

## Rassegna del 08/03/2018

\*\*\*

<b>Corriere della Sera</b>	<b>35</b> Alla startup Satsipay il 50% dei pagamenti via cellulare nei negozi	<i>Sabella Marco</i>	<b>1</b>
<b>Mf</b>	<b>11</b> Satsipay cresce e va a caccia di altri 50 milioni	<i>Montanari Andrea</i>	<b>2</b>
<b>Mf</b>	<b>16</b> Greeley lascia Amazon per Airbnb	<i>Castellarin Roberta</i>	<b>3</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>13</b> Vodafone lancia i data analytics	<i>A.Bio.</i>	<b>4</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>29</b> Discovery completa l'acquisizione di Scripps	<i>Biondi Andrea</i>	<b>5</b>
<b>Mf</b>	<b>15</b> Talent Garden, un campus con l'università di Dublino	<i>Polacco Franco</i>	<b>6</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>25</b> Tim, nel piano Elliott la rete in Borsa	<i>Olivieri Antonella</i>	<b>7</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>1</b> Da Prodi e Rovati, oltre un decennio di progetti sulla carta - Un progetto mai andato in porto	<i>Marroni Carlo</i>	<b>9</b>
<b>Mf</b>	<b>2</b> Inwit investirà 300 milioni entro il 2020	<i>Follis Manuel</i>	<b>11</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>26</b> Brevi Dalla Finanza - Per Cdp ed Enel il funding non cambia	<i>...</i>	<b>12</b>
<b>Corriere della Sera 7</b>	<b>56</b> I colossi del Big Tech al di sopra della legge?	<i>Fubini Federico</i>	<b>13</b>

## Tecnologia

# Alla startup Satispay il 50% dei pagamenti via cellulare nei negozi

La grande trasformazione è in pieno svolgimento: il peso dei pagamenti elettronici sul totale delle transazioni è arrivato a rappresentare il 28% dei consumi degli italiani, per un totale di 220 miliardi. Anche se non si può ancora parlare di fuga dal contante, i regolamenti per mezzo di carta di credito occupano una posizione di primo piano. Ma soprattutto c'è una quota pari a 46 miliardi di transazioni realizzate attraverso le modalità più innovative di pagamento digitale — e-commerce, ePayment, contactless, mobile pos — che oggi vale il 21% dei pagamenti digitali, (15% nel 2016). Sono questi i dati certificati dall'Osservatorio mobile payment della School of management del Politecnico di Milano, secondo cui la crescita dei pagamenti 4.0 supererà nel 2020 i 100 miliardi.

In questo scenario di mutazione epocale dei sistemi di pagamento, Satispay, la startup italiana fondata nel 2013 da Alberto Dalmaso, Dario Brignone e Samuele Pinta, che è stata capace di raccogliere 26,8 milioni di euro dagli investitori privati, ha transato nel 2017 oltre 35 milioni di euro in quasi 26.000 esercizi abilitati, grazie anche alle promozioni e alle partnership con grandi catene distributive. «Il dato che emerge racconta della

capacità di innovazione italiana in un segmento dove si stanno cimentando anche grandi colossi internazionali», commenta Alberto Dalmaso. Lo scontrino medio pagato con Satispay è di circa 18 euro, molto inferiore rispetto allo scontrino medio delle soluzioni basate sulle carte di credito, ma ogni mese si fanno oltre 500 mila transazioni per un ammontare di 9 miliardi di euro. Nel 2017 oltre il 50% dei pagamenti in negozio via smartphone sono stati fatti utilizzando Satispay. «Una bella conferma nel cammino verso il traguardo che ci siamo posti: un milione di utenti», aggiunge.

Il 2018 si conferma in crescita. «Abbiamo portato il numero delle banche che credono nella nostra soluzione come strumento di valore per i loro clienti a oltre 100 istituti, per un totale di 3 mila sportelli in tutta Italia», sottolinea Dalmaso. Ma anche il numero di aziende che decidono di aderire al network dei pagamenti di Satispay cresce in modo consistente. Dal ritmo giornaliero di circa 70 nuovi esercenti al giorno del 2017, oggi sono circa 120 le nuove attivazioni quotidiane.

