

## Rassegna del 08/11/2019

\*\*\*

<b>Corriere della Sera</b>	<b>33</b> Sia, Cdp equity rileva le quote di F2i e Hat	...	<b>1</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>22</b> Sia, Cdp conclude il riassetto azionario L'obiettivo è l'Ipo	C.Fe.	<b>2</b>
<b>Messaggero</b>	<b>6</b> Cdp Equity all'89% di Sia campione dei pagamenti	L.Ram.	<b>3</b>
<b>La Verita'</b>	<b>19</b> Pagamenti digitali I sistemi di Sia vanno a Cdp e Fsi	Cosul Cuffaro Irene	<b>4</b>
<b>Mf</b>	<b>13</b> Denaro & Lettera - Pagamenti digitali, la posizione dell'Abi	Sabatini Giovanni	<b>5</b>
<b>Mf</b>	<b>13</b> Intervista ad Antonio Patuelli - Patuelli: serve lotta all'evasione	Signorile Carla	<b>6</b>
<b>Mf</b>	<b>13</b> Mastercard punta su smart life e smart city	de Feo Fabrizio	<b>7</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>14</b> Quarenghi (Visa): «Cash dimezzati entro cinque anni»	Netti Enrico	<b>8</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>17</b> Visa, i giovani sono un driver	Sottilaro Francesca	<b>9</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>31</b> Autonomi con il Bancomat - Tutte le partite Iva in un Pos	Loconte Stefano - Fuccella Jennifer	<b>11</b>
<b>Sole 24 Ore .moda</b>	<b>33</b> Single's day da primato: vale 7 volte il Black Friday - Single's day da record: vale sette Black Friday	Casadei Marta	<b>13</b>
<b>Corriere della Sera 7</b>	<b>124</b> Il negozio è vivo e sfida l'e-commerce	Proietti Michela	<b>15</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>35</b> Smart security - Per il business della sicurezza si apre la sfida di digitale e 5G	Biondi Andrea	<b>18</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>35</b> Smart security - A Milano oltre 600 imprese propongono soluzioni integrate	Mancini Giovanna	<b>22</b>
<b>Sole 24 Ore Centro</b>	<b>2</b> Huawei si rafforza su Roma e lancia l'Innovation center per le Pmi - Huawei si rafforza su Roma, e scommette su smart city e 5G	Biondi Andrea	<b>23</b>
<b>Corriere della Sera</b>	<b>33</b> Telecom si allea con Google cloud per i data center Cala il debito	Zanini Maria_Elena	<b>26</b>
<b>Repubblica</b>	<b>30</b> Il punto - Tim, dai conti poche note liete Google non basta	Bennewitz Sara	<b>27</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>20</b> Tim, accordo con Google sul cloud	Olivieri Antonella	<b>28</b>
<b>Mf</b>	<b>10</b> Telecom si allea con Google e Santander E riduce i debiti - Tim con Google e Santander	Follis Manuel	<b>29</b>
<b>Messaggero</b>	<b>20</b> Data center, Tim e Google siglano l'alleanza globale	A.Fons.	<b>30</b>
<b>Il Fatto Quotidiano</b>	<b>8</b> Lo Stato prova a salvare Telecom e Bassanini (79 anni) torna in Cdp - La carica dei boiardi per soccorrere Tim con i soldi della Cdp	Di Foggia Carlo	<b>31</b>
<b>Sole 24 Ore Centro</b>	<b>2</b> Vetrya Campus: «Assumiamo 50 ingegneri» - Tomassini (Vetrya): nel 2020 assumiamo 50 ingegneri	Rossitto Simona	<b>33</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>31</b> Industria 4.0, online l'elenco dei manager dell'innovazione - Industria 4.0, è aperta la vetrina dei 9mila manager dell'innovazione	Latour Giuseppe	<b>35</b>
<b>Corriere della Sera</b>	<b>32</b> La Lente - Più ricavi per Eolo, la sfida del digital divide	Stringa Giovanni	<b>36</b>
<b>Il Fatto Quotidiano</b>	<b>15</b> Intervista a Katherine Maher - "Big Tech, tutelate le diversità anziché fare solo profitti" - "Prevale il profitto di pochi Non ci si fida più del Web"	Della Sala Virginia	<b>37</b>
<b>Avvenire</b>	<b>3</b> Marattin: ma è un diritto il web anonimo? - Ma è davvero un «diritto» il web-anonimato assoluto?	Marattin Luigi	<b>39</b>
<b>Sole 24 Ore Centro</b>	<b>3</b> Intervista a Chiara Certomà - Parla Chiara Certomà - «La tecnologia è inutile se non educiamo bene i cittadini»	Magnani Alberto	<b>41</b>

**Pagamenti**

## Sia, Cdp equity rileva le quote di F2i e Hat

**C**dp Equity e Fsia Investimenti, controllata al 70% da Fsi Investimenti (a sua volta controllata da Cdp Equity con una quota del 77%) e per il 30% da Poste, hanno concluso l'acquisto delle quote di Sia, la società dei sistemi di pagamento, da F2i, Hat, Intesa Sanpaolo e Unicredit. Cdp Equity ha acquistato da F2i Reti Logiche il 17,05% e da Orizzonte Infrastrutture Tecnologiche l'8,64% di Sia, diventando titolare del 25,69% della società, mentre Fsia ha acquisito le quote di Unicredit e Intesa Sanpaolo, salendo al 57,5%.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Sia, Cdp conclude il riassetto azionario L'obiettivo è l'Ipo

## SISTEMI DI PAGAMENTO

### Raggiunto l'accordo per acquistare le quote da F2i, Hat e le banche

Riassetto in porto per il gruppo Sia. Ora nel radar potrebbe esserci Piazza Affari, con uno sbarco che potrebbe concretizzarsi il prossimo anno.

Ieri Cdp Equity e Fsia Investimenti, posseduta per il 70% da Fsi Investimenti (a sua volta controllata da Cdp Equity con una quota del 77%) e per il 30% da Poste, hanno concluso l'acquisto delle quote di Sia, la società dei sistemi di pagamento, da F2i, Hat, Intesa Sanpaolo e UniCredit.

In particolare, Cdp Equity ha acquistato da F2i Reti Logiche il 17,05% e da Orizzonte Infrastrutture Tecnologiche (veicolo posseduto da Hat) l'8,64% di Sia, diventando così titolare del 25,69% della società, mentre Fsia ha acquisito le quote detenute da UniCredit e Intesa Sanpaolo, pari al 3,97% ciascuno, salendo nell'azionario dal 49,5% al 57,5%. Pierpaolo

Di Stefano, chief investment officer di Cdp e Ceo di Cdp Equity ha sottolineato che l'acquisizione delle ulteriori quote azionarie è anche funzionale alla scelta delle opzioni strategiche più efficaci al fine di massimizzare il valore dell'investimento, le ricadute tecnologiche per il Paese e lo sviluppo di posti di lavoro.

«F2i ha accompagnato in questi anni lo sviluppo industriale di Sia, che ha raddoppiato nel periodo della nostra permanenza l'operatività e i risultati economici, diventando un player di dimensione europea. La missione era quella di creare campioni infrastrutturali italiani capaci di competere globalmente» ha commentato Renato Ravanelli, Ceo di F2i. «L'operazione Sia - ha aggiunto Ignazio Castiglioni, Ad di Hat - ha dimostrato la nostra capacità di distinguerci come gestore di fondi di investimento a valore aggiunto, in grado di apportare competenze finanziarie e tecnologiche». Il prossimo passo, ma non prima del 2020, potrebbe quindi essere l'avvio del cammino verso Piazza Affari.

—C.Fe.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Cdp Equity all'89% di Sia campione dei pagamenti

**IL POOL GUIDATO DAL FONDO F2I HA CEDUTO LE PROPRIE QUOTE LA SOCIETÀ VALUTATA QUASI 2,5 MILIARDI**

## L'ACQUISIZIONE

ROMA Cdp Equity e Fsia Investimenti, posseduta per il 70% da Fsi Investimenti (a sua volta controllata da Cdp Equity con una quota del 77%) e per il 30% da Poste, ha concluso l'acquisto delle quote di Sia, la società dei sistemi di pagamento, da un pool formato da F2i, Hat, Intesa Sanpaolo e Unicredit. In particolare, Cdp Equity ha acquistato da F2i Reti Logiche il 17,05% e da Orizzonte Infrastrutture Tecnologiche (veicolo posseduto da Hat) l'8,64% di Sia, diventando così titolare del 25,69% della società, mentre Fsia ha acquisito le quote detenute da Unicredit e Intesa Sanpaolo, pari al 3,97% ciascuno, salendo nell'azionariato dal 49,5% al 57,5%.

Quanto al valore dell'operazione, che di fatto consente a Cdp Equity di controllare l'89% circa di Sia, la transazione sa-

rebbe avvenuta per circa 550 milioni di euro, visto che la società è valutata 2,5 miliardi.

Pierpaolo Di Stefano, ceo di Cdp Equity, ha sottolineato che l'acquisizione di queste ulteriori quote è funzionale alla scelta delle opzioni strategiche più efficaci al fine di massimizzare il valore dell'investimento, le ricadute tecnologiche per il Paese e lo sviluppo di posti di lavoro in Italia. Di Stefano ha assicurato che Cdp continuerà nella strategia di sviluppo e rafforzamento di Sia poiché quello dei pagamenti e delle transazioni finanziarie è un settore strategico.

## SODDISFAZIONE DI RAVANELLI

«F2i ha accompagnato in questi anni lo straordinario sviluppo industriale di Sia, che ha raddoppiato nel periodo della nostra permanenza nel capitale l'operatività e i risultati economici, diventando un player di dimensione europea. Con questo investimento abbiamo conseguito risultati in linea con la missione del nostro fondo: creare campioni infrastrutturali italiani capaci di competere globalmente e generare solidi ritorni per i nostri investitori», ha commentato Renato Ravanelli, amministratore delegato di F2i.

**L. Ram.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Pagamenti digitali I sistemi di Sia vanno a Cdp e Fsi

La cordata rileva da banche e F2i  
l'azienda di blockchain. In futuro la Borsa

di **IRENE COSUL CUFFARO**

■ Cassa depositi e prestiti, attraverso Cdp equity, e Fsia Investimenti, società posseduta per il 70% da Fsi Investimenti (a sua volta controllata da Cdp equity con una quota del 77%) e per il 30% da Poste Italiane, hanno portato a termine l'acquisto della quota azionaria di Sia, la società di sistemi di pagamento, possedute da F2i, Hat, Intesa Sanpaolo e Unicredit.

Nel dettaglio, Cdp Equity ha acquistato da F2i Reti Logiche il 17,05% e da Orizzonte Infrastrutture Tecnologiche (veicolo interamente posseduto da Hat) l'8,64% di Sia, diventando così titolare del 25,69% della società, mentre Fsia ha acquisito le quote detenute da Unicredit e Intesa Sanpaolo, pari al 3,97% ciascuno, salendo nell'azionariato dal 49,5% al 57,5%. «Cassa depositi e prestiti continuerà nella strategia di sviluppo e rafforzamento di Sia poiché quello dei pagamenti e delle transazioni finanziarie è un settore strategico e a forte carattere di innovazione. L'acquisizione di queste ulteriori quote azionarie è anche funzionale alla scelta delle opzioni strategiche più efficaci al fine di massimizzare il valore dell'investimento, le ricadute tecnologiche per il Paese e lo sviluppo di posti di lavoro in Italia» ha dichiarato **Pierpaolo Di Stefano**, capo degli investimenti di Cdp e ad di Cdp Equity. Le opzioni di cui parla **Di Stefano** potrebbero includere una fusione con Nexi, società che offre servizi e infrastrutture per il pagamento digitale a banche,

aziende e pubblica amministrazione, o la quotazione in Borsa. Eventualità, quest'ultima, che lo stesso ad di Sia **Nicola Cordone** non ha escluso: «Nell'ambito della missione di Cdp di guidare le aziende italiane all'estero, possiamo giocare da protagonisti nel processo di consolidamento in corso in Europa. Siamo un'azienda unica: gestiamo pagamenti, carte, rete, blockchain, c'è quindi un grande potenziale per non lasciare il mercato europeo agli americani. Nel frattempo è però per noi prioritario preparare l'azienda a una quotazione, per valorizzare al meglio l'investimento dei nostri azionisti» ha dichiarato in un'intervista al *Corriere della Sera* commentando il futuro della sua società con l'ingresso di Cassa depositi e prestiti.

Entusiasmo per l'operazione conclusasi ieri è stato espresso anche dalle altre società coinvolte: «F2i ha accompagnato in questi anni lo straordinario sviluppo industriale di Sia, che ha raddoppiato nel periodo della nostra permanenza nel capitale l'operatività e i risultati economici» ha detto **Renato Ravanelli**, Ceo di F2i, aggiungendo: «Con questo investimento abbiamo conseguito risultati in linea con la nostra missione: creare campioni infrastrutturali italiani capaci di competere globalmente. Mentre **Nino Attanasio**, presidente di Hat, si dice «molto soddisfatto e certo che Cdp proseguirà in piena continuità il progetto industriale di sviluppo di Sia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



MANAGER Nicola Cordone



**DENARO & LETTERA****Pagamenti digitali, la posizione dell'Abi**

**G**entile direttore, a proposito dell'articolo del 7 novembre, dal titolo «Sforbiciata di Stato sulle carte», è doveroso precisare che Abi non ha steso un memorandum in tema di commissioni su transazioni digitali con il Mef né è stato raggiunto un «accordo» tra Abi e governo. Sono in corso contatti tra il governo e gli operatori del sistema dei pagamenti, tra cui anche banche e Abi, le cui posizioni ufficiali sono state espresse nelle recenti audizioni parlamentari.

*Giovanni Sabatini*

*direttore generale Associazione Bancaria Italiana*



PER IL PRESIDENTE ABI LA SPINTA AI PAGAMENTI DIGITALI PASSA DAL CONTRASTO AL NERO

# Patuelli: serve lotta all'evasione

Ma l'esempio deve partire dal pubblico, senza alimentare la scusa che le commissioni per gli esercenti siano troppo alte. Positiva la carenza di esuberanti nei piani industriali presentati dalle banche italiane

DI CARLA SIGNORILE

**N**ei giorni in cui si discute dell'abbassamento del tetto ai contanti da 3 mila a 2 mila euro a partire dal 1° luglio 2020 per effetto della legge di Bilancio, torna sulla scena il dibattito sulla diffusione dei pagamenti digitali in Italia. Ma per il presidente dell'Abi, Antonio Patuelli, intervistato da *Class Cnbc* all'apertura della Quarta Edizione del Salone dei Pagamenti, più che un problema di costi, la scarsa diffusione della moneta elettronica risponde a fattori culturali e a carenza di incentivi.

