monopolisti, prima o poi, passano all'incasso. Difendersi sarà difficile, bisogna rispolverare battaglie antitrust di un secolo fa che ora tornano attuali.



# Fondi, non solo consegne di cibo ora si scommette sull'agricoltura 4.0

Fra 2017 e 2018, 2,5 miliardi investiti nel primario. Crescono le start up italiane

## L'analogia

Come le banche nel fintech, le aziende tradizionali puntano sul foodtech per innovare

di **Massimiliano Del Barba**

**P**otrebbe essere definita la nuova generazione degli imprenditori agricoli europei. Produzione (Tropic Biosciences, ecoRobotix, Infarm), trasformazione (Huel, Allplants, Mosa Meat) e, certo, distribuzione (Glovo, Picnic, Kolonial.no), anche se la novità sta proprio nel cambiamento del peso specifico della parte che sta a monte rispetto alla valle della filiera agroalimentare.

Il rapporto «The State of European Food Tech 2018», realizzato da Dealroom in collaborazione con il fondo franco-bolognese Five Seasons Venture, fotografa il passaggio dell'attenzione, da parte dei principali operatori di venture capital internazionali, dal comparto delle consegne della cena a domicilio, su cui dal 2013 a oggi è stata investita la metà dei 6,5 miliardi di euro circolati nell'eurozona (pur presentando l'1% dell'intera catena del valore), a quel gruppo (per la verità sempre più nutrito) di start up che stanno provando a innovare forse i più tradizionali fra i comparti economici europei: l'agricoltura e l'industria della trasformazione alimentare.

Il cambio di rotta è evidente, soprattutto se si paragona-

no gli investimenti in *genetic breeding* (il miglioramento genetico dei capi di bestiame), in agricoltura di precisione e in robo-farming relativi al periodo 2017-18 con gli anni precedenti. Lo studio divide il settore, che noi definiremmo "agricoltura 4.0", in tre sottocomparti.

Per quanto riguarda la produzione di derrate alimentari vera e propria si è passati da 104 milioni investiti nel 2016 ai 252 del 2017 ai 250 dei primi dieci mesi dell'anno in corso. Fra i campioni di raccolta, l'olandese Protix Biosystems (45 milioni) che si occupa di farine iperproteiche a base di insetti, la catalana Nice Fruit (35 milioni) che sta sviluppando una nuova tecnologia per conservare e refrigerare la frutta, e la tedesca Infarm (25 milioni) che realizza serre indoor. Nella trasformazione del cibo, si è invece passati dai 175 milioni del 2016 ai 387 del 2017 ai 400 di fine ottobre 2018. Qui spicca l'iniezione monstre di 100 milioni al birrifico artigianale scozzese BrewDog.

Infine il comparto distribuzione e consumo, in cui dai 440 milioni del 2016 si è passati ai 605 del 2017 e ai 640 dell'anno in corso. In questo caso le tranche si fanno più importanti: 115 a Glovo, 100 milioni al supermarket online Picnic di Amsterdam, 30 al suo omologo norvegese Kolonial.no e 28 alla britannica Gousto, un sistema di consegna degli ingredienti per cucinarsi una cena gourmet.

«I dati mostrano come il foodtech — ragiona Niccolò

Manzoni, partner di Five Seasons — sia un settore in rapida crescita. E, se la prima ondata è stata rappresentata dal cosiddetto *food delivery* che comunque continua a essere importante, oggi vediamo crescere e maturare una nuova generazione di imprenditori legati alla filiera agroindustriale». Per Manzoni e per il suo socio Ivan Farneti, sta insomma accadendo ciò che è già avvenuto nel fintech, dove dopo un iniziale disallineamento fra nuovi e vecchi operatori (cioè le banche e le assicurazioni tradizionali), l'avvicinamento ha creato inedito valore. «In agricoltura — spiega Farneti — i processi di concentrazione societaria che stiamo registrando a livello globale portano a una riduzione delle attività interne di R&D e a un bisogno sempre più chiaro di trovare all'esterno le soluzioni innovative. Per quanto riguarda l'industria di trasformazione, invece, la crescita d'appeal delle realtà più piccole e a chilometro zero rende necessario per i marchi tradizionali cercare nuove idee nell'open innovation. Penso ad esempio al colosso della carne Usa Tyson Foods che sta acquisendo società che producono proteine alternative e sostenibili».