**Marco Sabella**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Fondatore

Alberto Dalmaso, 33 anni, nel 2013 ha fondato Satispay. Con la startup dei pagamenti da conto corrente transazioni per 35 milioni

# 260

**mila** gli utenti attivi che ogni mese realizzano oltre 500 mila transazioni



## Satispay cresce e va a caccia di altri 50 milioni

di **Andrea Montanari**

**C**accia a 50 milioni. È questo il target di raccolta individuato dai soci fondatori di Satispay per il prossimo biennio dopo i 18 milioni raccolti nell'ultimo anno. La start-up attiva nei servizi di pagamento mobile fondata da Alberto Dalmaso, Dario Brignone e Samuele Pinta sta avviando le procedure per incrementare le disponibilità finanziarie da investire nello sviluppo tecnologico. «Stiamo lavorando su altre operazioni di finanziamento, con l'ottica di raccogliere nei prossimi due anni anche oltre 50 milioni», ha spiegato lo stesso Dalmaso che poi specifica come nel 2017 i ricavi siano stati di 3,3 milioni con un margine netto di 600 mila euro, grazie a un bacino d'utenza arrivato a 260 mila utenti attivi che ogni mese realizzano oltre 500 mila transazioni per un valore che oggi è circa 9 milioni. «A gennaio, su Satispay sono stati spesi 850 mila euro in ricariche. A febbraio si è arrivati a 1 milione: ogni giorno 400 persone fanno per la prima volta una ricarica con Satispay e poi non smettono più di usare l'app».

E che la società stia conquistando sempre maggior spazio sul mercato dei pagamenti digitali nei negozi e nelle attività commerciali lo dimostrano i dati dell'Osservatorio Mobile Payment&Commerce del Politecnico di Milano diffusi ieri. Il segmento dei pagamenti instore, secondo lo studio, vale complessivamente 70 milioni contro i 10 milioni del 2016. E dalla ricerca è emerso che la stessa Satispay ha gestito di fatto più di 35 milioni di euro di transazioni, quindi il 50% del valore totale del business. «Dopo diversi anni di attesa e di lavoro, nel 2017 si sono visti i primi passi concreti del mobile proximity payment», si legge nel rapporto. «Stimiamo che nel 2017 siano stati poco meno di 500 mila gli utenti che hanno pagato almeno una volta con questo servizio». Il dato registrato da Satispay, in particolare, «è un'ulteriore conferma dell'efficacia della strategia che ha visto da subito nei pagamenti instore il traino di crescita per il proprio servizio, nonché della capacità di esecuzione basata sull'importante lavoro di integrazione con tutti i sistemi di accettazione dei pagamenti nei negozi», sostengono i vertici della start-up. (riproduzione riservata)



## Greeley lascia Amazon per Airbnb

di **Roberta Castellarin**

**G**reg Greeley, ex capo di Amazon Prime, passa ad Airbnb Home, segmento che include le offerte di affitti di fascia alta. Greeley, 54 anni, è stato il vicepresidente di Amazon che si è occupato di Prime fin dal 2013 contribuendo al suo sviluppo. Lasciato il colosso di Jeff Bezos dopo quasi due decenni, assumerà il ruolo di presidente di Homes. «Greg si unirà al nostro team esecutivo e riferirà direttamente a me», ha detto Brian Chesky Chesky, co-fondatore e ceo di Airbnb. «Tra una lista incredibile e diversificata di candidati, Greg si è distinto per il suo fenomenale approccio al cliente, l'eccellenza delle operazioni globali e un impegno decennale per lo sviluppo e il mentoring di leader talentuosi». Greeley su LinkedIn ha scritto: «È stata un'esperienza straordinaria e di grande ispirazione, ma per me è arrivato il momento di affrontare una sfida diversa». Ha poi dichiarato alla *CNBC*: «Ho usato Airbnb per anni e la possibilità di lavorare qui e di espandere l'impatto positivo che la sua comunità sta avendo in tutto il mondo è un'opportunità unica». Greeley era entrato in Amazon nel 1999, ispirato dalla lettera di Jeff Bezos agli azionisti pubblicata quando la società si è quotata nel 1997, in cui il ceo illustrava i suoi piani per concentrarsi sul lungo termine e «ossessionare i clienti». Ha ricoperto diversi ruoli esecutivi prima di occuparsi di Prime, uno dei pilastri del business di Amazon. Quest'anno Greeley aveva concentrato la sua attività maggiormente su Whole Foods, la catena di negozi di alimentari acquisita da Amazon per 13,7 miliardi di dollari, lavorando sull'integrazione con Prime. (riproduzione riservata)



**Tlc.** La società inizia a fornire indagini ad hoc alle amministrazioni pubbliche

# Vodafone lancia i data analytics

## 186mila

### I visitatori della Fashion Week

Vodafone ha stimato le maggiori presenze nella settimana della moda

■ Dati generati dalla rete Vodafone, irreversibilmente anonimizzati, aggregati e generalizzati sull'intera popolazione, nel totale rispetto della privacy. Avendo la rete mobile 4G e 4.5G, ecco il passaggio successivo: l'utilizzo dei data analytics per fornire analisi statistiche relative a presenza, mobilità e flussi della popolazione in oggetto.

È basandosi su questa equazione che Vodafone ha iniziato a fare affari con pubbliche amministrazioni, fornendo indagini ad hoc. I Comuni di Bologna e Firenze hanno già sperimentato. Su questo punta evidentemente Vodafone: sulla necessità delle amministrazioni di avere informazioni sulle quali tarare le scelte politiche, che si tratti di

trasporto pubblico, di turismo o di sicurezza. Dall'altra parte per Vodafone qui si innesta la possibilità di business aggiuntivo a quello tradizionale, in un trend comune a tutte le altre telco.