**Domanda. Si sente spesso dire che in Italia i pagamenti elettronici sono poco diffusi per via di commissioni troppo alte. Lei è d'accordo?**

**Risposta.** Penso si tratti semplicemente di una scusa. Diversi organismi internazionali hanno infatti riscontrato che le commissioni in Italia sono inferiori a quelle pagate in molti Stati europei. Senza contare che, sempre guardando all'Europa, il nostro Paese vanta il numero più elevato di Pos in circolazione e questo a testimonianza di come anche le società del settore, dalle banche agli operatori fintech, a dispetto del comune pensare, abbiano investito molto in ricerca e commercializzazione di questi strumenti, che spesso peraltro vengono dati in concessione gratuita agli esercizi commerciali. La realtà, dunque, è che c'è troppa evasione fiscale, con la conseguenza che chi non vuole emettere

scontrino o ricevuta a maggior ragione rifiuta il pagamento elettronico in forma tracciata.

**D. Cosa pensa dell'argomentazione secondo cui pagare il caffè con la carta di credito incide troppo sull'esercente?**

**R.** Le percentuali rilasciate dai circuiti bancari internazionali, non dall'Associazione Bancaria Italiana, restituiscono una media nazionale dei costi dei pagamenti elettronici pari all'1,1%. Questo significa che, se un caffè costa un euro, il costo sul pagamento per l'esercente è di solo un centesimo. Senza considerare i vantaggi di una maggiore velocità e semplicità nella transazione e della prevenzione di furti e rapine, che senza la detenzione di contanti andrebbero inevitabilmente a scemare.

**D. In più occasioni ha dichiarato di non essere favorevole alle sanzioni per chi non permette di utilizzare il pagamento elettronico e di ritenere più efficace un sistema ad incentivi. Conferma questa linea?**

**R.** Certamente, anche perché è impensabile che le forze dell'ordine possano occuparsi quotidianamente delle singole segnalazioni a riguardo, trascurando reati più gravi. Piuttosto gli organismi italiani preposti alla lotta all'evasione fiscale dovrebbero vedere quanti sono i pagamenti tracciati effettuati da ciascuno ed avviare accertamenti accelerati su chi ne

esegue troppi pochi.

**D. In apertura lavori ha spiegato come molti dei musei fiorentini non diano la possibilità ai visitatori di pagare con Pos. Ciò significa che la mentalità va cambiata partendo dal pubblico?**

**R.** Se questa prassi è diffusa anche a Firenze, uno dei fari mondiali della cultura e della civiltà, vuol dire che succede troppo spesso altrove. Quindi il buon esempio deve partire dal pubblico: quando si deve pagare una multa dovrebbe essere possibile utilizzare sistemi tracciabili e solo in ultima istanza i contanti.

**D. Il sistema bancario sta lavorando al problema npl. Quanta strada ancora c'è da fare?**

**R.** Anche se in Europa e in Italia le banche hanno adottato meccanismi di selezione del merito di credito più qualificati, è impossibile evitare sempre e sistematicamente che le crisi aziendali si ripercuotano sulle banche. Bisogna quindi puntare al minimo livello di rischio possibile.

**D. Le banche stanno presentando piani industriali che spesso prevedono tagli alle filiali. Come vede il rapporto tra istituti e dipendenti?**

**R.** In Italia tutte queste riorganizzazioni sono avvenute senza licenziamenti, sulla base di libere scelte incentivate dalle banche. Penso che questo esempio sia da mantenere e confermare per l'avvenire. Un problema, piuttosto, è che i gruppi bancari e le banche indipendenti in Italia sono solo 115 su 60 milioni di abitanti, la percentuale più bassa d'Europa. (riproduzione riservata)



Antonio Patuelli



# Mastercard punta su smart life e smart city

di **Fabrizio de Feo**

**R**ivoluzionare il modo di vivere la città, offrire servizi in grado di migliorare realmente la qualità della vita delle persone, favorire il passaggio dalle smart city allo smart citizen. Michele Centemero, country manager di Mastercard Italia, ha partecipato al Salone dei Pagamenti 2019, dove l'azienda, leader nel settore delle tecnologie per i pagamenti internazionali, ha presentato alcuni prodotti a forte contenuto di innovazione come: la Mastercard Digital Debit, la carta di debito digitale; il Mastercard Touch Table già presente al bistrot dell'aeroporto di Fiumicino; i pagamenti contactless disponibili sulla neve di Courmayeur con appositi wearable legati al contesto sciistico e sistemi di rilevazione di persone sepolte sotto una valanga; i prodotti Ethoca per verificare tempestivamente le transazioni; la collaborazione con A2A per la mobilità elettrica. Innovazioni che arrivano proprio quando in Italia il dibattito sui pagamenti digitali è sempre più centrale.

«Sicuramente per un player come il nostro un governo che si vuole occupare della transizione verso i pagamenti digitali è ben visto», spiega Centemero. «È vero che in Italia sul numero della transazioni siamo indietro: il 75% sono ancora in contanti. Ma tanti passi avanti sono stati fatti; penso al food delivery, ai pagamenti nelle metropolitane a Mi-

lano, Firenze, Torino, Grosseto, Firenze e infine Roma, ai cinema. Personalmente in un forum con altri operatori ho scommesso che l'Italia, sfruttando l'innovazione, riuscirà a ridurre i pagamenti in contanti dal 75 al 60% in 4-5 anni». Perché questo possa avvenire deve esserci uno sforzo di sistema affinché ci sia «un beneficio per tutti gli attori della filiera. Penso a quanto è avvenuto con il pagamento elettronico sui taxi. Dopo le iniziali resistenze tutti hanno capito che avrebbe portato benefici per tutti».

Il modello di business e comunicazione di Mastercard ora punta proprio a far capire che i pagamenti elettronici rappresentano realmente un vantaggio in termini di servizio, convenienza e sicurezza. «Dobbiamo ancora combattere con chi pensa che usare la carta abbia un costo oppure rischi di rubargli i soldi, ma le smart city stanno indirizzando la nostra vita in quella direzione. C'è un effetto-trascinamento molto concreto. Penso a una giornata in cui ci alziamo, paghiamo il caffè con la carta, prendiamo la metropolitana con pagamento contactless oppure una bici elettrica o un monopattino e poi magari la sera andiamo a San Siro attraverso un accesso dedicato Mastercard». Oppure, allungando il tragitto, «andiamo a sciare Courmayeur nel primo cashless club dove non c'è necessità di portarsi dietro il portafoglio ma solo un telefonino o smartwatch». (riproduzione riservata)



Michele Centemero



# Quarenghi (Visa): «Cash dimezzati entro cinque anni»

## LOTTA AL CONTANTE

### Una dote di 100 milioni per supportare i progetti di start up e fintech

#### Enrico Netti

Dal punto di vista delle occasioni di business l'Italia sembra essere all'anno zero o poco più. «Le opportunità sono incredibili perché 8 transazioni su 10 avvengono in contante e il nostro obiettivo per i prossimi cinque anni è portare questo valore a meno della metà - spiega Enzo Quarenghi, neo country manager di Visa Italia -. Collaboriamo con tutti gli istituti di credito e con Nexi per fornire soluzioni semplici e al costo più accessibile per gli utenti finali siano esercizi pubblici e commerciali, imprese e consumatori. E collaboriamo anche con le fintech». Per queste ultime a livello europeo la multinazionale Usa ha un piano d'investimento con una dote di cento milioni per supportare l'ecosistema fintech e start up. Tra le realtà finanziate l'italiana Truelayer, fondata da Francesco Simoneschi e Luca Martinetti, specializzata nella fornitura di Api finanziarie. In più tra non molto Visa Italia trasferirà il quartier generale in nuovi spazi in cui sarà allestito tra le altre cose un mini lab in cui testare, in collaborazione con i partner, le nuove tecnologie.

Al Salone dei pagamenti che oggi si chiude a Milano la multinazionale si accredita come una tech company aperta a qualsiasi progetto mirato all'espansione dei pagamenti digitali. Sul fronte della sicurezza dalle transazioni, per esempio, lavora a

una card per l'autenticazione biometrica e siglando accordi con alcune banche che la vogliono offrire ai clienti. In più in Visa si sta lavorando al quantum computing, l'intelligenza artificiale e il machine learning, soluzioni per innalzare la sicurezza, combattere le frodi e migliorare la valutazione del rischio. Inoltre si lavora per lasciare al cliente la libertà di scegliere se pagare in contanti o con moneta elettronica. «Nella visione di Visa non è una forzatura ma deve essere la migliore scelta per il consumatore - continua Quarenghi -. Il nostro obiettivo è di ridurre il ricorso al contante non il suo azzeramento, secondo un progetto in linea con quelli che oggi sono gli obiettivi del Governo per ridurre il sommerso, agevolando l'uso dei pagamenti elettronici e cercando di contenere i costi delle famiglie». Sul fronte del retail invece lo spinoso tema delle commissioni spinge molti esercenti, baristi, ristoratori, piccoli commercianti ad esporre "creativi" cartelli dei tipo «Pos fuori uso» o «si accettano pagamenti sopra i 10 euro» e via di seguito. «In Italia c'è un problema culturale sulla percezione della commissione - ricorda l'ad -. Secondo gli esercenti è 4 o 5 volte più alta del reale così i piccoli negozianti sono convinti di pagare molto di più del reale». Per quanto riguarda le nuove generazioni in un certo modo sorprende non poco l'approccio dei millennial verso l'uso del contante. «Si comportano esattamente come la generazione X. Sembra invece che con i veri nativi digitali, la gen Z, ci siamo. Però bisogna istruirli».

enrico.netti@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**ENZO QUARENCHI**  
Country manager di Visa Italia



Il main sponsor di Tokyo 2020 e Milano-Cortina 2026 di scena al Salone dei Pagamenti

# Visa, i giovani sono un driver

## Fanno scuola ai grandi e il 60% compra senza contanti

DI FRANCESCA SOTTILARO

«**L**a carta di credito esisterà ancora fra 10 anni e avrà nuove funzioni: sicuramente più personalizzazione nelle offerte, persino nell'aspetto possiamo immaginare qualcosa che risponda al gusto dei singoli». Mentre l'Europa discute di un circuito alternativo di pagamento, il Pepsi (Pan european payment system initiative) che, stando al quotidiano francese *Les Hechos*, coinvolgerebbe le maggiori banche intente a resistere all'avanzata delle criptovalute, da Facebook a Google e Paypal, **Adrian Farina**, head of marketing Europe di Visa, parla del futuro della società al Salone dei Pagamenti in corso a Milano. «Visa è sponsor delle prossime Olimpiadi (a Tokyo dal 24 luglio 2020, ndr)», racconta, «e proprio il Giappone che appare così avanzato per l'industria è meno aperto, per una questione demografica, ai pagamenti elettronici, un tema importante anche in Italia. Sono le giovani generazioni a insegnare a quelle precedenti le tecniche e le novità».

In Italia ragazzi e ragazze tra i 18 e 25 anni sono i protagonisti dell'ultima indagine Doxa per Visa sulla percezione del denaro elettronico. Oltre la metà dei 500 coinvolti usa app e siti per prenotare ristoranti e locali, nelle attività fisiche/sportive o per i viaggi. Considera il ruolo del digital rilevante quando si tratta di fare spese e, nel complesso, se il 39% ricorre ai «contanti», mentre il restante 60% dei pagamenti passa attraverso forme dematerializzate di denaro, tra cui carte (32%) e app (12%). «L'attitudine a pagare via smartphone è un favoloso driver per le nostre attività: dietro a molti dei servizi di pagamento che avvengono

via app, come a molti smart device per lo sport ci sono i colori di Visa», racconta Farina. «Alle ultime Olimpiadi

invernali abbiamo presentato prodotti indossabili come i guanti da sci per pagare un caffè senza estrarre la carta, e pure a Tokyo punteremo sui wearable device».

La carta di credito, un tempo status, è oggi una forma di pagamento globale che resiste «e resisterà», dice Farina. «È infatti ancora la più veloce forma di pagamento: pensiamo solo a quando lo smartphone e i sistemi non riescono a parlare, o se serve un'autenticazione. Il banco di prova è Londra: sui mezzi pubblici tutto è cashless o digitale, ma si va al ristorante si paga con la carta che resterà per sempre una scelta del consumatore». Lo sviluppo futuro? «La personalizzazione e collegare alla propria card vantaggi, magari su determinati prodotti. Oggi al supermercato è indicato uno sconto, ma nessuno dice, ad esempio, che costa meno grazie a un accordo con Visa: le nostre partnership sono moltissime, dai supermercati al rifornimento di benzina, alla metropolitana».

Per Tokyo 2020 sono già circolate le card con le mascotte dei giochi. Intanto Visa, che è main sponsor anche alle Olimpiadi Milano-Cortina 2026 ha annunciato due nuovi membri del Team Visa Athletes che saranno ambasciatori in Giappone: **Bebe Vio**, schermitrice italiana, campionessa paralimpica, mondiale ed europea in carica di fioretto individuale e **Gregorio Paltrinieri**, nuotatore italiano specializzato nello stile libero, campione olimpico in carica dei 1500 metri stile libero, distanza di cui detiene anche il record europeo in vasca lunga e il record mondiale in vasca corta.

—© Riproduzione riservata—





**Adrian Farina**

# Autonomi con il Bancomat

*Ogni partita Iva (e non solo i negozianti e i professionisti) dovrà dotarsi di un Pos che permetta il pagamento tracciato. Sanzioni in arrivo dal 1° luglio*

*Loconte-Fucella a pag. 31*

*MANOVRA 2020/ Necessario garantire pagamenti tracciabili anche con il telefono*

## Tutte le partite Iva in un Pos Dal fotografo al free lance obbligo di pagare con carte

**L'obbligo di accettare pagamenti tracciati vale per tutti i soggetti che vendono prodotti o prestazioni di servizi anche professionali. Senza paletti dimensionali**

**Per chi si adegua all'obbligo è stato previsto un credito di imposta del 30% sul costo delle commissioni relative alle transazioni elettroniche effettuate**

DI STEFANO LOCONTE  
E JENNIFER FUCCELLA

**T**utte ma proprio tutte le partite Iva con un Pos. O comunque con uno strumento che consenta il pagamento tracciato. Spazio, dunque, anche alle app che consentono le transazioni tramite due telefonini. Dal fotografo al collaboratore con partita Iva, tutti i commercianti ed i professionisti non potranno più fare orecchie da mercante altrimenti in arrivo, dal 1° luglio 2020, una sanzione amministrativa pari a 30 euro, aumentata del 4% del valore della transazione per chi rifiuta i pagamenti con carte di debito o di credito. Così, con misure spalmate sia sul decreto fiscale (124/19) sia sul disegno di legge di bilancio 2020, l'esecutivo torna nuovamente sui pagamenti elettronici prevedendo misure sanzionatorie (e premiali).