E l'Italia? L'1% come peso finanziario ma il 12% per quanto riguarda le operazioni. «È il segno — conclude Manzoni — che i piccoli investitori locali iniziano a crederci veramente. Un embrione che lascia ben sperare per il futuro».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## 12%

### La quota

di operazioni di finanziamento effettuate in Italia sul totale europeo nel periodo 2013-2018

## 3,1

### Miliardi

Gli investimenti effettuati dai fondi nelle prime cinque piattaforme di food delivery europee

### La vicenda

● Il settore continua a crescere, anche se fino al 2016 investitori si sono concentrati sulle piattaforme per la consegna di cibo a domicilio

● Nelle loro casse è finita metà delle risorse, che tuttavia dal 2017 si sono indirizzate verso la parte a monte della filiera



L'APPELLO

Francesco Margiocco

Stop a Industria 4.0,  
Sos dalle aziende  
«Senza incentivi  
formazione in crisi»

L'ARTICOLO / PAGINA 13

LEGGI DI BILANCIO

# Venti di crisi per il piano Industria 4.0 Appello delle aziende: «Servono aiuti»

«Senza incentivi alla formazione avremo nuove delocalizzazioni». E il "competence center" aspetta i fondi da Roma

Francesco Margiocco / GENOVA

Non passava settimana, un anno fa, senza un convegno su Industria 4.0. Tutti abbiamo familiarizzato con questo slogan che indica la capacità della fabbrica di rispondere su misura e in fretta, grazie alle tecnologie digitali, al variare delle domande dei clienti. Poi all'improvviso il silenzio. Solo da pochi giorni il tema è tornato d'attualità, ma in negativo.

Il governo, con la legge di Bilancio ora in discussione in Parlamento, taglia in alcuni casi ed elimina in altri gli incentivi che il suo predecessore aveva varato per favorire la modernizzazione delle aziende italiane nel segno di Industria 4.0. Genova e la Liguria ci avevano creduto molto: il capoluogo ligure è stato scelto come sede di uno dei 9 "competence center" italiani, centri di ricerca pubblico-privati formati da università, istituzioni e aziende; il suo si occuperà di sicurezza, informatica e non.

Il piano di incentivi 4.0 voluto dal centrosinistra prevedeva una cabina di regia nazionale dei 9 "competence center", mai convocata dal nuovo governo. «L'assenza della cabina di regia è un problema relativo perché il nostro centro è solido e può farcela anche da solo», garantisce Flavio Tonelli, professore di impianti industriali alla Scuola politecnica dell'ateneo genovese e tra i fautori del "competence center" genovese. Ora il centro genovese, formato tra

gli altri da Università, Cnr, Iit, Rina e Ansaldo Energia, attende fino a un massimo di 7,5 milioni di finanziamento dal governo per poter partire. «Siamo in fase di negoziazione con il ministero allo Sviluppo economico. Credo che i fondi arriveranno, semmai un po' in ritardo, e che in primavera saremo pronti al via».

A temere una primavera fredda sono invece le molte imprese che l'anno scorso hanno beneficiato degli incentivi 4.0. «Grazie a quegli aiuti, le vendite dei nostri impianti per la saldatura sono aumentate del 40%», dice Alessandro Santamaria, amministratore delegato di un'azienda, Roboteco, che progetta e assembla robot-saldatori per l'industria dell'auto.

Gli incentivi di Industria 4.0 sono stati l'occasione per cominciare a svecchiare il parco macchine dell'industria manifatturiera italiana, che secondo l'ultimo studio di Uciimu, l'associazione dei produttori di macchine industriali, nel decennio 2005-2015 aveva un'età media di 13 anni, altissima e, cosa mai vista prima, superiore al decennio precedente.

Fino al 31 dicembre sarà possibile supervalutare gli investimenti in nuovi macchinari, del 130% o addirittura del 250% se sono tecnologie digitali: ancora per tre mesi gli imprenditori avranno grossi

sconti fiscali sulle macchine acquistate. Ma nella nuova legge di Bilancio il superammortamento non c'è, l'iperammortamento c'è ma ha un sistema a scaglioni che lo riduce all'aumentare dell'investimento. «Al posto del superammortamento subentra una mini-Ires al 15% sugli utili reinvestiti, che però è molto più difficile da applicare, impossibile senza l'aiuto di un commercialista, ed è infinitamente meno efficace della misura precedente», sostiene il direttore generale di Uciimu, Alfredo Mariotti.

Fatta l'Industria 4.0 bisognava fare gli industriali, i tecnici e gli operai delle fabbriche. Il piano dell'ex ministro allo Sviluppo economico Carlo Calenda aveva portato al 40% il credito d'imposta per la formazione nelle aziende. Dal prossimo anno, destinare a quello scopo il credito d'imposta non sarà più possibile.

«Molte aziende manifatturiere hanno introdotto tecnologie nuove e ora devono insegnare ai loro operai come usarle. Anche noi contavamo su quell'aiuto per formare i nostri neo-assunti. Lo faremo



lo stesso, con maggiori spese», spiega Giorgio Cuttica, fondatore di Sedapta, gruppo da 370 persone e 70 milioni di fatturato che produce software per la gestione della produzione nelle fabbriche. «L'incertezza internazionale e nazionale sta già frenando gli investimenti. L'Italia avrebbe avuto bisogno di almeno altri due anni di incentivi. I benefici si vedevano già: ci sono imprese che hanno riportato la produzione in Italia dall'estero, e aziende software che ne hanno approfittato per mettersi al passo con la concorrenza straniera. Non vorrei che tornasse di moda la delocalizzazione all'estero». —

