

Rassegna del 09/12/2019

...

L'Economia del Corriere della Sera	48	Pagamenti digitali Le otto strade future	Cadorin Lionello	1
L'Economia del Corriere della Sera	53	Investi in Blockchain: metterà al sicuro il 10% del Pil	Petrucciani Gabriele	3
L'Economia del Corriere della Sera	31	Intervista a Marco Gori - «Attenti ai pirati del riconoscimento facciale»	C.s.	5
Italia Oggi Sette	7	Contante non fa rima con nero	Mandolesi Giuliano	6
Italia Oggi Sette	19	Babbo Natale fa tappa online	Greguoli Venini Irene	8
Italia Oggi Sette	44	Lavoro remoto, gestione remota	Damiani Michele	10
Repubblica Affari&Finanza	29	E-commerce, è record in Italia	Frollà Andrea	12
Giorno - Carlino - Nazione Economia&Lavoro	8	Intervista a Maura Mormile - Più ragazzi in fila alle casse «È l'effetto Black friday»	Tassi Gabriele	13
Giorno - Carlino - Nazione Economia&Lavoro	12	Intervista a Francesca Fossatelli - Private banking Patrimoni in aumento - I Certificati conquistano anche gli investitori retail	Perego Achille	15
Giorno - Carlino - Nazione Economia&Lavoro	9	Premi fedeltà, consegne rapide e resi semplici Ma chi compra online guarda di più al prezzo	Ropa Andrea	17
Giorno - Carlino - Nazione Economia&Lavoro	7	I droni parlano italiano «Abbiamo spiccato il volo»	Catapano Giuseppe	19
Corriere del Mezzogiorno Puglia e Matera	10	I negozi online spopolano anche in Puglia	A.A.C.	21
L'Economia del Corriere della Sera	27	Algoritmi a bordo, così cambia il trasporto	Zanini Maria_Elena	22
Repubblica Affari&Finanza	11	Palazzo Europa - Vantaggi e rischi di un futuro "euro digitale"	Bonanni Andrea	23
Libero Quotidiano	5	La Francia emetterà il proprio euro "virtuale"	G.ZUL.	24
Repubblica Affari&Finanza	28	Multimedia - Apple, la nuova rivoluzione il sistema operativo si fa in cinque	Assante Ernesto	25
L'Economia del Corriere della Sera	29	Il duello - Giulio Ranzo Avio vs Peter Beck Rocket Lab	Puato Alessandra - Cometto Maria_Teresa	28
L'Economia del Corriere della Sera	31	L'intelligenza artificiale ha un cervello italiano	Sottocorona Chiara	32
Stampa	2	Scuole, scatta l'allarme per l'uso senza controllo delle tecnologie digitali - Scuole, allarme social Smartphone e tablet ormai fuori controllo	Tomasiello Maria_Rosa	34
Stampa	3	Fioramonti: "È come un'arma in tasca" Cellulare in classe per copiare o studiare	Amabile Flavia	37
Secolo XIX	11	Roaming non richiesto a bordo: faro dell'Antitrust sulle compagnie	Margiocco Francesco	38
Repubblica Affari&Finanza	1	L'anno zero delle Tlc in Italia - Telco anno zero: 10mila posti a rischio tra aste 5G, tariffe e Antitrust Ue	Carli Stefano	39
Repubblica Affari&Finanza	30	Si rafforza la crescita del mercato Ict incrementi medi annui del 2,8%	Romiti Maria_Luisa	44
Sole 24 Ore	1	C'è una dote nascosta per l'Italia digitale - L'Italia digitale ha una dote inutilizzata di oltre un miliardo	Cherchi Antonello	46
Repubblica Affari&Finanza	42	Rapporti Wealth management - Mondo 5G, una grande opportunità di investimento	Aoi Stefania	47
Repubblica Affari&Finanza	44	Rapporti Wealth management - "Attenti alla manifattura, pilastro del Paese"	Jadeluca Paola	48
Repubblica Affari&Finanza	27	Neorurale Hub dove l'agricoltura incontra i Big Data	Dichiarante Anna	50
Sole 24 Ore Scenari	2	Misure per un'Italia 4.0	...	53
Sole 24 Ore Scenari	1	Transizione 4.0: il nuovo percorso	...	54
Giorno - Carlino - Nazione Economia&Lavoro	15	Tim corre in pista. Alla super velocità del 5G	Perego Achille	55
Repubblica Affari&Finanza	4	I 4 big europei alla sfida delle nuove reti - Fibra a 20 giga per tutti nel 2023	Ginori Anais	57
Repubblica Affari&Finanza	4	I 4 big europei alla sfida delle nuove reti - Svolta in Sud America resterà solo in Brasile	Oppes Alessandro	58
Repubblica Affari&Finanza	4	I 4 big europei alla sfida delle nuove reti - Tanti dipendenti e risultati in calo	Guerrera Antonello	59
Repubblica Affari&Finanza	4	I 4 big europei alla sfida delle nuove reti - Bene i conti in attesa della fusione Usa	Carli Stefano	60
L'Economia del Corriere della Sera	8	Economia & Politica - La carica giallorossa prepara la festa di primavera	Baccaro Antonella	61
L'Economia del Corriere della Sera	6	Stato-imprenditore Piani lunghi e manager stabili? Perché la politica non ce la fa	Cipoletta Innocenzo	63
Corriere Imprese Nordest	17	L'esplosione dei social e la tutela della reputazione Chi e come ha diritto a essere riabilitato on line	Borsari Riccardo	66

Pagamenti digitali

Le otto strade future

Dall'e-commerce all'offerta multicanale agli accordi con le banche

Dove vanno i big che crescono e si comprano l'uno con l'altro

di **Lionello Cadorin**

L'innovazione tecnologica da una parte e i cambiamenti normativi dall'altra stanno rivoluzionando l'industria europea dei pagamenti. «In un mercato basato sui grandi volumi, possiamo considerare le attività di consolidamento un fenomeno naturale», osserva Stephane Klecha, fondatore e managing partner della banca di investimenti internazionale Klecha Co, specializzata nel tech advisory e presente a Milano, New York e Londra, che ha appena realizzato uno studio del settore per individuare i mega trend che ne guideranno l'evoluzione.

La classifica degli operatori europei dei servizi di pagamento è destinata a cambiare per effetto di nuove acquisizioni, fusioni e alleanze. Così come è accaduto negli ultimi anni, e in particolare tra il 2018 e il 2019: le prime due posizioni della classifica elaborata da Klecha Co. sono il frutto delle acquisizioni di Six Payment Service da parte di Worldline e di WorldPay da parte di FIS, al quarto posto c'è la società nata dall'acquisizione di First data da parte di Fiserv, un'operazione da 22 miliardi di dollari. Si tratta di realtà, solo per dare un'idea delle dimensioni del business, con fatturati europei 2018 al di sopra del miliardo. Sempre negli ultimi due anni PayPal ha acquisito iZettle, mentre Global Payments ha rilevato Total System Services (per 21,5 miliardi di dollari), portandosi all'ottavo posto del ranking europeo. Nello stesso periodo si sono mossi su questo terreno anche i giganti delle carte di credi-

to: Visa ha rilevato Rambus, Payworks, Earthport e Verifi, mentre Mastercard è entrata nello spazio pagamenti cosiddetto ACH (Automate Clearing House) con l'acquisizione di Vocalink. «Nella maggior parte dei casi — sottolinea Stephane Klecha — vediamo che l'obiettivo di questi operatori finanziari è di realizzare una piattaforma di pagamento end-to-end, cioè dall'emissione all'accettazione del pagamento, e di incrementare allo stesso modo la propria rilevanza nel mercato. In aggiunta, le società di private equity stanno investendo miliardi per attività di consolidamento in tutta Europa, creando campioni nazionali come Nexi». Lo studio di Klecha Co mette a fuoco i trend che cambieranno ancora la mappa del settore.

I punti

1) Consolidamento dei fornitori di servizi di pagamento per l'e-commerce: riguarderà soprattutto le società indipendenti sui mercati domestici e che faticano a ottenere i livelli di profittabilità dei grandi player internazionali come Worldline, Adyen, Wirecard, Paysafe e Ingenico.

2) Crescita attraverso l'e-commerce: il cambiamento strutturale che sta portando i consumatori a passare dai negozi fisici all'online costringe i grandi merchant-acquirer ad aumentare la propria presenza nel segmento dell'e-commerce.

3) Miglioramento dell'offerta omnichannel: il fornitori di servizi che si rivolgono principalmente ai negozi fisici dovranno essere in grado di offrire

soluzioni che integrino gli acquisti online e offline.

4) Crescita dei servizi a valore aggiunto (VAS: i servizi di prestito, di factoring, di anti frode o legati alla sicurezza e all'analisi dei dati saranno fattori di crescita sempre più importanti per i fornitori di servizi di pagamento.

5) Chiusura di gap verticali e geografici: le grandi società commerciali richiederanno sempre più ai propri fornitori di offrire servizi di pagamento internazionali connessi a un avanzato sistema di sicurezza e analisi dei dati.

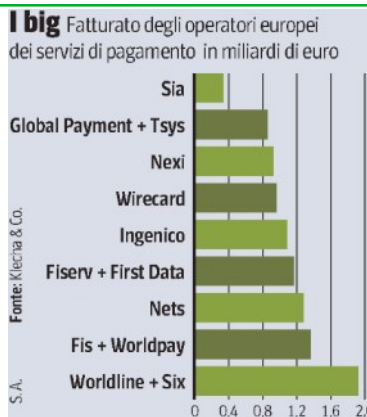
6) Nuove tecnologie: i pagamenti in Realtà virtuale e aumentata saranno oggetto di crescente attenzione nel prossimo futuro. I primi esempi sono Buy+ di Alibaba e lo showroom virtuale online di macchine usate di Vroom. Anche se la tecnologia è ancora poco utilizzata, piccoli fornitori di tecnologie per questi tipi di pagamento diventeranno target interessanti.

7) Open banking e accesso ai dati bancari: l'accesso ai dati bancari costituirà sempre di più una leva per la crescita e l'innovazione delle Fintech.

8) Diversificazione: per non perdere il rapporto diretto con i consumatori offrendo servizi a valore aggiunto le aziende realizzano o acquisiscono piattaforme di pagamento multi canale (pagamento tramite PoS, gift-card, pagamenti istantanei) o creano un'esperienza digitale per il cliente in specifici segmenti, come l'offerta di alcuni pacchetti di servizi di pagamento all'interno di servizi commerciali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Tech advisory

Stephane Klecha,
fondatore
e managing
partner
della banca
di investimenti
Klecha Co



Investi in Blockchain: metterà al sicuro il 10% del Pil

La tecnologia che sta pervadendo le filiere di molte aziende inizia a essere un tema per i portafogli di tutti i tipi

di **Gabriele Petrucciani**

«**E**ntro il 2027, fino al 10% del Pil globale potrebbe essere conservato attraverso la *blockchain*». Sono le stime di Erik Swords, gestore del Bny Mellon Digital Assets Fund, convinto che questa innovativa tecnologia «avrà un impatto economico esponenziale nei prossimi anni, portando alla creazione di valore di business per 3.100 miliardi di dollari entro il 2030». Un'opportunità di investimento di lungo periodo che guarda anche alla sostenibilità.

«La tecnologia *blockchain* ha il potenziale per supportare numerose iniziative sociali da parte delle aziende, e rende possibili molte pratiche Esg (Environmental, social e governance, ndr) che altrimenti non sarebbero concretamente realizzabili: protezione di dati personali, tracciamento della filiera, prevenzione di falsi e contraffazioni, controllo della pesca, tutela di specie in via d'estinzione e controllo delle emissioni di CO₂», spiega ancora Swords.

«Quando parliamo di *blockchain* facciamo riferimento a un registro digitale che consente di tenere traccia di qualsiasi transazione o scambio di beni e informazioni, in tempo reale e in modo assolutamente sicuro e inalterabile — argomenta il gestore di Bny Mellon —. Le infrastrutture tradizionali sono lente, costose, poco sicure e hanno problemi di dimensioni e scalabilità. Non è così per la *blockchain*, che a nostro avviso rappresenta una

delle più grandi rivoluzioni digitali dai tempi dell'invenzione di Internet, che avrà un impatto enorme sull'economia reale e importanti benefici per la sostenibilità».

L'esempio

Swords ci porta l'esempio del settore alimentare, e in particolare della partita di lattuga contaminata da un virus che a inizio anno è stata distribuita negli Usa. Diversi consumatori si sono ammalati e ci sono volute diverse settimane per rintracciare la fornitura all'origine dell'infezione. Con un danno potenziale al settore stimato in 200 milioni di dollari. «Con la *blockchain*, sarebbero bastati pochi secondi per rintracciare la partita di lattuga contaminata», puntualizza il gestore di Bny Mellon.

Un altro caso esemplare è collegato al commercio di diamanti e, in generale, dei gioielli. La *blockchain* può essere utilizzata per tracciarne le importazioni e la vendita, in un processo che garantisce autenticità e qualità, riduce i traffici illeciti e la contraffazione, permette di tracciare i minerali che provengono da zone in conflitto, e determina benefici sociali integrando nella filiera le società che rispettano i diritti dei lavoratori.

I benefici

Guardando alle imprese, l'utilizzo della tecnologia *blockchain* permette da un lato di ridurre i costi

operativi e aumentare l'efficienza dei processi, e dall'altro lato offre nuove opportunità di fatturato alle aziende che forniscono servizi digitali a terzi. Infine, permette a nuovi fornitori di accedere alle grandi filiere globali.

Il tema

Proprio per questo, «la *blockchain* rappresenta un tema di investimento fondamentale nel lungo periodo, ed è già oggi un'occasione importante per gli investitori azionari — puntualizza Swords —. Come gestori, cerchiamo di individuare i pionieri della *blockchain*, destinati a imporre gli standard nei rispettivi settori. Attraverso un'attenta selezione e un'analisi dei dati fondamentali, miriamo a catturare il potenziale di crescita di questi titoli prima che i benefici dell'innovazione sul fatturato si rispecchino pienamente nelle valutazioni azionarie. Attualmente siamo sovrappesati sui servizi It, sui mercati dei capitali, sull'alimentare e sui beni di base. Abbiamo un posizionamento neutrale su fornitori e servizi della sanità e sulle assicurazioni — conclude —. Le principali esposizioni per area geografica sono su Usa ed Europa».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il confronto

I vantaggi nell'applicazione della tecnologia Blockchain

Caratteristiche	Opportunità	Infrastruttura tradizionale	Soluzione basata sulla blockchain
Velocità	Tracciabilità dell'origine degli alimenti	1-2 settimane per il tracciamento	Tracciamento in pochi minuti
	Regolamento dei prestiti sindacati	25-30 giorni per il regolamento	Regolamento in pochi minuti
	Registrazioni sanitarie elettroniche	Sistemi eterogenei, storico minimo	Accessibilità condivisa sincronizzata
Caratteristiche	Opportunità	Infrastruttura tradizionale	Soluzione basata sulla blockchain
Sicurezza	Identità	Soggetta a furti, a rischio di truffe	Sicura, nota e dimostrabile
	Integrità dei dati	Partecipanti multipli, scarsa qualità	Immutabilità e loop chiuso
	Governance	Centralizzata	Decentralizzata

Fonte: BNY Mellon Digital Assets Fund

Glossario

La «catena» dalla A alla Z

Ma che cosa è la blockchain e come funziona? Ecco le sue parole, dalla «a» alla «z».

Blockchain: È una tecnologia, salita alla ribalta con la diffusione delle criptovalute, che consente di archiviare in modo sicuro, trasparente e permanente le transazioni tra due soggetti appartenenti alla stessa rete. Tutti i dati raccolti sono archiviati in blocchi collegati tra loro gerarchicamente, dando origine a una catena di blocchi (blockchain, appunto) che consente di verificare tutte le transazioni effettuate.

Blocco: È una parte della blockchain dove vengono archiviate e autorizzate le transazioni. I blocchi si formano di continuo (in media uno ogni 10 minuti) e, grazie al lavoro dei miners (minatori, tradotto letteralmente in italiano), sono aggiunti alla catena di blocchi (blockchain).

Miners: I cosiddetti minatori si occupano, all'interno di una struttura dedicata, di elaborare il maggior numero di transazioni.

Mining: Rappresenta il lavoro dei miners che, sfruttando la potenza dei computer, effettuano transazioni (tutte crittografate, ovvero criptate) ricevendo come compenso dei token.

Token: Il token è una moneta (detta Coin) relativa a una specifica blockchain.

Ga. Petr.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il business



Settori

Erik Swords, gestore del Bny Mellon Digital Assets Fund: la blockchain vale 3 mila miliardi

Il personaggio/Marco Gori

«Attenti ai pirati del riconoscimento facciale»

Marco Gori, fondatore del SaiLab all'università di Siena, è considerato uno dei migliori specialisti europei di reti neurali e Machine Learning. Ha aperto l'AI Forum a Sophia Antipolis, in Francia: il congresso internazionale sull'intelligenza artificiale (AI) che si è tenuto dal 19 al 20 novembre e ha lanciato il 3IA Côte d'Azur, uno dei quattro poli nazionali di ricerca sull'intelligenza artificiale che raggruppa 5 centri di studio e oltre 60 imprese.

«C'è un patrimonio enorme di risorse in Italia che passa inosservato — dice —. È un paradosso: ora le imprese si sono accorte che mancano di ingegneri, eppure non c'è lo spazio per chi è formato a queste nuove tecnologie»

Quanto pesa la ricerca italiana?

«Siamo soliti piangerci addosso, ma abbiamo molti giovani straordinari e nelle università c'è entusiasmo. Nei settori di punta delle tecnologie la ricerca italiana ha un buon posizionamento. Se penso ai 19 dottorandi del nostro laboratorio, mi rattrista l'idea che andranno all'estero. Ciò che manca è il contatto tra le aziende e le università, oltre a un terreno fertile per far crescere le startup».

Quali sono gli obiettivi attuali?

«La sfida dell'AI è migliorare la qualità dei processi cognitivi, riducendo al tempo stesso il consumo di risorse computazionali. Malgrado gli spettacolari risultati raggiunti in alcuni campi, però, molti modelli di Machine Learning sono ancora quasi primitivi. Anche sul riconoscimento artificiale delle immagini ci sono problemi».

Con quali rischi?

«Ci sono segnali non percettibili dagli esseri umani che possono ingannare gli algoritmi e far collassare il riconoscimento facciale. Serve attenzione nello sviluppo di meccanismi di tutela. Altrimenti l'algoritmo rischia di non distinguere un uomo da una donna o prendere un cane per un cavallo».

C. S.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Reti neurali

Marco Gori, fondatore del SaiLab all'università di Siena. Esperto di «machine learning», ha aperto a Sophia Antipolis il congresso mondiale sull'intelligenza artificiale



Analisi sulle variazioni dei limiti di utilizzo delle banconote e il trend di Iva e sommerso

Contante non fa rima con nero

Dati alla mano il tetto al cash non interagisce col gettito

Con le modifiche previste dal decreto fiscale il tetto fissato attualmente a 3 mila euro si ridurrà, a decorrere dal 1° luglio 2020 e fino al 31 dicembre 2021, a 2 mila euro per poi passare, a partire dal 1° gennaio 2022, a soli mille euro

Gran parte delle transazioni è in realtà ben al di sotto delle soglie stabilite (addirittura un numero elevatissimo è sotto i 50 euro) e solo una soglia veramente bassa all'utilizzo delle banconote potrebbe interagire in modo positivo portando extragettito e correlata diminuzione del sommerso

Pagina a cura
DI GIULIANO MANDOLESI

Limitazione all'uso del contante e riduzione dell'economia sommersa: il collegamento sembra indissolubile, quasi ineccepibile ma, numeri alla mano, la connessione tra il cash e il mondo del nero è in realtà molto debole anzi, quasi inesistente.

Senza contare le modifiche introdotte con l'ultimo decreto fiscale, il dl 124 del 26 ottobre 2019, infatti, negli ultimi 15 anni il legislatore ha messo mano numerose volte al limite di utilizzo di quello che dovrebbe essere lo strumento principe nelle transazioni (asogni e pagamenti elettronici vengono, infatti, definiti «alternativi»). Ma la contemporanea analisi dei tre principali dati che dovrebbero essere «sollecitati» dalla variazione del tetto del contante, ovvero gettito Iva, introiti da scambi interni ed economia sommersa, dimostra come gli effetti delle limitazioni non hanno portato i risultati sperati, anzi.

Di seguito, dopo aver messo in luce l'attuale norma con le soglie vigenti e future, analizzeremo i dati delle tre annualità degli ultimi 15 anni con variazione del limite più significativo ovvero 2008, 2012 e 2016 per evidenziare come non vi sia correlazione diretta tra restrizione ed emersione.

La norma, com'è e come sarà. La norma che stabilisce un massimale per l'utilizzo del contante è il comma 1 dell'articolo 49 del decreto legislativo 21/11/2007 n. 231 secondo cui «è vietato il trasferimento di denaro contante e di titoli al portatore in euro

o in valuta estera, effettuato a qualsiasi titolo tra soggetti diversi, siano esse persone fisiche o giuridiche, quando il valore oggetto di trasferimento, è complessivamente pari o superiore a 3 mila euro».

Con le modifiche previste dal decreto fiscale il tetto fissato attualmente a 3 mila euro si ridurrà, a decorrere dal 1° luglio 2020 e fino al 31 dicembre 2021, a 2 mila euro per poi passare, a partire dal 1° gennaio 2022, a soli mille euro.

2008/2009 - Il tetto sale da 5 mila euro a 12.500 euro. Con l'articolo 32, comma 1, lett. a) e b), del dl 25 giugno 2008, n. 112, convertito, con modificazioni, dalla legge del 6 agosto 2008, n. 133, nel corso del 2008 il limite precedentemente fissato a 5 mila euro è stato quasi triplicato passando a ben 12.500 euro.

Differentemente da quanto potrebbe attendersi il gettito Iva dell'anno non fu influenzato positivamente dall'incremento della soglia del cash segnando un -1,6% rispetto al 2007. Stessa sorte toccò anche alla componente scambi interni che subì un serio decremento del 2,7% rispetto all'anno precedente e questo imputabile, secondo quanto indicato nel bollettino delle entrate 2008, a un «indebolimento della crescita economica» del periodo.

Dal punto di vista dell'economia sommersa, i numeri se analizzati singolarmente potrebbero supportare una correlazione tra aumento della soglia e incremento dell'evasione ma, analizzando il trend a partire dal 2000 è chiaro che l'aumento del limite di utilizzo del cash non interagisce quasi per nulla con l'ammontare del sommerso.

Le cifre (stimate) del mondo del «nero» sono state, infatti,

in costante incremento nel periodo 2000-2008 passando da 216 miliardi sfuggiti al fisco a ben 255 nell'arco di queste 9 annualità.

Inoltre, l'incremento del sommerso tra 2007 e 2008, pari a circa 9 miliardi di euro, è stato identico a quello registrato nell'anno precedente, annualità in cui il limite del contante aveva una soglia più bassa.

2012 - il tetto passa da 2.500 a mille euro. Nel corso del periodo 2009-2011 la soglia per l'utilizzo delle banconote ha subito un costante decremento passando da 12.500 euro fino ai 2.500 euro del 2011. Dal 2012 però il limite ha toccato il livello più basso di sempre attestandosi a mille euro, grazie alle modifiche introdotte dall'art. 12, comma 1, del dl 6 dicembre 2011, n. 201, convertito, con modificazioni, dalla legge del 22 dicembre 2011, n. 214.

Analizzando gettito Iva, scambi interni ed evasione è chiaro però come l'estrema limitazione non abbia portato i risultati sperati.

L'imposta sul valore aggiunto e la componente scambi interni, anche in diretta conseguenza della crisi economica mondiale, hanno infatti chiuso il 2012 con due segni «meno», rispettivamente -1,9 e -1,2%. Ma quello che lascia a bocca aperta è il dato del mondo sommerso. Differentemente da quanto si poteva immaginare, infatti, l'anno monitorato ha visto incrementarsi l'ammontare dell'economia «nera» di circa 3 miliardi di euro, passando dai 202,5 miliardi del 2011 ai 205,6 miliardi del 2012.

2016 - da mille euro si



passa agli attuali 3 mila. Grazie alla legge di stabilità 2016, più precisamente alle disposizioni introdotte dall'art. 1, commi 898 e 899, della legge 28 dicembre 2015, n. 208, il limite del cash è stato aumentato passando da mille a 3 mila euro.

L'annualità ha chiuso con tutti e tre i parametri analizzati positivi.

Gli introiti Iva hanno chiuso dopo anni con un positivo +4,3% trainati anche dalla componente scambi interni che ha segnato un +5,5%.

Anche il valore dell'economia sommersa nel 2016 seppur di poco si è ridotto passando da 208,3 miliardi (del 2015) a 207,6 miliardi.