La tecnologia si chiama Vodafone Analytics. L'Italia ha fatto da battistrada nel gruppo. Come funziona? Lo strumento proprietario di Vodafone utilizza i dati generati dalla rete Vodafone (a gruppi di minimo 30 unità) oppure dalle sim di operatori, esteri, che in roaming utilizzano la rete Vodafone. Essendo la quota di mercato di Vodafone circa un terzo del totale, il resto lo fanno le generalizzazioni statistiche.

Ma cosa possono dire i dati? Vodafone ha per esempio analizzato quel che è successo nella Milano Fashion Week dello scorso settembre. Restringendo il perimetro d'osservazione alle tre aree ritenute maggiormente impattate dalla Fashion Week del 20-25 settembre 2017

(Centro, Centrale-Repubblica; Cadorna Brera Porta Nuova), l'indagine Vodafone ha individuato 186mila presenze in più, in media giornalmente, rispetto ad altre settimane del mese. Gente insomma attirata dalla Fashion Week e di cui si può anche avere la provenienza. Nell'area del centro l'incremento medio è stato del 32%, sul quale hanno inciso le maggiori presenze da Cina e Usa. Nella zona "Centrale-Repubblica" l'incremento medio del 30% è dipeso, per la parte "estera", da visitatori di Usa e Svizzera. In Cadorna-Brera-Porta Nuova sul +37% ha pesato l'aumento di presenze da Usa e Cina.

Fatte queste premesse lo studio della telco stima un impatto della Fashion Week - per shopping, ospitalità, ristorazione, mobilità urbana - di 58,6 milioni di euro.

**A. Bio.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Fashion Week.** Un momento della sfilata di Dolce & Gabbana dello scorso febbraio



**Media.** Closing dell'operazione da 14,6 miliardi di dollari tra i due big americani

# Discovery completa l'acquisizione di Scripps

## Nasce una realtà tv da 10,5 miliardi di dollari di ricavi

**Andrea Biondi**

■ «Oggi è un altro momento storico per Discovery: diventiamo una media company ancora più distintiva, grazie a un portfolio che include i brand per tutta la famiglia più rilevanti al mondo».

Così David Zaslav, presidente e ceo Discovery, ha commentato il closing dell'operazione con cui viene celebrato il matrimonio fra Discovery Communications e Scripps Networks Interactive: due media company internazionalizzate e allo stesso tempo player di primo piano nell'offerta di pay tv negli Usa. Con il closing nascerà Discovery Inc, presente in 220 Paesi e con programmazione in 50 lingue. Il presidente e ceo di Scripps, Kenneth W. Lowe, entrerà ora a far parte del cda di Discovery.

Ciaveva provato già nel 2014 la media company guidata dal ceo David Zaslav a mettere le mani su Scripps Networks Interactive, quotata Usa da 3,6 miliardi di dollari di ricavi nel 2017, con 624 milioni di dollari di utile, attiva nel settore dei contenuti tv lifestyle e specializzata in programmi su casa, cibo e viaggi, in Tv, su web e piattaforme. Scripps edita brand molto noti negli Usa come Hgtv, Cooking Channel, Travel Channel e Food Network (arrivato anche in Italia sul canale 33 del digitale terrestre).

Stavolta l'esito è stato differente, con una operazione da 14,6 miliardi di dollari il cui accordo preliminare era stato annunciato in estate e dal quale nasce una realtà da 10,5 miliardi di dollari di ricavi. Discovery - che ha così vinto la concorrenza di un altro colosso della Tv Usa, Viacom - pagherà 90 dollari per azione agli shareholders di Scripps.

«L'operazione con Scripps renderà il portfolio ancora più ricco e completo, consentendoci un ulteriore salto di qualità, grazie a contenuti proprietari molto appetibili, utilizzabili sulle piattaforme lineari e non, in svariati formati, e pienamente coerenti

con il resto dell'offerta», ha commentato dal canto suo Marinella Soldi, chief strategy officer Emea e managing director Southern Europe di Discovery.

Di certo per Discovery Communications - società quotata a Wall Street che fa capo al miliardario americano John Malone, da 6,9 miliardi di dollari di ricavi nel 2017 ma 337 milioni di dollari di perdite dovuti a oneri non ricorrenti contro gli 1,2 miliardi di utile - l'acquisizione di Scripps non è solo rilevante sul fronte domestico, dove comunque con la fusione il nuovo gruppo conterà su cinque delle principali reti via cavo a target femminile negli Usa, raggiungendo il 20% delle donne che guardano la pay Tv in prima serata. Discovery - editore, fra gli altri, di Animal Planet, Tlc, Discovery Channel e che controlla Eurosport - ha puntato a Scripps anche per la posizione che il gruppo ha in Uk e in Polonia, dove è il primo broadcaster commerciale.