Con il decreto fiscale, pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* del 26 ottobre, e il disegno di legge di bilancio, presentato alla camera lo scorso 2 novembre, l'esecutivo torna nuovamente sui pagamenti elettronici, completando l'iter avviato dal governo monti nel 2012 con il decreto crescita (dl 179/2012). L'esecutivo, infatti,

aveva già introdotto un obbligo generale per commercianti e professionisti di accettare, a partire dal 1° gennaio 2014, pagamenti elettronici dai propri clienti (c.d. obbligo di Pos).

Nel dettaglio, tale obbligo riguarda tutti i soggetti che effettuano attività di vendita di prodotti e di prestazione di servizi, anche professionali (bar, pizzerie, ristoranti, gelaterie, artigiani, avvocati).

Tuttavia, l'assenza di sanzioni (e incentivi) aveva reso la norma priva di effetto.

Dal 1° luglio 2020, però, i commercianti e i professionisti dovranno adeguarsi all'obbligo di accettare pagamenti con carte di debito o di credito, pena una sanzione amministrativa pari a 30 euro, aumentata del 4% del valore della transazione, ad esclusione dei casi di oggettiva impossibilità tecnica. Quindi, a differenza della vecchia disciplina di cui al d.m. 24 gennaio 2014, che fissava l'operatività del summenzionato obbligo

per gli acquisiti superiori a 30 euro, la nuova normativa non prevede alcun importo minimo per l'applicabilità della sanzione. Il governo, inoltre, esclude la possibilità, prevista

dalla legge n. 689/1981, di pagamento in forma ridotta attraverso l'istituto della c.d. obblazione amministrativa. In sostanza, il contravvenitore non potrà, entro 60 giorni dalla contestazione, beneficiare della riduzione ad un terzo della sanzione.

Tuttavia, l'esecutivo ha pensato a un meccanismo premiale per i virtuosi che si adeguano all'obbligo: un credito di imposta, pari al 30% delle commissioni relative alle transazioni effettuate elettronicamente, indipendentemente dal regime fiscale di appartenenza dell'esercente e a condizione che, nell'anno di imposta precedente, non abbia avuto ricavi e compensi superiori a 400 mila euro.

In particolare, il credito di imposta: (i) potrà essere utilizzato in compensazione, mediante modello F24, ai sensi dell'art. 17 del dlgs 241/1997; (ii) non concorrerà alla forma-



zione del reddito ai fini delle imposte sui redditi né del valore alla produzione ai fini Irap. La spettanza del credito sarà verificata dall'amministrazione finanziaria grazie all'aiuto dei soggetti emittenti (banche, la società poste italiane spa, intermediari finanziari, imprese di investimento ecc.), i quali dovranno inviare telematicamente all'anagrafe tributaria tutte le informazioni necessarie. Sarà poi compito del direttore dell'Agenzia delle entrate emanare, entro la fine dell'anno, un provvedimento volto a definire i termini, le modalità e il contenuto delle predette comunicazioni.

Infine, il disegno di legge di Bilancio 2020 prevede un'ulteriore misura finalizzata a incentivare l'uso dei pagamenti elettronici, attualmente al vaglio del senato. Coloro i quali abbiano raggiunto la maggiore età e risultino residenti nel territorio dello Stato potranno beneficiare di un rimborso in denaro per gli acquisti abituali, effettuati con carte di credito o di debito, purché al di fuori dell'esercizio dell'attività di impresa, arte o professione. Sebbene le condizioni e le modalità attuative del beneficio in parola non siano state ancora rese note, il ddl prevede un fondo, pari a 3 miliardi di euro annui, a copertura delle potenziali istanze di rimborso.

—© Riproduzione riservata—■

## Le novità

*Pagamenti elettronici nell'ambito di attività di vendita di prodotti e di prestazione di servizi, anche professionali*

Misure premiali per la partita Iva: credito di imposta del 30% delle commissioni per ogni transazione. Condizione: ricavi e compensi non superiori a 400 mila euro (art. 22 del decreto fiscale)

Misure sanzionatorie per la partita Iva: sanzione pari a 30 euro, aumentata del 4% del valore della transazione. Eccezione: casi di oggettiva impossibilità tecnica (art. 23 del decreto fiscale)

*Pagamenti elettronici effettuati dal consumatore*

Rimborso in denaro cashback (art. 31 del disegno di legge di Bilancio) con modalità da definire

## Single's day da primato: vale 7 volte il Black Friday

Sono 100 milioni i nuovi consumatori che, secondo Alibaba, lunedì faranno acquisti durante il Single's day. Portando a mezzo miliardo il numero di persone che compreran-

no nei marketplace virtuali fondati da Jack Ma. L'appuntamento - che l'anno scorso, a livello complessivo, ha toccato quota 45 miliardi di dollari, cioè sette volte il valore del

Black Friday negli Usa - è imprescindibile per i cinesi, consumatori affamati di novità, soprattutto quando si parla di lusso.

**Marta Casadei** — a pag. 33

# Single's day da record: vale sette Black Friday

**Cina.** Moda e lusso si preparano all'11/11 quando su Alibaba arriveranno 100 milioni di nuovi consumatori

## 45 mld

**vendite 11/11/ 2018**

Il valore retail complessivo è 7 volte quello del Black Friday (McKinsey, in \$)

## 1.500 mld

**Mercato online Cina 2019**

Secondo le stime vale più del doppio di quello americano (600 mld)

## 1 milione

**Nuovi prodotti 2019**

Il Single's day ruota attorno a prodotti speciali, limited edition e packaging

**Marta Casadei**

**S**ono 100 milioni i nuovi consumatori che, secondo Alibaba, lunedì faranno acquisti durante il Single's day. Portando a mezzo miliardo il numero di persone che compreranno nei marketplace virtuali fondati da Jack Ma. L'appuntamento - che l'anno scorso, a livello complessivo, ha toccato quota 45 miliardi di dollari, cioè sette volte il valore del Black Friday negli Usa - è imprescindibile per i cinesi, consumatori affamati di novità, soprattutto quando si parla di lusso: secondo le stime di Bain-Altgamma, nel 2025 assorbiranno il 46% del mercato del lusso, quindi tra i 150 e i 170 miliardi di euro in valore, e compreranno per il 50% entro i confini nazionali. I cittadini della Repubblica popolare sono innanzitutto consumatori

iperdigitalizzati: le stime di McKinsey per il 2019 fotografano il mercato retail digitale a quota 1.500 miliardi di dollari contro i 600 miliardi di quello Usa, con una crescita annua media del 25% tra il 2017 e il 2019.

### Focus sull'esperienza

«Il mercato cinese continua a crescere - spiega Christina Fontana, responsabile moda e lusso Europa di Alibaba -. I cinesi comprano per piacere, perché hanno voglia di scoprire novità: lunedì saranno disponibili sulle nostre piattaforme circa un milione di prodotti tra nuovi lanci, limited edition e packaging speciali». A fare gola, dunque non è (solo) lo sconto, come nel caso del Black Friday, ma l'esperienza: «I brand del lusso su Tmall non applicano ribassi - continua Fontana -. Con loro abbiamo organizzato un periodo di 11 giorni di avvicinamento al Single's day durante il quale sono stati realizzati progetti o prodotti speciali».

### I consumatori rurali

La sete di esperienze uniche di shopping virtuale è facilmente spiegabile: la schiera dei consumatori si sta espandendo a livello geografico, con i nuovi clienti che vivono nelle città di terza e quarta fascia (megalopoli da milioni di abitanti) e nelle aree rurali. Non avendo accesso ai negozi "fisici" considerano l'e-commerce l'unica modalità di shopping possibile: «Rispetto a chi vive nelle grandi città questi nuovi consumatori hanno gu-



sti più tradizionali - continua Fontana - e si affidano molto al passaparola, che in Cina avviene sempre nella dimensione virtuale con i Koc (*key opinion consumers*), i consumatori più autorevoli. Per loro è importante scrivere il proprio feedback e utilizzare quello degli altri per orientarsi nelle scelte». In alternativa, si "ascoltano" i Kol (*key opinion leader*) ovvero gli influencer locali.

### Shopping social e divertente

L'analisi delle modalità di shopping dei cinesi è importante soprattutto per chi, dall'Italia, guarda a questo mercato: «C'è spazio per i prodotti made in Italy, di lusso e, ora anche di fascia premium. Ma bisogna utilizzare un linguaggio diverso», conferma Nicola Canzan, responsabile della divisione digital di Retex, società che aiuta le aziende a estendere il proprio business in Cina ed è "trusted" partner di Tencent. L'integrazione e-commerce e social, per esempio, non può essere ignorata: «L'approccio all'acquisto è totalmente social: per esempio, su Wechat

l'utente scopre il prodotto, lo paga e condivide l'acquisto con gli amici. Se qualcosa non va, chatta con il customer service. Tutto è accelerato e ogni intoppo o rallentamento del processo di shopping è deleterio». I consumatori cinesi, poi, vogliono un'esperienza di shopping che sia divertente: «È per questo che prediligono, per esempio, la componente legata al mondo del gioco», chiosa Canzan.

### Online e offline: non c'è frattura

Un fenomeno, quello della *gamification* che è arrivata anche in Europa. «La Cina va analizzata come mercato di espressione di nuove tendenze digitali e considerata un modello all'avanguardia - dice Alessandro Giglio, presidente e ceo di Giglio group, digital service provider e distributore di brand del lusso con un focus sulla Cina -. È uno dei primi mercati in cui si è verificata una convergenza tra contenuti video, social ed e-commerce: tra il mondo "reale" e quello virtuale non ci deve essere soluzione di continuità». Anche Giglio ribadisce

quanto lo sconto non sia importante: «A guidare l'acquisto è l'emozione, non il prezzo. Almeno quando si tratta di lusso contano l'originalità del prodotto e dell'esperienza».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## L'APPUNTAMENTO

### Cos'è il Single's day

Chiamato anche Double eleven (doppio undici) cade l'11 novembre. La ricorrenza è stata creata da Alibaba nel 2009 per stimolare i consumatori, single e non, a premiarsi con un acquisto. Oggi è il più grande festival dello shopping in Cina. Lo scorso anno il valore retail delle vendite realizzate sulle piattaforme Alibaba ha toccato i 31 miliardi di dollari. Cifra che, secondo il report "China consumer digital trends 2019" di McKinsey tocca i 314 miliardi di Rmb (45 milioni di dollari) contando tutte le iniziative online. Una cifra 7 volte superiore a quella del Black Friday (circa 6 miliardi) che sarà il 29/11. Il *kick off* è la sfilata "See now buy now" di Tmall, un mega show con l'anteprima dei prodotti



**Gli influencer.** Rigorosamente nazionali, rappresentano un input chiave per i consumatori. Nella foto: lo show di Tmall

MODA

PROTAGONISTI

di MICHELA PROIETTI

# IL NEGOZIO È VIVO E SFIDA L'E-COMMERCE



«Mi piace pensare a Milaura come a un micromondo dove alla fine tutto funziona». Milaura sta per Milano-Laura ed è l'incontro di due mondi: quello tra lo stile milanese, fatto di ricercatezza e originalità, e la personalità di Laura Poretti, 48 anni, ideatrice e proprietaria del nuovo concept store aperto lo scorso 2 settembre. Un'insegna che per i milanesi non è nuova: nel 2014 Laura Poretti, mamma di tre figlie e alle spalle una carriera lunga 25 anni nel mondo della moda, ha aperto il suo primo negozio di abbigliamento Milaura. Quattro anni dopo ha deciso di fare il salto e anziché accontentarsi di una singola vetrina, ne ha volute otto: è nato così uno spazio di 450 metri quadrati in corso Garibaldi, una delle vie più frequentate di Milano, con 250 marchi diversi selezionati da lei.

Una scelta controcorrente nell'industria della moda, dove ormai l'e-commerce fa la parte del leone e il retail, da Singapore (-,18%) a New York (-1,2%), nel 2019 ha dato risultati poco incoraggianti. Nonostante questo lei ha puntato su quello che gli esperti ritengono essere il vero punto di forza del negozio fisico rispetto a quello virtuale: l'esperienza. «Quando mi chiedono che genere di negozio ho aperto rispondo che è un experience-shop, un posto dove vivere un'emozione, toccare con mano i vestiti, avere un contatto reale con le persone», spiega Laura Poretti. «Ho costruito un format in cui nessuno possa né annoiarsi, né sentirsi in soggezione: le cattedrali della moda non mi interessano. Non mi sento una commerciante, ma una imprenditrice che vuole esportare il suo modello in tutto il mondo».

L'idea di partire dall'anello debole del sistema - il negozio fisico

## Laura Poretti e la formula del concept milanese Milaura. Una carriera di 25 anni come manager nella moda, poi la decisione di puntare su sé stessa. «Il retail soffre perché è statico: i commercianti non sanno più come interfacciarsi con il mercato»

- è nata proprio per questo. «Per portare Milaura all'estero avevo bisogno di un biglietto da visita credibile: come potevo sperare di aprire a Tokyo o Singapore, le città in cui spero di inaugurare, partendo da una piccola insegna a Milano?».

### Investire su sé stessi

Dopo una esperienza ventennale nel mondo della moda — prima come buyer per Rinascente e poi nel gruppo Zegna — ha investito tutto su sé stessa, credendo nella sua formula: vendere solo ciò che le piace. «Mi sono costruita un contenitore su misura, dove entrano quei marchi che pochi conoscono: quando i rappresentanti mi dicono "questo si vende molto" a me non interessa, perché mi piace molto di più l'idea di essere la prima a credere in un brand». Tutto ruota intorno al suo fiuto. «Durante l'ultima settimana della moda a Parigi ho visto ogni presentazione, visitato showroom, camere d'albergo, persino scantinati... ogni luogo dove potessi trovare un nuovo marchio da portare dentro Milaura».