 BY-NC-ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

---

**40%**

il credito d'imposta  
per la formazione  
in azienda secondo  
il Piano Industria 4.0

---

**0%**

il credito d'imposta  
per la formazione  
secondo la legge  
di Bilancio 2019

---

**7,5**

milioni, i fondi  
che Genova aspetta  
dal governo per il suo  
“competence center”

---



Un robot-saldatore della Roboteco al lavoro nell'officina della Lameter, carpenteria metallica di Bolzaneto, Genova, specializzata nella produzione di benne

PAMB/AND/II

## Formazione

**Lo scenario europeo.** Sono presenti soprattutto in Regno Unito e Spagna atenei di grandi dimensioni, con dotazione tecnologica avanzata e capaci di operare su un mercato globale

# In Italia accademia online ancora parcellizzata

«Le trasformazioni profonde nel mondo del lavoro impongono una formazione di alto livello e un continuo aggiornamento. Le università telematiche possono rispondere a questo tipo di esigenze».

Pier Giuseppe Rossi, docente di Didattica e Tecnologie dell'educazione, presidente della Sirem (Società italiana di Ricerca in Educazione Mediale), svela opportunità e talloni di achille della università telematica nata in Italia e ancora, molto spesso, considerata sinonimo di una formazione universitaria di serie "B".

**Professore, crescono a due cifre gli iscritti alle università telematiche: come spiega questo fenomeno?**

Gli utenti di questo tipo di aziende o istituzioni formative sono diversi. L'università telematica intercetta sia chi ha bisogno di una riqualificazione durante un percorso di lavoro in corso, sia il giovane che si immatricola.

**Quest'ultimo, in particolare, perchè finisce per ricorrere all'e-learning?**

Esiste uno scollamento tra la preparazione degli studenti e ciò che è richiesto dai corsi universitari. Pertanto emerge sempre più chiaramente la necessità di figure intermedie che accompagnino lo studente e utilizzino media differenti. Hanno un ruolo centrale i tutor che accompagnano lo studente nel suo percorso formativo. La scuola superiore oggi crea persone più responsabili. L'università richiede anche altre competenze ed è suo compito farle acquisire.

**La crescita di mercato per le università telematiche si riscontra anche all'estero?**

Molto di più. Da vari decenni università on line come la Open University in Gran Bretagna e la Oac in Spagna, a Barcellona, sono un riferimento anche per la ricerca nel settore delle tecnologie. Entrambe, grazie anche a lingue molto diffuse, come l'inglese e lo spagnolo, hanno un mercato globale e sempre in crescita. Producono anche una grande mole di materiale scientifico di alto livello. Sono istituzioni di grande prestigio.

**E in Italia?**

Si sta facendo molta strada. Non c'è dubbio, l'offerta si amplia, cerca di soddisfare esigenze diverse, si apre a mercati diversi, si internazionalizza. Insomma, l'Italia deve continuare su questa strada. Ma è necessario che cresca molto la dimensione delle singole istituzioni, che si superi l'attuale parcellizzazione.

**Come promuovere tutto ciò?**

Penso che serva una legislazione adeguata. Di solito in Italia vengono adottate leggi che puntano a evitare comportamenti non corretti piuttosto che migliorare la qualità.

**Più controlli e valutazioni?**

Vanno fatti controlli e valutazioni. Ma non si deve cadere nell'errore di avere gli stessi parametri per università tradizionali e telematiche. Serve un approccio totalmente diverso per garantire a entrambe la qualità. Se nelle università in presenza la qualità è data dal prestigio e da un numero di docenti che renda possibile un'adeguata relazione in presenza, nell'on line deve essere altissimo il prestigio, il rapporto docenti studenti può essere minore ma occorre che i tutor siano di qualità e sia adeguato il loro numero. Ugualmente attenzione va fatta all'apparato tecnologico e al modello didattico.

**Richiesta l'assistenza di tutor che accompagnino lo studente nel suo percorso formativo**

**Necessari controlli e valutazioni, purchè non si adottino gli stessi parametri degli atenei tradizionali**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Economia e politica** E giusto accompagnare la quarta rivoluzione industriale senza strozzarla ma guidandola e la Commissione europea si è avviata sulla giusta strada

## «DIGITALE» DA NORMALIZZARE LA WEB TAX È INDISPENSABILE



**Giustizia fiscale**  
Interessante la proposta del ministro francese Bruno Le Maire prima delle elezioni europee



**Anarchia**  
L'assenza di regole nel settore produce squilibri, non solo economici, ma anche sociali

di **Giulio Tremonti**

**C**aro direttore, l'intervento del ministro dell'Economia francese Bruno Le Maire, pubblicato sul *Corriere* il 23 ottobre scorso, sulla necessità di introdurre una «web tax» europea, è molto interessante, per due ragioni essenziali: perché viene prima delle elezioni europee e perché identifica nella giustizia fiscale uno dei grandi temi di interesse comune per i popoli europei. Credo comunque che sia necessario estendere la riflessione europea a tutto il mondo «digitale», a partire dai «Big data», la materia prima dell'universo digitale, anche per questo detta «nuovo petrolio».