Chiaro comunque come tutto questo ragionamento non possa che inserirsi in un quadro globale in cui la tendenza al consolidamento è ormai emersa con chiarezza e proprio a partire dagli Usa. Non a caso da Oltreoceano Disney, Comcast e 21st Century Fox sono lanciate nella conquista della paneuropea Sky Plc.

Detto questo, l'ultimo anno non è stato granché in termini di abbonati alla pay tv in Usa né per Discovery, né per Scripps. E questo, con l'avanzata di Netflix, Amazon e degli Ott in generale non è un buon viatico. Per Discovery oltre al portfolio complementare (con Scripps molto forte sul pubblico femminile) un plus dall'operazione potrebbe arrivare anche dal know how della società acquisita sugli "short-form": contenuti brevi tagliati alla perfezione per le piattaforme innovative non lineari. Sulle quali ora occorrerà puntare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Talent Garden, un campus con l'università di Dublino

di Franco Polacco

**T**alent Garden sbarca in Irlanda, dove avvierà un nuovo hub in collaborazione con la Dublin City University il prossimo autunno. Si tratta del primo accordo in Europa tra un player dell'innovazione e un'università, un modo per stimolare l'imprenditorialità e supportare studenti in una delle università più importanti in Europa. Talent Garden è la più grande piattaforma in Europa di networking e formazione per l'innovazione digitale: ospita 3.500 innovatori, centinaia di startup e lavora con grandi aziende, tra cui Bmw, Google ed Electrolux, in 23 campus e in otto Paesi europei. Grazie alla collaborazione, Talent Garden creerà una struttura unica in Irlanda, con sede nel campus di innovazione Dcu Alpha per offrire uno spazio di lavoro flessibile a liberi professionisti, startup che operano nel settore tecnologico e laboratori di innovazione aziendale, con una capacità di 350 persone. L'edificio di coworking includerà anche l'Innovation School di Talent Garden, una piattaforma per bootcamp dedicati alla formazione e l'aggiornamento delle competenze digitali, che lavorerà in collaborazione con la Dcu Business School per far crescere e potenziare gli imprenditori e affiancare le imprese nei loro percorsi di «trasformazione digitale». (riproduzione riservata)



L'ad Genish punta a scorporare l'infrastruttura e mantenerne il 100%, il fondo vuole l'Ipo

# Tim, nel piano Elliott la rete in Borsa

Americani al lavoro su una lista per il cda con solo candidati italiani

■ La rete e Sparkle vanno scorporate da Tim e quotate in Borsa, mentre il gruppo tlc deve fare spazio a un socio di riferimento pubblico, come Cdp: è la strada

che avrebbe in mente Elliott, fondo Usa entrato martedì nel capitale di Tim per ribaltare la governance di Vivendi, primo azionista. No dell'ad di Tim, Genish: la

rete è un asset core. Elliott in pressing per l'uscita di 5 consiglieri: nella lista del fondo Usa solo candidati italiani. **Olivieri** > pagina 25

**Tlc.** Il fondo lavora a un'alternativa al progetto dell'ad Genish: «Telecom al 100% della Netco e con la maggioranza del consiglio»

## Tim, nel piano Elliott la rete in Borsa

Nella lista degli americani per il cda solo candidati italiani, proxy fight al via in settimana

**Antonella Olivieri**

■ All'assemblea Telecom del 24 aprile si prepara lo scontro secondo il più tipico dei film all'anglosassone e, al centro, c'è il destino della rete. Il fondo Elliott già in settimana dovrebbe partire con la proxy fight per ribaltare la governance dell'incumbent tricolore modellata "alla francese" da Vivendi, primo azionista col 23,94% del capitale ordinario che esercita l'attività di direzione e coordinamento sul gruppo. Elliott, gestito dal veterano attivista Paul Singer, chiederà l'appoggio degli investitori istituzionali che hanno in mano i tre quarti del capitale ordinario e più dell'80% del capitale totale - per ottenere la revoca dei cinque consiglieri non indipendenti nominati dalla media company che fa capo a Vincent Bolloré, vale a dire il presidente Arnaud de Puyfontaine, che è anche ceo di Vivendi, il vice-presidente Giuseppe Recchi (che ha comunque un nuovo incarico di ceo di Affidea ad Amsterdam), l'ad Amos Genish e i due manager francesi di Vivendi, il cfo Hervé Philippe e il capo del legale Frédéric Crepin. Nessuna possibilità di accordo con Bolloré, fanno sapere fonti vicine al dossier, ma mano tesa, oltre che ovviamente al mercato, alle istituzioni italiane. Tant'è che la lista che sarà presentata dal fondo Usa - si apprende - conterrà solo nomi italiani. Tra questi non c'è quello dell'ex ad Eni, Paolo Scaroni, che oggi è vice presidente della banca d'affari Rothschild, una posizione che non sarebbe compatibile con il profilo degli amministratori «completamente indipendenti» che Elliott vuole

proporre.