Sono stati selezionati così label come Sofie D'Hoore, Jéjia, Coperni, True Ny che convivono insieme a Comme des Garçons, Victoria Beckham Ltd, Sara Bat-

taglia e Martin Grant nel nuovo spazio in cui tutto è a immagine e somiglianza della proprietaria, a cominciare dalla bambolina Milaura, nata dalla fantasia della proprietaria per i biglietti da visita, e ora protagonista dei manichini con la sua testa realizzata in 3D.

«Adoro le donne sofisticate, non scontate, quelle che hanno un nuovo modo di fare shopping: non puntano alla firma, ma al sentirsi bene, anche con qualcosa no-logo». Tutto è tenuto insieme da una visione fatta di ricerca e passione. «Mi sveglio alle 5 di mattina per curare i profili social e la parte digitale, che non può essere in mano ad un'agenzia perché non saprebbe comunicare fino in fondo la mia filosofia: credo di sapere da sola che tipo di immagine debba avere la mia azienda. Poi viaggio, giro i negozi di tutto il mondo per prendere spunti e tengo d'occhio l'e-commerce, con un sito che è stato rinnovato e lanciato lo scorso 17 ottobre e sul quale punto molto». Ma al primo posto c'è comunque il negozio in carne ed ossa. «Chi dice che il retail non funziona più non sta dicendo una bugia, ma ha come riferimento dei monomarchi statici che per la paura della crisi diventano ancora più conservativi. O peggio dei multibrand massificati, che vendono tutti le stesse cose: posti dove non c'è ricerca e hanno poco in comune con chi, come me, vede 10 mila collezioni l'anno».

### Un team al femminile

Il coraggio è stato l'altro grande ingrediente fondamentale di questa storia imprenditoriale: quando ha deciso di ampliare il suo business non aveva tutti i soldi necessari e ha deciso di ricorrere a un finanziamento. «Grazie alla legge 662 ho avuto un prestito da

A sinistra Laura Poretti, 48 anni, all'interno dal suo concept store milanese Milaura, aperto lo scorso settembre. Dopo 25 anni da manager nella moda ha investito nel retail

## MODA

PIERANTONIO GASPARI

## Sembra pelliccia ma è maglia I nuovi volumi dell'inverno

Ha trasformato la maglia da complemento a protagonista dell'abbigliamento. PierAntonio Gaspari, stilista emiliano, con il suo brand, prodotto dalla storica azienda Loma nel distretto di Reggiolo (in provincia di Reggio Emilia), sta contribuendo a rivoluzionare non poco il mondo della maglieria. Come? Grazie a una capacità creativa che gli consente di vedere in un filo un universo intero: le sue suggestioni spaziano da film come *Guerre Stellari* alle trame intricate dei tappeti incontrati nei numerosi viaggi, fino all'immaginario artistico di pittori, designer e architetti. Ma anche grazie alla sua conoscenza dei materiali. A guidarlo anche le evoluzioni importanti della maglieria, trasformata radicalmente sia nelle tecniche sia negli utilizzi, negli ultimi decenni. A partire dalle nuove macchine in grado di creare un balletto di fili che appalano e scompalano per costruire volumi oppure creare l'effetto imbottito in giacche e maglioni. Stupefacente, infine, l'effetto pelliccia (tutta in filo) per le tasche e i colli dei cappotti.

(Carlotta Clerici)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Mediocredito ad un tasso interessante in 9 anni. Poi l'idea di essere circondata solo da collaboratrici in questa avventura mi esaltava. Poter dimostrare di farcela da sole in un mondo di finte pari opportunità mi dava ancora più grinta. Una donna che si presenta da sola nelle banche viene ancora guardata in modo diverso rispetto a un uomo... "ma è sicura?", mi chiedevano. Sì, sono matta, ma per fare certi passi ci vuole follia».

Tutta la carriera di merchandising e coordinamento degli uffici stile, del resto, è stata densa di cambi di scena. Dopo una laurea alla Bocconi con una tesi su Alberta Ferretti è andata a lavorare proprio per la stilista romagnola, prima a Cattolica e poi a Londra. Nel 1994 è arrivata la chiama-

il punto di partenza è lo stile ricercato e tutto sommato inimitabile delle donne milanesi. «Il mio lavoro è stato sempre quello di anticipare le tendenze e ad un certo punto ho deciso di farlo per qualcosa di mio: volevo un posto che mi rappresentasse, trasversale per età e per prezzo. Nel mio negozio un pantalone da 180 euro è bello come quello da 600 e il vestirsi bene non è confinato a un'occasione speciale, ma alla vita di tutti i giorni. Le mie clienti sono mamme che fanno la spesa, portano i figli al parco: comperano cose portabili, a volte staccano il cartellino ed escono dal negozio con il capo appena acquistato».

L'originalità e la voglia di distinguersi a volte è stato un punto critico. «Non sempre si viene apprezzato».

### «Ricerca, passione e coraggio sono alla base del mio successo Viviamo nell'illusione delle pari opportunità: una donna che chiede un prestito in banca viene guardata con diffidenza»

ta che l'ha riportata in Italia, alla Rinascente, prima come buyer della parte accessori e poi come responsabile acquisti di tutta la parte femminile. «Avevo 30 anni e dirigevo 50 persone: 6 mesi all'anno ero in giro per il mondo a fare collezioni».

#### Anticipare le tendenze

Dopo dieci anni arriva un'altra chiamata, quella del gruppo Zegna, per Agnola. Un rapporto decennale che si conclude nel 2014 con la decisione di aprire una sua società di consulenza e quasi subito con l'apertura del primo negozio Milaura, sempre in corso Garibaldi. Il sottotitolo della boutique è Milano Dress Code, perché

zati e a volte succede di non essere capiti: ma dico sempre che uno a cui piaccio ci sarà, e anche solo per quella persona vale la pena lavorare con passione». Tornare a credere nel negozio rientra proprio in una delle sue scelte controcorrente. «Il mio obiettivo è ridare fiducia al retail, penalizzato da commercianti che non sanno più come interfacciarsi sul mercato: ho iniziato a ristrutturare il negozio senza avere il finanziamento e mi sono svegliata tutto agosto alle 4 per seguire il cantiere ed essere certa di aprire il 2 settembre. Ho deciso di costruire l'azienda partendo dal punto in cui gli altri non credono più».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Smart security

Le aziende italiane hanno trovato grande slancio dalle innovazioni tecnologiche degli ultimi anni, ma ora devono affrontare una competizione globale sempre più agguerrita, che gioca sulla leva del prezzo

**Lo scenario.** Settore in crescita del 7% nel 2018, ma l'anno in corso ha registrato un rallentamento

# Per il business della sicurezza si apre la sfida di digitale e 5G

Andrea Biondi

«**N**ell'ultimo quinquennio il giro d'affari delle aziende del settore ha registrato un trend di crescita media di poco inferiore al 6%, che nel 2018 ha sfiorato il 7% grazie al driver della videosorveglianza». Le parole di Giulio Lucci, presidente di Anie Sicurezza - l'associazione che all'interno di Federazione Anie raggruppa i principali operatori del settore della sicurezza antincendio, antintrusione, Tv a circuito chiuso, controllo accessi e building automation - definiscono con chiarezza quanta potenzialità e quanto margine di crescita ci sia nel settore della sicurezza inteso in senso lato.

Se ne parlerà nella tre giorni dedicata al tema dal 13 al 15 novembre nei padiglioni di Fiera Milano a Rho, all'interno dei due appuntamenti che si svolgeranno in contemporanea nel quartiere fieristico: Sicurezza e Smart Building Expo (si veda l'articolo in basso).

Ma la crescita di questo settore, in cui si raggruppano vari comparti all'interno della fascia compresa fra sicurezza "fisica" e sicurezza "digitale", è senz'altro uno specchio dei tempi, dove in un mondo sempre più digitalizzato e interconnesso le tecnologie di security assumono un ruolo cen-

trale in ogni ambito, evolvendo da strumento di protezione a elemento strategico. I dati fotografano un settore da 2,6 miliardi di euro di fatturato totale che, come detto, nel 2018 in Italia ha sfiorato una crescita del +7 per cento. A trainare la crescita è il risultato di nuovi trend tecnologici. Innanzitutto l'integrazione e la convergenza fra sistemi, che vede ormai le tecnologie di security parte integrante di impianti più complessi. Poi c'è la crescente digitalizzazione grazie alla quale diventa realtà la possibilità di gestire dallo smartphone sia l'antifurto di casa, sia i sistemi che monitorano e proteggono una multinazionale. Altro importantissimo elemento è la diffusione dei sistemi wireless, sempre più apprezzati per le soluzioni residenziali, perché permette di evitare opere murarie.

Il mix di questi tre elementi, unito alla domanda crescente di "security" e "safety", ha spinto in avanti un mercato che nel 2019 non ha però marciato allo stesso ritmo, precisa Lucci. In questo quadro, per le aziende del settore rappresenta però un importante risultato la crescita dell'export, con il made in Italy per la security e l'antincendio sempre più apprezzato. Nel 2018 le esportazioni hanno mostrato una crescita del 9,2%, soprattutto grazie al miglioramento in Europa degli investimenti in ambito residenziale. Fra le aree che hanno visto un tasso di crescita più accentuato c'è stato anche il continente asiatico.

«In futuro sarà una bella sfida - chiosa Lucci - il rapido sviluppo delle tecnologie si sta declinando in una esponenzialità della ricerca e sviluppo. Il che sta portando a nuove tecnologie, non necessariamente a prezzi proibitivi. Tutto ciò si sposa con una forte esigenza a tutti i livelli di protezione, di beni materiali, immateriali ma anche umani».

Purtroppo, come tutti i settori in crescita, anche quello della sicurezza deve guardarsi dalla concorrenza sul prezzo. «Ma qui stiamo lavorando anche sulla qualità percepita di prodotti e processi. Del resto stiamo cercando di diventare un centro di competenza di stakeholder che molto spesso hanno necessità di avere un punto di riferimento riconosciuto».

Alla base c'è la tecnologia che - nella sua punta più avanzata del 5G, ancora di là dal diventare realtà strutturata - apre orizzonti nuovi, che si parli di smart city, di cybersecurity, di videosorveglianza o di building automation. Il tutto non senza richiedere un lavoro all'interno della filiera di Sicurezza e Safety. «Le soluzioni - di-

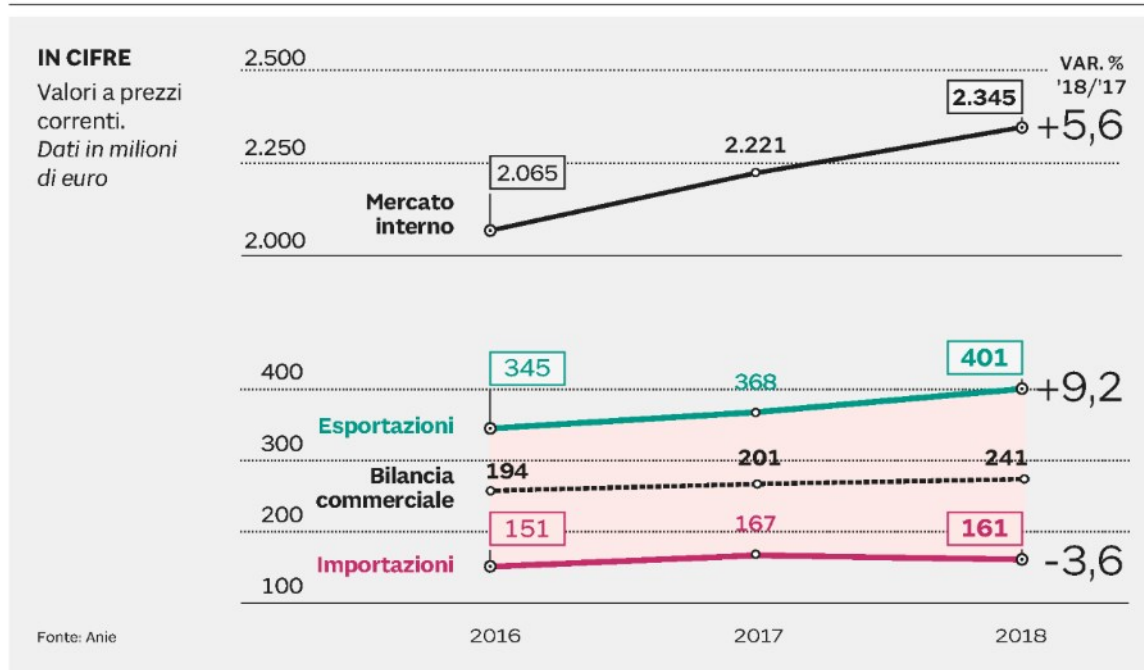


ce Iucci – sono sempre più integrate, studiate su misura per il contesto in cui si applicano, facendo uno studio del rischio». L'integrazione delle competenze è il risultato conseguente. In casa, per esempio, la sicurezza diventa parte di soluzioni domotiche che permettono di gestire anche il clima e le luci e sono in grado di dialogare direttamente con Alexa o Google Home. Mondi che ormai è difficile considerare separati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**La nuova frontiera è il dialogo con i servizi presenti sulla Rete e forniti anche dagli over the top**

**Sicurezza e automazione edifici: il settore sotto la lente**



**QUOTE EXPORT**  
Valori in%

	2016	2017	2018
Francia	11,4	11,4	12,8
Regno Unito	10,7	10,3	12,1
Germania	10,8	9,8	10,9
Stati Uniti	10,4	14,3	9,6
Spagna	6,5	6,4	6,9
<b>Totale top 5</b>	<b>49,9</b>	<b>52,3</b>	<b>52,4</b>

Fonte: elab. Anie su dati Istat

**I COMPARTI**  
Variazioni % 2018 / 2017

Antincendio	3,1
Antintrusione, di cui:	9,5
Antintrusione e sistemi di monitoraggio centralizzati	2,1
Controllo accessi	1,9
TV.CC.	12,5
Building automation	1,8

Fonte: Anie sicurezza

## SICUREZZA INTELLIGENTE



### IN CITTÀ

#### La videosorveglianza è «smart»

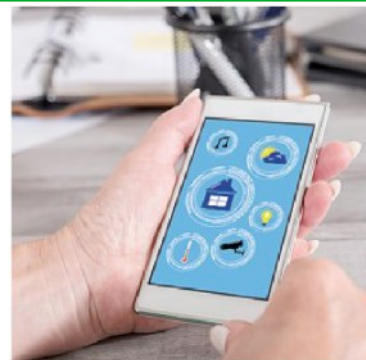
Per garantire la funzionalità e il benessere dei cittadini nelle aree metropolitane la sicurezza gioca un ruolo chiave, su più fronti. Le soluzioni di cybersecurity si integrano con sistemi "intelligenti" di videosorveglianza, in grado di analizzare movimenti, flussi e abitudini utili per anticipare azioni sospette e prevenire anche minacce terroristiche, grazie ad algoritmi matematici e intelligenza artificiale.