Si ricorderà che il petrolio, l'«oro nero», è stato da subito non solo tassato (con le prime forme di imposizione multinazionale), ma anche regolato (con le leggi antitrust). Non è affatto così, oggi, per le attività di estrazione, di raffinazione e di sfruttamento sulla «rete» dei «Big data», dell'«oro bianco».

Se all'origine l'ambiente ideologico e giuridico in cui l'economia digitale ha cominciato ad emergere è stato quello del *laissez faire*, una filosofia che al principio ha ispirato e reso possibile l'av-

vento dell'era di Internet e, su questa base, della globalizzazione, oggi non è affatto giusto o ineluttabile o fatale che il digitale debba o possa seguire a svilupparsi nel dominio dell'anarchia e dell'anomia. Neppure questo tipo di industria, pur così innovativa e forte, può infatti uscire dall'ordine capitalistico.

Fin dal principio il capitalismo si è basato su regole ritenute necessarie dal capitalismo stesso. A partire dalla navigazione sulla «long distance», origine dei concetti capitalistici e delle regole sulla *company*, sul reddito di impresa, sul bilancio o *budget*. E si noti che anche sulla «rete»... si naviga! Regole prima nazionali e poi transnazionali, dentro un sistema di reciproca integrazione tra sostanza economica e forma giuridica, tra interessi privati ed interessi pubblici. Un ordine questo che in assoluto è ancora oggi integralmente necessario.

Quello dell'anomia, *alias* quello della totale anarchia non può costituire uno stato permanente, anche perché, nella prospettiva di un non troppo lontano futuro, i «benefici» prodotti dalla economia digitale fatalmente si confronteranno con i «malefici» prodotti dai connessi e conseguenti squilibri, non solo economici, ma anche sociali e politici.

Lo scandalo Cambridge Analytica, per esempio, ha fatto emergere problematiche di *privacy* e, ancor più grave-

mente, rischi di attentato ai principi base della democrazia. Rotta la vecchia coppia «lettore-elettore», la produzione artificiale di «notizie» eterodirette da centri di potere non ben identificabili, generatori di onde anomale di «consenso», può infatti alterare il processo decisionale nel punto centrale per la democrazia: le libere elezioni. Non esistono infatti libere elezioni senza la consapevolezza dell'elettore. Elettore che finora è stato debitamente informato da una pluralità di media che da sempre ha rappresentato il «quarto potere», a garanzia delle democrazie.

E fondamentale non è poi solo la tutela della «privacy», ma più in generale la tutela della integrità della «persona» nella dimensione digitale. Nel giugno 2017, una ricerca condotta dal National Bureau of Economic Research negli Stati Uniti ha dimostrato che, in presenza di piccoli incentivi (come per esempio l'offerta di una pizza), le persone, pur dichiarando che per loro la *privacy* rappresenta un valore fondamentale, sono disposte a cedere ogni tipo di dato personale per accedere a un servizio, soprattutto per scaricare una app, dalla musica ai giochi, dall'*entertainment* al *pop*.

Senza contare, sempre a proposito di *persona*, che l'intelligenza artificiale può ormai essere sviluppata in forma indipendente dalla coscienza morale.

Sono dunque in gioco non



solo la fiscalità o la democrazia politica o la tutela dei dati personali, ma molto altro. Anche un bene costituzionale come è il risparmio, dato che le banche tradizionali sono gravate da pesantissimi oneri regolatori, così da essere spiazzate sul mercato da operatori non regolati di tipo nuovo.

Tutti questi valori devono e possono essere tutelati con regole basate sull'idea liberale di giusto mezzo, di un «juste-milieu» che accompagni la quarta rivoluzione industriale, senza strozzarla ma guidandola, al fine di evitare squilibri a danno dell'interesse pubblico.

Una volta tanto, invece di insistere nel regolare i «de minimis», la Commissione europea si è seriamente avviata sulla giusta strada, non solo con la proposta della web tax, ma anche con una proposta di un «Regolamento» per garantire la trasparenza delle piattaforme a favore delle piccole e medie imprese che vi operano.

Come notato da Bruno Le Maire anche questa proposta della Commissione è perfezionabile. Ma rappresenta un primo passo verso la necessità di «normalizzare» l'economia digitale nel contesto del capitalismo, del suo ordine e delle sue regole.

Pur con molti eccessi e con molti cedimenti, finora il capitalismo si è infatti sviluppato dentro la democrazia e non fuori: «La ricchezza delle nazioni». La ricchezza, certo, ma anche le nazioni con le loro regole, e mai l'una senza le altre.