A quanto risulta, allo stato, nella nuova offensiva, Elliott è assistito da Vitale & co., come advisor finanziario, e dagli avvocati Alessandro Triscornia e Luisa Torchia. Nessun ruolo ha Rothschild che in passato ha lavorato anche per Bolloré. Testimoni oculari sostengono di aver visto entrare ieri proprio Scaroni in una saletta riservata dell'Hotel Park Hyatt a Milano dove si trovava il finanziere bretone. Ma il manager, oggi banchiere, ha smentito all'Ansa l'indiscrezione e anche Bolloré ha fatto sapere che ieri non era nel capoluogo lombardo. Ma tant'è: è ovvio che la "minaccia" è presa sul serio e che entrambi i fronti si stanno organizzando in attacco e in difesa.

La questione non riguarda ovviamente solo i posti in cda, ma soprattutto una visione differente di governo societario e di strategie. Elliott vuole promuovere la public company, Vivendi vuole difendere il ruolo conquistato di azionista più pari degli altri. Sul destino della rete sono già emerse posizioni divergenti. L'ad di Tim, Amos Genish, ieri in conference call con gli analisti, ha ribadito che la Netco che si prepara a varare per trasferire la rete d'accesso (dalla centrale all'utente finale) avrà tempi di gestazione lunghe e sarà comunque posseduta al 100% da Telecom con un consiglio espresso «in maggioranza» dall'azionista unico. Dopodiché le condizioni dovranno essere discusse con l'Agcom, ma si aspetta che l'Authority abbia completato l'analisi di mercato in corso (conclusione prevista per giugno) per avere un quadro re-

golamentare più definito. Il piano Elliott invece, a quanto risulta, prevede tempi più rapidi e soprattutto la quotazione della rete in Borsa (ma anche lo spin-off di Sparkle), con un azionario in parte pubblico che sarebbe "automaticamente" realizzato se Open Fiber, la joint Enel-Cdp per la rete in fibra, si fondesse con quella dell'incumbent, come molti ritengono logico. Sulla fusione con Open Fiber Genish non ha voluto rispondere a un analista che glielo chiedeva, limitandosi a sottolineare l'importanza per Telecom dell'asset, che è integrato nel core business del gruppo. Il piano al quale il fondo attivista sta ancora lavorando non sarebbe ancora sceso fino a questo punto di dettaglio, ma le opzioni sul tavolo per portare la rete in Borsa sono due. O la scissione, modello Ferrari che così si è staccata da Fca, sulla base di un piano che era già stato studiato in Telecom, ma mai attuato - e di cui «Il Sole-24Ore» ha dato conto il 30 luglio scorso - oppure l'Ipo che piacerebbe al ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda. La differenza è che nel primo caso Telecom resterebbe senza rete, forse con qualche tema di sostenibilità per la parte che resta, mentre nel secondo caso l'infrastruttura manterrebbe - da vedere in che misura - un legame con l'ex monopolista, che è tuttora il principale player del settore in Italia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Target, margini 2017 e andamento di Borsa

### TARGET FINANZIARI



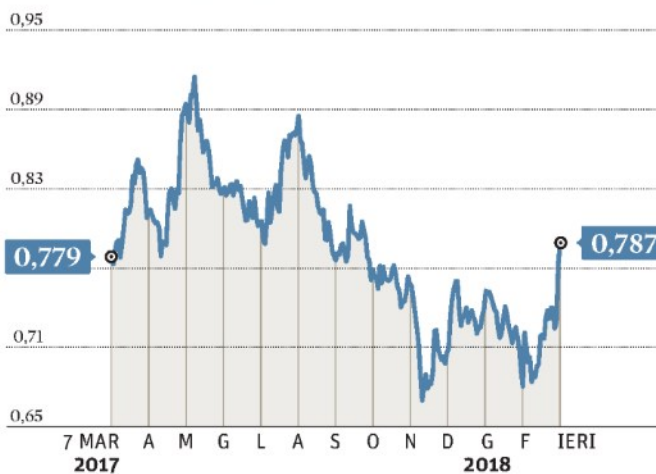
Forte crescita per il triennio dell'Equity Free Cash Flow



Confermata per il 2018 una significativa riduzione del rapporto debito netto/Ebitda