### IN MOBILITÀ

#### Il controllo dei grandi flussi

Nelle stazioni, negli aeroporti, sui mezzi di trasporto pubblico, sulle strade, è cruciale controllare e quantificare le persone presenti. Oggi esistono soluzioni e tecnologie avanzate di videosorveglianza, di controllo accessi, per la lettura e la classificazione di targhe e per analizzare il traffico cittadino, sistemi di controllo per la sicurezza su treni e autobus, ma anche per la stima di code o attese.



### IN CASA

#### Controllo da remoto

Le soluzioni «smart» per la casa sono numerose: sistemi di allarme gestibili dallo smartphone; videocamere per verificare eventuali intrusioni, o il benessere dei propri animali; serrature elettroniche; nebbiogeni che stordiscono i ladri. Tutte accomunate da facilità di installazione – grazie al wireless che non richiede grandi lavori in casa – e dal design innovativo delle forme.



### LAVORO E TEMPO LIBERO

#### Sistemi di gestione integrata

Nei luoghi di lavoro, così come in quelli dello shopping e del divertimento, il concetto di sicurezza è fondamentale, oggi sempre più integrato con soluzioni complesse per controllare le attività all'interno della struttura e garantire la serenità delle persone. Da non dimenticare la sicurezza informatica nella protezione del patrimonio delle aziende.



**Grande fratello.** Nelle città aumentano le telecamere di controllo posizionate sulle strade per assicurare la sicurezza dei pubblici esercizi

## Smart security

In fiera

# A Milano oltre 600 imprese propongono soluzioni integrate

Giovanna Mancini

Dalla sanità all'agricoltura, dai beni culturali all'aerospazio: sono tanti – e talora inaspettati – gli ambiti di applicazione in cui la rivoluzione del 5G sta portando o porterà grandi cambiamenti, grazie alla capacità di trasmettere e ricevere informazioni in tempo reale.

Tra questi, il mondo della sicurezza che, proprio grazie alle tecnologie digitali, ha subito una profonda evoluzione in chiave "smart" che porta interessanti connessioni e ulteriori applicazioni negli ambiti delle "smart cities", delle "smart home" e degli "smart building". Oggi più che mai garantire la sicurezza di una città, di un'abitazione, di uno spazio commerciale o di un luogo di lavoro significa per le imprese e i professionisti del settore fornire non singoli prodotti ma soluzioni integrate, in grado di produrre, gestire e interpretare in tempo reale flussi imponenti di dati, preziosi per prevenire crimini o intervenire tempestivamente e limitarne i danni, o ancora per valutazioni e interventi sul fronte della sicurezza degli edifici in caso di eventi catastrofici.

Non a caso, proprio il concetto di integrazione – assieme a quelli di digitalizzazione e soluzioni smart – è il focus attorno al quale si articoleranno i diversi eventi ospitati all'interno di Sicurezza (il salone dedicato a security e antincendio) e di Smart Building Expo (la fiera dell'integrazione e convergenza tecnologica), entrambi in programma dal 13 al 15 novembre in Fiera Milano a Rho. Oltre 100 appuntamenti in tre giorni, durante i quali 619 aziende (il 33% in più del 2017) da 37 Paesi proporranno le ultime soluzioni per un settore che – proprio grazie alla spinta delle tecnologie e in particolare dell'infrastruttura 5G – sta cambiando con grande rapidità. Prevista una nuova area espositiva dedicata ai temi della Cyber Security.

Telecamere intelligenti che avver-

tono in caso di potenziale rischio, soluzioni antintrusione gestibili da remoto, sistemi integrati su cloud, biometria, identificazione facciale, intelligenza artificiale, droni: se questi sono gli strumenti più evoluti al centro di Sicurezza, il cuore di Smart Building Expo saranno invece le soluzioni e applicazioni in grado di integrare le tecnologie per la security negli edifici. In primo piano lo sviluppo dell'Internet of Things – a cui proprio le reti 5G possono dare grande impulso – che permetterà di far dialogare tra loro fino a un milione di dispositivi contemporaneamente e quindi di controllare e gestire da remoto (come in parte già avviene) immobili e appartamenti.

Dagli smart building alla smart mobility e alle smart cities il passo è breve e per questo, all'interno dell'appuntamento fieristico, si terrà anche la seconda edizione della Milano Smart City Conference. Centrale, anche qui, il tema dell'integrazione, spiega Luca Rea, responsabile area reti per la Fondazione Ugo Bordoni che cura la supervisione scientifica del Convegno. «Uno degli aspetti affascinanti del 5G – osserva Rea, che per conto del Mise ha seguito la sperimentazione di questa infrastruttura nelle cinque città campione Milano, Prato, L'Aquila, Bari e Matera – è la sua pervasività in tutti gli ambiti della società. Si è creato un ecosistema di soggetti pubblici e privati, produttivi o educativi, che si autoalimenta: si è aperto un mondo che non sappiamo dove andrà a finire».

Nell'ambito della sicurezza, aggiunge Rea, importanti applicazioni del 5G consentono di utilizzare la gran mole di dati a disposizione per fare diagnosi e manutenzione predittiva degli edifici, come sta avvenendo all'Aquila, oppure per prevenire i crimini nelle città, con soluzioni che, attraverso l'uso dell'Intelligenza Artificiale, garantiscono al contempo anche la privacy dei cittadini.

**«Integrazione»  
è la parola  
chiave nelle  
nuove  
edizioni  
di Sicurezza  
e Smart  
Building  
Expo**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## HI TECH

## Huawei si rafforza su Roma e lancia l'Innovation center per le Pmi

La controffensiva di Huawei in Italia passa anche attraverso la nuova, imponente sede inaugurata lo scorso 24 ottobre a Roma in zona Laurentina. Quella nella Capitale è l'ultima delle scommesse nella Penisola da parte del colosso di Shenzhen da 100 miliardi di dollari di ricavi, al centro di una contesa con gli Usa che puntano a farlo

bandire dai Paesi alleati sulla realizzazione delle reti 5G. Accuse sempre rispedite al mittente, ma la battaglia è serrata. Il nuovo headquarter romano di Huawei funzionerà da ufficio in grado di ospitare nuovi assunti e farà da Innovation Center e cucina di idee per le startup capitoline.

**Biondi** — a pag. 2

# Huawei si rafforza su Roma, e scommette su smart city e 5G

**L'investimento.** Il colosso di Shenzhen ha inaugurato sede e Innovation center in zona Laurentina. Porte aperte ad aziende e startup, ma è anche un'operazione di visibilità in un momento delicato

## I NUMERI

### 1,6 miliardi

#### I ricavi in Italia

Stando all'ultimo bilancio consultabile perché depositato sul Cerved, Huawei nel 2018 ha realizzato ricavi per poco meno di 1,6 miliardi di euro, con un utile netto attorno ai 25 milioni di euro. A livello globale nel 2018 i ricavi della società cinese hanno superato i 105 miliardi di dollari

### 800

#### Dipendenti

I dipendenti si uniscono agli oltre 2.400 lavoratori indiretti creati in 15 anni di attività. L'ambasciatore cinese in Italia, Li Junhua, ha definito Huawei «il miglior partner per le controparti italiane per promuovere e implementare strategie su smart city ed economia digitale»

### 75mila mq

#### L'area in cui sorge la sede

DeA Capital Real Estate Sgr è il gestore del Fondo Laurus, proprietario del Campus dove ha sede Huawei. Il Campus situato in zona Laurentina a Roma è composto da cinque edifici. Già parzialmente locato, il Campus ospita anche Open Fiber, Moneygram e Cirfood

#### Andrea Biondi

Un'operazione per rendersi ancor più visibile a istituzioni e centri di potere nella città che ne fa da proscenio. E questo proprio nel momento in cui il forcing dell'amministrazione Trump, che vorrebbe Huawei fuori dai giochi del 5G, sta raggiungendo il suo acme.

La controffensiva di Huawei in Italia passa anche attraverso la nuova, imponente sede inaugurata lo scorso 24 ottobre in zona Laurentina. Quella nella Capitale è l'ultima delle scommesse nella Penisola da parte di questo colosso di Shenzhen da 100 miliardi di

dollari di ricavi, al centro di una virulenta contesa con gli Usa che puntano a farlo bandire dai Paesi alleati sulla realizzazione delle reti 5G, dipingendo la telco come un agente al servizio di Pechino. Accuse sempre rispedite al mittente, ma la battaglia è serrata.

A Roma nei giorni scorsi si è così scritto un altro capitolo di una storia fatta di 15 anni di presenza nel Paese e vari upgrade. È del 2008 l'inaugurazione a Segrate del Centro di ricerca e sviluppo su tecnologie microwave e alte frequenze, diventato poi centro globale nel 2011. Nel 2016 è stata la volta del Joint Innovation Center dedicato

alle smart city, in collaborazione con la Regione Sardegna. Nel 2019 è stato inaugurato l'Innovation, Experience and Competence Center di Milano ed è prossima l'inaugurazione di un se-



condo centro globale di ricerca e sviluppo dedicato al design.

Ora l'affondo su Roma con questo quartier generale la cui proprietà è del Fondo Laurus gestito da DeA Capital Real Estate. Il nuovo headquarter romano di Huawei funzionerà da ufficio in grado di ospitare nuovi assunti che arriveranno in parte dai mille preventivati da Huawei e annunciati in estate in Italia. Ma questo building che si staglia nella zona Laurentina farà anche da Innovation Center e fucina di idee a vantaggio delle startup capitoline. La nuova sede «risponde alla volontà di aprire le porte a operatori e aziende pubbliche e private per far conoscere e toccare con mano innovazioni e soluzioni Ict con cui ci proponiamo di contribuire a creare una smart nation», ha detto il ceo di Huawei Italia Thomas Miao in occasione dell'inaugurazione accanto a una sindaca Virginia Raggi che ha definito «un grande onore» il fatto che «un'azienda come Huawei abbia scelto la nostra città per aprire una finestra sul futuro con le sue tecnologie».

A Roma, dove Huawei era già presente con una sede che affiancava il quartier generale in zona Lorenteggio

a Milano, i punti chiave sono proprio questi: una presenza più visibile e percepita nella Capitale, ma anche la collaborazione con l'intero ecosistema capitolino del Paese. Nel primo caso una significativa scelta la si è vista anche con l'arrivo nell'estate 2018 di un presidente italiano e di esperienza come Luigi De Vecchis, con un passato che fra i vari incarichi lo ha portato anche alla guida di Siemens e di Nokia Siemens Network in Italia.

Altro punto è quello della collaborazione con le aziende. A testimonianza di questo, ad esempio, proprio in occasione dell'inaugurazione una decina di partner dell'area di Roma hanno mostrato live una serie di soluzioni per le smart city, in particolare soluzioni per il monitoraggio strutturale e smart building, per l'efficienza energetica, per l'illuminazione cittadina, solo per citare alcuni esempi. Tutte tecnologie e soluzioni pensate e immaginate – è stato spiegato con chiarezza da Huawei Italia – per indirizzare nuove collaborazioni con le amministrazioni locali del territorio e per aiutarle nel percorso di trasformazione digitale.

Non a caso in occasione dell'inaugurazione dell'Innovation Experience

and Competence Center è stata lanciata la Smart City Alliance: progetto per coinvolgere tutti coloro che intendono contribuire alla trasformazione digitale del territorio, in particolare i progetti di smart city, dove condividere esperienze, con un approccio condiviso, basato su una piattaforma tecnologica comune. La Smart City Alliance coinvolgerà non solo le aziende tecnologiche e system integrator, ma imprese, scuole, università, ospedali, associazioni e start up del territorio.

Il tutto fornendo così l'«ultimo miglio» a quella rete che Huawei sta costruendo sul territorio e che passa anche attraverso investimenti sulla formazione e sulla crescita di competenze, per attivare nuovi modelli di business e di servizio alle aziende. Ad esempio insieme al consorzio Elis ([www.elis.org](http://www.elis.org)), è stato attivato un corso di formazione di tecnici e manutentori per la reti di nuova generazione. Inoltre, sempre nel campus Elis di Roma Huawei collabora al corso di laurea in Digital Engineering che è stato lanciato insieme al Politecnico di Milano per realizzare un modello innovativo di formazione sulle nuove tecnologie digitali, con progetti sul campo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Thomas Miao.**

Per il ceo di Huawei Italia la nuova sede di Roma «risponde alla volontà di aprire le porte a operatori e aziende pubbliche e private per far conoscere e toccare con mano innovazioni e soluzioni Ict con cui ci proponiamo di contribuire a creare una smart nation»

**Il nuovo quartier generale funzionerà da ufficio in grado di ospitare nuovi assunti che arriveranno in parte dai mille preventivati in Italia**



**Il quartier generale a Roma.**  
La nuova sede Hua wei è di proprietà del Fondo Laurus gestito da DeA Capital Real Estate

## Telecomunicazioni

# Telecom si allea con Google cloud per i data center Cala il debito

Tim punta sul cloud e con una duplice mossa investe sui servizi di cloud, rafforzando in parallelo i propri data center. Il gruppo di telecomunicazioni guidato da Luigi Gubitosi ha siglato ieri con Google un memorandum d'intesa per una partnership che potenzierà la propria posizione nel mercato dell'offerta di servizi cloud e di edge computing (l'elaborazione di informazioni derivanti dalla raccolta dei dati). L'obiettivo è quello di accelerare la digitalizzazione delle aziende italiane, dalle Pmi alla grande industria. «Nei prossimi anni, cloud ed edge computing rappresenteranno due dei mercati chiave che beneficeranno maggiormente dei nuovi prodotti e servizi abilitati dalla tecnologia 5G» ha commentato Gubitosi. Per questo Tim investirà «in maniera significativa» in innovazione. Gli investimenti includeranno l'assunzione e la formazione nei prossimi anni di oltre 800 ingegneri specializzati nel cloud. E prevedono la costruzione di nuovi data center. Secondo indiscrezioni di Bloomberg l'operazione (di cui non sono ancora noti i dettagli finanziari) potrebbe portare a uno spin off dei 23 data center di Tim,

in vista di un'eventuale quotazione. Ieri il cda, il primo sotto la presidenza di Salvatore Rossi, ha approvato anche i conti dei primi nove mesi che si sono chiusi con ricavi in calo del 2,2% a 13 miliardi, l'ebitda in aumento del 4% a sei miliardi e un flusso di cassa operativo in crescita a 2,2 miliardi con un incremento di 791 milioni anno su anno. Il debito si è ridotto a 24,3 miliardi, in calo di 958 milioni rispetto a fine dicembre, anticipando di fatto di tre mesi l'obiettivo di ridurre l'indebitamento di un miliardo. Il consiglio di amministrazione ha firmato anche un accordo di partnership con Santander Consumer Bank per la creazione di una joint venture controllata al 51% da Santander Consumer Bank e al 49% da Tim. Sarà operativa dal 2020 e gestirà inizialmente finanziamenti per l'acquisto di prodotti e servizi mobili e fissi tramite piani rateali e in una fase successiva amplierà l'offerta con altri prodotti di credito al consumo e operativi. «Libereremo capitali e ridurremo il nostro rischio credito ampliando la base di ricavi», il commento di Gubitosi.