È così che a ottant'anni di distanza torna attuale Franklin D. Roosevelt nel suo messaggio al Congresso del 29 aprile 1938, quando il presidente sosteneva che: «La libertà di una democrazia non è salda se il popolo tollera la crescita d'un potere privato al punto che questo diventa più forte dello stesso Stato democratico».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# Europa divisa, ancora un rinvio sulla web tax

## STALLO ALL'ECOFIN

**La Commissione propone di tassare del 3% il fatturato dei colossi informatici**

**L'Austria spera in un'intesa a dicembre, la Germania vuole rimandare al 2020**

### Beda Romano

*Dal nostro corrispondente*

BRUXELLES

Il tema fiscale si sta rivelando ancora una volta in Europa un terreno scivoloso, ricco di incognite, dall'impatto potenzialmente dirompente. Una discussione tra i ministri delle Finanze dell'Unione ha mostrato ieri qui a Bruxelles numerose divisioni sull'opportunità di imporre una tassa europea nel settore digitale. La stessa Germania ha proposto di aspettare un accordo a livello globale nel 2020 prima di applicare una eventuale soluzione comunitaria.

Sul tavolo dei ministri ieri era una proposta della Commissione europea che prevede un'imposta del 3% sul fatturato dei grandi gruppi informatici, da Apple ad Amazon, a cui viene rimproverato di eludere il fisco grazie proprio alla loro natura digitale (si veda Il Sole 24 Ore del 22 marzo scorso). A dispetto di una tradizione secolare la proposta prevede una tassazione delle vendite, non dei profitti. Proprio questo aspetto è tra quelli che non piacciono a molti Paesi membri.

La riunione di ieri ha costretto la Germania ad uscire da una ambiguità dettata da due considerazioni: l'eventuale reazione negativa degli Stati Uniti, a cui appartengono molte aziende del settore; e la paura di creare un precedente tassando il fatturato anziché gli utili. Nella riunione, il ministro delle Finanze Olaf Scholz ha premesso che un coordinamento europeo in questo campo è certamente essenziale, così come è importante imporre una equa tassazione alle imprese digitali.

Ciò detto, il ministro ha aggiunto che la sua preferenza va ad un accordo a livello globale, piuttosto che europeo. La Germania «è pronta a introdurre la proposta della Commissione, eventualmente emendata, se nell'estate del 2020 l'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (Ocse) non avrà definito

una soluzione globale di tassazione dei gruppi digitali». Da qui ad allora, Berlino è pronta a continuare i negoziati tra i Ventotto per trovare un'intesa su una direttiva tecnicamente complessa.

Nei fatti, il governo tedesco ha capovolto la sua posizione. In precedenza la soluzione comunitaria doveva essere un ponte verso una soluzione globale. Da ieri, Berlino considera che la soluzione globale abbia la precedenza su quella europea. La scelta tedesca non è piaciuta a Parigi, che da mesi insiste per una tassazione dei giganti digitali. Il ministro delle Finanze Bruno Le Maire ha fatto buon viso a cattiva sorte, accettando di aspettare una proposta Ocse, ma chiedendo entro fine anno un accordo europeo.

La presidenza austriaca dell'Unione ha fatto propria questa posizione, e ieri per bocca del suo ministro delle Finanze Hartwig Löger ha esortato i Ventotto a trovare un'intesa di massima entro dicembre. Accordo vero e proprio o solo dichiarazione politica? Ieri sera non era chiaro a quale esito i governi possano realmente ambire. Nei fatti molti Paesi sono combattuti tra il desiderio di rispondere alla richiesta del loro elettorato di tassare equamente i giganti digitali e la paura di inimicarsi gli Stati Uniti.

Nel dibattito di ieri, Irlanda, Svezia e Danimarca hanno criticato senza se e senza ma la proposta comunitaria. In un ambito che richiede l'unanimità, il loro voto è cruciale. Probabilmente, i più pessimisti già pensano a un'eventuale cooperazione rafforzata. Nel frattempo 12 Paesi hanno varato o stanno per varare una propria tassa digitale. Ieri il ministro dell'Economia Giovanni Tria ha indicato di sperare che «sarà trovato un accordo entro fine anno, altrimenti l'Italia adotterà un proprio sistema».

L'idea comunque di trovare un accordo europeo entro fine anno ha come obiettivo frenare il moltiplicarsi di soluzioni nazionali. Tra gli aspetti tecnici che stanno creando difficoltà nel negoziato c'è anche l'idea di una clausola che prevede l'automatica disapplicazione della direttiva una volta che vi sarà una soluzione a livello globale. Intanto la Germania ha chiesto di escludere dal campo di applicazione della tassa tutte le attività che in un modo o nell'altro riguardano il settore automobilistico.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**TASSA CONTROVERSA**