### LE QUOTAZIONI

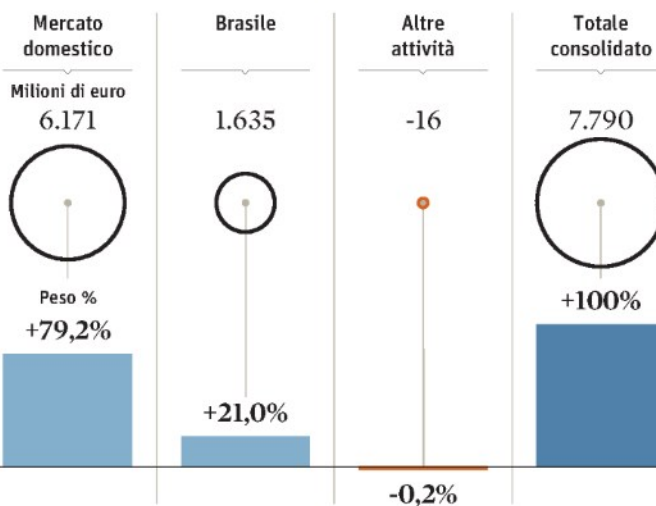
Gli ultimi 12 mesi a Piazza Affari



### EBITDA 2017

Dettaglio dell'Ebitda e dell'incidenza % del margine sui ricavi, ripartiti per settore operativo

Dati in milioni di euro e peso in percentuale



Fonte: Tim

**Infrastrutture.** Dall'internal breakdown all'Open Reach

# Da Prodi e Rovati, oltre un decennio di progetti sulla carta

**DA ROVATI A BERNABÈ, STORIA DELLO SPIN OFF**

## Un progetto mai andato in porto

di **Carlo Marroni**

Il termine ricorrente era quello usuale dei piani finanziari elaborati dalle banche d'affari e dai consulenti quando si vuole "creare valore", un po' a tavolino: spin-off. Lo scorporo della rete Telecom, un tema che qualche volta era spuntato nel dibattito economico specie dopo quello che aveva realizzato l'Enel con Terna, deflagrò nel settembre 2006.

Una deflagrazione che per qualche giorno agitò non poco le acque governative del Prodi-2, per non parlare della crisi al vertice di Telecom Italia. Eppure si trattava di qualcosa che aveva ed evidentemente ha ancora un fondamento, visto che a distanza di quasi dodici anni se ne torna a parlare, e lo fa direttamente la società, ora sotto il controllo francese. Tutto lo ricordano come il "piano-Rovati" dal nome dell'allora consigliere economico del premier, imprenditore bolognese con un passato di giocatore professionista di basket, che lo trasmise a Marco Tronchetti Provera, in procinto di varare un super piano di riassetto del gigante telefonico del quale palazzo Chigi era all'oscuro. Una storia che pare lontana anni luce e pure così attuale, visto che i temi sono gli stessi di allora (i numeri chissà), e anche i nomi ricorrono senza tempo, a parte

Rovati che pochi anni fa è scomparso prematuramente. Il documento - che spuntò all'inizio della celebre missione di Romano Prodi in Cina e l'accompagnò con le sue crisi collaterali per tutta la durata, fino alla drammatiche dimissioni di Rovati da consigliere di palazzo Chigi, incarico gratuito - era una densa fotografia di 27 pagine con l'analisi dei punti di forza e di debolezza, e le opzioni in campo. Che sostanzialmente erano due: l'internal breakdown, una soluzione all'inglese tipo Open Reach, o la scissione e la quotazione successiva, modello Terna appunto. E qui, a pagina 14, spunta per la prima volta il nome della Cdp, che poi trova sempre più spazio, fino a ipotizzare una quota del 30% per un esborso di 5 miliardi, mentre per Telecom la plusvalenza sarebbe arrivata fino a 21 miliardi e un flusso di cassa netto di 11 miliardi. I fatti sono noti: questo piano - chiaramente elaborato da una banca d'affari, anche se il consigliere del Prof. assicurò che fosse un lavoro artigianale (basta riguardare il piano per capire che non lo era) era stato trasmesso a Tronchetti in busta chiusa con un biglietto di Rovati con carta intestata della presidenza, e fu quella leggerezza che lasciò spazio all'accusa di ingerenza e tutto il re-

sto. Tronchetti si dimise dalla presidenza di Telecom, sostituito da Guido Rossi - anche per lui un ritorno - e anche Rovati lasciò, incontrando i giornalisti in un sottoscala a dell'assemblea del Popolo di Tien An Men annunciando le sue dimissioni, forse le prime nella storia di quel palazzo avvenute senza essere accompagnate da un arresto delle guardie rosse... Ma chi aveva effettivamente ideato il piano? Rovati ammise di averne parlato con Franco Bernabè (ma anche con Francesco Caio), allora alto esponente della banca d'affari Rothschild, e che in seguito era tornato ai vertici operativi di Telecom. In quella veste si era opposto alla scissione, ma anche il suo ruolo era cambiato. Oggi il nome di Bernabè è ancora in prima fila: è l'unico italiano nel cda di Tim in grado al momento di assumere le deleghe sulla sicurezza (così come prescrive la legge italiana in merito alle aziende ritenute strategiche per gli interessi nazionali) dopo le dimissioni da questi ruoli di Giuseppe Recchi. E fu fatto anche il nome di Claudio Costamagna, da due anni alla presidenza di Cdp, e allora advisor della News Corp. di Murdoch, che durante l'estate aveva aperto una sorta di tavolo negoziale con Telecom.