Alla luce di quanto esposto è chiaro come non vi sia una netta correlazione tra limitazione all'uso del contante e diminuzione dell'evasione fiscale come è lampante che stabilire un tetto all'uso del cash non interagisca in maniera diretta, né in senso positivo né in negativo, con l'andamento del gettito Iva e della componente scambi interni.

Il motivo, confermato anche dalla Commissione europea, è che la stragrande maggioranza delle transazioni è in realtà ben al di sotto delle so-

glie stabilite (addirittura un numero elevatissimo è sotto i 50 euro) e solo una soglia veramente bassa all'utilizzo delle banconote potrebbe interagire in modo positivo portando extraggettito e correlata diminuzione del sommerso.

Cosa ne pensa la Commissione europea. La Commissione europea nella «Relazione al parlamento europeo e al consiglio sulle restrizioni ai pagamenti in contanti» del 12 giugno 2018 in merito alle frodi fiscali ha messo nero su bianco che la relazione che intercorre tra contante ed evasione non è sempre evidente.

Nel report, infatti, la Commissione specifica che il cash è utilizzato in due casi per commettere frodi fiscali: per il lavoro nero e nelle transazioni commerciali.

Nel primo caso, essendo entrambe le parti coinvolte nella frode fiscale ed esposte alle conseguenti sanzioni, un divieto di pagamento in contanti avrebbe uno scarso effetto deterrente.

Nel secondo caso, anche se solo una parte utilizza la

natura monetaria dell'operazione per mettere in atto la frode fiscale (in genere un venditore), mentre l'altra è inconsapevole della frode in corso e ne rimane estranea, essendo di solito in questo genere di operazioni di importi molto bassi (per esempio, ricevute di ristoranti) non sarebbero dunque transazioni interessate da un divieto di effettuare ingenti pagamenti in contanti.

La Commissione inoltre evidenzia che «disposizioni nazionali divergenti sui pagamenti in contanti falsano la concorrenza nel mercato interno, determinando potenziali trasferimenti di imprese oltre frontiera, in particolare per alcuni settori specifici che si basano molto sulle operazioni in contanti, come quello dei gioielli o della rivendita di automobili.

Tali restrizioni nazionali divergenti, inoltre, creano potenzialmente lacune che permettono di aggirare i limiti nazionali ai pagamenti in contanti e pertanto di ridurre l'efficienza».

—© Riproduzione riservata—

Rapporto tra contante, gettito e sommerso

Anno	2008	2012	2016
Limite contante	Da 5.000 a 12.500	Da 2.500 a 1.000	Da 1.000 a 3.000
Andamento Iva	-1,60%	-1,90%	4,30%
Andamento scambi interni	-2,70%	-1,20%	5,50%
Economia sommersa in miliardi	255,365	205,620	207,696

Per le feste del 2019 cresce la spesa delle famiglie italiane: ecco come tutelare lo shopping

Babbo Natale fa tappa online

Per informarsi e acquistare regali il luogo eletto è il web

Pagina a cura
di IRENE GREGUOLI VENINI

Nel 2019 si stima una crescita delle spese degli italiani per Natale, tra regali, cibo, viaggi e festeggiamenti. Per i doni, sono sempre di più le persone che si rivolgono al web, sia per fare ricerche, informarsi e individuare il regalo giusto, sia per acquistarlo: online infatti è possibile risparmiare tempo, e in molti casi denaro, consultare un'offerta ampia e fare shopping senza limiti orari.

Le spese per le feste nel 2019. Secondo la 22ª edizione della Deloitte Christmas Survey, basata sull'opinione di oltre 7 mila consumatori in 8 paesi europei tra cui l'Italia, la spesa media nel vecchio continente prevista per le feste di Natale 2019 sarà di 461 euro (+1% rispetto al 2018), mentre il budget atteso delle famiglie italiane raggiunge i 549 euro a famiglia, posizionando la Penisola al terzo posto (dopo Regno Unito e la Spagna).

Quest'anno, infatti, gli italiani intendono spendere l'1,5% in più rispetto a dodici mesi fa per lo shopping natalizio, confermando un trend in crescita. La quota maggiore sarà destinata ai regali (il 40%), seguiti dal cibo (il 28%), dai viaggi (il 19%) e dai festeggiamenti (con una quota dell'11%, registrando l'incremento maggiore rispetto allo scorso anno).

Inoltre, un italiano su 5 aspetterà l'ultima settimana prima di Natale per effettuare la maggior parte dei propri acquisti natalizi (-7% rispetto al 2018), un terzo invece concentrerà le spese nelle prime due settimane di dicembre.

C'è da osservare che cresce l'attenzione verso novembre, che sta divenendo sempre più un'opzione valida, considerata dal 23% degli interpellati: in questo contesto, aumenta l'interesse verso il Black Friday, considerato momento migliore di shopping natalizio da uno su 8.

In tutto ciò, in Italia si ricorrerà di più ai canali online, con un incremento del 5% rispetto al 2018.

Un'analisi di Coldiretti, inoltre, sottolinea che vanno molto i regali utili e che all'interno della famiglia, tra i parenti e gli amici si preferisce scegliere oggetti o servizi a cui non è stato possibile accedere durante l'anno. Tra i doni più gettonati ci sono libri, vestiti e scarpe, soldi, prodotti di bellezza e l'enogastronomia anche per l'affermarsi di uno stile di vita attento alla riscoperta della tradizione a tavola, che si esprime con la preparazione fai da te di ricette per serate speciali o con omaggi per gli amici che ricordano i sapori della tradizione.

È da segnalare pure la preferenza accordata ai prodotti Made in Italy anche per aiutare l'economia nazionale e garantire maggiori opportunità di lavoro a sostegno della ripresa. Resistono i tradizionali luoghi di consumo ma un successo particolare viene rilevato per i mercatini che nelle festività si moltiplicano nelle città e nei luoghi di villeggiatura.

Sul web per comprare i regali. Internet sta diventando sempre più utilizzato per acquistare e cercare doni natalizi. Uno studio promosso dall'agenzia di consulenza di marketing Espresso Communication per Sodexo Benefit&Rewards Services, specializzata nei servizi per la qualità della vita, attraverso un monitoraggio online sui principali social network, blog, forum e community, rivela che l'e-commerce, i motori di ricerca, i social network, gli e-shop e i cataloghi digitali sono le vetrine su cui oggi oltre 6 italiani su 10 (63%) vanno a indagare per individuare i regali, per sé e per i propri cari.

C'è da dire comunque che i consumatori in molti casi si rivolgono a entrambi i canali quando si tratta di fare shopping, anche grazie all'integrazione del mondo fisico e digitale con formule

come il clicca e ritira: in molti valutano i regali online ma li prendono in negozio (58%), o viceversa preferiscono toccarli con mano sugli scaffali per poi acquistarli sul web (52%), o li comprano in rete per poi ritirarli nel punto vendita (24%).

La prima ragione che spinge a usare internet per cercare i doni è il risparmio di tempo (66%), seguito dalla convenienza degli acquisti confrontati sui portali con facilità (60%) e dalla possibilità di leggere recensioni indipendenti prima della scelta (57%). Ma sono importanti anche la possibilità di ricevere a casa i prodotti (49%) e di poter consultare i siti e scegliere durante tutto l'arco della giornata, senza orari (42%).

Dall'altra parte, sul fronte dell'esperienza fisica, rimane comunque molto rilevante per le persone l'interazione fisica con il prodotto (55%), seguita dall'ispirazione e dalle nuove idee legate alle sessioni di shopping in giro per la città (44%) e la voglia di vivere l'atmosfera natalizia tipica per esempio dei mercatini e dei centri commerciali (39%), oltre alla facilità di restituzione dei resi (29%) e la possibilità di avere il parere del negoziante (24%).

Considerando i canali digitali che gli italiani consultano più frequentemente per farsi un'idea su cosa regalare a Natale, al primo posto ci sono gli e-commerce (68%), che permettono di esaminare un'offerta molto vasta e variegata e consentono di effettuare ricerche in base per esempio al budget e alla marca, seguiti dai motori di ricerca (64%), dai social network (46%), dagli e-shop e dai cataloghi digitali dei grandi marchi (38%), ai quali spesso si giunge anche attraverso gli stessi canali social.

Shopping online con attenzione. Se comprare sul web consente di risparmiare tempo e in molti casi denaro, occorre fare attenzione e adottare alcuni piccoli accor-



gimenti per evitare brutte sorprese e tutelarsi.

Su questo fronte l'Unione nazionale consumatori consiglia di acquistare solo su siti protetti da sistemi di sicurezza internazionali come Ssl e Set, riconoscibili dal simbolo di un lucchetto chiuso nella barra di indirizzo. È meglio, inoltre, confrontare le varie offerte prima di procedere all'acquisto, cercando anche online maggiori dettagli sulla reputazione del venditore.

Conviene non farsi prendere dalla fretta o dall'ansia, visto che molti siti giocano su una comunicazione emotiva (mostrando per esempio timer che scadono o avvisi che indicano che l'articolo è in esaurimento), e diffidare dalle offerte estremamente vantaggiose, non facendosi per forza attrarre dallo sconto.

Un'altra buona regola è controllare il prezzo finale, comprensivo delle spese di spedizione e degli altri eventuali costi aggiuntivi, oltre a verificare con attenzione la data di consegna per scongiurare il rischio che l'acquisto non arrivi per tempo, se si tratta di un regalo, o che venga consegnato in un periodo in cui si è in vacanza.

È fondamentale inoltre stampare sempre una copia dell'ordine e della pagina contenente l'offerta per conservarla in vista di future contestazioni ed è preferibile optare per pagamenti con carte di credito prepagate o Paypal (meglio evitare il bonifico) e non comunicare mai i riferimenti o altri dati personali via email.

Occorre ricordare, infine, che comprando online vale il diritto di recesso, che è possibile esercitare se si cambia idea comunicandolo entro 14 giorni dalla data di consegna del prodotto, e che ci sono le garanzie post-vendita qualora l'oggetto si riveli difettoso nel termine di due anni dalla consegna.

© Riproduzione riservata

Le spese natalizie nel 2019

Budget atteso delle famiglie italiane per le feste natalizie	549 euro a famiglia
Quota destinata ai regali	40%
Quota destinata al cibo	28%
Quota destinata ai viaggi	19%
Quota destinata ai festeggiamenti	11%

Fonte: Deloitte Christmas Survey

Gli acquisti online

I canali digitali consultati più frequentemente per i regali natalizi	<ul style="list-style-type: none"> • E-commerce (con una quota del 68%) • Motori di ricerca (64%) • Social network (46%) • E-shop e cataloghi digitali (38%)
Quota di persone che valuta i regali online ma li prende in negozio	• 58%
Quota di persone che preferisce toccare con mano i regali nei negozi per poi acquistarli sul web	• 52%
Quota di persone che compra i doni in rete per poi ritirarli nel punto vendita	• 24%
Le ragioni che spingono a usare internet per cercare i doni	<ul style="list-style-type: none"> • Il risparmio di tempo (66%) • La convenienza degli acquisti confrontati sui portali online con facilità (60%) • La possibilità di consultare recensioni indipendenti prima della scelta (57%) • La possibilità di ricevere a casa l'acquisto (49%) • Poter consultare i siti e scegliere durante tutto l'arco della giornata, senza orari (42%)

Fonte: studio di Espresso Communication per Sodexo Benefit&Rewards Services

L'applicazione realizzata da Ericsson permette di coordinare i turni dallo smartphone

Lavoro remoto, gestione remota

L'organizzazione dello smart working fatta con una app

DI MICHELE DAMIANI

Un'applicazione dedicata allo smart working, che consente ai dipendenti dell'azienda di scegliere, con un semplice un clic, fino a 6 giorni al mese in cui lavorare da remoto e ai manager di approvare in tempo reale le richieste e quindi gestire al meglio l'agenda dei gruppi di lavoro. Il dispositivo è stato realizzato da Ericsson Italia, azienda attiva nella fornitura di tecnologie e servizi per la comunicazione. Presente in 180 paesi, con oltre 95 mila professionisti, nel 2018 il gruppo ha registrato un fatturato di 210 miliardi di corone svedesi (circa 20 miliardi di euro). In Italia, la società è presente dal 1918 e oggi conta circa 3.000 professionisti. Dal 2000, sono oltre 600 i brevetti registrati dai ricercatori italiani che lavorano in Ericsson.

La flessibilità negli orari di lavoro è da tempo uno degli obiettivi perseguiti dall'azienda, come spiega Laura Nocerino, head of people di Ericsson Italia e Sud est mediterraneo: «siamo stati tra i primi in Italia a introdurre il telelavoro. E ora abbiamo lanciato un piano sullo smart working approvato dai sindacati, che hanno riconosciuto come nel nostro accordo sia previsto il diritto alla disconnessione». L'applicazione per la gestione dello strumento è stata elaborata dal gruppo stesso a febbraio e già è in progetto un upgrade per migliorarne l'efficacia: «l'applicazione si può scaricare su tutti i dispositivi mobili e permette di organizzare il proprio calendario», spiega Nocerino. «Al suo interno è possibile gestire le richieste di smart working, e visionare quando e quanto è stato utilizzato. Di conseguenza, il dipendente può richiedere la possibilità di lavorare in smart working e ricevere

un feedback istantaneo dal manager. Anche il team manager», continua la responsabile Hr, «ha accesso a tutte le informazioni sull'uso dello strumento: se il dipendente ne ha goduto o meno, se altri della sua funzione lo hanno richiesto per quello specifico giorno. In questo modo, può capire se ha bisogno di persone in sede o se può concedere il lavoro da casa». Lo smart working ha avuto un ottimo seguito nell'azienda; su 2.500 dipendenti che ne potevano far richiesta, 1.800 ne hanno usufruito. E secondo quanto emerge da una survey interna, il 95% dei lavoratori ha espresso il suo gradimento: «gli aspetti positivi sottolineati», dice Nocerino, «riguardano il miglioramento del work life balance, l'aumento della qualità della vita e i risparmi di tempo e costi. Nella giornata di smart working, inoltre, prevediamo anche un ticket lunch. L'umore è migliorato tantissimo. Per far conoscere bene le potenzialità dello strumento, abbiamo fatto una campagna di comunicazione interna e attività di formazione per i manager, a cui abbiamo fornito tutti gli strumenti necessari per gestire al meglio il lavoro».

A prescindere dallo smart working, la formazione dei dirigenti è molto importante in Ericsson: «sono i nostri leader, rappresentano la nostra azienda, quindi è normale che ci investiamo tanto», è il commento della head of people. «Abbiamo svariati programmi, tra cui uno chiamato Ericsson on the move che coinvolgerà 7.500 leader del gruppo sparsi nel mondo. È previsto inoltre un percorso di performance management annuale estremamente flessibile: ci si confronta con le risorse interessate sui loro obiettivi professionali e insieme si definisce il piano di sviluppo. Negli ultimi anni», continua Nocerino, «siamo andati a

rivedere la nostra struttura, ponendo le persone al centro. L'azienda ti offre la possibilità di scegliere tra molte carriere diverse in differenti paesi nel mondo. E il giorno in cui la risorsa sarà tentata da un'altra impresa, il nostro obiettivo è che con il nome Ericsson sul cv abbia più possibilità di essere assunto». La formazione non si ferma solo al livello dirigenziale: «abbiamo una piattaforma online, chiamata Ericsson academy, molto ampia tramite la quale si può accedere a tutte le nostre misure di gestione delle risorse umane. All'interno, si possono trovare svariati corsi per accrescere competenze sia soft che hard. Inoltre, abbiamo contatti diretti con le università: in Italia abbiamo tre centri di ricerca e sviluppo che collaborano con le università di Genova, Pisa e Pagani (Salerno), dove affianchiamo le nostre risorse ai professori per lo sviluppo di progetti. Siamo molto attivi anche nell'implementazione dell'alternanza scuola-lavoro, con cui mettiamo a contatto i giovani con i concetti di programmazione e utilizzo dei software. E facciamo lo stesso anche con gli studenti universitari». Date le peculiarità del settore, l'attività di Ericsson è orientata soprattutto verso il mondo tecnologico. Negli ultimi anni in Italia, ad esempio, l'azienda è attiva nello sviluppo e nell'evoluzione delle attuali reti mobili verso il 5G. Oltre alle attività di formazione standard, per attuare questo sviluppo l'azienda ha sottoscritto con il Ministero del lavoro e le organizzazioni sindacali il contratto di espansione, il nuovo ammortizzatore sociale introdotto con il decreto crescita (legge 58/2019), che consente alle aziende con più di mille dipendenti che



intendono avviare processi di rinnovamento tecnologico di sottoscrivere accordi che diano ai lavoratori la possibilità di usufruire di uno scivolo pensionistico di cinque anni. L'intesa sarà valida fino al 31 dicembre 2020 e prevede l'assunzione di 30 persone con profili innovativi, un piano di formazione e riqualificazione professionali per 1.500 dipendenti e l'adesione volontaria allo scivolo per coloro che matureranno, nel periodo di vigenza dell'accordo, il requisito di accesso alla pensione entro i successivi cinque anni. «Siamo soddisfatti di essere i primi ad adottare lo scivolo pensionistico previsto da questo strumento», afferma la manager, «che ci consentirà di accogliere in azienda i giovani talenti del futuro. Con questa misura», conclude Nocerino, «riusciremo a coniugare allo stesso tempo formazione continua e qualificata del personale con un oculato turnover».

—© Riproduzione riservata—■



Laura Nocerino

Lo studio

E-commerce, è record in Italia

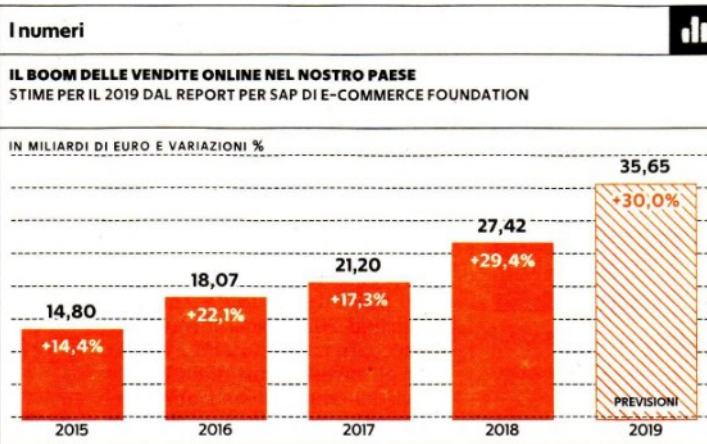
ANDREA FROLLÀ, ROMA

Secondo l'ultimo report commissionato da Sap a fine anno avrà superato i 35 miliardi di euro di vendite segnando anche il maggior aumento percentuale registrato negli ultimi anni

La corsa dell'e-commerce sembra impermeabile a crisi, stagnazioni e rallentamenti ovunque. E che in Italia sfonderà quest'anno il muro dei 35 miliardi di euro. A fare in conti in tasca al commercio online italiano è l'edizione 2019 dell'E-commerce Report Italy, lo studio commissionato da Sap ed elaborato dall'E-commerce Foundation. Secondo i calcoli dell'organizzazione indipendente che promuove il commercio digitale a livello globale, presentati in anteprima esclusiva da Affari&Finanza, anche quest'anno l'e-commerce B2C registrerà l'ennesimo record. Il giro d'affari complessivo del settore toccherà i 35,65 miliardi di euro tra elettronica, cibo, mobili, giocattoli e moda. Seppur in misura quasi impercettibile (dal 29,4% tra 2017 e 2018 al 30% tondo dell'ultimo biennio), l'e-commerce riuscirà addirittura ad archiviare il 2019 con un'ulteriore crescita anno su anno, la migliore dell'ultimo quinquennio.

Le stime ci dicono che entro la fine dell'anno in corso il 37% della popolazione online italiana (16 milioni sui 44 che usano Internet) avrà effettuato almeno un acquisto online. A brindare alla maggior crescita di utenti rispetto al 2018 saranno le due categorie che racchiudono, da un lato, giardinaggio, cura degli animali domestici e attrezzi per bricolage, e dall'altro, giocattoli e prodotti per la prima infanzia, con circa 9,45 milioni di acquirenti ciascuna. Come ormai da tradizione, quest'anno sarà comunque solo un assaggio visto che da qui al 2023 i ricavi dell'e-commerce aumenteranno in ogni settore. Menzione speciale per la moda che, dopo aver toccato i 4,5 miliardi di euro di ricavi nel 2018, galopperà fino a superare quota 6,7 miliardi nel 2023.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



30

PER CENTO

La crescita stimata dell'e-commerce in Italia a fine 2019



Il rapporto della società Secursat

Più ragazzi in fila alle casse «È l'effetto 'Black friday'»

**Bene il venerdì nero degli acquisti, con i consumatori più che raddoppiati
I flussi di giovani e giovanissimi in particolare sono aumentati di circa l'8%**

LE PRESENZE

Il 29 novembre sono stati registrati 12mila ingressi nei camerini, pari al doppio di un normale venerdì di shopping

di **Gabriele Tassi**
ROMA

Li abbiamo visti per anni, trascinarsi a forza lungo le vie dello shopping. Uomini e ragazzini alla mercé di compagne assetate di compere: qualcosa è cambiato. Sarà forse l'effetto 'Black friday'? Pare di sì, perché secondo i dati raccolti da Secursat, l'archetipo del 'maschio' allergico agli acquisti sta pian piano svanendo. Proprio nel 'venerdì nero' dell'ultimo weekend di novembre infatti sono raddoppiati i flussi di consumatori, con una particolare incidenza su uomini e ragazzi, che - fra casse, camerini e scansie - hanno visto un aumento di circa l'8% rispetto allo scorso anno. A dare una mano all'indagine di Secursat (azienda specializzata nell'integrazione delle tecnologie di sicurezza e intelligenza artificiale applicata alle security cam) sono stati proprio gli 'occhi elettronici', distribuiti in oltre 1.200 luoghi di vendita in tutta Italia.

Ebbene, la fantascienza è altro, perché l'analisi elaborata dall'azienda con sedi ad Asti, Milano e Roma non invade la privacy dei clienti. Ne rileva piuttosto

il comportamento al momento dell'acquisto, un contributo importante quando si cerca di orientare nel modo corretto gli sforzi del personale addetto alle vendite per aumentare la soddisfazione dei clienti. «Un grande lavoro di raccolta dati - spiega Maura Mormile, business development manager di Secursat -. La loro elaborazione può dare grandi risposte agli esercenti in giornate chiave come il Black friday».

I risultati quali sono?

«In totale si parla di circa 12mila ingressi nei camerini, contro una media di seimila in un normale venerdì, con tempi di attesa alle casse raddoppiati, come raddoppiano anche gli uomini nella zona camerini. Restano stabili invece le donne. I numeri sono in linea con lo scorso anno, e nettamente superiori a tre anni fa».

E invece l'obiettivo della vostra analisi?

«Fondamentalmente, volevamo capire se il successo dello scorso anno fosse solamente un caso isolato oppure lo speciale giorno di promozione fosse entrato davvero nelle abitudini dei consumatori, e il Black friday 2019 è stata una conferma».

Come funziona il sistema?

«Le telecamere non fanno altro che contare le teste delle persone e suddividerle per genere (i loro volti non vengono memorizzati, e così la loro identità resta al sicuro)».

Quali vantaggi può avere un rivenditore, o una grande catena grazie ai risultati di questo studio?

«È possibile arrivare meglio preparati alle giornate di promozione, per esempio incrementando il numero del personale, ridisegnando alcuni settori dell'area vendita, o semplicemente aprendo più casse».

Già, perché il vostro sistema calcola anche i tempi medi di presenza nelle aree strategiche.

«Lavoriamo con retailer che operano principalmente nel campo dell'abbigliamento, e, fra l'area casse e quella dei camerini i tempi di permanenza sono aumentati fino a 3 volte, vale a dire anche 600 persone in un'ora. Un'altra prova che ci suggerisce come i flussi di persone siano fortemente influenzati dal Black friday».

Il vostro è un lavoro lungo 24 ore al giorno e 365 giorni l'anno. Quando la gente compra di più?

«Durante le feste, i flussi medi per esempio aumentano nell'ordine di 1000/1.500 presenze. Ma è in periodi promozionali come il Black friday che si raggiungono i picchi maggiori, che, nel caso di venerdì 29 sono addirittura raddoppiati rispetto a un normale venerdì».

Insomma, nonostante il web, i negozi fanno ancora la loro parte.