**3%**

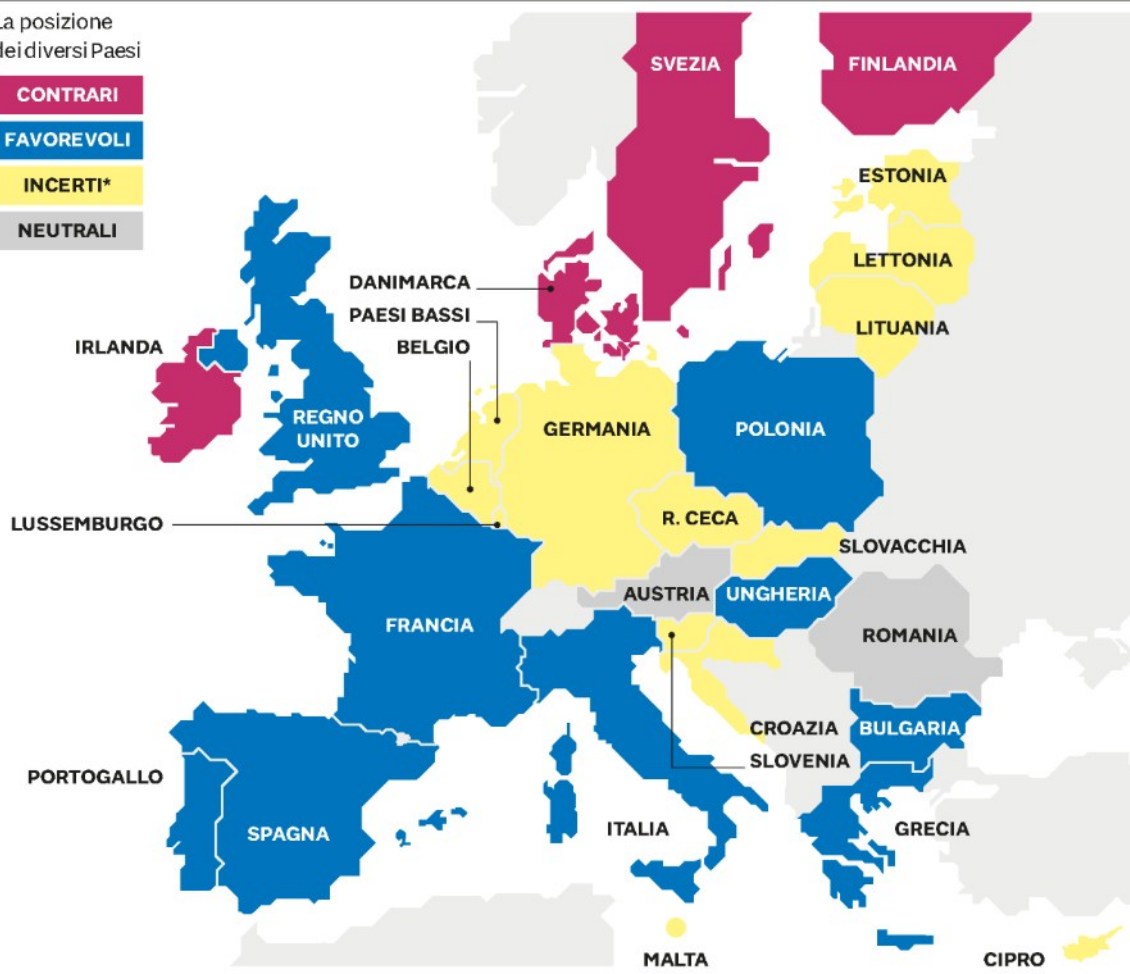
**L'imposta sul fatturato**

Questa la proposta della Commissione europea, che punterebbe - con un cambio radicale rispetto alla tradizione - di tassare il fatturato e non i profitti dei grandi gruppi informatici, da Apple ad Amazon, accusati di eludere il fisco proprio grazie alla loro natura digitale. I 28 Paesi Ue, preoccupati dalla reazione Usa, sono però divisi.

**La mappa degli orientamenti sulla tassa digitale**

La posizione dei diversi Paesi

- CONTRARI
- FAVOREVOLI
- INCERTI\*
- NEUTRALI



Nota: \*Per ragioni tecniche o politiche. Fonte: Elaborazione del Sole24Ore

## Tiscali, Fastweb paga 50 milioni in più le frequenze

**Biondi e Filippetti**

— a pagina 21

# Fastweb rilancia su Tiscali: offerta più alta per la banda

**TLC**

**L'impatto dell'asta per il 5G:  
ritocco sul prezzo da 30-40  
milioni e nuovi addetti**

**Andrea Biondi  
Simone Filippetti**

Fastweb gioca la carta del rilancio su Tiscali. Obiettivo: arrivare nel breve termine al suggello definitivo dell'accordo sulle pregiate e corteggiate frequenze della compagnia sarda. Sul piatto la società milanese avrebbe messo un ulteriore rialzo del prezzo per la banda e maggiori assunzioni. Argomenti «pesanti» per vincere le ultime resistenze.