Il risultato fu una del tutto inconsistente burrasca politica come ne accadono di continuo, che culminò nell'intervento di Prodi in parlamento, quando fu costantemente interrotto dall'opposizione ogni volta che riprendeva da dove aveva dovuto fermarsi, «per me, in particolare, sarebbe anche sconfessare parte della mia storia professionale...», tanto che Fausto Bertinotti interruppe la seduta per un po'. Ma dello scorporo della rete Telecom e delle prospettive del colosso telefonico, dopo la cessione del controllo da parte di Olimpia, parlerà diffusamente mesi dopo al Senato l'allora ministro delle comunicazioni, Paolo Gentiloni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**I PROTAGONISTI**



**Romano Prodi**

*Presidente del consiglio*

Lo scorporo della rete Telecom è stato un tema a lungo dibattuto che è diventato un caso politico nel 2006 durante il secondo governo di Romano Prodi



**Angelo Rovati**

*Consigliere economico del premier*

Il consigliere economico del premier Prodi, Angelo Rovati, nel 2006 aveva studiato una bozza di possibile scorporo della rete di Telecom Italia



**Franco Bernabè**

*L'ex presidente Telecom*

Rovati nel 2006 parlò del suo piano con Franco Bernabè, allora alto esponente di Rothschild e in seguito (2007) ceo di Telecom

**Il 5G è un'opportunità di crescita. Open Fiber e Iliad? Saranno clienti. Genish: la società non è in vendita**

## Inwit investirà 300 milioni entro il 2020

DI MANUEL FOLLIS

**D**opo la comunicazione sulla separazione della rete, martedì in tarda serata è arrivato anche il nuovo piano di Inwit che prevede una crescita media dei ricavi intorno al 5% fra il 2018 e il 2020, oltre a un aumento medio del cash flow ricorrente poco superiore al 10%. Per raggiungere questi obiettivi il gruppo prevede di ospitare nuovi clienti sulle proprie torri fino a raggiungere un numero medio di utilizzatori per torre pari a 2,1 a fine 2020, di investire 300 milioni nell'arco del piano, soprattutto nei nuovi business, e di accelerare la commercializzazione di nuovi servizi che genereranno ricavi superiori a 65 milioni a partire dal 2020. L'ad, Oscar Cicchetti, ha spiegato che «nei prossimi tre anni il gruppo si affermerà significativamente sui nuovi servizi e coglierà le grandi opportunità offerte dall'avvio del 5G e dal possibile consolidamento del mercato delle infrastrutture». Invece una combinazione con Open Fiber «non è assolutamente una prospettiva, i nostri business sono diversi. Noi siamo concentrati sul nostro settore, dove vogliamo diventare leader». Quanto alle nuove possibili opportunità commerciali, Cicchetti in precedenza aveva indicato che i vincitori delle gare Infratel avrebbero potuto diventare nuovi clienti. Siccome «i bandi finora sono stati vinti da Open Fiber, pensiamo possano diventare nostri clienti». Con Iliad invece «siamo in trattativa in vista del loro arrivo in Italia. I primi contatti sono iniziati appena abbiamo avuto notizia della loro acquisizione degli asset dismessi da Wind-3», ha detto Cicchetti. Grande attenzione del mercato era rivolta all'm&a. Ma su questo fronte il ceo di Tim, Amos Genish, ha ribadito che la società delle torri «per il momento fa parte del core business» del gruppo. Non solo, ma con l'arrivo del 5G «ci sarà un aumento del valore». Oggi con una quota del 60% «non si può vendere di più sul mercato senza perdere il controllo». Tim esaminerà «altre opzioni che il mercato può offrire nei prossimi anni ma riguardo le torri non pensiamo di diventare una società internazionale a livello di gestione». (riproduzione riservata)



**BREVI****Dalla Finanza****OPEN FIBER****Per Cdp ed Enel  
il funding non cambia**

Nessun cambio di strategia nel finanziamento del piano d investimenti di Open Fiber che si sta sviluppando secondo quanto prestabilito e pieno sostegno al piano e al progetto industriale della società per la fibra. Cdp ed Enel, azionisti di Open Fiber, in una nota congiunta confermano «pieno sostegno al piano ed al progetto industriale di Open Fiber per la realizzazione di una innovativa infrastruttura di accesso, con le relative tempistiche di attuazione» conclude la nota.