«È una questione di cultura, agli italiani piace ancora toccare prima di acquistare, ma non è detto che l'oggetto venga preso in negozio, perché molti dei nostri retailer hanno anche lo store online».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**Maura Mormile, business
development manager di Secursat,
leader nelle tecnologie di sicurezza**

DOSSIER FINANZA

Private banking
Patrimoni in aumento

Vontobel punta sui Certificati d'investimento e dedica un paniere al 5G nella nuova emissione di Cash Collect

Perego a pagina 12

I Certificati conquistano anche gli investitori retail

Il portafoglio titoli secondo Vontobel Investment Banking

«Trasparenza, versatilità e vantaggi fiscali sono le caratteristiche di un prodotto finanziario sempre più apprezzato dai risparmiatori
Un paniere dedicato al 5G nella nuova emissione di Cash Collect»

di **Achille Perego**
MILANO

Trasparenti, versatili, regolamentati e con anche un vantaggio fiscale. Sono i Certificati, uno strumento finanziario che sta riscuotendo sempre di più il favore degli investitori. Ma che vantaggi offrono nell'essere inseriti in un portafoglio nell'attuale scenario di mercato? «I Certificati sono prodotti finanziari che mettono a disposizione degli investitori privati strategie di investimento articolate, che solitamente vengono utilizzate da investitori istituzionali», spiega Francesca Fossatelli, responsabile Public distribution Italy di Vontobel Investment banking, player di primaria grandezza a livello europeo nel mercato dei Certificati con una quota superiore al 10%. «I Certificati - aggiunge Fossatelli - sono quotati in Borsa, caratteristica che li rende trasparenti e ben regolamentati, hanno una soglia di investimento minima contenuta e sono versatili, cioè consentono di investire in diversi modi su molteplici attività, denominate sottostanti: azioni, obbligazioni, indici azionari o materie prime. Inoltre sono caratterizzati da un trattamento fiscale interessante. In un contesto di mercato con tassi bassi, o addirittura negativi, possono essere presi in considerazione come alternativa al classi-

co investimento obbligazionario, poiché vi sono alcune tipologie che consentono di ricevere interessanti premi periodici al verificarsi di determinate condizioni».

A quale target di investitori sono rivolti?

«Offrendo una gamma di possibilità veramente ampia, sono rivolti sia a investitori interessati a rendimenti elevati, e quindi disposti anche a subire maggiori perdite, sia a investitori più prudenti e che puntano a proteggere, conservare e far crescere in modo più moderato il proprio capitale. Ad esempio, un investitore privato che ha già familiarità con gli Etf può valutare un investimento nei certificati più semplici, i tracker certificate, che in pratica replicano in modo lineare l'andamento di un indice sottostante. I consulenti finanziari spesso li utilizzano nei portafogli dei clienti, e li affiancano ai fondi tradizionali con l'obiettivo di aggiungere un'esposizione non lineare al sottostante».

Che cosa consiglia a un investitore retail?

«Non esiste una regola generale, anche perché ogni investitore ha caratteristiche, obiettivi di investimento, orizzonte temporale o tolleranza al rischio differenti. Il consiglio generale che si può dare è quello valido per tutti gli investimenti: diversificare e non concentrare tutto il proprio capitale su un unico strumento o posizio-

ne».

La vostra più recente novità sono i Certificati cash-collect: che caratteristiche hanno?

«Si tratta di una tipologia di Certificati d'investimento che consente di ottenere premi periodici se il sottostante si trova al di sopra di una barriera premio prefissata e la possibilità di ottenere un rimborso anticipato del capitale investito se, in una determinata data, il sottostante si trova al di sopra della barriera di rimborso anticipato. I nove Cash Collect che abbiamo emesso recentemente hanno inoltre caratteristiche differenti. Tre di loro presentano il cosiddetto 'effetto memoria', cioè se in una delle date stabilite non dovesse verificarsi la condizione pagamento del premio, questo non andrebbe perso, ma conservato in memoria e di conseguenza pagato alla successiva data in cui si verifichi la condizione di pagamento. Alcuni di essi, poi consentono di investire su panieri tematici, come il settore assicurativo, bancario, oppure su



un tema di attualità come il 5G». **Si tratta, parliamo del 5G, di un tema da cogliere anche come investimento?**

«La digitalizzazione è un megatrend ormai inarrestabile e in continua evoluzione, e con il 5G un nuovo standard tecnologico entrerà nella nostra vita. Si tratta pertanto di un tema di investimento estremamente interessante, con una prospettiva anche di lungo termine. Oltre al paniere dedicato all'interno della nuova emissione di Cash Collect abbiamo dedicato al 5G anche il Tracker Solactive 5G Technology Performance-Index, che replica l'andamento di un indice composto da azioni connesse al tema di investimento».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Francesca Fossatelli, responsabile Public distribution Italy di Vontobel

La ricerca di Ups

Premi fedeltà, consegne rapide e resi semplici Ma chi compra online guarda di più al prezzo

Circa il 94% degli italiani si informa sui prodotti prima di acquistarli sul web. Al centro delle loro richieste (89%) ci sono gli sconti

PROGRAMMA FEDELITÀ

Circa il 22% dei consumatori ne ha sottoscritti più di cinque per le spese inferiori e gli incentivi promessi

NODO SPEDIZIONE

Il 33% dei clienti, se può, cerca di non pagare il costo delle consegne scegliendo tempi di transito più lunghi

di **Andrea Ropa**
MILANO

I saldi, lo sconto, il sottocosto.

La piacevole iniezione di autostima che si prova quando si è convinti di aver fatto un affarone. O almeno di avere risparmiato sulla spesa. Il principio è lo stesso che ci porta a riempire i carrelli al supermercato con cose che magari non servono nell'immediato, ma che si possono comprare a prezzi convenienti. La recente scorpacciata del Black Friday e l'avvicinarsi dello shopping natalizio confermano che gli italiani che fanno acquisti online considerano il prezzo come fattore principale e determinante sulla scelta finale, mentre altri aspetti - dal sito internet accattivante all'app user-friendly, dalla possibilità di restituire la merce alla rapidità della consegna - restano in secondo piano.

Una scelta pragmatica, fatta dall'89% degli acquirenti online secondo lo studio 'Pulse of the Online ShopperTM' condotto 2019 da Ups, azienda leader globale nella logistica. La ricerca rileva l'evoluzione dei trend, delle preferenze e delle aspettative di circa 18mila acquirenti online in 15 paesi in Europa (inclusa l'Italia), Americhe e Asia e analizza l'impatto generazionale che i Baby Boomer, la Generazione X, i Millennial e la Generazione Z stanno avendo sulle dinamiche

retail, offrendo a retailer, grossisti e produttori informazioni preziose che possono aiutarli a crescere e competere a livello globale.

I clienti fanno ricerche prima dell'acquisto, più di quanto si immagini. Il 94% dei clienti italiani effettua ricerche sui prodotti prima di acquistarli online, mentre le generazioni più giovani sono quelle che si lasciano influenzare di più dalle recensioni dei clienti. I consumatori italiani sono più interessati a ricercare informazioni sul prezzo del prodotto e sugli sconti (89%), poi sulle opzioni di consegna, inclusi velocità e costi (62%), infine sui dettagli del prodotto e le alternative (44%). Quando acquistano da negozi online stranieri, il 94% degli acquirenti italiani si aspetta di visualizzare tutte le spese di spedizione, inclusi dazi e tasse, prima di completare l'acquisto.

Quasi un quarto (22%) dei consumatori italiani partecipa a più di cinque programmi fedeltà. Tra le ragioni troviamo la spedizione gratuita, gli sconti riservati ai soci e i punti fedeltà. Al contempo i marketplace online continuano ad essere apprezzati: il 98% degli acquirenti online ha acquistato su un marketplace, mentre il 42% dei consumatori ha intenzione di fare più acquisti sui marketplace nei prossimi 12 mesi.

La rapidità diventa un fattore negoziabile: gli acquirenti Millennial sono più propensi a scegliere

re soluzioni di consegna veloce rispetto agli intervistati di altre fasce di età che sono disposti a considerare anche diverse opzioni, come una consegna meno rapida a fronte di spese inferiori o incentivi. Complessivamente la propensione dell'acquirente italiano a pagare la spedizione è molto bassa: si cerca di ottenere la spedizione gratuita, anche con tempi di transito più lunghi (33%), oppure aggiungendo articoli al carrello (32%) e cercando online un codice promozionale (31%). Il desiderio dei consumatori di usufruire della spedizione gratuita torna utile proprio ai rivenditori per eventuali incrementi del fatturato o per l'ottenimento di dati di marketing.

Una questione chiave per gli acquirenti online italiani è quella della restituzione degli articoli, con il 71% dei consumatori intervistati che dichiara che l'esperienza del reso influisce sul fatto di continuare ad acquistare da un retailer. Il 34% degli acquirenti online ha restituito la merce negli ultimi tre mesi. In Italia più di tre quarti degli acquirenti (77%) rispediscono i resi ai venditori/re-



tailer e la ragione principale di un'esperienza di reso negativa è il ritardo nel ricevere il rimborso (25%). Politiche di reso non chiare o restrittive infastidiscono una percentuale significativa dei consumatori come la mancata possibilità di restituire un prodotto in negozio (22%) o il pagamento per il reso (20%).

«**L'e-commerce** - commenta Abhijit Saha, vicepresidente marketing di UPS Europe - può trainare la crescita di aziende di tutte le dimensioni, ma in particolare delle piccole aziende che mai come ora possono raggiungere nuovi clienti, sia a livello nazionale che all'estero. Avere successo online non è scontato e i retailer devono fare in modo di soddisfare le aspettative dei consumatori. I clienti ricercano visibilità, desiderano essere il più informati possibile e si aspettano un'esperienza di reso priva di difficoltà. Gli ultimi risultati mettono bene in evidenza la sfida: non esistono due acquirenti online uguali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Lo studio su un campione di 18mila utenti

Due transazioni a persona nell'arco di 3 mesi

Lo studio 'UPS Pulse of the Online Shopper' analizza le abitudini di acquisto dei consumatori, dalla fase precedente all'acquisto a quella successiva alla consegna. Lo studio è stato condotto all'inizio del 2019 e si basa sul sondaggio realizzato da PwC su oltre 18mila acquirenti online a livello mondiale. Gli intervistati avevano effettuato almeno due acquisti online nell'arco di un periodo-tipo di tre mesi.

I droni parlano italiano «Abbiamo spiccato il volo»

La Italdron di Ravenna è il primo costruttore per aeromobili autorizzati da Enac

**Tre business unit: produzione, Academy e servizi alle imprese
In portafoglio anche grandi clienti internazionali, da Vodafone a Huawei
«Contiamo di arrivare a un giro d'affari superiore ai 3,5 milioni»**

di **Giuseppe Catapano**
RAVENNA

Tutto è cominciato nel 2008. Quando l'utilizzo dei droni in ambito civile sembrava prospettiva ancora lontana, legata a uno sviluppo tecnologico tutto da costruire. «Undici anni fa lo scenario era poco chiaro: nessuno immaginava quali potessero essere le possibili finalità di utilizzo» ricorda Tommaso Solfrini, vicepresidente di Italdron, azienda leader nella progettazione, nello sviluppo e nella produzione di sistemi a pilotaggio remoto. Eppure, a Ravenna, prese forma e sostanza un progetto ambizioso fondato sull'idea – all'epoca innovativa e futuristica – di sviluppare un mercato di tecnologie e servizi legati ai droni.

Tre i protagonisti: lo stesso Solfrini e i colleghi imprenditori Luciano Morigi e Stefano Russo. «Non eravamo visionari, semplicemente volevamo esplorare le potenzialità di quegli oggetti volanti. Non c'erano né un mercato, né una normativa di riferimento. Ma noi eravamo convinti che ci fossero i margini perché la nostra idea diventasse realtà. Così cominciammo a cimentarci nella costruzione e nell'utilizzo di alcuni prototipi».

A undici anni di distanza, la missione può dirsi compiuta. Quell'intuizione si è concretizzata nel 2012 con la nascita di Ital-

dron, realtà di cui Morigi, Solfrini e Russo sono rispettivamente presidente, vicepresidente e consigliere. Con loro, al timone, c'è l'amministratore delegato Nicola Nizzoli. Oggi Italdron è il costruttore con il maggior numero di aeromobili a pilotaggio remoto autorizzati al volo secondo le normative Enac (Ente nazionale aviazione civile) e oramai l'unico costruttore italiano di droni professionali. Tra i clienti e partner, spiccano realtà internazionali del calibro di Vodafone e Huawei, per la sperimentazione del 5G, ma anche di Terna, Anas, Luxottica e Iper. Il gruppo romagnolo è strutturato in tre business unit: l'azienda capofila Italdron si occupa di produzione, Italdron Academy di formazione e Italdron Air Service di servizi alle grandi imprese. Il fatturato complessivo si aggira intorno ai 2,5 milioni di euro (2018), ma il 2019 è stato un anno caratterizzato da una notevole crescita. «E infatti – osserva l'ad Nizzoli – contiamo di arrivare a un giro di affari superiore ai 3,5 milioni». I dipendenti complessivi sono 25, ai quali va aggiunta una quarantina di collaboratori. «Il nostro settore – continua il manager – sta attraversando un momento di cambiamenti normativi e tecnologici. Fino a qualche anno fa l'utilizzo dei droni in ambito civile era legato quasi esclusivamente all'acquisizione di foto e video, che oggi è marginale».

Numerosi sono gli ambiti di applicazione, dalle ispezioni di impianti industriali, infrastrutture e beni culturali – per riscontrare eventuali anomalie, anche con ricostruzioni in 3D – alla prevenzione del dissesto idrogeologico, fino alla sicurezza e all'agricoltura di precisione. «Si rivolgono a noi sia professionisti, come ingegneri o geometri, per la necessità di acquisire competenze e mezzi, sia le grandi aziende. Abbiamo mandato mezzi in tutto il mondo». Fornendoli anche a realtà come Etihad, Shell, Red Bull e Nestlé con la business unit Air Service.

L'Academy fondata nel 2016, con sede centrale a Ravenna e altre 20 basi operative in tutta Italia, ha 'sfornato' in 3 anni di attività oltre 4mila piloti professionisti. I droni sono utilizzati in diversi settori, dalle costruzioni all'energia. «Nei comparti della sicurezza – continua Nizzoli – ci sarà un notevole sviluppo nei prossimi anni. Così come in quello dei trasporti: i sistemi a pilotaggio remoto possono anche essere usati per trasportare materiali in maniera veloce. La verità è che abbiamo visto ancora poco: oggi sappiamo cosa sono i droni, un giorno li vedremo volare senza stupore, come accade per gli aerei».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Da sin. Stefano Russo, Nicola Nizzoli,
Luciano Morigi e Tommaso Solfrini

Sulle piattaforme si possono acquistare non solo regali ma anche oggettistica. Ecco come piccole e grandi startup alimentano il business che guarda soprattutto ai giovani

I negozi online spopolano anche in **Puglia**

Il fatto

● La stagione dello shopping online ha aperto i battenti con il Black Friday a novembre e andrà avanti per tutto il mese di dicembre fino al giorno della Befana. Oltre ai colossi dell'e-commerce, ci sono tante startup



Le idee

Nel «carrello» oltre il food ci sono i prodotti realizzati con tessuti artigianali

Non solo i grandi negozi virtuali del web. Nel mese di dicembre è corsa al regalo, nei negozi, nei centri commerciali e anche in rete. La stagione dello shopping online apre i battenti con il Black Friday a novembre e va avanti per tutto il mese di dicembre fino al giorno della Befana. Oltre ai colossi dell'e-commerce, una miriade di start up, piccole imprese e venditori diretti tentano di ampliare il loro business in rete. E in Puglia sono parecchie queste realtà che vendono soprattutto prodotti legati fortemente al territorio.

Sicuramente i pacchi natalizi formati dai migliori prodotti enogastronomici regionali fanno la parte del leone delle vendite. E saporipugliesi.it è uno dei siti più cliccati per questo genere di regali. Le prenotazioni, infatti, non arrivano soltanto dalla Puglia, ma da tutta Italia. Una bottiglia di olio extravergine d'oliva, dei taralli cotti al forno, una bottiglia di ottimo Primitivo e un pacchetto di orecchiette permettono di fare una bella figura in ogni contesto. Sulla piattaforma si possono comprare anche friselle, il pane di Altamura, latticini e salumi tipici, ma anche le novità nel campo delle birre artigianali regionali. Il sito offre anche consigli sulle ricette, con tanto di tutorial su youtube.

Anche gli oggetti di decorazione utili per la casa, come alcuni pezzi in ceramica, sono dei prodotti molto ricercati nello shopping online. Anzi, molte prenotazioni arrivano direttamente da altri Paesi europei, spesso da turisti che non hanno potuto riempire ulteriormente la loro valigia durante l'ultima vacanza in Puglia. Il sito www.ceramicaartigianalecoli.it è un portale salentino che si distingue per la ricca offerta nella web-vetrina: tegami, brocche, piatti, pentole, tazze e ceramiche da giardino. La consegna è garantita in 48 ore lavorative, ma non nel periodo natalizio, quando è sempre meglio prenotare con qualche giorno in anticipo. Dopo il food e l'oggettistica, tra le idee regalo, ci sono prodotti realizzati con tessuti artigianali. Sempre salentina è la Tessitura Giaquinto, che offre disegni e trame unici ed autentici. I materiali sono rigorosamente scelti e selezionati e la lavorazione è rigorosamente artigianale: i filati utilizzati sono il cotone perlé egiziano e il lino tinto in filo in dantrene. Tovaglie di lino e misto lino, asciugamani pregiati, centrotavola con disegni barocchi e tovaglie rifinite possono essere scelti per un regalo differente dal solito. E per mettere nel carrello e acquistare basta solo un click.

A. A. C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'accordo tra Engineering e Moovit

Algoritmi a bordo, così cambia il trasporto

Mobilità, sostenibilità e tecnologia. È su queste basi che si fonda l'accordo tra Moovit (app per la localizzazione dei mezzi presente in 94 Paesi al mondo, in oltre 3 mila città e usata da 625 milioni di clienti) e Engineering, il più grande gruppo tech italiano, impegnato nella trasformazione digitale delle aziende. L'obiettivo è integrare le competenze in un'unica piattaforma al servizio non solo degli utenti ma anche delle aziende di trasporto. «Se oggi le indicazioni offerte da Moovit si basano sulla condivisione delle informazioni da parte degli utenti — spiega Carmine Rossin, direttore della Transportation & Infrastructure Business Unit di Engineering —, l'alleanza con il nostro gruppo integra la raccolta dei dati provenienti dal veicolo in un'ottica più di impresa generando vantaggi significativi per le aziende del trasporto pubblico che possono gestire con un sistema di ultima generazione l'organizzazione delle flotte, anche disegnando nuovi percorsi dei mezzi e per i cittadini che potranno godere di servizi più efficienti».

Organizzazione ma anche sicurezza e manutenzione, grazie all'acquisizione dei dati relativi alla diagnostica del veicolo (il suo stato, lo stato degli apparati di bordo...) fornendo indicazioni utili sulle necessità di intervento. L'accordo per il momento ha suscitato l'interesse di diversi soggetti sul territorio nazionale, con alcuni dei quali si è già formalizzata una partnership, «e stiamo guardando all'applicazione sul territorio europeo e statunitense — precisa Rossin —. Il paradigma su cui noi stiamo lavorando per i nostri sistemi consiste nel mettere gli operatori del trasporto nella condizione di aumentare l'efficacia e l'efficienza del servizio che erogano, contenendo o ottimizzando i costi a pa-

rità di infrastrutture esistenti. Forniamo soluzioni software affinché i gestori possano fare meglio il proprio mestiere».

Un punto, questo, fondamentale anche quando si parla di gare: «La capacità di raccolta puntuale dei dati, analisi e rielaborazione, è la chiave per la misurazione delle proprie performance di servizio. Laddove io azienda di trasporti vedo delle possibilità di un'ulteriore miglioramento dell'efficienza della mia prestazione, posso intervenire divenendo più competitiva. Oggi più che mai il settore dei trasporti, sia su gomma sia su rotaia, soprattutto al Nord Italia, vive l'incombenza della concorrenza degli operatori esteri, così come del resto anche gli italiani guardano ad altri mercati. A maggior ragione in questo contesto di competizione europea, nonché di necessità di trasformazione del trasporto locale, la chiave è e sarà sempre di più conoscere e saper gestire gli indicatori di performance», conclude Carmine Rossin.

Maria Elena Zanini

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Smart

Carmine Rossin,
direttore
della Business Unit
«Transportation
& Infrastructure»
di Engineering





Vantaggi e rischi di un futuro “euro digitale”

La Ue per ora dice no alle monete private e agli «stablecoins» con dimensioni globali, come dovrebbe essere Libra, la criptovaluta che Facebook ha annunciato di voler lanciare l'anno prossimo. Gli «stablecoins», a differenza dei bitcoins, sono criptovalute il cui valore è ancorato ad una serie di beni, di monete e di prodotti che dovrebbero stabilizzarne il corso, rendendoli quindi anche più adeguati come strumenti di pagamento. In questo senso, dunque, soprattutto se dovessero essere lanciati su scala globale, potrebbero finire per diventare una vera e propria alternativa alle valute emesse dagli stati sovrani. Al primo consiglio Ecofin cui ha partecipato la nuova Commissione, con Paolo Gentiloni in carica per gli Affari economici e monetari, i governi europei hanno però deciso che «nessun accordo per uno stablecoin globale dovrà entrare in funzione nell'Unione europea fino a che i rischi legali, regolatori e i problemi legati alla supervisione non saranno stati adeguatamente identificati e risolti». Ma la questione delle valute digitali non può certo essere affrontata con un semplice divieto, sia perché già ne circolano per miliardi, sia perché esse, come molti altri prodotti derivati dalle blockchain, presentano anche indubbi

vantaggi, o meglio potrebbero presentarli se riuscissero veramente a presentarsi come strumenti di pagamento con un valore stabile e credibile. Per questo la Commissione europea già da un certo tempo sta studiando come si potrebbe cercare di regolamentare le criptovalute e gli «stablecoins», che sono comunque valute private, per definizione concepite in modo da sfuggire ad ogni regolamentazione, stabilendo anche un sistema di supervisione. L'uso di una moneta digitale non deve comunque essere necessariamente appannaggio dei privati. Alla riunione del Consiglio Ecofin, il primo a cui partecipasse anche Christine Lagarde nelle sue nuove funzioni di presidente della Bce, i ministri hanno avuto anche modo di discutere un rapporto della Banca centrale europea che contempla la creazione di una moneta digitale pubblica. Secondo Francoforte, questa potrebbe rivelarsi necessaria per abbattere il costo delle transazioni elettroniche di fronte ad una progressiva riduzione dell'utilizzo delle banconote. Ma anche la creazione di un “euro digitale” gestito dal potere pubblico, avverte la Bce, potrebbe avere un impatto enorme sul sistema finanziario, i cui eventuali rischi andrebbero analizzati attentamente prima di passare all'azione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Alla faccia della Bce

La Francia emetterà il proprio euro “virtuale”

■ Una valuta digitale delle Bce «potrebbe comportare rischi», ha detto il presidente, Christine Lagarde, secondo la quale essa «potrebbe alterare il modo in cui la politica monetaria viene condotta e trasmessa all'economia reale. Potrebbe anche avere implicazioni per il funzionamento del sistema finanziario globale e la sua stabilità. La questione delle valute digitali delle banche centrali e del loro design ottimale merita quindi ulteriori analisi», ha concluso Lagarde. Parole cadute nel vuoto, in Francia. La banca centrale transalpina infatti inizierà a testare il progetto entro la fine del primo trimestre del prossimo anno una propria valuta digitale.

La notizia è stata confermata dal governatore Francois Villeroy de Galhau, il quale ha spiegato che la valuta sarà dedicata alle transazioni “all'ingrosso” per importi molto elevati. Il progetto, per ora, non interesserà i pagamenti effettuati da utenti individuali.

L'iniziativa della banca centrale francese è la prima del genere nella zona euro. L'obiettivo dichiarato è quello di far valere la sovranità di Parigi sugli altri progetti relativi alle valute digitali, come Libra, la moneta virtuale di Facebook. Bruno Le Maire, ministro delle finanze di Macron, è più che favorevole.

Resta un dubbio: se la Francia può creare una propria moneta digitale, che senso ha tutta l'impalcatura dell'euro? In fondo l'euro virtuale è uguale ai mini-Bot di leghista memoria...

G. ZUL.



Multimedia

Hi-tech & innovazione

Il caso

Apple, la nuova rivoluzione il sistema operativo si fa in cinque

ERNESTO ASSANTE, ROMA

Il gruppo della Mela va all'opposto della strada scelta da Android. Ogni terminale avrà il suo software: ovviamente comunicheranno tra di loro ma ciascuno punterà su esigenze specifiche, dalla tv agli smartwatch

Il mondo digitale riserva sempre qualche sorpresa, perché corre più velocemente di quanto ci si immagini e quelle che sembravano, solo un paio di anni fa, prospettive certe adesso, alla prova dei fatti, lo sono assai meno. Prendete, ad esempio, l'universo dei sistemi operativi. Era un mondo dominato da Microsoft, in maniera assoluta, con una quota piccola nelle mani di Apple e una assai più piccola nell'open source di Linux. Poi sono arrivati i sistemi mobili, e in quel campo le percentuali sono state fin dall'inizio molto diverse, con il dominio di Apple, BlackBerry, Nokia, sconvolto poi dall'arrivo di Google con il suo Android che ha fatto piazza pulita della concorrenza e ha sfidato Apple conquistando il vertice del mercato. Con il crescere d'importanza delle app e con la maggiore centralità della mobilità anche nel campo dei computer, con la crescita dei laptop, si è pensato per qualche tempo che l'universo delle macchine digitali andasse verso un'evoluzione dei sistemi operativi tale da immaginare che un unico software potesse governare computer, smartphone, tablet, televisori e altro.