**Maria Elena Zanini**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Chi è il ceo Luigi Gubitosi



**Il punto****Tim, dai conti poche note liete  
Google non basta****di Sara Bennewitz**

**T**ra vendita di cespiti a Santander e joint venture nelle torri con Vodafone e nei data center con Google (espedienti per fare cassa o risparmiare investimenti indispensabili e preziosi nelle reti), i risultati del terzo trimestre di Telecom sono i peggiori da anni, anche perché fotografano i conti di un'estate senza maremoti, a differenza di quella 2018, quando sul mercato era partita Iliad. A far male in valore assoluto è la continua erosione delle linee di telefonia fissa, i cui ricavi portano con sé la parte ricca dei margini. Tra italiani che staccano il telefono e quelli che invece passano alla fibra, il saldo tra gennaio e settembre è negativo per 491 milioni a livello di Mol, troppo per un gruppo che nonostante gli sforzi di Luigi Gubitosi, ha comunque 24,3 miliardi di debiti. Tanto più che dicono gli esperti, neppure l'ultimo trimestre dell'anno sarà all'insegna della ripresa, anzi, nonostante si raffronti con un quarto trimestre 2018 horribilis (quello della pulizia di Gubitosi sulla gestione di Amos Genish). Non resta che sperare nelle nozze nella fibra con Open Fiber, per cui si va avanti nella ricerca per un o più investitori finanziari. Ma se la fibra è l'unica speranza, perché non puntare tutto su quella invece che cercare partner finanziari?

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Tim, accordo con Google sul cloud

**Open Fiber, via a selezione dei fondi infrastrutturali. Trimestre, utile a 301 milioni**

**Antonella Olivieri**

Il coniglio cavato dal cilindro, nel cda Telecom chiamato per l'esame della triennale, è l'accordo con Google, un progetto al quale l'ad Luigi Gubitosi stava lavorando sottotraccia da gennaio. Il comunicato congiunto, spiega che il memorandum of understanding firmato ieri con Google cloud mira a definire «una partnership strategica» che consentirà a Tim di «diventare il principale player italiano nell'offerta di servizi cloud e edge computing, ampliando la sua offerta tecnologica con innovativi servizi di public, private e hybrid cloud e imprimendo un'accelerazione nella crescita dei suoi ricavi da servizi tecnologici». È prevista una collaborazione commerciale per proporre alla pubblica amministrazione e alle aziende servizi innovativi di digitalizzazione. «Tim - prosegue la nota -

investirà in maniera significativa in innovazione e nella crescita delle professionalità. Gli investimenti includeranno la costruzione di nuovi data center proprietari all'avanguardia, nonché l'assunzione e la formazione nei prossimi anni di oltre 800 ingegneri specializzati in cloud». «Nei prossimi anni - ha sottolineato Gubitosi - cloud e edge computing rappresenteranno due dei mercati chiave che beneficeranno maggiormente dei nuovi prodotti e servizi abilitati dalla tecnologia 5G».

A quanto risulta, il progetto è più ampio di una pura collaborazione commerciale. Dovrebbe infatti essere creata una società ad hoc alla quale conferire i data center per aprirne il capitale a investitori finanziari con la prospettiva di approdo in Borsa.

Altra partnership mandata in porto è quella con Santander Consumer Finance nel credito al consumo che si concretizzerà in una joint venture che farà capo per il 51% al Santander e per il restante 49% a Tim. «L'obiettivo iniziale - spiega una nota - è di offrire finanziamenti per l'acquisto di terminali (cellulari,

ndr) tramite con piani rateali e, in una fase successiva, altri prodotti di credito al consumo e assicurativi». Per Telecom è l'opportunità di liberare capitali e ridurre il credit risk.

Le novità non si fermano qui. Anche sul fronte Open Fiber qualcosa sembra finalmente muoversi. È infatti in corso in questi giorni il processo di selezione dei fondi infrastrutturali interessati ad affiancare l'incumbent nazionale nel progetto di acquisizione dello sfidante nella fibra, che oggi fa capo pariteticamente a Enel e Cdp. L'obiettivo è di restringere la rosa a tre o quattro interlocutori, tra i quali scegliere uno o più fondi per l'operazione. L'argomento della conversione delle azioni di risparmio però non è stato affrontato neanche ieri.

Quanto ai conti, la nota positiva è la riduzione dell'indebitamento netto rettificato di 958 milioni nei nove mesi a 24,3 miliardi. Il trimestre però non ha brillato. I ricavi consolidati - su base organica (a parità di cambi perimetro) - sono infatti calati del 6,1% a 4,4 miliardi, l'Ebitda organico è sceso del 4,5% a 2 miliardi, l'utile netto contabile salda a 301 milioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

FOTOGRAMMA



Tim e Google. Siglato un memorandum per una partnership strategica



**ACCORDI & CONTI****Telecom si allea  
con Google  
e Santander  
E riduce i debiti**

(Follis a pagina 10)

ACCORDI CON IL COLOSSO USA SUL CLOUD E CON GLI SPAGNOLI NEL CREDITO AL CONSUMO

**Tim con Google e Santander***Nel contempo il gruppo italiano darà vita a una società per gestire data center e servizi cloud. Nei nove mesi calano i ricavi, ma l'ebitda sale grazie al taglio dei costi*

DI MANUEL FOLLIS

**C**rescita del free cash flow, riduzione del debito e operazioni straordinarie. Il cda di Tim, il primo sotto la presidenza di Salvatore Rossi, ha approvato i conti dei nove mesi e contestualmente ha dato il via a due operazioni con Google e Santander. Nel primo caso la società guidata da Luigi Gubitosi ha firmato un memorandum of understanding con Google Cloud per definire una partnership che dovrebbe consentire a Tim di diventare il principale player italiano nell'offerta di servizi di cloud e edge computing. Parallelamente il gruppo tlc costituirà anche una nuova società che gestirà sia i data center sia i servizi cloud di Tim. Per quanto riguarda invece il credito al consumo, Tim ha siglato un accordo con Santander Consumer Bank spa (controllata italiana di Santander Consumer Finance) per costituire una joint venture che offrirà servizi di credito al consumo ai clienti di Tim in Italia. La JV, di cui il gruppo spagnolo avrà il 51% e quello italiano il 49% sarà operativa dall'anno prossimo e punta sia ad offrire finanziamenti per l'acquisto di terminali tramite con piani rateali sia, in una fase successiva, a proporre altri prodotti di credito al consumo e assicurativi. Il cda, come detto, ha anche approvato i conti sui nove mesi. I ricavi da servizi, al netto del contributo di Sparkle, sono stati pari

a 11,8 miliardi (-2,2%), mentre i ricavi totali hanno raggiunto i 13,4 miliardi (-4,3%). L'ebitda reported di gruppo è stato di 6 miliardi, con un incremento del 4% grazie alla prosecuzione delle azioni di ottimizzazione dei costi e ad un saldo positivo delle partite non ricorrenti (693 milioni l'esito favorevole per Tim Brasil dei contenziosi relativi a una doppia imposizione fiscale, in parte controbilanciati da 393 milioni di euro relativi ad accantonamenti). Il risultato netto reported si è attestato a 852 milioni (contro il rosso per 868 milioni nei nove mesi 2018). L'operating free cash flow ha invece raggiunto 2,2 miliardi, registrando un miglioramento di 791 milioni grazie alla continua riduzione dei costi e all'ottimizzazione della gestione del capitale circolante. L'equity free cash flow si è invece attestato a 1,2 miliardi, con un incremento di oltre 1 miliardo sul 2018. Conseguentemente, l'indebitamento finanziario netto al 30 settembre si è ridotto di 958 milioni da fine 2018 e di 419 milioni dal 30 giugno, attestandosi a 24,3 miliardi. (riproduzione riservata)



# Data center, Tim e Google siglano l'alleanza globale



Luigi Gubitosi, ad di Tim

**NEL CREDITO AL CONSUMO ASSE CON IL SANTANDER NEI CONTI DEI NOVE MESI RIDUZIONE DEI DEBITI GENERAZIONE DI CASSA IN NETTO AUMENTO**

## LA STRATEGIA

ROMA Tim è al lavoro per una partnership con Google nei data center. È una delle decisioni prese dal cda di ieri che ha anche siglato l'accordo con il Gruppo Santander nel credito al consumo e ha approvato i conti dei nove mesi. Sempre ieri si sono chiuse le due giornate sulle evoluzioni strategiche. Ma andiamo per gradi.

Tim e Google hanno firmato un memorandum d'intesa per definire l'accordo strategico che consentirà al gruppo di tlc di «diventare il primo player italiano nell'offerta di servizi cloud ed edge computing, ampliando la sua offerta tecnologica con innovativi servizi di public, private e hybrid cloud e imprimendo un'accelerazione nella crescita dei suoi ricavi da servizi tecnologici». «Grazie alla partnership con Google, leader mondiale nell'innovazione - spiega la nota - Tim conferma il proprio ruolo di riferimento a supporto del processo di innovazione tecnologica in Italia» ha detto Luigi Gubitosi.

Come anticipato dal *Messaggero* del 25 settembre, il grup-

po di tlc ha siglato con Santander Consumer Bank che acquista il 51% di una newco nel credito al consumo di cui Tim avrà il 49%. La JV sarà operativa nel 2020, gestirà il credito relativo ai prodotti e servizi mobili e fissi tramite piani rateali. Venendo ai conti, i risultati dei primi nove mesi hanno consentito di anticipare il raggiungimento dell'obiettivo di riduzione del debito di tre mesi a 24,3 miliardi, in calo di oltre 1 miliardo. Inoltre si è registrata una generazione di cassa (operating free cash flow) di 2,2 miliardi, in crescita di 791 milioni rispetto al 2018. A settembre i ricavi da servizi, al netto del contributo di Telecom Italia Sparkle (International Wholesale), sono stati pari a 11,8 miliardi; i ricavi totali hanno raggiunto 13,4 miliardi.

## IL BRASILE ACCELERA

Nel terzo trimestre, nel mobile italiano è proseguito il trend di incremento dei ricavi medi per unità, cresciuto rispetto al trimestre precedente da 12,5 euro per linea/mese a 12,9 euro. Da rilevare la buona performance del wholesale domestico che ha registrato un incremento dei ricavi da servizi del 2,5%. Tim Brasil ha incrementato i ricavi da servizi del 3,0%, grazie alle politiche commerciali nel segmento mobile e nonostante le avverse dinamiche macroeconomiche.

**A. Fons.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**L'ULTIMA CARICA DEI VECCHI BOIARDI**  
**Lo Stato prova a salvare Telecom**  
**e Bassanini (79 anni) torna in Cdp**

DI FOGGIA A PAG. 8

**L'operazione** Il Tesoro designa Bassanini nel Cda della Cassa, prima mossa per portare lo Stato a comandare nella malconcia Telecom

# La carica dei boiardi per soccorrere Tim con i soldi della Cdp

## I nodi

I dubbi del M5S sul piano pensato dall'ad Palermo assieme a quello dell'ex monopolista Gubitosi

## POLTRONE & POTERE

» CARLO DI FOGGIA

Sullo sfondo della guerra per le poltrone nella galassia di Cassa Depositi e Prestiti, prende forma il mosaico delle grandi "operazioni di sistema" da vendere come inevitabili a un Paese distratto. La prima è il ritorno di Tim sotto l'ombrello statale. Si parte forse già oggi con l'assemblea di Cdp dove il Tesoro (che ha l'82%) coopterà in cda Franco Bassanini, in sostituzione di Valentino Grant, volato a Bruxelles con la Lega. Per l'eterno costituzionalista, deputato e ministro per decenni, iscritto a turno a quasi tutti i partiti, è l'ennesimo ritorno: ha già presieduto la Cassa dal 2008 al 2015, poi Renzi lo sostituì con Claudio Costamagna. La scelta l'ha fatta (o subita) il ministro dell'Economia Roberto Gualtieri, spalleggiato dal capo di gabinetto Luigi Carbone, parente della moglie di Bassanini, Linda Lanzillotta.

**IL RITORNO** di Bassanini prelude all'operazione che viene fatta pas-

sare come "società pubblica della rete", ma punta di fatto a soccorrere la malconcia Tim. Il 79enne boiardo, vent'anni fa uomo forte dei governi che vollero Telecom Italia privatizzata e consegnata alle scalate private a debito che l'hanno scassata, è il principale sponsor del piano, partito ad aprile 2018 con l'ingresso di Cdp in Tim (oggi ha il 9,9%). Bassanini è presidente di OpenFiber, la società della fibra ottica messa in piedi da Cdp e Enel per obbedire all'ordine di Matteo Renzi di costruire una rete statale alternativa a quella di Tim. L'operazione è programmata per il 2020 dall'ad di Tim Luigi Gubitosi e da quello di Cdp Fabrizio Palermo, con la regia del Tesoro per il tramite di Bassanini. Cdp conferirà il suo 50% in Open Fiber a Tim che gliela pagherà in azioni, facendone così il primo azionista con poco meno del 25% del capitale, davanti a Vivendi (23,9%) e al fondo Elliot (9,8%). Anche Enel venderà il suo 50%, ma per denaro sonante, per il quale Gubitosi avrebbe già contattato almeno una dozzina di fondi. E qui scatta il capolavoro.