A fine luglio Fastweb e Tiscali avevano raggiunto un'intesa che prevedendo l'acquisto da parte dei milanesi della licenza detenuta da Aria (controllata di Tiscali) per 40 MHz nella banda 3,5 GHz, oltre al ramo di azienda Fixed Wireless Access (Fwa) di Tiscali, che comprende infrastrutture (836 torri) e 34 addetti. Allo stesso tempo per Tiscali, grazie all'accordo wholesale con Fastweb, è previsto il pieno accesso all'infrastruttura di rete su fibra di Fastweb e all'infrastruttura fixed wireless oggetto dell'acquisizione. Si tratta di un'intesa da 150 milioni sulla quale le banche sono chiamate a dire la loro sul piano di ristrutturazione del debito di Tiscali. Nel mezzo però c'era stata l'estate e soprattutto l'asta monstre per il 5G che fatto sborsare 6,55 miliardi alle telco. Tutte le frequenze, specie quel-

le di Tiscali che sono attigue a quelle del 5G, valgono improvvisamente di più e nei giorni scorsi gli istituti di credito avevano evidenziato la volontà di giocare al rialzo.

In questo quadro, a quanto risulta al *Sole 24 Ore*, Fastweb avrebbe rilanciato sul prezzo, rialzando l'offerta cash di circa altri 30-40 milioni di euro. E ha pure allargato le maglie occupazionali: oltre ai 34 addetti che già passerebbero da Tiscali sotto le insegne di Fastweb, se ne sono aggiunti altri 10, della sede di Perugia (la sede originaria di Aria fondata dagli attuali manager di Go Internet), per i quali l'accordo è stato già raggiunto fra azienda e sindacati di categoria.

Per chiudere il cerchio manca l'ufficialità del Mise sulla proroga fino al 2029 delle frequenze che altrimenti sarebbero nelle disponibilità di Tiscali (e poi Fastweb) solo fino al 2023. Senza una proroga salterebbe tutto l'accordo. Non a caso i sindacati - che incontreranno Tiscali e Ministero al Mise il 20 novembre con l'idea di conoscere le linee guida del nuovo piano industriale della compagnia sarda - nei giorni scorsi hanno inviato una lettera al ministro Luigi Di Maio per segnalare il problema.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Inwit si candida a leader delle infrastrutture per il 5G

Il gruppo delle torri tlc controllato da Tim archivia i nove mesi con utili in crescita del 15% e punta sulla realizzazione del network per le comunicazioni del futuro

Follis a pagina 13

UN ALTRO TRIMESTRE IN ASCESA PER L'OPERATORE DELLE TORRI DI TRASMISSIONE

# Inwit cresce e punta sulla rete 5G

*Utili +15,2% a 105,7 milioni e ricavi +8,4% a 283,9 milioni. L'ad Ferigo: saremo leader nelle infrastrutture 5G*

DI MANUEL FOLLIS

Inwit cresce e guarda al mercato infrastrutturale che si aprirà con la partenza del 5G, un business al quale «guardiamo con fiducia», ha spiegato l'amministratore delegato della società, Giovanni Ferigo, commentando i dati sui nove mesi del gruppo. Inwit, controllata da Telecom Italia, ha chiuso i nove mesi con utili per 105,7 milioni (+15,2%) a fronte di un fatturato di 283,9 milioni (+8,4%) e di un ebitda di 162,3 milioni (+16,9%), andando quindi a incrementare la marginalità. Si tratta del 14esimo trimestre consecutivo con risultati in aumento, a testimonianza dell'ottimo momento delle infrastrutture legate alle telecomunicazioni.

Gli investimenti del periodo sono invece aumentati del 22% a 36,2 milioni, mentre indebitamento finanziario netto al 30 settembre è risultato pari a 65 milioni (+19,4 milioni rispetto a fine 2017). Inwit ha anche preso parte, in qualità di partner industriale, al consorzio, guidato da Morgan Stanley Infrastructure ed Horizon Equity Partners, che si è aggiudicato la gara lanciata dal gruppo Altice per la vendita delle azioni della nuova società che gestirà le 3mila torri di Meo (ex Portugal Telecom). In qualità di advisor la società italiana ha così incassato una success fee di 2 milioni di euro. Parlando di futuro, l'operatore di infrastrutture legate alle tlc è uno dei soggetti che potrebbe entrare a far parte del cosiddetto risiko delle torri, innescato quando F2i ha

lanciato l'opa (andata in porto) su Eit Towers. Nel frattempo, in attesa di capire se Inwit sarà aggregatore o (più probabile) se sarà valorizzata almeno in parte dalla controllante, Ferigo ha spiegato che l'assegnazione delle frequenze 5G agli operatori «in sostanza ha dato il via ai lavori per realizzare le nuove infrastrutture». E Inwit, ha aggiunto il ceo, «è pronta ad accrescere il suo ruolo di leadership nel settore, sia nei macro siti (che necessiteranno di nuove antenne) sia nella copertura con microcelle e Das (Distributed antenna system) per garantire una copertura ottimale, outdoor e indoor, alla nuova tecnologia 5G e ai servizi che su di essa saranno sviluppati». (riproduzione riservata)