IL MAC E GLI ALTRI QUATTRO

Invece, se si guarda a quanto ha proposto ultimamente Apple in maniera molto decisa, forse non sarà così. O meglio: la base dei sistemi operativi sarà simile, Android, iOS, Windows, ma le declinazioni saranno molte, a seconda dei device. L'apparenza sarà simile, come è già oggi per i sistemi Android e Apple e Windows, sia su uno smartphone che su un tablet o su uno smartwatch, ma la sostanza sarà diversa. E' questa la strada presa con decisione da Apple, che negli ultimi mesi ha tenuto a sottolineare quello che in realtà era già nei fatti (non avendo mai messo nemmeno in campo un'ipotesi di matrimonio tra il sistema operativo mobile e quello per i computer), annunciando sistemi operativi diversi per ogni device. Il motivo? È semplice: se un unico sistema operativo deve poter funzionare su macchine diverse, sarà il minimo comun denominatore a dominare, abbassando alcune potenzialità o riducendo alcune specificità a favore della compatibilità tra un device e l'altro. Se invece ogni sistema operativo è calibrato su un device specifico, è evidente che potrà ottenere risultati migliori.

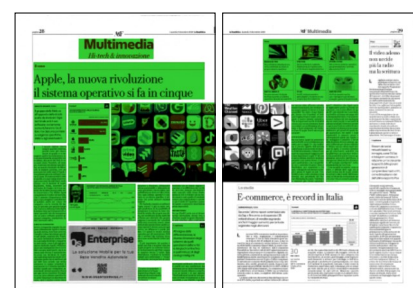
Per Android, essendo un software "open source" è già in parte così, ogni produttore ha la possibilità di manipolare il sistema di base rendendolo adatto alla propria macchina, può modificare alcune parti del software per adattarlo alle proprie esigenze o necessità. Per i prodotti della mela morsicata invece, siamo arrivati alla nascita di ben quattro sistemi operativi diversi, uno per ogni device, da affiancare a quello per Mac. C'è quindi lo storico sistema operativo per gli smartphone, l'iOS che è arrivato alla versione 13.2.3, ma ci sono anche iPadOS, tvOS e wat-

chOs.

Il più importante dei quattro è quello per iPad, è la prima volta che Apple progetta un software dedicato esclusivamente agli iPad e separa in maniera decisa il tablet dallo smartphone, rendendo le tavolette sempre più performanti e "vicine" ai computer, senza perdere le caratteristiche che ne hanno segnato il successo e la differenza dai vecchi PC. Se è vero, dunque, che iPadOS è stato costruito sulle stesse fondamenta di iOS è evidente che la strada maestra sarà quella di renderlo sempre più indipendente e specifico per i tablet di Cupertino, aprendo quindi a soluzioni e innovazioni prima impossibili.

GESTI MULTITOUCH

Per ora iPadOS porta con sé alcune novità interessanti, alcune tese a sfruttare meglio lo spazio disponibile sullo schermo, altre a introdurre nuovi gesti multitouch, altre del tutto inutili per uno smartphone ma utilissime per un tablet trasformato in uno strumento di lavoro, come l'uso di un mouse o di una tastiera: "iPad trasforma il modo in cui le persone lavorano ed esprimono la loro creatività, e con iPadOS ci spingiamo ancora oltre offrendo entusiasmanti funzionalità che sfruttano il suo ampio spazio di lavoro e la sua versatilità" ha detto Craig Federighi, Senior vice President of Software Engineering di Apple, presen-



tando il nuovo sistema operativo, "Tra le importanti novità di iPadOS ci sono una nuova schermata Home con widget, un multitasking più potente e nuovi strumenti che rendono l'uso di Apple Pencil ancora più naturale".

LA TV 4K E I GIOCHI

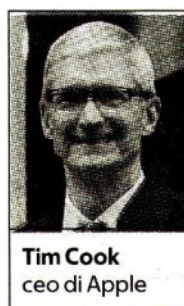
Ma non basta: Apple ha presentato anche il tvOS, ovvero il sistema operativo per la Apple TV, che trasforma il piccolo oggetto dell'azienda californiana in un potente strumento di intrattenimento, chiave di volta per la conquista del soggiorno delle case degli utenti. Apple TV 4K con il nuovo sistema operativo dedicato permette una nuova Home, il supporto multiutente, e la compatibilità con i controller di gioco Xbox e

PlayStation, per consentire a chi ama i videogiochi di sfruttare al meglio i games di Apple Arcade. L'obiettivo è alto, come sottolinea Greg Joswiak, vice presidente del Product Marketing di Apple, "ridefinire lo standard per l'home entertainment", obiettivo che Apple spera di raggiungere anche sul fronte dei contenuti, con la sua offerta di Apple TV+ che intende fare concorrenza a Netflix e a Disney nel campo dello streaming televisivo. E sicuramente non è lontano dal vero ipotizzare che sia stata proprio la necessità di adattare al meglio il sistema operativo per la sua fruizione sulla televisione, schermo di dimensioni incommensurabilmente più grandi di quelle degli smartphone, dei tablet e degli

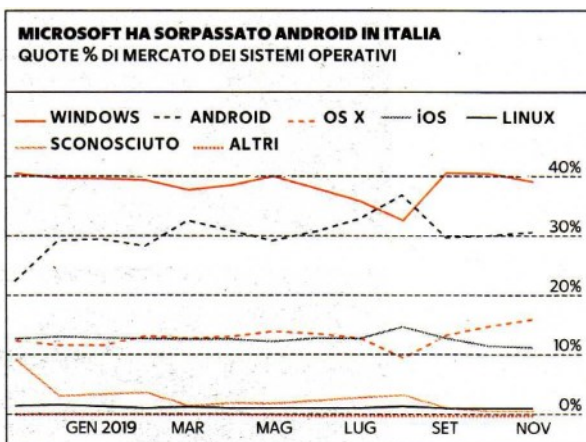
smartwatch (e mercato nuovo e estremamente ampio per Apple), a far ondeggiare il pendolo a favore della decisione di avere sistemi operativi differenti per device differenti. Ultimo, ma non ultimo negli interessi di Apple, il sistema operativo per gli smartwatch, watchOS, che ha addirittura un App Store dedicato e la possibilità quindi di avere applicazioni autonome dall'iPhone, il che apre un'ulteriore fetta di mercato all'"orologio intelligente" dell'azienda diretta da Tim Cook.

Cosa accadrà in seguito, come al solito, è difficile dirlo oggi, ma la strada imboccata da Apple potrebbe portare a tali e tante differenziazioni in futuro da rivoluzionare ancora una volta, lo scenario generale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



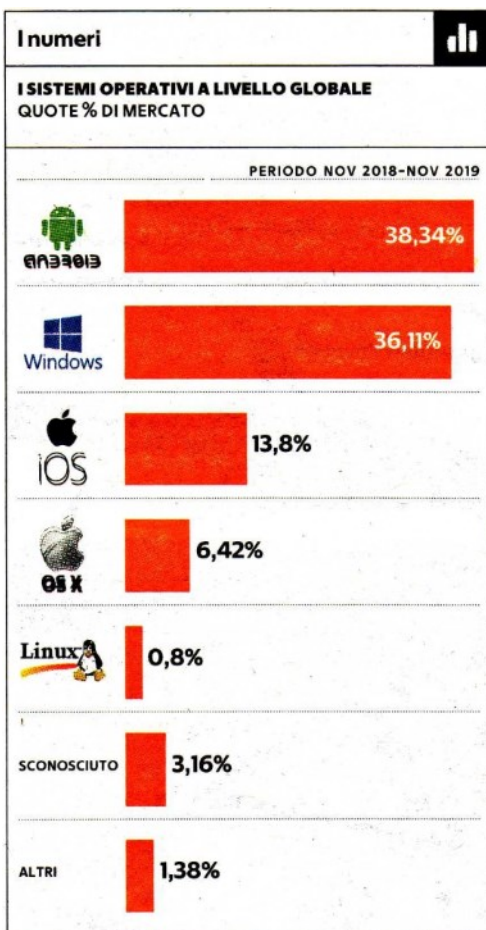
Tim Cook
ceo di Apple



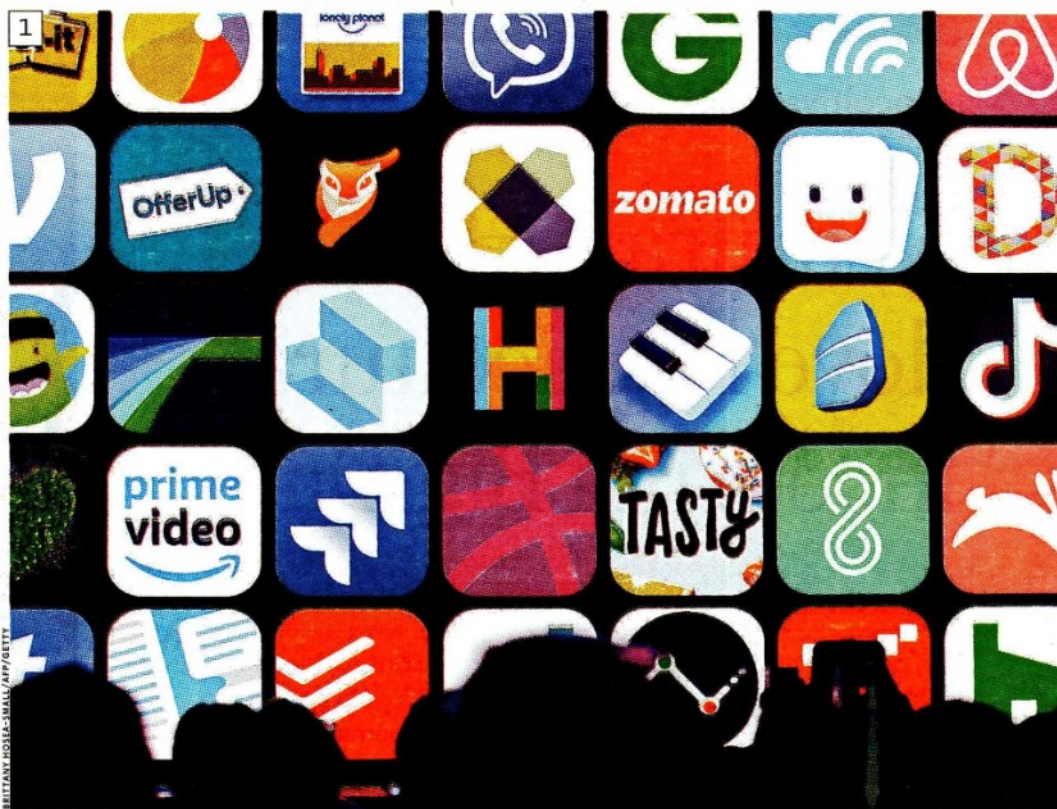
L'opinione



All'origine della differenziazione, le diverse dimensioni degli schermi: da quelli grandissimi della tv Hd e dei giochi online fino a quelli minuscoli degli orologi intelligenti



Focus		
 <p>MACBOOK PRO Finora il laptop della Apple era l'unico terminale ad avere un proprio sistema operativo</p>	 <p>IPAD PRO Qui la novità è più evidente, il tablet avrà per la prima volta un Os diverso dagli smartphone</p>	 <p>IPHONE 11 PRO iOS, lo storico sistema operativo per gli smartphone, è arrivato alla versione 13.2.3</p>
 <p>WATCH SERIES 5 Per gli smartwatch la Apple ha messo a punto un sistema operativo denominato watchOs</p>	 <p>TV 4K il tvOS, sistema operativo per la AppleTv, ha anche un suo proprio App Store dedicato</p>	 <p>AIRPODS PRO Il tvOs è operativo anche con i videogiochi, per sfruttare al meglio i games di Apple Arcade</p>



1 Il senior vice president della divisione Software Engineering di Apple Craig Federighi durante la Apple's Worldwide Developer Conference

Il duello

GUERRE STELLARI



Giulio Ranzo
Ceo e direttore generale di Avio



Peter Beck
Fondatore e ceo di Rocket Lab

Il mercato dei lanci in orbita vale sui 7 miliardi all'anno. E cresce a doppia cifra. Osservazione della Terra, telecom, web, rilevatori climatici e delle migrazioni: c'è un satellite per tutto. La sfida è portarne il più possibile, soprattutto privati. La gara Europa-Usa vede in campo un campione italiano

di **Alessandra Puato** e **Maria Teresa Cometto**

GIULIO RANZO
AVIO



PETER BECK
ROCKET LAB

GIULIO RANZO AVIO

G iulio Ranzo, amministratore di Avio dal 2015, si è imposto un'ora di nuoto o di corsa al giorno, dice. È anche per affrontare il periodo forse più impegnativo dell'azienda dei lanciatori Vega e Ariane, che porta nello spazio i satelliti per attività commerciale. A Ranzo non interessa insomma il turismo su Marte, che attira Elon Musk di SpaceX e Richard Branson di Virgin, ma l'affare industriale dei satelliti per l'osservazione della terra, la rilevazione climatica, la geo-localizzazione, le telecomunicazioni, l'Internet delle cose, il wi-fi, persino il monitoraggio dei fenomeni migratori. Piccoli satelliti, anche privati, da portare nello spazio. Il più possibile e nel minor tempo possibile. In questo senso un suo rivale è la giovane RocketLab di Peter Beck. «La sfida? Prodotti più sicuri a prezzi sempre più bassi», dice Ranzo. Avio lavora per l'Esa, agenzia spaziale europea, ai lanciatori Vega (basse orbite), prodotti in gran parte in Italia, e Ariane (orbite alte) con il consorzio Arianespace. È un mercato che «vale 6-7 miliardi di euro, cresce del 10% all'anno e ora attira capitali», dice Ranzo: il 10 dicembre sarà a New York



allo Space summit organizzato da Morgan Stanley, per incontrare gli investitori (e «gli americani in Avio sono circa il 6%»).

In Borsa dal 10 aprile 2017

(+8,7% il titolo al 4 dicembre scorso), fra gli azionisti Leonardo (25,8%) e Amundi (6%), 122 assunzioni nel 2019 a mille dipendenti, Avio sta superando il fallimento dell'ultimo lancio di Vega, in luglio: il suo primo flop. «Abbiamo fatto con Arianespace e l'Esa un piano per correggere gli errori, siamo di nuovo in carreggiata», dice Ranzo. Prossimo passo, il bus dello spazio: una missione di Vega in marzo con 40 piccoli satelliti, «prima volta in Europa, nuovo filone di ricavi». E i tanti progetti del 2020: l'industrializzazione di Space Rider, shuttle spaziale; il debutto di Vega C e Vega Light. E di Ariane 6, sostenuto come Vega C dai finanziamenti spaziali europei che la ministeriale Esa ha appena aumentato a 14,4 miliardi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La frase

**Ora arrivano
i capitali,
ci si è accorti
che investire in
questo settore
funziona. Presto
avremo il «bus
dello spazio»**

PETER BECK

ROCKET LAB

Dice Peter Beck, fondatore e ceo (amministratore delegato) di Rocketlab: «Scherzo spesso sul fatto di essere il primo non miliardario ad andare in orbita». A differenza dei tre miliardari con mega ambizioni spaziali — Jeff Bezos, Elon Musk e Richard Branson — Beck punta sul mercato del lancio di piccoli satelliti privati che, secondo alcune stime, varrebbe fino a 9 miliardi di dollari l'anno.

Finora i privati bisognosi di lanciare piccoli satelliti dovevano unirsi ad altri clienti usando grossi razzi. Beck offre un servizio individuale, frequente — un lancio al mese e più — e a un costo basso: 5,7 milioni di dollari con il suo razzo Electron lungo 17 metri.

È un mercato con oltre un centinaio di concorrenti. Ma RocketLab è un'azienda fra le meglio posizionate, secondo Morgan Stanley. Beck ha creato la sua startup nel 2006 quando aveva 29 anni, ma da molto tempo sognava di costruire razzi. Nato e cresciuto a Invercargill, in Nuova Zelanda, è stato ispirato dai genitori a interessarsi di macchine e tecnologia. Finite le medie superiori, invece di iscriversi all'università a 17 anni è andato a fare l'apprendista in una fabbrica di utensili, dove ha iniziato a fare esperimenti con i razzi.

Poi ha lavorato nell'istituto di ricerca tecnologica neozelandese Industrial research limited (Irl), dove ha incontrato il suo primo investitore, Stephen Tindall. A finanziare RocketLab, oltre a Irl sono intervenuti fra gli altri il fondo sovrano dell'Australia Future fund, i fondi Usa di venture capital Khosla e Bessemer, e il colosso Lockheed Martin, investitore strategico dal 2015. Beck sta lavorando per costruire un razzo riutilizzabile e una nuova base di lancio in Virginia, Usa, oltre a quella finora usata in Nuova Zelanda.

La frase

L'accesso ai razzi va reso democratico per migliorare la qualità della vita sulla Terra

© RIPRODUZIONE RISERVATA

GIULIO RANZO AVIO



PETER BECK ROCKET LAB

Ranzo è un partner chiave per il successo dei progetti spaziali dell'Europa

Bernard Cazeneuve, ex premier

Ho assistito con entusiasmo al lancio di Vega che con Avio ha messo in orbita il satellite dei venti

Samantha Cristoforetti, astronauta

Cosa dicono di loro

Beck è un esperto mondiale di lanciatori, è all'avanguardia nell'innovazione

Stephen Tindall, investitore

È nella posizione migliore per sfruttare il mercato dei lanci dei piccoli satelliti privati

Adam Jones, Morgan Stanley

Biografia

Ingegnere civile con dottorato a San Diego, 48 anni, avvia in Booz Allen Hamilton i primi progetti per l'aviazione. Passa in Cementir, poi in Avio di cui segue cessione a Ge e debutto in Borsa

Ha 42 anni, è nato e cresciuto a Invercargill, Nuova Zelanda, in una famiglia amante delle macchine. Fin da piccolo sogna di costruire razzi. Non è laureato. Dal 2013 vive e lavora negli Usa

Fondazione

1912

A Colleferro parte la fabbrica di esplosivi che sarà poi Avio

2006

Rocket Lab nasce a Auckland, poi si sposta in California

Squadra

1.000

I dipendenti Avio (850 Italia), il 35% in Ricerca e sviluppo

500

I dipendenti dell'azienda neozelandese

Valutazione

354

Milioni di euro (capitalizzazione di Borsa)

1,2

Miliardi di dollari (stima di mercato)

Ricavi

389

Milioni di euro (dato 2018)

10

Milioni di dollari (stima Crunchbase)

Lanci

265

I voli con Ariane (250) e Vega (15) finora più 32 al 2023

10

I voli finora, obiettivo: uno al mese

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE HA UN CERVELLO ITALIANO

Dietro lo sviluppo dell'AI ci sono le startup uscite dalle università di Siena, Milano, Roma, Trento. Prima tappa: gli assistenti virtuali che risolvono problemi ai cittadini

di **Chiara Sottocorona**

Dal 2020 un terzo delle ricerche online avverrà senza guardare uno schermo, prevede Gartner. Come? Con la voce, conversando con gli assistenti virtuali, chat-bot o smart-speaker. È il futuro prossimo dell'intelligenza artificiale (AI). «Compilare un formulario a voce prende tre volte meno tempo che scriverlo. E si può fare a mani libere», dice Omar Fogliardini, fondatore e direttore di LifeData. È una startup di AI Instant Voice che usa l'intelligenza artificiale per far funzionare siti web, app e servizi clienti nella modalità «conversazione». Promette di migliorare dell'80% l'esperienza di ricerca grazie a un motore semantico che trasforma le informazioni in risposte, guidando l'utente. Nata in inizio anno, grazie alla precedente esperienza internazionale in Svizzera, Uk e Usa di Fogliardini nei big data, è stata «accelerata» a Roma dall'incubatore Luiss EnLab e finanziata per 900 mila euro dal programma sull'innovazione Invitalia. Ora ha una sede a Milano e 32 dipendenti.

I casi

È uno dei casi di successo prodotti dal Luiss EnLab. Il laboratorio, costituito dall'università Luiss con IVenture, negli ultimi mesi ha fatto nascere nove startup dedicate a soluzioni di AI. Userbot invece usa il Deep Learning (apprendimento profondo) e l'intelligenza artificiale per analizzare i messaggi che arrivano ai servizi clienti: riconosce lo stato d'animo del consumatore e dà le risposte giuste. Ha raccolto 500 mila euro di investimenti ed è nata nel Campus della Bovisa PoliHub, creato da Fondazione Politecnico e Cefriel.

In novembre PoliHub è entrato nella «World Top5», la classifica mondiale dei migliori acceleratori d'impresa. È il più grande incubatore universitario italiano con 114 startup nel 2018, di cui oltre una decina dedicate ad AI e Big Data.

Stanno nascendo anche nuovi incubatori specializzati nell'intelligenza artificiale che aiutano le imprese a creare soluzioni «made in Italy», come lo Iulm AI Lab a Milano, fondato dall'ateneo con Prana Ventures. Guido Fraia, prorettore all'Innovazione della Luiss, l'ha presentato all'Aixa, il Salone delle applicazioni di AI tenutosi a inizio novembre a Milano. «È un centro di ricerca e sviluppo nel business for Humanity, con un approccio social-economico» dice.

Il mercato delle soluzioni d'intelligenza artificiale nei prossimi due anni crescerà di circa il 30 per cento nei settori bancario, retail, trasporti, sanità, stima Idc che in un report di settembre prevede 21 miliardi di spesa europea in sistemi di AI entro il 2023. Le startup svolgono un ruolo chiave per trasferire l'innovazione alle imprese.

Le criticità

«L'Italia ha bisogno di fare network tra i suoi centri di ricerca e incubatori per poter competere insieme all'Europa nelle innovazioni dell'AI, perché da sola non ce la farà», osserva Marco

Landi, ex direttore generale di Apple a Cupertino, ora presidente di QuestIt, startup di AI acquisita da The Digital Box. Nata come spinoff dell'università di Siena, fondata da Marco Gori, docente di Computer Science (vedi intervista sotto) e fondatore di SaiLab (Siena artificial intelligence Lab), è un laboratorio con una trentina di ricercatori. Al Comune di Siena dal 4 novembre è in funzione Caterina, una creatura di QuestIt. Un'assistente virtuale che sa rispondere ai cittadini e trovare i documenti richiesti al Servizio demografico. Con il Comune e la Provincia lavorano anche le startup nate a Trento dalla Fondazione Bruno Kessler. È il centro di ricerca fondato trent'anni fa da pionieri del Machine learning come Tommaso Poggio (professore al Mit) e Paolo Traverso, direttore del dipartimento Ict (200 ricercatori in AI e Data Science) che partecipa ai program-



mi europei. «Sono decine le nostre spin-off che hanno creato soluzioni di AI ora sul mercato — dice Traverso —. L'ultima è Tessa, dedicata all'agricoltura di precisione. Previene le malattie delle piante e fa risparmiare risorse».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dove nasce l'AI* made in Italy

Centro di ricerca Roma - Università Luiss Incubatore

Luiss EnLabs ha 50 startup, di cui 9 di AI*, e una rete di 100 investitori

Start up

LifeData crea chat-bot con Voice AI*

Big Profile estrae da BigData profili e previsioni sui consumatori

Centro di ricerca Milano - Politecnico Incubatore

PoliHub campus della Bovisa Politecnico ha incubato 114 startup nel 2018, finanziate per 28 milioni di euro

Start up

Userbot produce Virtual Agent per l'automazione dei servizi clienti delle imprese

Centro ricerca

Siena - Dipartimento di Ingegneria

Incubatore

SaiLab laboratorio di AI* nato nel 2017

SaiHub lanciato in ottobre per supporto alle startup

Start up

Questit spin-off acquistata da The Digital Box, crea assistenti virtuali per imprese e Comuni

Centro ricerca

Trento - Fondazione Bruno Kessler

Incubatore

Fbk-Ict il primo centro di ricerca italiano nell'AI da cui sono nate 34 spin-off, 16 di intelligenza artificiale

Start up

Tessa applica AI*, sensori e dati all'agricoltura

ModernMt traduttore artificiale che impara e si adatta

* Intelligenza artificiale

7

Miliardi di dollari
La spesa europea in app di AI nel 2019

21

Miliardi di dollari
L'investimento europeo in app di AI al 2023

ANCHE IL MONDO DEL LAVORO CHIEDE REGOLE: FINORA DECIDONO LE PIATTAFORME

Scuole, scatta l'allarme per l'uso senza controllo delle tecnologie digitali

Parla il ministro Fioramonti: il cellulare? Come avere un'arma in tasca

Nelle scuole italiane scatta l'allarme per l'uso senza controllo di smartphone e tablet da parte degli studenti. In un colloquio con «La

Stampa», il ministro Fioramonti sostiene che «portare il cellulare in classe è come avere un'arma in tasca». AMABILE E TOMASELLO - PP. 2-3

Lo scandalo dei tweet filo-nazisti del professore di Siena e il cyberbullismo che dilaga tra i giovani Giuristi ed esperti di formazione studiano le cause dell'escalation e si dividono sui provvedimenti

Scuole, allarme social Smartphone e tablet ormai fuori controllo

La Cassazione ha stabilito che le piazze virtuali sono luoghi pubblici

Il Garante Soro «Non si può lasciare alle piattaforme la decisione finale»

Il neuropsichiatra «Sul web meno freni perché manca il contatto fisico»

L'84% dei preadolescenti tra i 10 e i 14 anni ha un profilo social, nonostante la legge lo vieti. Nessuno al momento dell'iscrizione ha indicato la vera età, neppure quel 22% che ha creato il proprio account con un genitore presente.