**Sogno di una notte d'inverno**

# I colossi del Big Tech al di sopra della legge?

## La sfida di regolamentare le fake news in Rete

di Federico Fubini

**Le notizie false sono solo la punta dell'iceberg della disinformazione. Le piattaforme social e di messaggistica, come Facebook e WhatsApp, non hanno gli obblighi degli organi di informazione. Il risultato? Il caos. L'Unione Europea ha creato un gruppo di studio per affrontare il tema. Ecco le riflessioni di chi ne fa parte**

TI GARANTISCO CHE  
LA NOTIZIA CHE OGGI  
CI SPOSIAMO NON È  
ASSOLUTAMENTE  
UNA BUFALA



**HO AVUTO IL PRIVILEGIO DI ENTRARE** a far parte del gruppo creato dalla Commissione Ue con uno scopo preciso: presentarle “raccomandazioni” sul modo di contrastare il fenomeno delle *fake news*. Siamo 37, da tutti i Paesi europei e da (quasi) tutti i settori coinvolti: rappresentanti del Big Tech, dei media tradizionali, delle tv, dei consumatori o studiosi accademici. Stiamo lavorando di buon passo da un paio di mesi e dico subito che il primo impegno che ho preso è stato non raccontare cosa viene detto nel gruppo, da parte di chi e perché. Condizioni da rispettare perché il gruppo possa lavorare e ciascuno si senta libero di esprimersi. Posso però iniziare a dire quello che sto imparando su questo fenomeno che ha pesato sulle ultime elezioni americane. Il primo punto è che non basta chiamarle *fake news* (notizie false), è solo un aspetto di un fenomeno più vasto che include disinformazione, notizie vere ma diffuse in modo distorto e fenomeni al confine. **Ma le notizie chiaramente “fake” pongono uno dei problemi fondamentali: l'asimmetria di responsabilità** fra i diversi attori del panorama dell'informazione. Una foto di Maria Elena Boschi che partecipa ai funerali di Totò Riina, condivisa su migliaia di profili sui social network (è successo), è sicuramente posticcia e resta un caso di scuola di *fake*. È esattamente il tipo di contenuto che esporrebbe un settimanale come 7 o un quotidiano come il *Corriere della Sera* a una (per noi costosissima) causa penale per diffamazione e civile per danni, se la pubblicassimo senza precisare che si tratta di un falso. Invece dei social network come Facebook o Twitter e piattaforme come WhatsApp (controllata da Facebook)

o Telegram possono far circolare la foto manipolata di Boschi senza temere nulla: né una causa dall'interessata, né una sanzione da qualche organismo regolamentare.

**LA RAGIONE, FORMALMENTE,** è semplice: le piattaforme social o di messaggi non sono organismi d'informazione. Non sono tenute a intervenire per cancellare una foto o un articolo diffamatori, né ad avvertire che il contenuto può essere fuorviante. Non lo sono, in teoria, per la stessa ragione che fa sì che una società autostradale non sia tenuta ad avvertire i guidatori che sulla sua rete stanno viaggiando camion pieni di materiale tossico o pericoloso. **Deve mantenere le corsie ordinate e senza buche. Non risponde di chi ci viaggia o di cosa trasporta.** Argomento addotto spesso per spiegare perché la responsabilità legale dei social, a oggi, è quasi inesistente. Ma è un argomento dalle gambe corte: se i social non sono organizzazioni paragonabili a una testata giornalistica o televisiva, perché Facebook ha prima assunto, poi licenziato, poi dovuto riassumere migliaia di "curatori" (noi diremmo: redattori) in teoria per controllare ed, eventualmente, intervenire sui contenuti che viaggiano sulla rete? È arduo anche per un colosso digitale da 500 miliardi di dollari di capitalizzazione sostenere di non dover essere soggetto ad alcuna forma di responsabilità legale sui

contenuti diffusi. A maggior ragione, se aumenta i propri ricavi grazie ad essi e paga un esercito di "curatori" per (in teoria) controllare quei contenuti.

**EPPURE OGGI QUESTO** è esattamente ciò che accade: i social network sono finanziariamente beneficiari, ma giuridicamente irresponsabili, alla lettera, anche dei contenuti più tossici che fanno pervenire sugli smartphone di milioni di persone durante una campagna elettorale. E non è affatto facile che questa situazione cambi tanto presto: l'opposizione, ammantata dietro un presunto principio di libertà di espressione, è fortissima in angoli diversi delle società occidentali. Questo naturalmente è solo uno dei problemi e dei paradossi legati al fenomeno delle *fake news* e della disinformazione. Ce ne sono tanti altri, per esempio questo: fino a ieri le *fake news* e le sue consorelle avevano viaggiato soprattutto su Facebook, piattaforma accessibile e aperta a tutti. Di recente invece circolano molto in gruppi chiusi di WhatsApp, dove rispondere con informazioni diverse e corrette è molto più difficile. Siamo di fronte a un fenomeno nuovo. E magari questo è solo l'inizio.

L'EUROPA SCENDE IN CAMPO CONTRO LE FALSE NOTIZIE...?



FFUBINI@CORRIERE.IT



#### BUFALE VIRTUALI

Un momento della presentazione del servizio della Polizia Postale contro le fake news presso il Centro Anticrimine Informatico a Roma (18 gennaio 2018).