## Il punto

FREQUENZE  
IL FANTASMA  
DI NUOVE ASTE

Aldo Fontanarosa

Le società dei telefonini pagheranno 6,55 miliardi per le frequenze in tecnologia 5G. Questo è il verdetto della asta che si è chiusa il 2 ottobre. Una festa per le casse dello Stato. Ce ne saranno altre? Due giganti del settore tlc temono già una nuova asta. Nel 2021 scadrà il diritto d'uso delle frequenze Umts che le società si erano aggiudicate con l'asta del 2000. La legge dice che l'utilizzo delle frequenze si conserva rinnovandone il fitto. Questo fitto sarà caro (si ipotizza un miliardo), ma sarà comunque più basso di quanto le società dei telefonini pagherebbero se costrette a una nuova asta, di riassegnazione delle frequenze Umts. Il rischio di un'asta Umts si è rafforzato dopo che alcune società hanno impugnato davanti al Tar il rinnovo del fitto di altre frequenze (in banda 3.4-3.6), destinate ora alle connessioni web senza fili. Il ricorso al Tar ha una sua logica. Il rinnovo del fitto delle frequenze 3.4-3.6 avrebbe interferito con l'asta del 2018 (quella del 5G). Ma il ricorso autorizza il Tar a valutare la legittimità del meccanismo generale dei rinnovi. Se il Tar lo contesterà, il governo potrebbe riassegnare le frequenze Umts con una nuova asta.



# Telecom verso l'assemblea

## Vivendi sonda gli hedge

### RIASSETTI

**Domani in cda il rinnovo dei revisori: probabile convocazione a inizio 2019**

**Antonella Olivieri**

All'ordine del giorno del consiglio Telecom di domani, oltre al tema principale che è l'esame dei conti dei primi nove mesi, c'è la relazione sui revisori del collegio sindacale - cui spetta di selezionare la rosa dei nomi per sostituire PwC il cui mandato scade in primavera - e delibere conseguenti. Telecom è già in ritardo di almeno sei mesi sulla scelta dei revisori che non è stata fatta, come era nelle previsioni, per l'astensione al voto di Vivendi che ha provocato lo slittamento della nomina a data da destinarsi. Ora il nodo viene al pettine, mettendo alla prova la fragile governance nata dal ribaltone del cda promosso da Elliott, che ha relegato i francesi in minoranza.

Per rinviare tutto alla prossima assemblea di bilancio, termine ultimo, occorrerebbe di fatto l'accordo di Vivendi. Il ceo della media company, Arnaud de Puyfontaine, non avrebbe formalmente sollecitato la convocazione di un'assemblea allo scopo, ma nell'ambito di un carteggio su altre questioni con il presidente Fulvio Conti avrebbe chiesto indicazioni sull'orientamento per la nomina dei revisori. Secondo voci di mercato, senza conferme, Vivendi avrebbe cercato l'appoggio degli hedge fund per tornare in sella. Non risultano però ancora passaggi concreti per individuare candidati per un'eventuale integrazione del consiglio: c'è spazio, con l'ok dell'assemblea, per salire fino a 19 componenti, con l'ingresso di altri quattro amministratori espressi da Vivendi, che salirebbero a nove, restando comunque minoranza.

Se comunque l'intenzione fosse quella di "riequilibrare" la

governance in tempi non troppo lunghi, un rinvio alla primavera della scelta dei revisori avrebbe solo l'effetto di danneggiare la società, privandola dei nomi di primo piano, dal momento che Vivendi ha i numeri più che sufficienti per chiedere in ogni momento la convocazione di un'assemblea. Sebbene l'orientamento degli uffici interni sia quello di procedere entro la fine dell'anno (in questo caso una data plausibile sarebbe quella del 14 dicembre), è possibile che si decida di posporre la data dell'assemblea a dopo le feste. Se volesse chiedere l'integrazione all'ordine del giorno, Vivendi dovrebbe comunque scoprire le carte entro dieci giorni dalla convocazione, ma ci sarebbe più tempo per un eventuale confronto col fondo di Paul Singer che più volte, senza successo, ha cercato un contatto con Parigi negli ultimi mesi.

Nel frattempo Vivendi sta tentando di sbrogliare la matassa del contenzioso imbastita sulla triangolazione con Telecom e Mediaset, portando a casa qualche primo risultato. È di questi giorni la notizia che il Tar del Lazio, presso il quale è pendente l'impugnativa della delibera Agcom che "censura" la doppia partecipazione dei francesi sopra la soglia del 10%, ha inviato un quesito alla Corte di Giustizia europea, ritenendo non infondato il dubbio sollevato dai legali di Vivendi (la pratica è seguita da Giuseppe Scassellati dello studio Cleary Gottlieb) che l'interpretazione data della legge Gasparri possa contrastare con il principio della libera circolazione dei capitali. Dovranno essere sentiti Vivendi, Mediaset, l'avvocatura di Stato, la Commissione Ue - ma potranno chiedere di essere ascoltati anche gli Stati membri - e così, in attesa della risposta, il procedimento davanti al Tar, attualmente sospeso, non riprenderà prima di 15-18 mesi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