MARIA ROSA TOMASELLO
ROMA

Nelle scuole dilaga l'allarme per «l'uso improprio» dei telefonini in classe. Sono trascorsi dodici anni da quando una circolare del ministero della pubblica istruzione ha formalmente vietato i cellulari a scuola durante le ore di lezione, ma da allora la situazione è progressivamente finita fuori controllo tra atti di bullismo prima ripresi con gli smartphone poi condivisi sui

social network e studenti sorpresi a copiare i compiti in classe da telefonini e tablet. Insomma, una valanga di incidenti di percorso «digitali» e utilizzi impropri delle nuove tecnologie.

Un'indagine del Laboratorio Adolescenza di Milano ha rilevato che la quasi totalità degli studenti italiani (98,8%) sono contrari al divieto di portare il cellulare a scuola e solo il 20% ritiene più giusto spegnerlo in classe. Per tutti gli altri basta che venga silenziato. Lo smartphone solo per una minoranza di allievi è utile ad apprendere.

A usare il telefonino per scopi didattici «spesso» sono il 29,4% e almeno «qualche volta» il 47,1%, ma, nonostante sia vietato, i numeri (riportati nella tabella qui accanto) raccontano una realtà opposta e descrivono l'abuso sistematico delle nuove tecnologie tra i giovani. E cioè: l'84% dei preadolescenti ha un profilo social, ma naturalmente al momento

dell'iscrizione nessuno ha indicato la sua vera età, neppure chi l'ha fatto con un genitore presente. Internet per i ragazzi è un mondo a parte: il 91% non parla con i familiari di ciò che vede o dice durante la navigazione, eppure la vita degli studenti è fortemente influenzata dai messaggi che arrivano dai social, tanto che il 60% clicca addirittura sulle pubblicità e 8 su 10 rispondono ai sondaggi virtuali fornendo così dati fondamentali per campagne pubblicitarie mirate. In Italia la profilazione dei minori è vietata fi-

no ai 14 anni, ma è divenuta una prassi. L'uso incontrollato del web è ormai un allarme che riguarda non solo il comportamento degli studenti ma anche dei professori. Nei giorni scorsi a ritrovarsi nei guai è stato Emanuele Castrucci, docente di Filosofia del diritto all'ateneo di Siena. Finito sotto accusa a causa dei tweet filo-nazisti per cui ora rischia di essere licenziato, il professore si è difeso facendo appello alla «libertà di pensiero» e parlando di «opinioni personali», espresse «fuori dall'attività di insegnamento». Eppure, nono-



stante la frequentazione quotidiana e soesso ossessiva delle piazze virtuali abbia indotto molti a credere che il web sia una "zona franca", il suo caso ci ricorda, al contrario, che le regole da rispettare ci sono.

Ogni diritto ha un limite

«Non c'è diritto anche costituzionalmente rilevante che non abbia limiti» ricorda Vito Tenore, consigliere della Corte dei Conti e docente di Diritto del lavoro pubblico nella Scuola nazionale dell'Amministrazione, che cita Umberto Eco: «I social media hanno dato diritto di parola a legioni di imbecilli che prima parlavano solo al bar» e «ora hanno lo stesso diritto di parola di un Premio Nobel». «Il tema è antico – ricorda Tenore – e se la libertà di pensiero è scolpita dall'articolo 21 della Costituzione, i limiti sono dati da altri diritti speculari: onore, reputazione, riservatezza, segreti come quello istruttorio o bancario». Oltre che da educazione e buon senso, questi limiti «sono fissati per tutti i cittadini dal codice penale e dal codice civile. Per certe categorie (giornalisti, magistrati, architetti o notai, militari, forze dell'ordine) sono stabiliti anche in codici deontologici, o, per alcuni dipendenti pubblici e privati, nei contratti collettivi di lavoro. Anche condotte extra-lavorative possono avere rilevanza disciplinare» perché «ledono l'immagine del datore di lavoro o del decoro e della dignità del dipendente stesso», provocando la perdita del vincolo di fiducia. Dal 2013, per chi lavora nella pubblica amministrazione, esiste un codice di comportamento che impone maggiore attenzione nelle esternazioni social.

Il monito del Capo dello Stato

A chiedere maggiore sobrietà

anche ai magistrati, nell'aprile scorso, è stato lo stesso presidente Sergio Mattarella. Passando dalla chiacchiera da bar a Facebook o Twitter, insomma, si è realizzato il passaggio dal gruppo degli amici a un «numero indeterminato» e potenzialmente enorme di persone, come ha confermato la Cassazione il 27 aprile 2018 con la sentenza sul post denigratorio pubblicato da una lavoratrice che su Facebook si era scagliata contro la sua azienda: «Mi sono rotta i c... di questo posto di m...» aveva scritto. Ma lo sfogo le era costato il posto.

I social, ha ribadito la Corte il 12 novembre dello scorso anno, devono essere considerati luoghi pubblici, e non serve "privatizzare" il profilo rendendolo visibile a un gruppo ristretto di persone, perché può comunque essere rilanciato da ciascuno dei contatti dell'utente. I rischi, per chi eccede, sono annidati ovunque: anche i messaggi di Whatsapp o la chat su Skype possono diventare prove documentali. A finire talvolta nella trappola dei social sono anche esponenti delle forze dell'ordine. C'è il poliziotto sospeso per avere usato i dati raccolti durante una denuncia per contattare una donna su Facebook, e il militare incappato nella sanzione disciplinare per avere pubblicato su Fb le foto di un servizio svolto durante l'Expo di Milano con le tende da campo allagate e commenti negativi per sottolineare le condizioni precarie in cui si trovava coi commilitoni. Con una circolare del 2011, l'Arma dei Carabinieri ha chiesto così «un utilizzo prudente del web». Provvedimenti analoghi hanno assunto l'Amministrazione penitenziaria e la Guardia di Finanza. «Un con-

trollo di tutto ciò che postiamo è impossibile e non esiste un ordinamento che possa prevedere tutto in modo capillare – evidenza Tenore –. Credo che sarebbe utile definire un "galateo dei social" mettendo attorno al tavolo soggetti come Google, Facebook, il Miur, l'Anac, linguisti e comunicatori».

Commenta Antonello Soro, presidente dell'Autorità Garante della Privacy: «La tensione, per certi versi inevitabile, tra libertà di espressione e diritti che confliggono deve essere composta secondo la gerarchia di valori espressa dalla Costituzione e dal diritto europeo. La libertà di espressione è "pietra angolare della democrazia", ma poiché nessuno diritto "è tiranno" anch'essa deve soggiacere ai limiti necessari alla tutela di altri diritti fondamentali. Diritti che, on-line, devono godere delle stesse garanzie accordate off-line». Per Soro «il ruolo centrale assunto dalle piattaforme le carica di un potere cui non corrisponde uno statuto giuridico ancora del tutto adeguato in termini di responsabilità». In questo senso, afferma Soro, «si potrebbero promuovere misure che limitino non tanto la libertà di espressione quanto l'amplificazione». E se le grandi piattaforme hanno cominciato a intervenire «per evitare la propagazione di post spesso fortemente lesivi della dignità, aggiunge Soro, «le decisioni di ultima istanza sulla composizione tra diritti fondamentali devono restare di competenza dell'autorità pubblica. E con procedure rapide». Reati di opinione, illeciti contro l'onore, sono «quanto di più complesso e divisivo esista nell'ordinamento: possiamo davvero pensare che decidano sole e con effetto irrevocabile le

piattaforme, con una sorta di giurisdizione privata?».

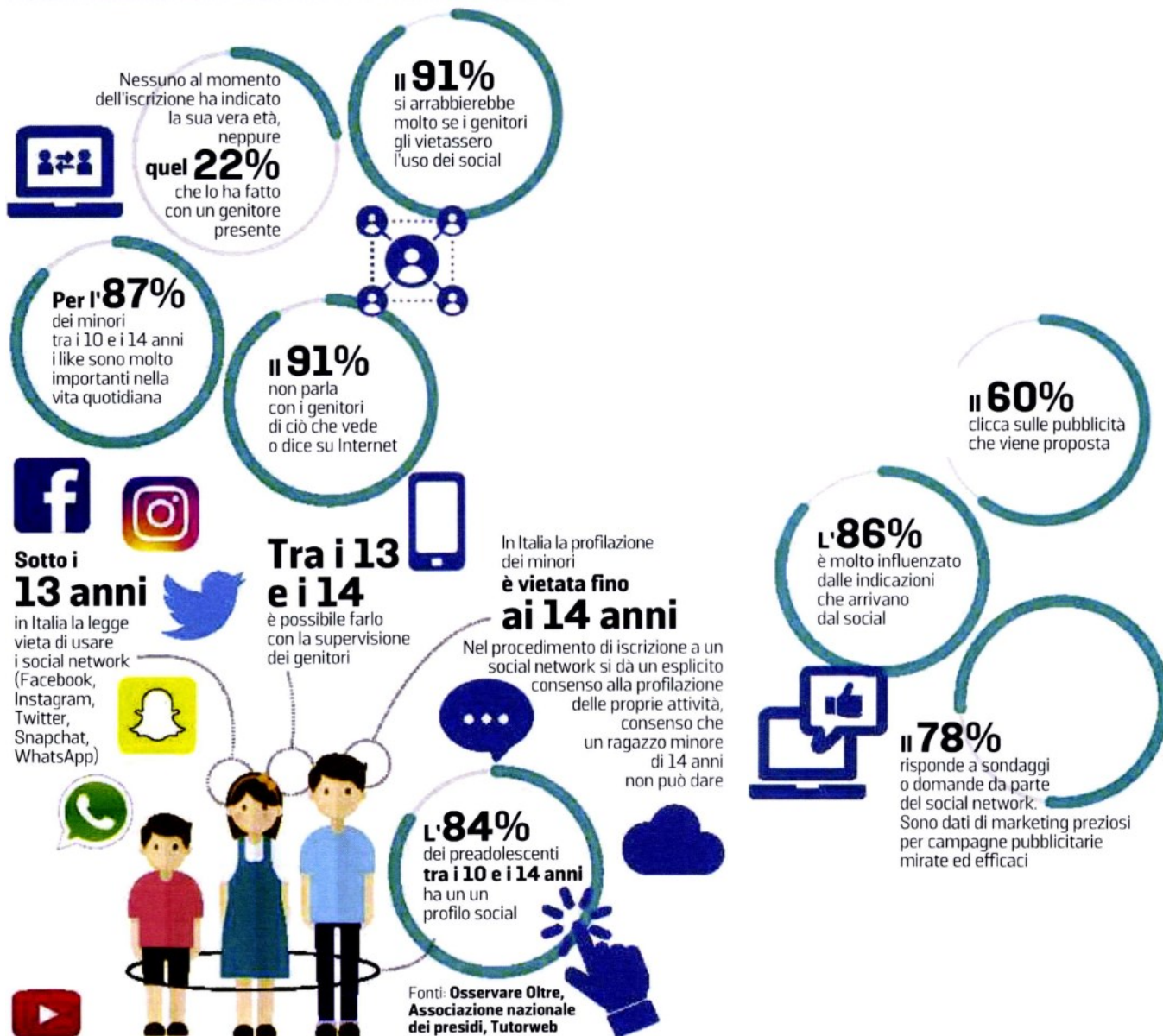
Servono nuove regole

Dice Bruno Saetta, avvocato e blogger, esperto di diritto applicato alle nuove tecnologie: «Una regolamentazione serve, perché il fenomeno si sta espandendo in modo preoccupante. Ma il problema è: che tipo di regolamentazione? Perché *hate speech* (discorsi d'odio) e *fake news* (notizie false) sono connaturati alla società, non nascono nei social. Limitarsi a rimuoverli è come nascondere la polvere sotto il tappeto, non risolve il problema, in più quando si parla di *hate speech* e di *fake news* non c'è una definizione a livello internazionale: ma se non partiamo da una adeguata comprensione delle dinamiche qualsiasi regolamentazione rischia di fallire».

Forse è a uno psichiatra come Federico Tonioni, responsabile del Centro Pediatrico Interdipartimentale per la Psicopatologia da Web alla Fondazione Policlinico Gemelli di Roma, che si può chiedere perché sui social oltrepassiamo così spesso i limiti: «Perché i corpi non sono a portata di contatto fisico, e i corpi quando sono vicini contengono gli istinti. La persona si esprime da una distanza di sicurezza e si contiene meno, come quando ci si arrabbia al telefono e lo si fa in modo più veemente. Il meccanismo è lo stesso del cyberbullismo: sono situazioni in cui è più facile non prendersi del tutto la responsabilità di quello che si dice e si dà voce anche a pensieri discutibili. Chi scrive è disinibito ma consapevole e forse, com'è possibile quando c'è tanto pubblico, è alimentato anche da un certo narcisismo». —

RIPRODUZIONE RISERVATA

Italia, un paese sempre più connesso



LA STAMPA

Opportunità e rischi degli smartphone a lezione. C'è chi sperimenta un'educazione parallela

Fioramonti: "È come un'arma in tasca" Cellulare in classe per copiare o studiare

IL CASO

FLAVIA AMABILE
ROMA

Cellulari, adolescenti, scuola: in Italia sono tre parole per il momento ancora prive di un legame che non sia confuso, vago e contraddittorio. A partire dalla politica: Valeria Fedeli del Pd, quando era ministra dell'Istruzione, voleva i telefonini nelle scuole e docenti preparati per insegnare a usarli in modo consapevole e corretto: gli smartphone come strumento didattico. Pochi mesi dopo, a guidare viale Trastevere arrivò Marco Bussetti della Lega. All'inizio si entusiasmò davanti al divieto dei telefonini in classe votato dal Parlamento francese. Poi qualcuno gli spiegò quanto stava accadendo alla didattica e fece una rapida marcia indietro. «L'uso di smartphone e tablet può essere molto utile a fini didattici», assicurò. Qualche mese più tardi, terzo cambio di ministro al Miur. Ora c'è Lorenzo Fioramonti, anche lui chiede consapevolezza: «Non si possono avere 15-16enni che non sanno cosa hanno in tasca: è come avere una pistola e non esserne consapevoli».

Tra un'opinione sparata a caso e un tentennamento, l'84% dei ragazzi dai 10 ai 14 anni possiede un profilo social ma nessuno al momento dell'iscrizione ha indicato la sua vera età, neppure quel 22% che lo ha fatto con un genitore presente, mentre il 91% non parla con i genitori di ciò che vede o dice su Internet. Sono alcuni dei risultati del sondaggio realizzato da «Osservare Oltre» (Associazione Nazionale Presidi e Tutorweb) su un campione di 7.896 studenti delle scuole medie inferiori. E' solo l'ultima di numerose analisi e inchieste sulla totale illegalità diffusa e tollerata quando si parla dei social. Il limite di età, infatti, è violato ogni giorno da migliaia di giovani.

Uno stato di illegalità quotidiana, ideale per molestie, at-

ti di bullismo, comportamenti scorretti e clandestini di ogni tipo. «C'è un uso perverso dell'informatica - denuncia Mario Rusconi, presidente dell'Associazione nazionale presidi del Lazio -. E' un aumento preoccupante. A scuola i cellulari vanno consentiti soltanto nel caso di progetti ben calibrati, altrimenti diventa difficile evitare un utilizzo fuori da ogni controllo». Luca Raina insegna lettere in una scuola media della provincia di Varese. I cellulari sono parte integrante delle sue lezioni. «Come per ogni tecnologia, bisogna saperla trasformare in qualcosa di virtuoso. A scuola spetta agli insegnanti far capire agli studenti come riempire di contenuti l'uso dei cellulari, ma anche indicare le regole da seguire per evitare conseguenze negative». Luca Raino non è solo in questa battaglia. Insieme a altri duecento professori sta partecipando a una sperimentazione ideata dall'economista Gianfranco De Simone e realizzata dalla Fondazione Agnelli. Si chiama *Parallel education*, è una specie di Facebook dell'insegnamento, una piattaforma in cui i docenti di ogni ordine e grado condividono i metodi usati in classe, soprattutto i più avanzati, si raccontano le difficoltà e come superarle e si formano da soli. «Bisogna lavorare a una rivoluzione culturale e rendere quotidiano il digitale nelle scuole», sostiene Daniele Barca, dirigente scolastico dell'istituto comprensivo 3 di Modena dove si insegna con i tablet e si fanno corsi sulla realizzazione di video, sulle stampanti 3D e sul coding.

«Un po' mi viene da ridere quando qualcuno mette ancora sotto accusa i telefonini - afferma Giovanni Biondi, presidente dell'Indire - E' chiaro che se si continua a fare la tradizionale lezione in cattedra i cellulari danno solo fastidio, ma ormai è accertato che si debbano cambiare tempi, spazi e metodi delle lezioni per soddisfare le nuove esigenze della società. In questa nuova ottica il telefonino è indispensabile». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il ministro Lorenzo Fioramonti



IPOTESI DI CONDOTTE OMISSIVE ANCHE PER GLI ARMATORI

Roaming non richiesto a bordo: faro dell'Antitrust sulle compagnie

Istruttoria del Garante per le modalità di fornitura di Internet e telefonia mobile ai passeggeri: i servizi spesso sarebbero attivati senza che però i clienti ne abbiano un adeguato avviso

Francesco Margiocco / GENOVA

Il sovrapprezzo per il roaming, le chiamate internazionali da cellulare, sono scomparsi da tutta Europa due anni fa.

Dal 2017, la Commissione di Bruxelles ha abolito i costi extra per le chiamate e la navigazione su Internet che fino ad allora per i viaggiatori italiani all'estero raggiungevano vette, come testimonia uno studio dell'Ocse, superiori ai 20 dollari per ogni megabyte di dati, l'equivalente dell'invio di 10 fotografie. Oggi non è più così. Grazie alla politica del "roam like at home" le tariffe sono uguali in tutti i Paesi dell'Unione europea.

Sopravvive, però, il roaming marittimo, finito questa settimana nel mirino dell'Autorità garante per la concorrenza italiana, che sul tema ha aperto un'istruttoria su Telecom Italia, Wind Tre e Vodafone Italia: chi usa il cellulare da una nave che viaggia in mare aperto paga un prezzo che, secondo un prospetto informativo sul sito di Wind, può raggiungere i quattro euro al minuto per le chiamate effettuate e i due euro per quelle ricevute, mentre Tim pubblicizza una promozione da 3,02 euro al minuto per chi chiama e 1,92 per chi riceve da una nave, e Vodafone, nella sua pagina Internet dedicata al roaming marittimo, va da un minimo di due euro al minuto per chi chiama e un euro per chi riceve a un massimo di quattro euro ciascuno.

L'Antitrust è convinta che i tre operatori telefonici dovrebbero essere più chiari con i loro clienti che salgono a bordo di un traghetto, e ha avviato l'indagine perché i costi del roaming marittimo sarebbero stati addebitati «senza adeguata informativa e senza la richiesta da parte dei clienti di tale fornitura».

Il Garante ipotizza però anche «una condotta di omissione informativa» da parte delle compagnie marittime Grimaldi, Grandi Navi Veloci, Tirrenia-Compagnia italiana di navigazione, «che avrebbero omesso di fornire ai propri passeggeri, clienti degli operatori telefonici suddetti, un'adeguata informativa sull'esistenza del roaming marittimo a bordo delle proprie navi». Dei tre operatori, nessuno commenta l'apertura dell'istruttoria. Quanto alle compagnie di navigazione, l'unica a dire qualcosa è Tirrenia: «Come abbiamo spiegato all'Autorità, sulle nostre navi il funzionamento e i costi del roaming sono bene illustrati da una serie di cartelli».

Sul piano tecnologico, il sovrapprezzo ha però una sua spiegazione. Come ricorda Innocenzo Genna, esperto di regolamentazione europea dell'industria digitale, «sulla nave il servizio arriva via satellite e viene poi irradiato dal wi-fi. Ma molti utenti non lo sanno, anche perché sul loro display compare sempre il nome del loro operatore, non quello di un operatore straniero. C'è un difetto di comunicazione, che andrebbe risolto». —

4 euro

la tariffa massima al minuto per chiamate con roaming marittimo a bordo di una nave

20 euro

il costo medio per ogni megabyte di Internet fornito con roaming marittimo

2017

l'anno dell'abolizione del roaming a terra nei Paesi membri dell'Unione europea

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'anno zero delle Tlc in Italia

L'inchiesta

Telco anno zero: 10mila posti a rischio tra aste 5G, tariffe e Antitrust Ue

STEFANO CARLI, ROMA

Dal 2009 le aziende hanno perso 11,8 miliardi di ricavi e 4,7 di margini. Ma hanno investito 7 miliardi l'anno e sborsato 24,4 miliardi nelle aste per le frequenze. Così si sono persi 16 mila posti. E altri 10 mila sono a rischio

Dal 2009 hanno perso 11,8 miliardi di ricavi e 4,7 di margini. Ma hanno investito in media sui 7 miliardi l'anno e hanno versato nelle casse pubbliche 24,4 miliardi nelle diverse gare per le frequenze

C' erano una volta le telco, settore industriale ricchissimo, tecnologicamente tra i più avanzati, contributore netto delle casse pubbliche fin dai tempi della privatizzazione Telecom, grazie a cui l'Italia entrò nell'euro, e poi negli anni successivi con aste miliardarie per le frequenze mobili: dall'Umts del 2000 al 5G dell'anno scorso fanno 24,4 miliardi. Oggi è un settore alla conta dei danni del suo "climate change": dal 2012 al 2018 gli operatori di tlc italiani hanno perso 7 miliardi di ricavi e 4 di margini. Allungando lo sguardo a 10 anni fa, al 2009 i ricavi persi sono 11,8 e i margini 4,7. I posti di lavoro cancellati 16 mila, più dell'Ilva. Un'altra decina di migliaia sono a rischio nei prossimi tre anni tra telco, manifattura e call center. Non è un fenomeno solo italiano. Negli stessi anni il mercato inglese di ricavi ne ha persi 4,1 miliardi, i francesi 9,2, gli spagnoli 9,5.

Noi siamo quindi quelli che stanno peggio. E stavolta, conti alla mano, e al netto di immancabili e talvolta anche inevitabili errori, le aziende non sono le principali colpevoli. Mentre il contatore dei ricavi correva all'indietro, i margini lordi sono

rimasti più o meno stabili fino al 2012. Poi anche le efficienze e le razionalizzazioni hanno preso il sopravvento e il calo si è fatto più pesante. Ci si è rimesso in posti di lavoro. Dati sindacali calcolano 16 mila posti dal 2010 al 2018.

I TAVOLI DI CRISI

Le telco da sole ne fanno 13 mila in meno. Di questi 3 mila sono confluiti nel settore contact center: salvi ma con riduzioni di retribuzione.

Ma il problema è che non è finita qui. I tavoli di crisi sono diversi. In Tim è stato raggiunto un accordo con i sindacati per 5 mila uscite, minimamente compensate da 500 ingressi di nuove figure professionali. Altri 500 in Vodafone. In Wind3 la trattativa sta partendo adesso e si parla di qualche centinaio di persone. Altrettante in Ericsson, sul versante dell'industria degli apparati. Molto peggio è il settore dei contact center. «È un settore molto frazionato - spiega Fabrizio Solari segretario generale della Slc Cgil - e numeri precisi non ce ne sono». Per la sola Almaviva, la maggiore realtà del settore, si parla però di 2.500 posti a rischio. Il comparto apparati di rete ne ha persi un migliaio; l'indotto qualificato, i system integrator, da soli sono scesi da 26 mila a 20 mila.