L'investimento fatto da Starace in OF per far felice Renzi non sembra essere un successo. La società ha chiuso il 2018 con 97 milioni di perdita su 100 di fatturato e una posizione finanziaria netta negativa per 800 milioni, tanto che i soci hanno dovuto rimpolpare il capitale ed Enel ci ha dovuto mettere altri 125 milioni. Starace vuo-

le vendere a un prezzo elevato per far vedere che è stato un investimento geniale, e per questo gli serve una iper valutazione di Open Fiber. Dalle parti del colosso elettrico si parla di sei miliardi, ma al momento non si può andare oltre i tre: valutare 1,5 miliardi il 50 per cento di OF in mano a Cdp serve, ai prezzi di Borsa attuali, a portare la mano pubblica in prossimità del 25 per cento, quota oltre la quale scatterebbe l'obbligo di Opa (offerta pubblica di acquisto). Serve però trovare un acquirente allo stesso prezzo per il 50% di Starace. A quel punto Tim si assicurerebbe la maggioranza in OF cedendole la sua società che fa l'ultimo miglio in fibra ottica, dalle cabine di strada alle case (Flash Fiber).

**COSÌ COME** è congegnata l'operazione è un soccorso all'ex monopolista. La Cassa diverrebbe primo azionista di una Tim in forte difficoltà. Ieri la trimestrale ha mostrato ricavi in calo a 4,4 miliardi (-6%). I debiti totali sono vicini a quota 30 miliardi, garantiti



in parte dalla rete in rame, che non verrà scorporata come promesso per anni. I rialzi di Borsa propiziati dall'intervento statale permetterebbero a Vivendi ed Elliot di ridurre le loro perdite: negli ultimi 18 mesi il titolo Tim ha perso il 40%. L'operazione non piace ai 5 Stelle che hanno chiesto inutilmente che Bassanini si dimettesse da Open Fiber. La battaglia è appena iniziata e sulle mosse di Palermo peserà anche l'arrivo di Giovanni Gorno Tempini che oggi sarà eletto presidente di Cdp su indicazione delle fondazioni bancarie dopo le dimissioni di Massimo Tononi. È stato il "grande vecchio" delle fondazioni Giuseppe Guzzetti a imporlo dopo il tentativo di Palermo di scegliersi come presidente l'inoffensivo Francesco Profumo, oggi a capo dell'Acri, la Confindustria delle fondazioni. Gorno Tempini, che non ha mai amato Palermo, ha già fatto sapere che vorrà vedere chiaro nelle strategie della Cdp che ormai - si lamentano al Tesoro -, sembra muoversi "a metà tra nuovo Iri e una merchant bank".

**I numeri**

**11**

Miliardi, la capitalizzazione attuale di Tim

**97**

Milioni, la perdita registrata nel 2018 da Open Fiber (50% Cdp-Enel)

**40%**

Il calo registrato dalle azioni negli ultimi 18 mesi, da quando sono entrati Elliot e Cdp

**6%**

Il calo dei ricavi ottenuto da Tim nel terzo trimestre (4,4 miliardi)



**Redivo** Franco Bassanini, 79 anni, ministro dal 1996 al 2001 *La Presse*

## CAMPUS DI ORVIETO

## Vetrya Campus: «Assumiamo 50 ingegneri»

«Siamo in un contesto competitivo globale. Vince chi ha la capacità di innovare, questa è stata la spinta che ho avuto quando ho fondato Vetrya». Parla Luca Tomassini ad presidente di Vetrya, l'azienda con

base ad Orvieto che offre servizi digitali con una sede anche a Palo Alto, e quotata alla Borsa di Milano. In Italia impiega 200 persone tra il centro umbro e Roma ed è pronta a crescere: «Puntiamo ad assumere

altri 50 dipendenti nel 2020, principalmente ad Orvieto, ma anche nella sede di Roma». Si cercano soprattutto ingegneri, programmatori, analisti.

**Rossitto** — a pag. 2

## LA MULTINAZIONALE HI TECH DI ORVIETO

# Tomassini (Vetrya): nel 2020 assumiamo 50 ingegneri

**Il gruppo, con sede anche a Palo Alto, ha 200 addetti tra l'Umbria e Roma**

### Simona Rossitto

Qualcuno l'ha definito la Silicon Valley italiana: in effetti il Vetrya Campus di Orvieto, quartier generale di Vetrya in Italia, ricorda la filosofia delle big americane di Palo Alto. Immerso nel verde della campagna umbra, conta spazi dedicati allo svago, un centro sportivo, un mini-club per i figli dei dipendenti, un centro estetico, un work café e un'area per il detox digitale, dove cioè non c'è connessione, per disintossicarsi da computer, tablet e telefonini. Quest'ultima sembrerebbe una contraddizione per un'azienda nata dall'idea dell'ingegnere Luca Tomassini di valorizzare i servizi di reti fisse e mobili e accompagnare la trasformazione digitale. Ma anche questo fa parte della volontà di «mettere le persone al centro per consentire loro di vivere come fossero a casa», spiega in un'intervista Tomassini che è anche presidente e amministratore delegato della società. L'imprenditore ha alle spalle una carriera manageriale soprattutto nella vecchia Sip, poi divenuta Telecom e Tim, prima di arrivare, nel 2009, alla decisione di creare Vetrya che in poco tempo è diventata una multinazionale, con una sede anche a Palo Alto, e si è poi quotata alla Borsa di Milano.

Il campus di Orvieto è stato di recente visitato dal ministro del-

l'Economia, Roberto Gualtieri, che ha definito Vetrya «un'azienda meravigliosa e all'avanguardia». «L'imprenditore nel digitale - racconta Tomassini - è una figura di innovatore. Siamo in un contesto competitivo che è globale. Vince chi ha la capacità di innovare, questa è stata la spinta che ho avuto quando ho fondato Vetrya». Il gruppo è oggi presente in Sud America, nel Sud Est Asiatico, negli Usa e in altri Paesi Ue; in Italia impiega 200 persone tra il centro umbro, dov'è il grosso, e Roma, ed è pronto a crescere: «Salvo acquisizioni, puntiamo ad assumere altri 50 dipendenti nel 2020, principalmente ad Orvieto, ma anche nella sede di Roma». Si cercano soprattutto ingegneri, programmatori, analisti: ma anche «economisti visto che dal 2015, siamo quotati in Borsa».

Guardando ai conti, Vetrya nel primo semestre del 2019 ha registrato ricavi stabili pari a 26,7 milioni (-0,2%) ed ha chiuso in rosso, con una piccola perdita da 268mila euro (rispetto a un utile da 1,26 milioni). «Il rallentamento della crescita - spiega Tomassini - è legato principalmente allo slittamento dell'attuazione operativa di contratti relativi a servizi per due operatori telco in corso di fusione. Tali contratti, la cui entrata a regime era prevista orientativamente a partire da gennaio 2019, vedrà la piena applicabilità entro la fine dell'anno in corso. Questo, insieme agli ottimi risultati che stiamo avendo con altre piattaforme, ed in particolare con Viralize, unitamente alle nuove soluzioni che lanceremo a breve su

mobile payment e a rilevanti progetti sul mondo video mi portano a ritenere raggiungibili gli obiettivi prefissati per il 2020 dal nostro piano industriale».

Secondo Tomassini ci sono buone aspettative per lo sviluppo digitale del nostro Paese. Innanzitutto è da considerare che «in tema di tecnologia l'Italia - spiega - è trainante, carente è semmai l'ecosistema, in termini di venture capital, business angel, fondi che investono sulle idee dei giovani. Ed è anche per questo che ho creato il Campus». C'è poi un altro fattore positivo: il nostro Paese vanta «un tasso di crescita importantissimo di tutto ciò che è telefonia mobile, inoltre il 5G richiede investimenti molto importanti, ma gli operatori, nonostante tutto, li stanno facendo». In generale, prosegue Tomassini, Vetrya lavora «moltissimo col 5G e con i modelli di intelligenza artificiale di cui il 5G sarà uno straordinario abilitatore». Per fare un esempio, nei giorni scorsi il gruppo ha lanciato, con Microsoft e Urbani Tartufi, l'AI Challenge, una sfida rivolta ai professionisti dell'intelligenza artificiale per migliorare il rendimento delle colture e la sostenibi-



lità del settore agricolo. Di recente, inoltre, Vetrya ha fondato Vati-vision, definita la Netflix del Vaticano, che lancerà «nei primi tre mesi dell'anno prossimo» e sta lavorando su nuovi accordi che riguardano, in particolare, i sistemi digitali di pagamento e il digital advertising. Quanto infine all'attuale clima politico e alla recente normativa in discussione sul 5G che ha provocato plauso e tante critiche, Tomassini non si dice preoccupato per lo sviluppo del digitale in Italia: «Noi siamo in un Paese che nel mondo delle telecomunicazioni mobili ha sempre fatto grandissimi risultati, non sarà questo - chiosa - il momento in cui la politica limiterà lo sviluppo della nuova rete, non credo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Luca Tomassini.**  
Ad e presidente di Vetrya



**IL FONDATORE**  
L'ingegnere Luca Tomassini ad e presidente di Vetrya azienda italiana di servizi digitali

## Incentivi Industria 4.0, online l'elenco dei manager dell'innovazione

Online l'elenco degli innovation manager, gli specialisti abilitati a fornire consulenze a Pmi e reti di impresa nel perimetro dei nuovi voucher.  
**Latour** — a pag. 31

# Industria 4.0, è aperta la vetrina dei 9mila manager dell'innovazione

## INCENTIVI

**Pubblicato l'albo digitale: qui le imprese sceglieranno i professionisti accreditati**

**Prevalgono i soggetti iscritti attraverso società. Da ieri compilazione delle domande**

**Giuseppe Latour**

È online l'elenco degli innovation manager, gli specialisti di discipline legate a Industria 4.0 abilitati a fornire consulenze a Pmi e reti di impresa nel perimetro dei nuovi voucher (soggetto attuatore: Invitalia), per sostenere processi di innovazione negli ambiti della trasformazione tecnologica e digitale, ammodernamento degli assetti organizzativi, accesso ai mercati finanziari.

L'albo, che sarà riaperto e aggiornato periodicamente, è stato pubblicato con un decreto direttoriale del ministero dello Sviluppo economico, datato 6 novembre 2019. E contiene, per la precisione, 8.956 nomi di manager: di questi, 5.297 fanno capo a società, mentre i restanti 3.659 lavorano in proprio. Sono, poi, 1.114 i professionisti che si sono accreditati perché già iscritti in altri elenchi dei manager dell'innovazione (come quello di Unioncamere), mentre gli altri 7.842 si sono accreditati direttamente al nuovo albo.

Per ogni manager viene riportato, nella versione base dell'elenco, il numero di anni di esperienza, in generale e nei singoli settori di specializzazione, che spaziano dai big data alla cyber security, passando per prototipazione rapida, roboti-

ca, manifattura additiva, internet delle cose, programmi di digital marketing. C'è, poi, una versione arricchita che consente di consultare in maniera analitica i curriculum degli esperti, facendo anche ricerche per competenze, esperienza o area di appartenenza.

In questo modo, le imprese potranno esplorare in maniera approfondita l'elenco e individuare l'esperto che soddisfa tutte le loro necessità. Una volta individuato il professionista, le imprese potranno avviare, a partire dalla giornata di ieri, la compilazione della domanda per richiedere il voucher attraverso l'apposita piattaforma del Mise, gestita da Invitalia.

La compilazione potrà essere completata fino alle 17 del 26 novembre prossimo. Subito dopo scatterà l'ultima fase, l'invio della domanda di accesso alle agevolazioni, a partire dalle 10 del 3 dicembre. E il tempo in questo passaggio sarà fondamentale: le istanze saranno ammesse alla fase istruttoria in base all'ordine cronologico di presentazione.

I contributi saranno, infatti, erogati entro il tetto massimo di 50 milioni di euro. Anche se bisogna ricordare che, nel pacchetto regolato dalla legge di Bilancio 2019, sono previsti altri 25 milioni di euro, relativi al 2021, che saranno oggetto di un decreto successivo.

Arrivati alla soglia dei 50 milioni, lo sportello sarà chiuso e le domande rimaste senza copertura saranno considerate decadute. Materialmente l'erogazione delle agevolazioni avverrà in due quote. La prima metà sarà pagata dopo la realizzazione di almeno metà delle attività previste dal contratto; il resto arriverà al completamento delle attività.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La Lente

## Più ricavi per Eolo, la sfida del digital divide

di **Giovanni Stringa**

**L'**Italia a due velocità? Non è solo un confronto tra Nord e Sud, ma anche tra Nord e Nord. Succede in Piemonte, dove sono ben 1.024 i comuni nelle cosiddette aree bianche — dove internet a banda ultra larga non arriva a più del 90% della popolazione —: qui vivono più di 1,2 milioni di persone che non possono sfruttare i vantaggi competitivi della connessione veloce. Sono i dati di una ricerca commissionata da Eolo all'Università di Padova-Centro studi di Community Group. Eolo, operatore nel «fixed wireless ultra broadband», nell'ultimo esercizio, al 31 marzo 2019, ha realizzato ricavi per 127 milioni di euro (+27%).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**A CAPO DI WIKIPEDIA**

**“Big Tech, tutelate la diversità anziché fare solo profitti”**

◦ DELLA SALA A PAG. 15

**L'INTERVISTA**

**Katherine Maher** Per il Ceo di Wikimedia “la tecnologia deve migliorare l'esistenza e i governi garantire la sicurezza dei dati”

# “Prevale il profitto di pochi Non ci si fida più del Web”



*La trasparenza genera responsabilità, ma funziona solo se le persone capiscono a cosa serve e cosa sta mostrando*

» VIRGINIA DELLA SALA

Sbagliare ingresso al Web Summit di Lisbona, ritrovarsi a dieci minuti a piedi dal luogo in cui si ha appuntamento con il Ceo della Wikimedia Foundation, o per dirla semplice, con il capo supremo di Wikipedia, essere in ritardo, ma scoprire che ad attenderti c'è una 36enne stanca ma sorridente che di fronte al fiatone e ai capelli scomposti dice divertita: “Bello qui? No? Non è tutto favoloso?” Lei è Katherine Maher, direttore esecutivo di Wikimedia dal 2016, per la prima volta a questo importante evento europeo: “Wikipedia è cambiata molto dal 2001. Oggi è tradotta in 300 lingue, ospita 50 milioni di articoli, è usata da un miliardo di persone ogni mese. È popolare”.

**Ci si può fidare di Wikipedia?**

È passata dal non essere considerata affidabile all'opposto. I contenuti non sono ancora perfetti, ma hanno una

qualità molto alta. Inoltre è integrata in numerosi sistemi e siti. Molte grandi società la usano nei loro prodotti, come Amazon per Alexa e Apple per Siri. Ci si può fidare.

**Insomma, tra bufale, odio e approssimazione la conoscenza non è in crisi?**

Absolutamente no. Abbiamo centinaia di fonti, ci evolviamo come umanità, c'è nuova conoscenza prodotta ogni giorno da scienziati, artisti, storici. E Wikipedia è popolare come lo è sempre stata, anzi il numero delle persone che la usa continua a crescere. Il problema è un altro.