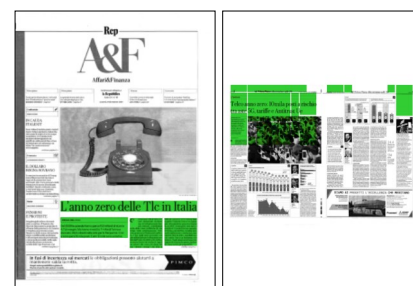
Serve un'inversione di rotta, servono ulteriori investimenti e che si creino le condizioni perché il mercato dell'innovazione digitale decolli davvero in Italia creando nuovi servizi e nuovi posti di lavoro. Se no, c'è chi teme che altre migliaia di posti saranno a rischio.

E qui si arriva al punto. Gli investimenti. Le telco non hanno mai smesso di investire. anzi: in media hanno speso tra i 6 e i 7 miliardi l'anno, per

le reti, soprattutto mobili. E come se non bastasse, hanno versato allo Stato, dal 2011 ad oggi, 5,3 miliardi in costi di licenze (19,1 miliardi se contiamo anche l'asta Umts del 2000) e altri 5,3 ne devono finir di pagare nei prossimi anni.

Ora la speranza è di aver toccato il fondo, ma non è detto. Un mese fa era comparso un emendamento alla legge di stabilità che imponeva una "tassa" di 10 euro per ognuna dei 9,5 milioni di sim dei telefoni mobili intestati ad aziende. È stato ritirato ma mercoledì scorso un altro pericolo è spuntato: si ipotizza un aumento di qualche punto dell'Ires per tutte le utility. Ecco, le altre utility: qui il confronto è significativo: mentre le tariffe delle tlc calavano del 31% quelle dell'acqua sono salite del 71%, la luce del 29% e il gas del 16%. Il tutto con consumi stabili, mentre il traffico dati sulle reti fisse e mobili, tra social network e tv via streaming, si è quadruplicato. Oggi l'Italia è il Paese in cui un gigabyte di traffico costa meno: con 10 euro se ne comprano quasi 20 (17,4), in Francia 10,8, in Spagna solo 3, in Germania 3,1.

Le cause di tutto questo sono diverse. Una è la velocità del ricambio tecnologico. «Il settore ha ancora buoni margini - spiega Marc Vos, numero uno di Boston Consulting



Group in Italia - ma il ricambio tecnologico ha tagliato i tempi al punto che bisogna investire nella tecnologia successiva prima che l'investimento in quella attuale sia stato ripagato: il 5G deve ancora partire e già si parla di 6G. A questo aggiungiamo la situazione europea con un panorama frammentato tra una miriade di operatori e la conclusione inevitabile è che oggi una metà delle telco europee non è più finanziariamente sostenibile».

I FLUSSI DI CASSA A MENO 72%

Giudizio confermato dai numeri dell'ultimo rapporto Asstel: "I flussi di cassa operativi al netto degli investimenti e degli oneri per le frequenze hanno perso dal 2007 al 2018 il 72%, erano quasi 10 miliardi, oggi sono appena 2,7", enumera il presidente di Asstel Pietro Guindani.

Una seconda concausa è la guerra tariffaria che è imperversata in Europa negli ultimi dieci anni e che in Italia è stata più virulenta che altrove, spingendo tutte le tlc europee verso il consolidamento. Aggregazioni, fusioni: una stagione che ha però avuto un brusco stop nel 2014 quando alla guida dell'Antitrust Ue è arrivata Margrethe Vestager che dal 2016 ha accelerato su una visione consumeristica del mercato tlc per mantenere alto il numero di operatori nazionali in modo da spingere in basso le tariffe, compromettendo però i margini degli operatori.

Risultato, chi si era mosso prima è riuscito a consolidare il mercato, gli altri no. Così la Gran Bretagna è riuscita a portare a casa la fusione

T-Mobile Uk e Orange Uk, acquisiti da Bt, a fine 2015, ma già a fine 2016 ha dovuto subire lo stop alla fusione H3g Uk e O2. Nel frattempo è però scesa da 5 a 4 operatori. La Germania è scesa da 4 a 3 quando Telefonica ha acquisito e-Plus. Francia, Spagna e Italia sono invece rimasti a 4 operatori e non a caso sono i mercati in cui i ricavi sono andati a picco. E che in Italia la situazione sia peggiore sono ancora i numeri di Asstel a confermarlo.

IL CASO H3G-WIND

Spiega ancora Guindani: "La competizione tra operatori nel mobile ha portato a fine 2018 a un totale cumulato di ben 134 milioni di operazioni di portabilità, ossia di passaggio da un operatore ad un altro. E posto questo numero per l'Italia pari a 100, i cambi di operatore in Spagna sono stati 72, in Francia quasi la metà, 64, in Germania sono stati appena il 15. Non si può certo dire che sia mancata la concorrenza".

Terza concausa, stavolta tutta italiana. Da noi una fusione, quella tra Wind e H3G è andata in porto. Ma si è dovuto aprire il mercato a un nuovo quarto operatore mobile. In più si è scelto la francese Iliad con le sue strategie di aggressione al mercato con tariffe iperscontate. Strategia che sembra oggi in crisi, visto che il tycoon francese Xavier Niel si trova ora costretto a ricapitalizzare per 1,4 miliardi la società. Ma intanto ha fatto ripartire l'erosione di ricavi e margini sul mobile più che negli altri Paesi. Risultato: gli italiani hanno risparmiato qualche euro di bolletta, ma

il sistema Paese si è indebolito.

RIPARTIRE CON LE FUSIONI

L'Italia è infatti il mercato in cui la differenza di ricavi medi per utente della telefonia fissa e del mobile è più distante: dalle 2 alle 3 volte rispetto agli altri grandi mercati, calcolano a spanne gli analisti. Questo ha prodotto in Italia più che altrove il fenomeno dell'abbandono delle linee fisse in favore dei cellulari. Sembrava una buona idea per rimpolpare i ricavi e le trimestrali delle telco ma era un'idea di corto respiro. Oggi le reti fisse con fibra sono tornate al centro dei piani di sviluppo. E se siamo indietro nella penetrazione in Italia della banda ultralarga e nell'adozione dei nuovi servizi di tv via streaming lo dobbiamo anche a questo.

Adesso è il momento di tornare indietro. La lettera delle 21 maggiori telco europee, in pratica tutti gli ex incumbent più Vodafone per una nuova strategia dell'Unione anche nelle tlc va in questa direzione: non bloccare le fusioni. Il mercato sta ripartendo, la concentrazione delle torri di Tim e Vodafone in Italia, con la condivisione di ampie parti delle reti, è in linea ma è tuttora sotto scrutinio europeo. Intanto in Cina due dei tre grandi operatori mobili, China Telecom e Unicom, hanno deciso, con la benedizione di Pechino, che faranno una sola rete 5G condivisa. Ne ricaveranno risparmi per 30 miliardi di dollari. Se ne sentono il bisogno anche in un mercato da 1,6 miliardi di utenti qualcosa vorrà pur dire.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'opinione



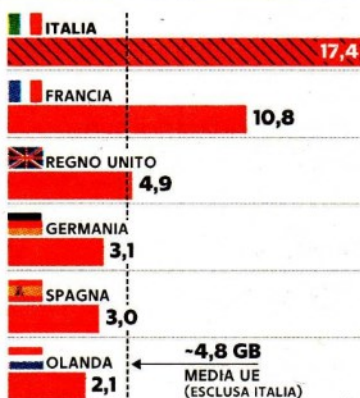
Le bollette telefoniche dal 2007 al 2017 sono scese di un terzo, quelle dell'acqua sono salite del 71%, della luce del 29% e del gas del 16%. Oggi l'Italia è il Paese europeo in cui un gigabyte di traffico costa meno

L'opinione



La concentrazione delle torri di Tim e Vodafone con la condivisione di ampie parti delle reti va nella direzione giusta, lo stanno facendo anche in Cina, ma l'operazione è sotto la lente di Bruxelles

QUANTI GIGA DI TRAFFICO MOBILE SI COMPRANO IN EUROPA CON 10 EURO



24,4

MILIARDI DI EURO

È quanto le telco italiane hanno pagato le frequenze dall'Umts al 5G

134

MILIONI

Sono i passaggi da un operatore mobile all'altro registrati sul mercato italiano



Stefano Patuanelli
ministro dello Sviluppo



Luigi Gubitosi
ad di Tim



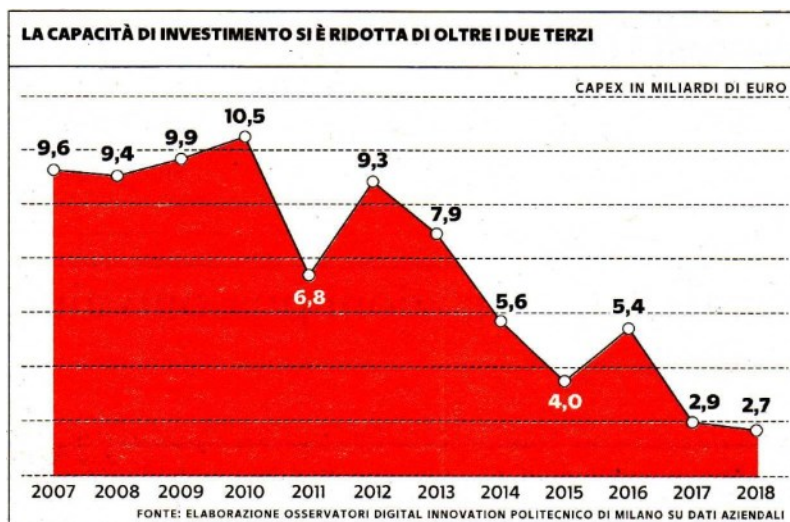
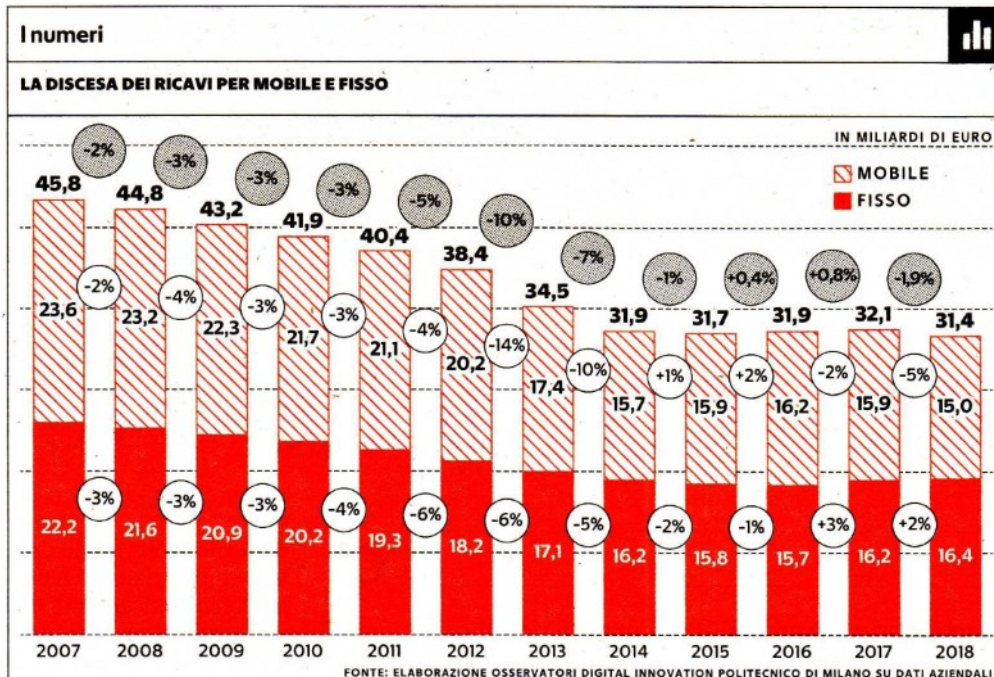
Jeffrey Edberg
ad di Wind Tre

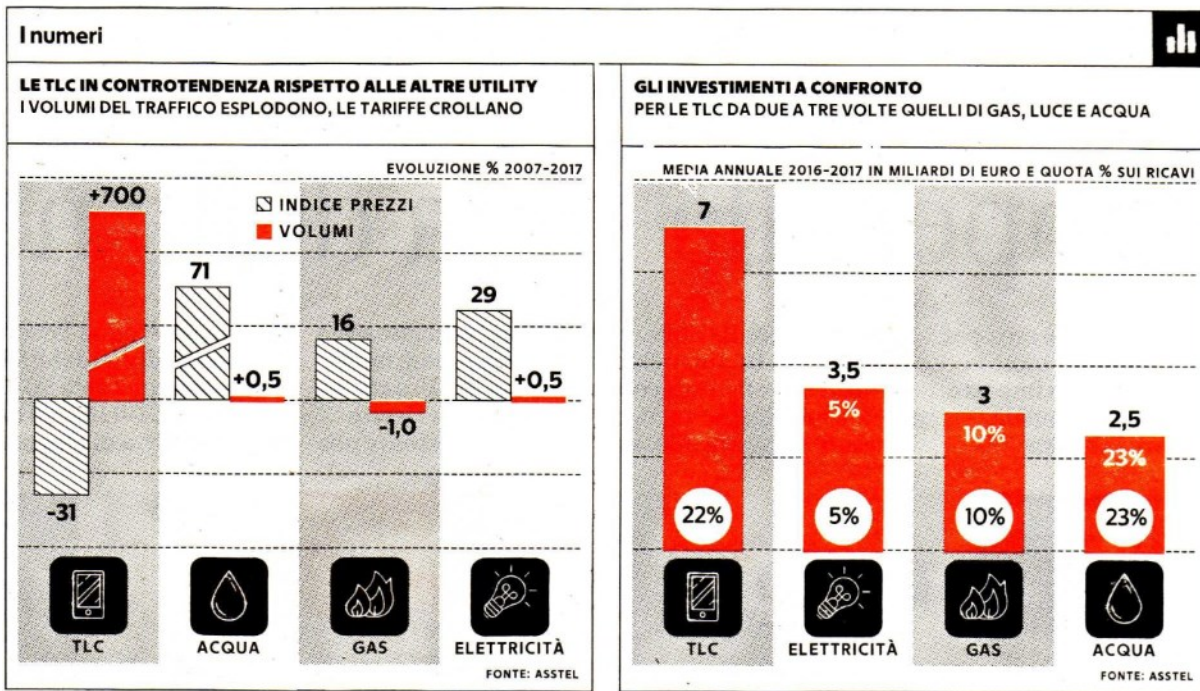


Marcello Cardani
presidente uscente dell'Agcom



Aldo Bisio
ad di Vodafone Italia





Focus

UNA STRATEGIA PER L'UE

La lettera dei 21 ceo di telco europee alla Commissione Ue avanza, come prima richiesta, quella di «Dare all'Europa una politica industriale per la leadership nel digitale assicurando alle imprese europee di poter collaborare per competere nella catena globale del valore digitale». Eppure c'è già un campo dove l'Europa ha una leadership indiscussa: quella delle reti. e vero che qui i competitor si chiamano Huawei e Zte, ma al loro livello ci sono solo altri due soggetti, e sono entrambi europei: Ericsson e Nokia. L'America è fuori. L'Ue potrebbe fare di più in questo settore? «La Commissione Ue guarda solo

l'Europa e regola la concorrenza in Europa - sottolinea Marc Vos, managing director di Boston Consulting in Italia - ma con la trade war tra Usa e Cina si potrebbe fare di più per spingere la loro espansione sul mercato americano dove i cinesi non possono lavorare. L'Ue è troppo centrata sui consumatori e non vede le aziende». Anche nei semiconduttori ci sono due campioni europei nella top ten stilata da Gartner: sono St Micro, franco-italiana, e l'olandese Nxp, rispettivamente 8a e 10a nel mondo. Assieme sarebbero al quinto posto, davanti agli americani di Broadcom e Qualcomm. Subito fuori della top ten c'è la tedesca Infineon. Sarebbe possibile ipotizzare un consolidamento europeo in questo settore? «Perché no? - risponde Vos - Lo abbiamo fatto con l'Airbus, possiamo farlo anche con i semiconduttori, le reti o le telco».



Il tasso di competizione nel mercato italiano della telefonia mobile è tra i più alti dell'Ue

I dati

Si rafforza la crescita del mercato Ict incrementi medi annui del 2,8 %

MARIA LUISA ROMITI

**Assinform- Assintel:
nel triennio 2019-2021 il
comparto si alimenterà
grazie al circolo virtuoso
generato dalle
componenti più
innovative. Previsioni in
positivo del 2,5% per
quest'anno e del 2,8 e del
3,1% nei due anni futuri**

Si è innescato un processo virtuoso. La spinta delle componenti più innovative si autoalimenta sulla base di risultati concreti e si trasmette all'intero mercato, a partire dal software fino ai servizi", afferma Marco Gay, Presidente di Anitec-Assinform. "In tutti i settori le medie e grandi imprese investono nel digitale, visto non più solo come fattore di efficienza, ma come leva strategica per innovare prodotti, servizi, modelli di business".

Infatti nel triennio 2018-2021 il mercato digitale italiano (informatica, telecomunicazioni, contenuti digitali ed elettronica di consumo) dovrebbe crescere a un tasso medio annuo composto (TCMA) del 2,8%, frutto di previsioni di crescita del 2,5% per il 2019 nonché del 2,8 e del 3,1% relativi al 2020 e 2021. Questo a fronte di un 2018 già chiuso con un incremento del 2,5% e quarto anno consecutivo di ripresa del

mercato. Questi dati emergono dall'edizione 2019 del rapporto "Il Digitale in Italia" realizzato da Anitec-Assinform, l'Associazione delle imprese dell'ICT aderente a Confindustria, in collaborazione con Net-Consulting cube.

Secondo il report sono previste dinamiche positive per tutti i macro-comparti in cui si articola il mercato. Infatti l'incremento medio annuo per i segmenti "Contenuti e Pubblicità Digitale" e "Software e Soluzioni ICT" è, rispettivamente, del 7,2 e del 6,3 per cento, seguiti da "Servizi ICT" con il 6,1% e a distanza da "Dispositivi e sistemi" con l'1,9 per cento. Fa eccezione "Servizi di Rete TLC" (che evidenzia gli effetti di una forte pressione competitiva, ma che promette ripresa sulla spinta del 5G a partire dal 2022-23) che segna un decremento del 2,1%.

Entrando nel merito delle componenti più innovative, che hanno una crescente importanza, si evince che i digital enabler, collocati merceologicamente nei comparti del Software e Soluzioni ICT e dei servizi ICT, si confermano "motori" dell'intero mercato, sostenendo anche la crescita dell'hardware e dei servizi. Da qui al 2021 registreranno tassi medi annui di crescita consistenti i big data (14,7%), l'IoT (14,2%), il cloud e la cybersecurity rispettivamente con il 22 e il 13,9%, quindi i wearable (dispositivi indossabili) con l'11,8%, seguiti da piattaforme per il web e mobile business con l'11,6 e il 9,1%. Ci sono poi i digital enabler con basi ancora limitate, ma in fortissima crescita, come l'intelligenza artificiale (+47,1%) e bloc-

kchain con un 49,6%.

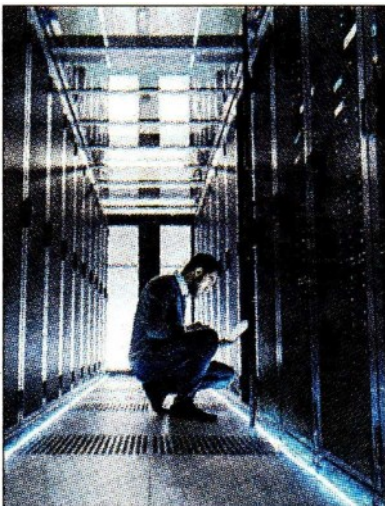
"La crescita di queste componenti, in un quadro di digitalizzazione diffusa, va sostenuta", commenta il Presidente Anitec-Assinform. "Sono la chiave per evolvere in coerenza con le sfide di una trasformazione digitale di portata mondiale".

Sul fronte dei settori d'utenza, si conferma il ruolo trainante di industria, distribuzione e utility - tutte leggermente sopra il 5% - e banche (+4,8%), cui si aggiungono assicurazioni (+5,1%) e trasporti (+3,9%). È stimato in miglioramento il trend del settore pubblico, in ragione del varo del Piano Triennale per l'Informatica nella PA. Secondo Anitec-Assinform molto resta però da fare. Fatto 100 il solo mercato business, il 2018 ha visto le grandi imprese coprire il 58,7% degli investimenti ICT, mentre le medie e le piccole si sono attestate sul 18,7 e 22,6%. Il quadro al 2021 lascia intravedere un'accentuazione dello scarto. "Per gli investimenti digitali sono previsti incrementi medi annui del 4,7% per le grandi imprese, del 3,8% nelle medie e del 2,1% nelle piccole", precisa Marco Gay.

Emerge così l'urgenza di provvedimenti per rendere l'innovazione digitale più diffusa. Sul primo fronte si guarda al rinnovo dei programmi Impresa 4.0 e sul secondo al rafforzamento del settore, favorendo una crescita già in atto e che genera valore e occupazione - tra il 2015 e il 2018 il numero di imprese è cresciuto da 107.340 a 112.340 - rimuovendo gli ostacoli all'evoluzione verso le tecnologie e le applicazioni più innovative.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





I settori chiave

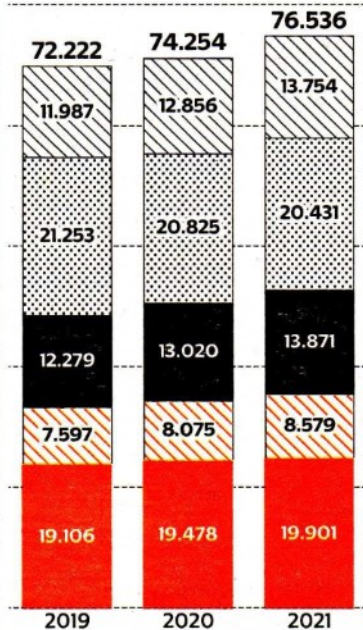
Informatica, tlc, contenuti digitali ed elettronica di consumo: il 2018 si è chiuso con un incremento del 2,5% (quarto anno consecutivo di ripresa del mercato). Marco Gay, presidente dell'Associazione: "Le medie e grandi imprese investono nel digitale, non solo come fattore di efficienza, ma come leva strategica per innovare prodotti e servizi"

I numeri



IL RUOLO TRAINANTE
INDUSTRIE, DISTRIBUZIONE E UTILITY

- ▨ CONTENUTI E PUBBLICITÀ DIGITALI
- ▩ SERVIZI DI RETE TLC
- SERVIZI ICT
- ▨ SOFTWARE E SOLUZIONI ICT
- DISPOSITIVI E SISTEMI



Fonte: ANITEC-ASSINFORM NETCONSULTING CUBE, MARZO 2019



INNOVAZIONE E CONFRONTI

**C'È UNA DOTE
NASCOSTA
PER L'ITALIA
DIGITALE**

**L'ITALIA DIGITALE HA UNA DOTE
INUTILIZZATA DI OLTRE UN MILIARDO**

di **Antonello Cherchi**

Quella che viene fuori dal rapporto, che sarà presentato giovedì prossimo a Milano, è una fotografia dell'Italia digitale in chiaroscuro. I fondi ancora da spendere non hanno, infatti, impedito al nostro Paese di compiere significativi passi avanti nell'e-government. E per quanto la classifica europea ancora non ci premi - secondo il Desi (Digital economy ad society index) nel 2018 eravamo fermi alla 24esima posizione, davanti solo a Polonia, Grecia, Romania e Bulgaria - i progressi, «pochi ma rilevanti», ci sono stati. Soprattutto nell'area dei servizi pubblici digitali e nella connettività.

Un fattore incoraggiante - rileva il rapporto - è che stiamo progredendo più velocemente della media europea. «Nel 2019 - sottolinea Luca Gastaldi, co-direttore dell'Osservatorio agenda digitale - abbiamo lavorato bene progettando e realizzando le fondamenta del processo, perché abbiamo finalmente capito che le tecnologie digitali rappresentano le nuove infrastrutture portanti del Paese».

Ciò che ora serve, secondo Gastaldi, è «una visione di lungo periodo, in cui la trasformazione digitale diventi la base per la crescita economica nei prossimi anni».

Un ruolo di primo piano lo deve svolgere la pubblica amministrazione, che può e deve guidare tale processo. Secondo il rapporto, «in un'economia sempre più basata sui dati, se il patrimonio informativo pubblico fosse completamente digitale si aprirebero opportunità immense per il Paese».

In questo senso bisogna abbandonare la visione di una Pa come «versione "sociale" e inefficiente del settore privato». La pubblica amministrazione ha, invece, un ruolo cen-

trale, perché secondo Michele Benedetti, co-direttore dell'Osservatorio, «deve accelerare lo switch-off e ridisegnare i servizi pubblici, collaborare meglio con le imprese ripensando il procurement pubblico, sperimentare le tecnologie emergenti in modo pragmatico, evitando di disperdere energie in soluzioni obsolete o troppo di frontiera».

Di contro, il rapporto rileva che la Pa è ancora inefficiente, poco trasparente e attempata. Inoltre, presenta forti squilibri sul territorio. La regione più digitale è la Lombardia, che tuttavia ha avuto nel 2018 performance - sempre secondo gli indicatori Desi - al di sotto della media europea.

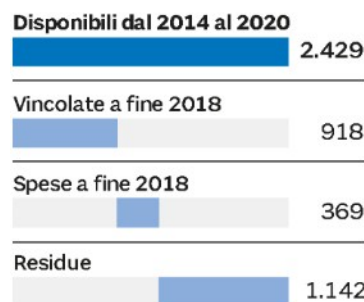
Occorre, dunque, rendere ancora più pervasivo quel cambio di passo che comunque in alcuni ambiti c'è stato. Come segnalano gli indici messi a punto dall'Osservatorio (i Dmi, Digital maturity index) a proposito, per esempio, del potenziamento delle infrastrutture, dove il divario con la media europea è stato azzerato. È necessario, secondo il rapporto, continuare nell'attuazione dell'agenda digitale. E per farlo serve una roadmap condivisa a livello nazionale e locale. Il neo-ministero dell'Innovazione, affidato a Paola Pisano, e il dipartimento ad hoc creato a Palazzo Chigi sono i candidati naturali a occuparsene, tanto più ora che il commissario straordinario per l'agenda digitale entro fine anno uscirà di scena.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Incapacità di spesa

I fondi comunitari a disposizione dell'Italia per l'attuazione dell'agenda digitale*.

Le risorse in mln di €



(*) Si tratta dei fondi Pon e Por relativi all'obiettivo tematico 2 (migliorare l'accesso alle Ict) e 11 (migliorare l'efficienza delle Pa)
Fonte: Politecnico di Milano - Osservatorio agenda digitale



Rapporti *Wealth management*

LE INFRASTRUTTURE DIGITALI

Mondo 5G, una grande opportunità di investimento

STEFANIA AOI, TORINO

“La nuova tecnologia cambierà l’automotive, poi rivoluzionerà altri ambiti, conviene puntarci” secondo il fondo tematico di Neuberger Berman

«Sono tanti gli scettici, coloro che non credono che investire nel 5G sia una buona mossa, ma noi siamo convinti che là dove ci sono rischi ci siano anche opportunità». Yan Taw Boon è il gestore del fondo azionario tematico di Neuberger Berman chiamato Next Generation Mobility che scommette, a livello globale, nelle società meglio posizionate per trarre vantaggio dalla trasformazione in atto nell’industria dei trasporti e dallo sviluppo dei veicoli a guida autonoma, elettrici e connessi. «Il settore dell’automotive sarà infatti tra quelli che subirà i maggiori cambiamenti dalla diffusione del 5G», afferma Boon.

«La rivoluzione è già in atto in altri paesi lontani dall’Europa», spiega seduto su un divanetto all’ultimo piano del grattacielo di Intesa Sanpaolo a Torino dove si sta tenendo la tappa conclusiva del roadshow «Guida autonoma e 5G. The time is now» organizzato in collaborazione con Tim, Samsung Electronics Italia e Bmw Group Italia. «In Corea del Sud e in Cina è già realtà - ricorda - e fra un paio di mesi si estenderà anche al Giappone per il lancio delle Olimpiadi. Presto questa tecnologia impatterà l’Europa e gli Usa e vedrete che succederà non appena Apple lancerà il nuovo smartphone».

Entro il 2030 il 5G varrà, secondo nostre stime Neuberger, circa 12mila miliardi di dollari. Ma anche rapporti come il report Gsma, mostra una crescita del 5G: peserà il 15 per cento di connessioni mobili globali en-

tro il 2025, di cui la metà in America e un 30 per cento in Cina ed Europa. La crescita maggiore si avrà nel segmento IOT globale che è destinato a quadruplicare le entrate entro il 2025 fino a 1.100 miliardi di dollari.

E fra una decina di anni c’è chi scommette che avremo frigoriferi connessi che faranno l’ordine dei cibi che inviano online, lavatrici e lavastoviglie che partiranno da sole. Avremo auto che guidano da sole e chiamano l’ambulanza in caso di incidente.

«Il nostro fondo Next Generation - racconta Boom - è per questo costituito da circa 45 titoli azionari, per il 60-70 per cento si tratta di compagnie del Nord America, per un 20-25 per cento di società asiatiche e per il restante 5 per cento di aziende europee. Un 30 per cento di titoli sono di società in qualche modo collegate direttamente allo sviluppo della tecnologia 5G». Gli altri titoli sono di aziende del settore dei veicoli elettrici. «Ma anche dei servizi alla mobilità e dell’IoT», ricorda l’esperto.

Tanto ci crede Neuberger che globalmente gestisce 4,5 miliardi in strategie che fanno riferimento all’utilizzo di nuove tecnologie 5G.

«Siamo agli albori di una fase di sviluppo su larga scala della rete 5G, che nei prossimi tre, quattro anni trasformerà completamente il modo in cui uomini e macchine comunicano tra loro, consentendo l’implementazione di tecnologie sempre più avanzate negli ambiti Intelligenza Artificiale, Robotica».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Yan Taw Boon
Neuberger Berman



Rapporti *Wealth management*

Business angel

“Attenti alla manifattura, pilastro del Paese”

PAOLA JADELUCA, ROMA

“Puntiamo sull’hi-tech ma pure sulla storica colonna dell’economia”, spiega Giancarlo Rocchietti, fondatore del Club degli investitori. “Bene il nuovo Fondo per l’innovazione”

“Non ci sono solo le società di blockchain o di intelligenza artificiale, il nostro è un Paese fondamentalemente manifatturiero e noi guardiamo con attenzione proprio a questo settore»: Giancarlo Rocchietti, fondatore e presidente del Club degli investitori, ha molte aspettative nei confronti del nuovo Fondo per l’innovazione, che dovrebbe decollare il prossimo anno, sotto la regia della Cassa depositi e prestiti. «Purché - ribadisce - si allarghi lo sguardo a tutte le realtà innovative, non solo a quelle del mondo digitale o tecnologico puro». Di aziende così il Club degli investitori ne ha scovate molte. A partire da Directa Plus, azienda italiana di Lomazzo, Como, specializzata in prodotti a base di grafene e quotata sull’Aim della Borsa di Londra. I prodotti a base di grafene di Directa Plus, il core business dell’impresa, sono naturali, chemical-free, su misura per applicazioni commerciali nei settori dove i consumatori sono più sensibili al concetto di “sostenibilità”, ovvero tessile, sport, ambiente. «Un’azienda nata subito con una vocazione internazionale, il primo cliente era della Thailandia», racconta Rocchietti. Portata a maturità dal Club degli investitori, una volta sul mercato Directa Plus ha richiamato l’attenzione di Patrick Soon-Shiong, il miliardario americano che ha comprato il Los Angeles Times per 500 milioni di dollari, e proprio alla fine di gennaio di quest’anno ha acquisito il 18,95% delle azioni di Directa Plus.

Di gruppi di investimento si parla sempre più spesso nell’ambito di società di gestione del risparmio

che intendono convogliare risorse verso l’economia reale. Ma il Club degli Investitori è il più grande network di *business angel* italiani composto da imprenditori, ma anche manager e professionisti, che investono direttamente in quote di minoranza di startup e di piccole imprese innovative ad elevato potenziale di crescita, anche localizzate all’estero. Con sede a Torino conta oggi 180 soci, «ma contiamo di arrivare a 200 entro il prossimo anno», afferma Rocchietti.

Negli ultimi cinque anni ha investito 17,5 milioni di euro, supportando le realtà più diverse, da Satispay, l’app di pagamento, a Genenta, che sperimenta la cura dei tumori con le cellule staminali, da Sfera Agricola a D-Orbit, specializzata nella rimozione di satelliti a fine vita, sino a Wetaxi, ultimo investimento del 2019.

La figura dei business angel è particolare, l’angelo investitore, lo dice il termine, è in genere una persona facoltosa che si appassiona a una startup, la finanzia e l’aiuta: «A differenza dei fondi di investimento, oltre al capitale noi portiamo le nostre risorse e la nostra esperienza le nostre conoscenze e i nostri contatti, è un’attività di mentorship, siamo dei tutor», spiega Rocchietti. Il Club degli Investitori è un’associazione senza scopo di lucro. Accoglie sempre nuovi soci nei business angel, che poi attraverso un veicolo finanziario costituito ad hoc, una fiduciaria o altro, convogliano risorse verso startup promettenti. Negli ultimi anni c’è stata un’accelerazione nell’arrivo di nuovi soci e nuove risorse. «Investiamo in equity- racconta Rocchietti- ma attenzione: il nostro è un investimento ad altissimo rischio e poco liquido; rischioso perché effettuato nella fase di avvio, quando poi la startup diventa *scaleup* allora subentrano i fondi di private equity. L’exit, cioè l’uscita dal business, di conseguenza è di lungo periodo. Basti dire che i fondatori di Airbnb, startup di successo mondiale, non sono ancora usciti dall’azionariato». Come nelle semine, ci vuole tempo per un grande raccolto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Giancarlo Rocchietti
presidente
Club degli
Investitori

L'opinione



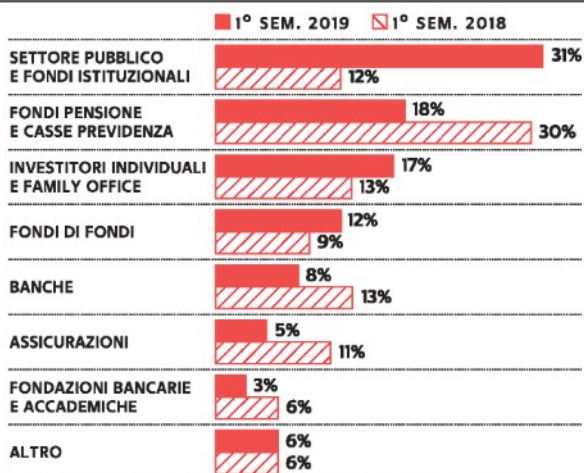
Investiamo su startup innovative ma non portiamo solo capitali, anche esperienza. È un investimento ad alto rischio e non liquido

GIANCARLO ROCCHIETTI
PRESIDENTE CLUB DEGLI INVESTITORI

I numeri



VENTURE CAPITAL E PRIVATE EQUITY
PROVENIENZA DEI FONDI INVESTITI



FONTE: AIFI

Biocoltivazioni

Neorurale Hub dove l'agricoltura incontra i Big Data

ANNA DICHIARANTE, PAVIA

Un polo che riunisce sei aziende e un centro d'innovazione si trasforma in un laboratorio agroalimentare a cielo aperto con un milione e 800 mila alberi e una fertilità aumentata del 150%

L'opinione

È stato creato l'habitat ideale per gli insetti che si cibano di animali dannosi per i raccolti. Mentre gli uccelli ripuliscono le risaie dalle erbe infestanti Risultato? Basta insetticidi o diserbanti

Che cosa significa produrre ambiente? Basta allontanarsi di 18 chilometri dal Duomo di Milano e spingersi verso Pavia, nella campagna di Giussago, per scoprirlo. Qui, tra la valle del Ticino e quella dell'Adda, sono state ricreate le condizioni di biodiversità e sostenibilità che caratterizzavano la pianura padana nell'anno Mille. Un panorama fatto di boschi, stagni, prati e campi. Ovunque, tanti animali: dai cavalli bianchi della Camargue fino a uccelli come la sterna o il falco delle paludi. Quest'area rappresenta il cuore di Neorurale Hub, polo che riunisce sei aziende agricole e un centro d'innovazione dedicato a Giulio Natta (proprietari sono gli eredi del premio Nobel per la Chimica). «Si tratta di un laboratorio naturale, o meglio, agroambientale a cielo aperto», dice Piero Manzoni,

amministratore delegato di Neorurale. La missione è far incontrare agricoltura e Big data, tecnologie all'avanguardia e insegnamenti del passato.

Nel 1996, grazie alla recente riforma delle politiche agricole comunitarie e grazie agli appositi incentivi europei, Manzoni e il suocero decisero di affiancare la tradizionale coltivazione di riso a quella che, appunto, viene definita produzione di ambiente: quasi 600 ettari dei 1.700 totali su cui si estende il comprensorio furono destinati alla rinaturalizzazione. In pratica, attraverso strategie di ripopolamento della flora e della fauna, si è ricostituito l'ecosistema originario della zona. La natura, guidata e monitorata dall'uomo, si è ripresa i suoi spazi e ha dato vita a un buon modello di economia circolare. «Questa terra, coltivata intensivamente, era diventata un deserto agricolo - ricorda Manzoni - nell'arco di 23 anni abbiamo piantato un milione e 800mila alberi e rigenerato i suoli, aumentandone del 150% la fertilità».

Pur essendo diminuita la superficie coltivata, il ritorno economico c'è stato. Soprattutto in forma di risparmi. Nelle aree attorno ai campi è stato creato l'habitat ideale per gli insetti che si cibano di quelli dannosi per i raccolti. Mentre gli uccelli ripuliscono le risaie dalle erbe infestanti. Quindi, basta insetticidi o diserbanti. La presenza di certe specie ani-

mali e le tecniche di irrigazione usate, poi, garantiscono sostanze nutritive alle coltivazioni. E addio fertilizzanti. «Il sistema di canali e dighe che abbiamo costruito - spiega Giovanni Boschini, responsabile agriservice di Neorurale - riproduce quello progettato da Leonardo e ci permette di non utilizzare combustibili fossili per far funzionare l'impianto. Dal Medioevo abbiamo mutuato le caldane, percorsi in cui l'acqua viene incanalata e mantenuta a temperatura di 12 gradi, affinché possa essere sfruttata per riscaldare o rinfrescare i locali. Dai monaci benedettini del XII secolo, infine, ci arrivano le marcite, prati inclinati su cui scorre costantemente acqua: il terreno non gela mai e si ha sempre fieno fresco».

Così, si è ridotto pure l'impatto ambientale. «Sperimentiamo soluzioni sostenibili da applicare all'intera filiera agroalimentare - prosegue Boschini - un esempio? Terminiamo l'essiccazione del riso dentro ai silos per consumare meno energia». Perciò, in una cascina del '700 ristrutturata, è stato



aperto il centro d'innovazione, dove sono insediate otto start up e dove varie società del settore hanno trovato un punto di riferimento. Neorurale ha anche brevettato e iniziato a vendere le sue invenzioni. Ora il nuovo progetto: una rete d'impresе con Como Next, hub d'innovazione digitale e tecnologica con sede a Lomazzo, in provincia di Como. «Vogliamo unire due eccellenze, incrociandone le rispettive competenze, per costituire il primo polo italiano d'innovazione agroalimentare», annuncia Stefano Soliano, direttore

generale di Como Next. A Gussago, insomma, le aziende potranno trovare consulenza, studiare e testare ogni risposta alle proprie esigenze di rinnovamento.

«Bisogna considerare - riprende Manzoni - che a livello mondiale l'agricoltura è il terzo fattore inquinante e che il 33% dei terreni arabili è esaurito, non più coltivabile. A ciò si aggiunge il fatto che, entro il 2050, l'80-90% della popolazione si concentrerà nelle città, cioè su una minima parte della superficie terrestre». Ecco perché le campagne avranno un ruolo cen-

trale nel fornire servizi alle metropoli e nel bilanciare una situazione esplosiva. Come spiega l'amministratore delegato di Neorurale, «è lì che si dovranno produrre cibo di qualità ed energia pulita da portare alle persone nel posto in cui vivono. Ed è lì che si dovranno assorbire i rifiuti prodotti, nel pieno rispetto dell'ambiente». La sfida, però, può essere vinta a una condizione: «Che si faccia sistema e che si coinvolgano tutti i soggetti del territorio».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Stefano Soliano
direttore generale di Como Next

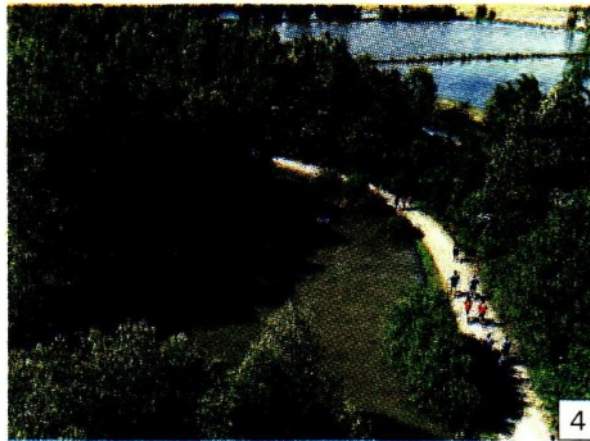


Piero Manzoni
amministratore delegato di Neorurale



1 3 4 Varie inquadrature della vita del Neururale Hub

2 Le piantagioni di riso viste dall'alto



Misure per un'Italia 4.0

In risalto il bando "V-IR - Voucher Infrastrutture di Ricerca"

“Oggi è la prima volta che INRiM ospita un evento completamente dedicato alle imprese”: così il direttore scientifico Maria Luisa Rastello ha aperto lo scorso 14 novembre il meeting “Misure, Imprese, Futuro”, organizzato dall’Istituto Nazionale di Ricerca Metrologica di Torino. La giornata intendeva promuovere il bando “V-IR - Voucher Infrastrutture di Ricerca” della Regione Piemonte che prevede l’erogazione di contributi alle PMI per usufruire di servizi specialistici per l’innovazione. L’incontro ha permesso, anche, di presentare alle imprese le attività e i laboratori dell’Istituto, da sempre anello di congiunzione tra il mondo della ricerca e quello produttivo.

L’industria 4.0 richiede misure sempre più precise e campioni affidabili, per i quali l’attività di ricerca di INRiM è cruciale: oltre a sviluppare e disseminare i campioni di riferimento nazionali delle unità di misura, fornisce alle imprese servizi di taratura e prova e di consulenza tecnico-scientifica. Il bando

V-IR permette alle imprese di investire in “qualcosa di più e di diverso dai servizi di taratura”, ha aggiunto Rastello. Come ha spiegato l’assessore regionale Matteo Marnati, V-IR rappresenta, insieme ad altri tre bandi attivi al momento, un’opportunità per essere competitivi nel contesto europeo. Studio delle superfici, sicurezza alimentare, metrologia dell’appearance: sono solo alcuni dei settori, illustrati da Paolo Roccatò, in cui la metrologia trova applicazione. Davide Calonicò ha descritto le applicazioni della metrologia all’industria 4.0 e all’aerospazio e ha presentato il progetto PiQuET sullo sviluppo di tecnologie quantistiche. I temi di efficienza e risparmio energetico sono stati invece affrontati da Mauro Zucca che ne ha raccontato le ricadute in termini di “smart lighting” e veicoli elettrici. Tanti gli ospiti e gli imprenditori che hanno poi visitato i laboratori dell’Istituto, guidati dai ricercatori, un modo per continuare il confronto e per vedere da vicino l’attività di ricerca.



Veduta del campus INRiM



■ **MISE/ Presentato il piano per estendere del 40% la platea delle imprese, con un occhio di riguardo alle Pmi**

Transizione 4.0: il nuovo percorso

L'obiettivo è una transizione tecnologica che premi anche la sostenibilità ambientale

Si è svolto di recente al MISE il tavolo su Transizione 4.0, presieduto dal ministro Stefano Patuanelli, a cui hanno partecipato le associazioni che rappresentano il tessuto imprenditoriale del nostro Paese.

L'incontro ha avuto l'obiettivo di avviare un confronto sui risultati raggiunti in questi anni dalle misure previste dal Piano Impresa 4.0, al fine di migliorare gli strumenti già esistenti e individuare un nuovo assetto, che attraverso una programmazione pluriennale possa supportare Pmi e Grandi imprese verso una transizione tecnologica che premi anche la sostenibilità ambientale.

In apertura del tavolo, il ministro Patuanelli ha illustrato dapprima i dati disponibili relativi al 2017 delle principali misure agevolative (iper e super-ammortamento, credito d'imposta per le spese in ricerca e sviluppo), dai quali si evince come il Piano Impresa 4.0 abbia premiato maggiormente le medie e grandi imprese rispetto alle imprese di minore dimensione. Inoltre, è stato sottolineato come dopo un 2017 record negli ordinativi interni di macchine utensili, si è registrato a partire dal 2018 un progressivo calo degli ordini che si è andato ad accentuare nei primi nove mesi del 2019. A tal riguardo, il ministro Patuanelli ha sottolineato come sia necessario portare avanti un percorso condiviso con gli attori presenti al tavolo, migliorando lo schema della legge di bilancio per il 2020-2022, con la quale il Governo ha stanziato com-

pletivamente risorse pari a circa 7 miliardi di euro per la proroga al 2020 delle misure fiscali del Piano e l'introduzione per gli anni 2020-2022 del credito d'imposta sull'economia circolare (green economy).

L'obiettivo del ministro Patuanelli è adesso quello di procedere a un riassetto delle misure fiscali del Piano su una base di programmazione pluriennale, potenzialmente in grado di ampliare fino al 40% la platea delle imprese beneficiarie, incrementando significativamente il numero delle Pmi. Un obiettivo decisamente appetibile.

In particolare, procedendo alla razionalizzazione e alla semplificazione dell'utilizzo degli strumenti da parte delle imprese, attraverso la trasformazione di iper e super ammortamento in credito d'imposta a intensità crescente, si punta ad incentivare di più rispetto agli anni precedenti gli investimenti in formazione 4.0 e in trasformazione tecnologica e digitale, soprattutto se finalizzati alla sostenibilità ambientale. Inoltre si punta a valorizzare gli investimenti nei settori dell'innovazione e del design che rappresentano dei capisaldi del Made in Italy.

Nel corso dell'incontro è stato infine ricordato che il MISE dedica alle tematiche relative alla Trasizione 4.0 alcuni interessanti agevolazioni a sportello per grandi progetti di R&S focalizzati su "industria sostenibile", "agrifood", "economia circolare", "fabbrica intelligente", "riconversione produttiva", "scienze della vita".

il Governo ha stanziato complessivamente risorse pari a circa 7 miliardi di euro per la proroga al 2020 delle misure fiscali del Piano e l'introduzione per gli anni 2020-2022 del credito d'imposta sull'economia circolare (green economy)



A Monza l'anteprima della nuova «autostrada digitale»

Tim corre in pista. Alla super velocità del 5G

Lo storico autodromo fa un passo nel futuro

Avanza il piano di copertura nel resto del Paese

LOMBARDIA IN POLE

Il 5G Tim già disponibile anche a Brescia. In vista nel 2020 Bergamo, Como e Varese. In pista Milano

di **Achille Perego**
MONZA

Alla super velocità del 5G, Tim corre sulla pista di Monza. E l'autodromo più vecchio al mondo (dopo quello di Indianapolis) che nel 2022 celebrerà i primi cento anni di gare, sarà il primo in Europa a far vivere fuori e dentro la pista i servizi e le applicazioni consentiti dalla nuova «autostrada digitale». Mentre avanza il piano di copertura in Italia e l'offerta - a privati e aziende - degli innovativi servizi 5G di Tim - una rete che già comprende città come Torino (la prima a partire con la sperimentazione nel 2016), Firenze, Bologna, Roma e Napoli per arrivare nel 2021 a 120 città, 200 destinazioni turistiche e 245 distretti industriali - dallo scorso venerdì il passo nel futuro delle comunicazioni lo ha fatto anche il Monza Eni Circuit. Un passo che si aggiunge ai progetti dedicati che hanno visto il 5G di Tim accendersi da Matera, al porto di Bari piuttosto che a San Marino e all'ultimo Giro d'Italia. Da sabato scorso il 5G Tim è disponibile anche a Brescia e nei primi mesi del prossimo anno toccherà, per quanto

riguarda la Lombardia, a Bergamo, Como e Varese.