**Quale?**

C'è crisi di fiducia. Le persone si chiedono “Di chi possiamo fidarci? In cosa possiamo credere? Come facciamo a sapere se possiamo fidarci?”. Sono domande presenti a tutti i livelli, da quello individuale a quello istituzionale. A livello individuale la domanda è “in chi e cosa posso avere fiducia?”, a livello infrastrutturale, quindi Internet, la domanda è “posso fidarmi di chi conserva i miei dati?”.

**E a livello istituzionale?**

Ci si chiede chi sia responsabile e chi debba aver cura dei cittadini. La fiducia nelle istituzioni è stata fondamentale per l'evoluzione del mondo negli ultimi secoli, dalla democrazia alla scienza medica. Eppure c'è un progressivo calo.

**Perché?**

È difficile credere a una istituzione che non è in

grado di avere cura e tutelare tutta la popolazione. Ancora di più se risolve i problemi di una sola parte di essa. Ed è pericoloso che questo avvenga in un momento in cui siamo di fronte a sfide enormi, dall'aumento dell'ideologia estremista al cambiamento climatico.

**Quanto è importante la trasparenza?**

Molto, ma non è abbastanza. Può generare senso di responsabilità, ma funziona solo se le persone capiscono a cosa serve, cosa stia mostrando e se hanno a disposizione gli strumenti, il sistema e il luogo per generare una presa di responsabilità. Prendiamo ad esempio i *Panama Papers*: in alcuni paesi le rivelazioni hanno creato cambiamenti sociali e politici. In altri non hanno avuto nessun impatto perché il sistema non ha reagito a quelle informazioni.

**Nel suo intervento ha parlato di tecnologia contro umanità...**



Oggi, quando la tecnologia incontra l'umanità bisogna chiedersi "È la tecnologia che è al servizio dell'umanità o le sta solo dando una nuova forma? È una distinzione enorme. Dobbiamo fare in modo che la tecnologia migliori l'esistenza ma quando inizia a plasmare il modo in cui interagiamo, il modo in cui scopriamo le cose o abbiamo accesso al mondo, allora diventa pericolosa.

**È il rischio generato dal profitto. Può esistere un equilibrio tra profitto e bene comune digitale?**

È possibile fare soldi ed essere un'azienda eticamente corretta che abbia a cuore le persone che usano i suoi prodotti e quelle che li sviluppano. È molto difficile, però, riuscirci essendo una azienda di grossissime dimensioni. Negli anni si sono formati imperi tecnologici, le compagnie hanno scalato la vetta molto velocemente. Ma hanno dimenticato di tutelare la diversità, hanno permesso che tutto il potere fosse di una manciata di persone. Un singolo ingegnere di software può generare un cambiamento su miliardi di utenti. Allora, chi ha il controllo: le persone o la tecnologia? Se l'unico metro di misura per valutare una tecnologia è la quantità di soldi che si producono per gli azionisti, non si terrà mai conto dell'impatto sul mondo. Se il modello di business si basa sul tempo che un utente trascorre sul tuo sito, si sta misurando l'impatto solo in ottica aziendale non certo dell'individuo.

**Come possono intervenire le istituzioni?**

I governi devono garantire che le persone abbiano il potere, il controllo, la sicurezza e i diritti nella tecnologia così come fanno in modo siano garantiti in tutti gli altri ambiti della vita. Certo, il compito dei legislatori è difficile perché pone nuovi paradigmi: la tecnologia che si usa in Por-

togallo è la stessa in Italia e non si possono dover applicare diverse norme. Abbiamo una responsabilità collettiva, la sfida è ben oltre i singoli confini.

**E riguarda la conoscenza...**

La conoscenza è fondamentale: i Ceo delle *tech company* devono essere più disponibili a lavorare con i governi per pensare i servizi nell'ottica del bene comune e della società. I governi devono essere più aperti al confronto con le aziende. I legislatori, invece, devono essere preparati: spesso semplicemente non capiscono di cosa si parla e come comportarsi. Accade così che introducano norme con conseguenze, anche involontarie, terribili. Dalla riduzione della libertà di espressione alla violazione della privacy.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Chi è Katherine Maher, classe 1983, dal giugno 2016 è direttore esecutivo della Wikimedia Foundation, di cui era stata responsabile delle comunicazioni. Laureata in lingua araba all'Università Americana del Cairo, ha preso parte del team dell'Unicef sull'uso della tecnologia per migliorare la vita delle persone. Ha anche ricoperto il ruolo di specialista dell'innovazione presso la Banca Mondiale**



*Abbiamo un dovere collettivo per affrontare una sfida globale che va oltre i singoli confini*



**L'evento**  
Katherine Maher ha partecipato al Web Summit di Lisbona Ansa

## L'OSPITE

## Marattin: ma è un diritto il web anonimo?

**LUIGI MARATTIN**

Gentile direttore. nato per allargare e rafforzare le nostre democrazie, il web, attraverso un utilizzo distorto, sta finendo per deteriorarne la qualità e – se non si interviene per tempo – prima o poi anche la quantità. Il vastissimo ricorso, infatti, all'anonimato nella diffusione sia di messaggi di odio che di disinformazione...

A pagina 3

Perché sono preoccupato per la democrazia e pongo il problema

## MA È DAVVERO UN «DIRITTO» IL WEB-ANONIMATO ASSOLUTO?

LUIGI MARATTIN

**G**entile direttore. nato per allargare e rafforzare le nostre democrazie, il web, attraverso un utilizzo distorto, sta finendo per deteriorarne la qualità e – se non si interviene per tempo – prima o poi anche la quantità. Il vastissimo ricorso, infatti, all'anonimato nella diffusione sia di messaggi di odio che di disinformazione, sta minando alla radice l'essenza stessa delle società democratiche: la formazione del consenso e la sua libera espressione. Sono già numerosi i casi – il più famoso è il referendum sulla Brexit del giugno 2016 – dove è stata accertata la manipolazione dell'opinione pubblica tramite il sistematico ricorso a disinformazione e notizie false tramite account anonimi a cui poi non si riesce ad associare una persona fisica, da ritenere poi responsabile delle azioni compiute.

Prima dell'invenzione di internet (e soprattutto, della sua degenerazione), il dibattito pubblico si svolgeva nei luoghi tradizionali: radio, televisioni, giornali, luoghi pubblici. In quelle sedi, ogni partecipante è immediatamente identificabile. E laddove esistano motivate esigenze di anonimato, è certamente possibile accomodarle: se voglio tutelarmi, posso chiedere ad un giornale di non comparire col mio nome, o ad una trasmissione televisiva di apparire mascherato. Tutto questo, ovviamente, a condizione che le redazioni conoscano la mia vera identità: in modo da potermi comunque ritenere responsabile di ciò che dico, qualora la mia libertà di espressione diffami qualcuno o comunque affermi cose non vere. Perché ci hanno insegnato che la mia libertà (anche di espressione) finisce laddove inizia quella del prossimo: libertà di non essere impunemente diffamato, e di non vedere lesa il mio fondamentale diritto alla corretta informazione.

Io mi chiedo, semplicemente, a che punto della storia abbiamo deciso che sul web questo non dovesse più valere. E ne abbiamo fatto uno spazio in cui sia possibile odiare e di-

sinformare senza esserne mai chiamati a rispondere. Se è vero, come alcuni mi dicono in questi giorni, che solo questa è "libertà" o "democrazia", ne devo logicamente ricavare che prima dell'invenzione del web vivevamo tutti in dittatura. E occorre allora aggiornare la definizione di libertà: quella che usavo io faceva rima non solo con partecipazione, ma anche e soprattutto con responsabilità. Quella che sento usare in questi giorni, temo faccia più rima con la necessità di qualcuno di non perdere fatturato, in conseguenza della probabile diminuzione del traffico internet derivante dall'esclusione dei profili falsi e anonimi.

Si dice che già ora l'anonimato sul web non esiste, e tutti sono perfettamente identificabili. Ma questa è un'ennesima affermazione falsa, come sa chiunque abbia mai tentato azioni penali contro qualcuno degli anonimi sul web. La mia proposta è semplice: creiamo un sistema – simile allo Spid, già in vigore per l'accesso ai servizi online della pubblica amministrazione – attraverso cui passare per potersi aprire un profilo social. Che può benissimo assumere un nickname o uno pseudonimo: ma a quel punto sarebbe possibile, in caso di stretta necessità, risalire a nome e cognome della persona responsabile, sempre e comunque. È certamente vero che una siffatta regolamentazione sarebbe



quanto più efficace tanto più alto sarebbe il livello di governo a cui venisse realizzata, in quanto il web è ovviamente fenomeno globale. Ma era un argomento che si usava anche per impedire ogni forma di web tax, permettendo nel frattempo alle multinazionali di continuare a pagare le stesse tasse della pasticceria all'angolo. Fino a quando alcuni Paesi – tra cui Francia e Italia – hanno deciso di partire comunque con normative nazionali, per forzare la predisposizione di un intervento almeno europeo. Del resto in molti Paesi europei il dibattito sull'anonimato è già partito: in Austria, ad esempio, si sta pensando di limitare l'accesso ai social a chi usa uno smartphone, in modo che sia immediato il legame con il numero di cellulare (per avere il quale bisogna presentare un documento di identità, senza che nessuno abbia per questo mai evocato il rischio di "dittatura").

Io non pretendo di avere la soluzione pronta, né che sia necessariamente la migliore o la più adatta. Ma chiedo che il problema venga finalmente riconosciuto a voce alta, e parta un dibattito serio finalizzato alla predisposizione di un intervento normativo. Prima nazionale, poi sovranazionale. Perché in ballo c'è molto più di qualche odiatore seriale o del fatturato di qualche gigante del web: c'è la qualità della nostra democrazia.

*Deputato di Italia Viva*

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dir. Resp.: Fabio Tamburini

**PARLA CHIARA CERTOMÀ**

Ricercatrice scuola Sant'Anna di Pisa

«La smart city? Se non la spieghi ai cittadini, tutta questa abbondanza di tecnologie rischia di essere inutile»

**Magnani** — a pag. 3**INTERVISTA****Chiara Certomà.** Ricercatrice alla S. Anna di Pisa spiega come determinare l'efficacia di progetti di smart city

# «La tecnologia è inutile se non educiamo bene i cittadini»

Pagina a cura di  
**Alberto Magnani**

«**S**mart city? Se non la spieghi ai cittadini, tutta questa abbondanza di tecnologie rischia di essere inutile». Chiara Certomà, ricercatrice all'istituto di management della scuola Sant'Anna di Pisa, ha le idee abbastanza chiare sui rischi della «narrazione» della smart city che spopola in Italia. Su scala nazionale si moltiplicano i progetti per far evolvere in chiave innovativa le infrastrutture cittadine, con case history che vanno dalle comunità energetiche di Bologna alla creazione di hub tecnologici capaci di rigenerare la periferia romana. Ma la proliferazione di progetti può sfociare in qualche semplificazione di troppo. La prima fra tutte è quella di cedere all'entusiasmo per le innovazioni tecnologiche senza capirle fino in fondo, soprattutto in rapporto alla funzione reale di una città «intelligente»: ottimizzare i servizi pubblici e la qualità di vita degli abitanti, dai consumi energetici a una mobilità ecosostenibile, dalla digitalizzazione dei documenti sanitari a una comunicazione più rapida con le istituzioni. Se nel resto d'Europa il concetto viene declinato in progetti già rodati (si veda l'articolo sotto), in Italia si tende a distribuire l'etichetta «smart» con un po'

troppa disinvoltura. L'installazione di sensori per il traffico o sistemi di controllo dei consumi non basta a soddisfare i requisiti urbanistici, e sociali, di una città smart. «Prima di tutto bisogna considerare l'enorme varietà di iniziative sulle smart city che vanno dall'implementazione di servizi di mobilità diurna e soluzioni di viabilità a iniziative di promozione dei prodotti tipici magari in alcune aree interne del paese – dice Certomà – ma questa enorme varietà di iniziative ha fatto sì che il modello della smart city sia diventato un pò vuoto». Le iniziative sperimentate in Italia sono accomunate dal principio, o dall'obiettivo, di «potenziare» la vita dei cittadini rinnovando le infrastrutture presenti o sviluppandone di nuove. Il tramite non possono che essere le applicazioni tecnologiche, da una semplice colonnina per la ricarica di mezzi elettrici a una rete cloud che raccoglie i dati della cittadinanza. Il problema è quando l'attenzione si concentra più sul prodotto che sul suo obiettivo, il servizio finale ai cittadini. Per usare le parole di Certomà, è controproducente aumentare a dismisura l'«offerta tecnologica» di infrastrutture e dispositivi senza passare per un'educazione concreta della cittadinanza in materia. «Paradossalmente, è più facile sviluppare un sensore che monitora il

passaggio dei cittadini in una certa area della città, rispetto a educare realmente quei cittadini – spiega Certomà – Focalizzarsi sull'aspetto del funzionamento tecnologico ha spostato l'attenzione dal vero problema, e cioè applicare alcune soluzioni alla città. Pensiamo a cosa succederebbe in una Pa del tutto digitalizzata, ma senza che siano dati gli strumenti adatti a cittadini e dipendenti». Ma allora, come si determina l'efficacia di un progetto di smart city? Anche qui, non esistono ricette univoche. Forse la valutazione più adatta arriva dopo la fase di rodaggio. È il caso di piani «hard» per la mobilità come quelli sperimentati in Belgio e Danimarca, con la chiusura completa del traffico alle auto o l'implementazione di sistemi di sensoristica capaci di segnalare la presenza di bici e avvertire automobilisti e motociclisti dei rischi di una collisione.

In Italia si intravedono i primi progetti concreti, a partire dai vari campus universitari o dalle suggestioni di una «Silicon valley» nel Lazio. Ma si parla quasi sempre a uno stadio embrionale, con più intenti che progetti realizzati. «I primi progetti stanno emergendo in contesti come Milano e Roma, ma al momento non si può dire che siamo esattamente all'avanguardia – dice Certomà – ci vorrà il suo tempo, come in ogni cosa».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**Smart mobility in Nord Europa.**  
Grazie all'app Toogethr è possibile organizzare viaggi in condivisione

“  
L'enorme varietà di iniziative ha fatto sì che il modello della smart city sia diventato un po' vuoto



**CHIARA CERTOMA'**  
ricercatrice all'istituto di management della scuola Sant'Anna di Pisa