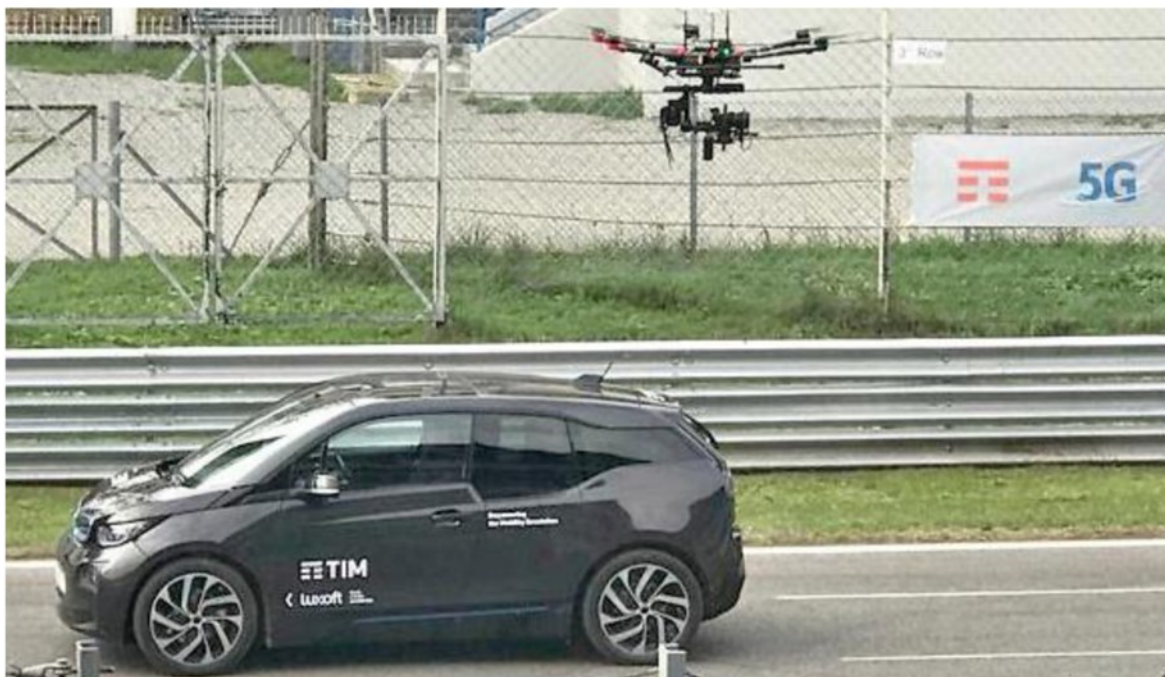
Un'altra significativa tappa dello sviluppo del 5G di Tim sempre in Lombardia sarà Milano, «città 5G ready» dove sono stati già installati oltre 60 nodi 5G (che diventeranno 100 entro fine anno e 200 il prossimo) che possono già servire un terzo dei milanesi. E il servizio sarà reso disponibile non appena il ministero dello Sviluppo Economico decreterà il termine della sperimentazione istituzionale nel capoluogo lombardo. Del resto «Tim è particolarmente attenta al territorio della Lombardia - ha spiegato nel corso dell'incontro al Monza Eni Circuit Francesco D'Angelo, Responsabile Sales Business di TIM -. Molteplici sono le iniziative che abbiamo in campo, per accompagnare imprese e istituzioni nel percorso di digitalizzazione, amplificatore della crescita, che consente anche di valorizzare le eccellenze e l'ecosistema locali». «Grazie al 5G - ha aggiunto Antonio Cirillo, Responsabile Marketing & Digital Factory Business di TIM - miliardi di device e sensori applicati a cose e persone genereranno un numero sempre crescente di dati che avranno impatto su molti settori strategici: dalla mobilità urbana alla sicurezza, dall'e-government alla sanità, dal monitoraggio ambientale ai trasporti, fino al turismo e all'entertainment. Questo è lo scenario che sta diventando realtà e nel quale TIM si conferma protagonista nell'innovazione digitale». Un'innovazione

che, per esempio, ha permesso di seguire, durante il Monza Rally, la «prova su pista» di un'auto Skoda Fabia, guidata da Marco Bonanomi e navigata da Gigi Pirolo, e far vivere le emozioni della competizione in modalità immersiva, grazie allo streaming live multiview a 360° reso disponibile dal 5G. Nel corso dell'evento monzese, a cui hanno preso parte anche il dg dell'autodromo, Pietro Benvenuti e il sindaco Dario Allevi, è stata presentata l'ampia gamma di applicazioni già possibili con il 5G di Tim. Tra queste l'auto a guida remota e lo Smart City Control Room, che permette la gestione del traffico, la riduzione dell'inquinamento, l'ottimizzazione delle risorse, dell'illuminazione, del ciclo dei rifiuti, della pubblica sicurezza.

Ma il nuovo mondo del 5G Tim comprende anche la Virtual Reality con la quale, attraverso l'utilizzo di specifici occhiali VR, le persone possono vivere un'esperienza di visita virtuale da remoto di luoghi di interesse turistico come Piazza Navona e le Chiese Rupestri di Matera. E l'Augmented reality che ha reso reale il futuro immaginato in Star Trek con gli ologrammi. Un'olopresenza che può essere utilizzata, in campo sanitario, per interagire a distanza nel supporto domiciliare/ambulatoriale, il telesoccorso, la consulenza nella diagnosi e la formazione. Infine, il 5G Tim apre le porte alla robotica industriale, al controllo ambientale con droni e al grande mondo dei games.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Le strategie

I 4 big europei alla sfida delle nuove reti

Se è vero che nessuna tra le grandi telecom europee sta male come le italiane, è però anche vero che le scelte di Bruxelles negli scorsi anni hanno imposto a tutti, in diversa misura, di rivedere le proprie strategie per riuscire ad affrontare la svolta

tecnologica della fibra e del 5G. Chi sta meglio sono i tedeschi di Dt, finanziariamente sanissimi, ma a costo di un rallentamento nella posa di fibra che ha creato un allarme anche in Germania. Ma risolto il caso T Mobile negli Usa avranno un orizzonte più

chiaro. In Spagna Telefónica deve risolvere il suo problema di alti debiti, in Francia già si polemizza sulla prossima asta 5G di primavera per i prezzi troppo alti. Gli inglesi di Bt devono fare i conti con la prospettiva di una possibile rinazionalizzazione.

Fibra a 20 giga per tutti nel 2023

ANAIS GINORI

Erede dell'ex monopolista pubblico France Telecom, il gruppo Orange continua a essere in posizione di forza. Controllando oltre il 40% degli abbonati al fisso e mobile, domina ancora il mercato francese dove ci sono altri tre operatori: Sfr, Bouygues e Free. Il ceo Stéphane Richard, riconfermato l'anno scorso, sa di dover raccogliere però almeno tre grandi sfide: il 5G, il passaggio nel fisso dal rame alla fibra, lo sviluppo dell'intelligenza artificiale nell'uso degli oggetti connessi. Sono questi i punti che Richard ha indicato nel piano strategico presentato pochi giorni fa. Sul 5G, dove la vendita delle frequenze è prevista in primavera, Orange lanciato le sue prime offerte di abbonamento in Romania a novembre. Richard non ha escluso la condivisione con altri operatori sugli investimenti nelle reti 5G: ipotesi già concreta in Spagna e che potrebbe delinearci anche in Francia. Sulle linee fisse Richard ha previsto il passaggio completo alla fibra entro il 2023, portando la velocità di connessione a 10 Giga. Il ceo prevede anche che la succursale finanziaria, Orange Bank, possa avere 5 milioni di clienti in Europa e 10 milioni in Africa entro il 2025. Il piano strategico di Richard è stato accolto con prudenza dagli investitori, delusi dalla proposta di dividendo e dalla stima di un ebitda in crescita solo tra il 2 e il 3%.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Le strategie

I 4 big europei alla sfida delle nuove reti

Se è vero che nessuna tra le grandi telecom europee sta male come le italiane, è però anche vero che le scelte di Bruxelles negli scorsi anni hanno imposto a tutti, in diversa misura, di rivedere le proprie strategie per riuscire ad affrontare la svolta

tecnologica della fibra e del 5G. Chi sta meglio sono i tedeschi di Dt, finanziariamente sanissimi, ma a costo di un rallentamento nella posa di fibra che ha creato un allarme anche in Germania. Ma risolto il caso T Mobile negli Usa avranno un orizzonte più

chiaro. In Spagna Telefónica deve risolvere il suo problema di alti debiti, in Francia già si polemizza sulla prossima asta 5G di primavera per i prezzi troppo alti. Gli inglesi di Bt devono fare i conti con la prospettiva di una possibile rinazionalizzazione.

Svolta in Sud America resterà solo in Brasile

ALESSANDRO OPPEs

Una brusca virata per ritornare a crescere. Telefónica cambia strategia dopo i magri risultati degli ultimi anni che hanno portato il gigante spagnolo delle Tlc ad accumulare debiti (attualmente 38 miliardi di euro, nonostante una tendenza costante al calo dall'inizio di quest'anno) e a perdere valore in Borsa (ora è la quarta impresa dell'indice selettivo spagnolo Ibex35, di cui in passato era stata leader, con una capitalizzazione che non raggiunge neppure la metà degli 81 miliardi di euro della capofila Inditex). La svolta, annunciata dal presidente esecutivo José María Álvarez, prevede un piano articolato. L'attività del gruppo verrà concentrata su quattro Paesi - Spagna, Brasile, Germania e Regno Unito - che rappresentano già l'80% delle entrate della compagnia. Verranno poi create la filiale Telefónica Tech (cyber security, Big Data, cloud) e Telefónica Infra (torri, fibra e cavi sottomarini). Ma la vera svolta ha a che fare con l'America Latina: dopo 30 anni di espansionismo aggressivo attraverso acquisti e alleanze con compagnie locali, ora (con l'esclusione del Brasile) tutte le imprese del continente passeranno a far parte di una filiale indipendente, con un futuro incerto. Non è escluso che, complice anche l'instabilità politica ed economica della regione, Madrid punti a far cassa restando nel solo Brasile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Le strategie

I 4 big europei alla sfida delle nuove reti

Se è vero che nessuna tra le grandi telecom europee sta male come le italiane, è però anche vero che le scelte di Bruxelles negli scorsi anni hanno imposto a tutti, in diversa misura, di rivedere le proprie strategie per riuscire ad affrontare la svolta

tecnologica della fibra e del 5G. Chi sta meglio sono i tedeschi di Dt, finanziariamente sanissimi, ma a costo di un rallentamento nella posa di fibra che ha creato un allarme anche in Germania. Ma risolto il caso T Mobile negli Usa avranno un orizzonte più

chiaro. In Spagna Telefónica deve risolvere il suo problema di alti debiti, in Francia già si polemizza sulla prossima asta 5G di primavera per i prezzi troppo alti. Gli inglesi di Bt devono fare i conti con la prospettiva di una possibile rinazionalizzazione.

Tanti dipendenti e risultati in calo

ANTONELLO GUERRERA

Come sta British Telecom? Secondo Jeremy Corbyn, il leader laburista, va rinazionalizzata dopo la privatizzazione della Thatcher di circa trent'anni fa, per dare banda larga e Internet ultraveloce gratis a tutti i britannici (a oggi è a disposizione solo per l'8% di loro). Difficilmente Corbyn andrà a Downing Street, ma tutti i sondaggi parlano di un'ampia maggioranza in Regno Unito a favore di una nuova nazionalizzazione di telefono, poste, ferrovie, acqua. Per il resto, ci sono ombre sul futuro di BT: quasi 107mila dipendenti, il fatturato è sceso negli ultimi due anni (da 24 miliardi a 23,7), l'ultimo utile al lordo delle imposte è stato il più basso da cinque anni (anche se i profitti netti fino al 2018 erano in crescita, fino a oltre 2 miliardi) e di fronte ora ci sono sfide, come quella tecnologica (tra cui l'estensione della fibra come vuole imporre Corbyn), di non facile risoluzione, vista la concorrenza e i costi coinvolti, soprattutto perché si tratta di investimenti a lungo termine che potrebbero avere molte conseguenze, anche sui bonus di fine anno per i manager. A proposito, visti i tempi complicati per l'inglese medio e la rabbia online che potrebbero scatenare, Bt starebbe pensando di limitare, almeno per quest'anno, proprio i bonus ai dirigenti. A farne le spese saranno tutti i big, anche il ceo Philip Jansen.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Le strategie

I 4 big europei alla sfida delle nuove reti

Se è vero che nessuna tra le grandi telecom europee sta male come le italiane, è però anche vero che le scelte di Bruxelles negli scorsi anni hanno imposto a tutti, in diversa misura, di rivedere le proprie strategie per riuscire ad affrontare la svolta

tecnologica della fibra e del 5G. Chi sta meglio sono i tedeschi di Dt, finanziariamente sanissimi, ma a costo di un rallentamento nella posa di fibra che ha creato un allarme anche in Germania. Ma risolto il caso T-Mobile negli Usa avranno un orizzonte più

chiaro. In Spagna Telefónica deve risolvere il suo problema di alti debiti, in Francia già si polemizza sulla prossima asta 5G di primavera per i prezzi troppo alti. Gli inglesi di Bt devono fare i conti con la prospettiva di una possibile rinazionalizzazione.

Bene i conti in attesa della fusione Usa

STEFANO CARLI

Il passaggio più delicato delle strategie di Dt è negli States. Se riuscirà ad andare in porto la fusione della sua T-Mobile con Sprint, ossia il terzo e quarto operatore mobile. Se riuscirà ci saranno sinergie sui costi di sviluppo della nuova rete 5G. E per farlo occorre tenere un basso profilo nella guerra commerciale di Trump con la Cina. Per questo Dt ha sospeso per ora tutti gli accordi di fornitura di apparati di rete di Huawei. Sul fronte dei conti invece tutto va a gonfie vele per l'ex incumbent che ora opera in un mercato mobile con tre soli operatori. Il terzo trimestre ha visto ricavi sù di quasi il 5%, l'ebitda del 5,6. Il fatturato a fine anno sfiorerà gli 80 miliardi e l'ebitda i 24. Non ci sono problemi a finanziare gli investimenti e infatti il cash capex è in crescita. Unico problema è il debito che è salito del 40% rispetto alla fine del 2018, ma in particolare per nuovi criteri contabili. Non dovrebbe quindi essere di ostacolo alla realizzazione delle nuove reti a banda ultralarga, si fissa che mobili. È questo stato di effervescenza che segna la maggiore differenza rispetto ai vicini di oltre Reno di Orange. Le ipotesi di una fusione tra i due ex monopolisti continuano a circolare ma vengono regolarmente smentite. Allo stato attuale più che una fusione sarebbe un'acquisizione tedesca.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Economia & Politica**NOMINE E MANAGER****LA CARICA
GIALLOROSSA
PREPARA
LA FESTA
DI
PRIMAVERA**

Una prima raffica di nomi per le partecipate
Cdp, poi Invitalia, le liti sulle authority e la Rai
Di Maio, Zingaretti e Renzi si preparano per i big

di **Antonella Baccaro**

Procedono a rilento le nomine ai tempi del governo giallo-rosso. Tutta colpa dei dissidi interni alla maggioranza che producono una proroga dietro l'altra. È il caso dei consigli delle Autorità per la Privacy e delle Telecomunicazioni (Agcom), il cui rinnovo era stato fissato entro il 31 dicembre. Sembrava tutto definito: al Senato una seduta è ancora convocata per giovedì 19 dicembre alle 9.30, mentre alla Camera era prevista un'integrazione all'ordine del giorno proprio per inserire le designazioni di competenza. Del resto il collegio del Garante è vacante dal 19 giugno e quello di Agcom dal 28 giugno, con i membri in carica per l'ordinaria amministrazione che hanno ricevuto finora tre proroghe.

Ma un granello di sabbia si è inserito nell'ingranaggio e rischia di far slittare tutto al 31 gennaio. Come scrive il *Corriere delle Comunicazioni*, è spuntato un emendamento alla

legge di Bilancio, firmato dal M5S, il cui scopo è modificare i meccanismi di nomina del Garante Privacy, portando i consiglieri da quattro a cinque, e soprattutto eliminare la regola che stabilisce che il ruolo di Garante venga ricoperto dal più anziano dei consiglieri. La novità sarebbe che a votare il presidente sia il Parlamento.

La motivazione di questo cambiamento è tutta politica. Quando le candidature per la Privacy sono state riaperte, a ottobre, dopo la prima informata di curricula a giugno, tra i candidati si è presentato Ignazio La Russa che, forte del sostegno del centrodestra, allo stato, in virtù della maggiore anzianità, avrebbe le carte per diventare il garante della Privacy. Ora, per avere modo di modificare la legge che regola le nomine, queste verrebbero fatte slittare al 31 gennaio. Insieme con quelle dell'Agcom, per la cui presidenza si è parlato di Emilio Carelli, Marco Giovannelli, Pier Carlo Padoan e Claudio De Vincenti.

Le agenzie fiscali

Il rinvio va incontro alle difficoltà della maggioranza di trovare intese sui vertici da nominare. Difficoltà che hanno prolungato l'attesa per quello che sembrava un rinnovo scontato: la conferma a Invitalia di Domenico Arcuri, sostenuta dal premier Giuseppe Conte, e giunta fuori tempo massimo, visto che a gestire l'Agenzia era rimasto il collegio sindacale. La quadra è stata trovata anche sulla presidenza, che è andata a Andrea Viero, su indicazione del Pd. In entrambi i casi le resistenze venivano dal M5S.

Si vedrà se oggi il Consiglio dei mi-



nistri si occuperà dei vertici delle Agenzie fiscali (Entrate, Dogane e Demanio) che scadono proprio ora, oppure se si andrà all'interim. La battaglia infuria soprattutto sulle Entrate, per le quali il M5S propende per la conferma di Antonino Maggione, mentre Italia Viva si è molto spesa per il ritorno di Ernesto Maria Ruffini. Più probabile la conferma di Riccardo Carpino al Demanio, mentre alle Dogane se la giocherebbero l'attuale direttore Benedetto Mineo e Maurizio Montemagno, che oggi dirige l'Antifrode.

A fine dicembre scade anche il mandato del direttore generale dell'Istituto di credito sportivo, Paolo D'Alessio, che verrà confermato per un anno: il tempo di avviare una selezione per il suo successore che entrerà in carica nel 2020 dopo aver assunto le funzioni di cfo.

Questa settimana potrebbe essere quella decisiva per il nuovo assetto dirigenziale della Rai se davvero domani se ne occuperà il consiglio di amministrazione, finora bloccato

dai veti incrociati. In ballo ci sono le nuove direzioni generali disegnate dal piano dell'ad Fabrizio Salini, oltre che le direzioni di rete che però il piano ridimensiona. Ma il nodo che finora ha tenuto tutto in sospeso è quello dei telegiornali, su cui grava una costante fibrillazione da imminenti elezioni regionali.

Finora nell'infornata di nomine più cospicua, varata a fine novembre, quella della galassia di Cassa Depositi e Prestiti (Sace, Simest e Fintecna), le scelte sono state prevalentemente orientate dal Pd, oltre che dal Mef e dalle Fondazioni bancarie. Da notare che tra i 15, tra presidenti e amministratori delegati nominati, c'è solo una donna.

Ma è a primavera che, se il governo attuale resterà in carica, si combatterà la madre di tutte le battaglie. In gioco, tra partecipate quotate e non, ci sono circa 150 poltrone. A dormire sonni tranquilli tra i boiardi c'è solo Giuseppe Bono, già confermato a Fincantieri, ma pronto a allargare ulteriormente la propria sfera d'in-

fluenza. Con l'approvazione dei bilanci 2019 andranno in scadenza i vertici delle big: Eni, Enel, Poste, Leonardo, Enav e Terna.

Al momento solidamente piazzato per una riconferma o comunque una poltrona importante c'è l'ad di Enel, Francesco Starace, che gode di un sostegno pressoché generalizzato. Consensi per i buoni risultati raggiunti anche per Claudio Descalzi in Eni, che però potrebbe soffrire per le ripercussioni delle inchieste giudiziarie. A Leonardo, Alessandro Profumo sembra intenzionato a restare: il cambio di governo gli ha giovato, visto che gli si attribuiscono sempre buoni rapporti con il Pd.

Intanto aspettano una semplice ratifica le nomine dei consigli di amministrazione di Inps e Inail. Il vice di Pasquale Tridico all'Istituto di previdenza sarà Maria Luisa Gnechchi (in quota Pd). Al fianco di Franco Bettoni all'Inail, arriva Paolo Lazzara (in quota M5S), e tra i consiglieri si segnala Cesare Damiano, già ministro del Lavoro del Pd nel governo Prodi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Eni
Claudio Descalzi



Leonardo
Alessandro Profumo



Enel
Francesco Starace



Terna
Luigi Ferraris



Poste
Matteo Del Fante



Enav
Roberta Neri

Confronto sulla politica industriale e sulle possibilità di interventi d'emergenza per Ilva e Alitalia**Economista e uomo d'impresa, Innocenzo Cipolletta analizza chance e impedimenti, tra pubblico e privato****Il freno della lottizzazione, non soltanto in Rai, che impedisce ancora progetti di lungo periodo****e l'alternativa delle privatizzazioni sagge con gli strumenti della finanza**

STATO-IMPREDITORE PIANI LUNGI E MANAGER STABILI? PERCHÉ LA POLITICA NON CE LA FA

di **Innocenzo Cipolletta**

Di fronte alle crisi di grandi aziende, come Alitalia e Ilva, bisogna tornare all'azionariato pubblico? Non ho pregiudizi sulle imprese pubbliche. Ci sono imprese pubbliche ben gestite, come le Poste e le Ferrovie dello Stato negli ultimi 12 anni e imprese pubbliche che vanno male, come l'Atac a Roma e le molte che sono in continuo disavanzo. Anche per le aziende private ci sono casi di successo e casi fallimentari che si trascinano da anni. Mettere capitale pubblico per salvare Alitalia e Ilva potrebbe avere senso se lo Stato italiano avesse imparato, col tempo, a fare l'azionista. Ma purtroppo non è così. Anzi, col tempo lo Stato italiano ha perso la capacità di essere un azionista di lungo termine e si è messo a terremotare le sue aziende con il risultato di depotenziare la loro capacità di crescita e sopravvivenza.

Un frenetico spoil system

Un azionista di riferimento di una grande azienda deve essere capace di individuare obiettivi di medio/lungo termine, scegliere i manager adatti e assicurare loro una certa stabilità per il conseguimento di quegli obiettivi, cambiandoli solo in caso di inadeguatezza degli stessi. Così era stato, pur con diverse deviazioni, durante i primi due decenni del dopoguerra, quando le partecipazioni statali erano stabili e orientate al medio termine, con obiettivi condivisi da tutti e non rimessi in discussione ad ogni cambio di governo, che pure era frequente. Poi sono intervenuti gli anni 70 con le necessità di ristrutturazioni (crisi da petrolio), con l'avvento dei governi di coalizione e con il Partito socialista italiano intenzionato ad entrare «nella stanza dei bottoni», come si diceva allora. Si è così passati alla politicizzazione delle imprese pubbliche, con il risultato che obiettivi e management venivano cambiati in relazione al mutare delle coalizioni nei molti governi che si sono succeduti. Le privatizzazioni degli anni 90 hanno ridotto questo fenomeno per il contrarsi dell'area delle partecipazioni statali, anche se alcune di esse, come la Telecom e poi l'Alitalia, hanno continuato a soffrire di questa sindrome dell'instabilità manageriale anche in presenza di un azionariato privato.

Negli ultimi dieci anni abbiamo avuto sette governi. I manager delle più importanti imprese pubbliche sono stati cambiati in continuazione, a volte senza neanche attendere le scadenze naturali, a seconda delle diverse alternanze politiche.



Con la crescita del ruolo di Cassa depositi e prestiti nell'azionariato delle imprese, questa instabilità di base si è diffusa a molte aziende anche di minori dimensioni. Basti pensare che negli ultimi dieci anni Cdp ha cambiato tre (anzi quattro) volte il suo vertice e ogni volta il governo di turno lo ha fatto per modificare la sua strategia e, di conseguenza, la strategia delle aziende controllate e quindi del management relativo. Non v'è dubbio che i diversi vertici di Cdp che si sono succeduti negli ultimi 10 anni erano tutti, senza eccezioni, composti da persone estremamente valide e professionali. Ma è anche indubbio che i governi che li hanno scelti (Monti, Renzi, Conte I e Conte II) avevano composizione politica e obiettivi diversi a cui questi manager hanno dovuto rispondere, introducendo perciò un fattore di instabilità.

La presenza dello Stato in un'azienda dovrebbe significare la presenza di un azionista stabile che persegue obiettivi di lungo termine. Se così fosse, le aziende di Stato non dovrebbero essere considerate strumento di governo (com'è ora) ma strumento della Nazione per la produzione di servizi efficienti, per lo sviluppo dell'economia e per la crescita del mercato.

Riportare lo Stato nell'azionariato di Ilva e di Alitalia con un qualche progetto e con un certo management presupporrebbe quindi che un simile progetto possa essere perseguito per un buon numero di anni, lasciando al management la responsabilità di attuare la strategia di risanamento e di rilancio. In altre parole, occorrerebbe depoliticizzare le nomine, una volta che si fossero decisi gli obiettivi da perseguire. Bisognerebbe attivare una sorta di «Fondazione per l'Interesse Pubblico» formata da personalità competenti e disinteressate a cui dare il compito di scegliere il management e controllarne l'azione. Il presidente della Repubblica e il Parlamento potrebbero essere le istituzioni deputate alla scelta di tali personalità a cui affidare tale compito per un tempo congruo.

Meglio il mercato

È questa una opzione possibile nel nostro Paese? Teoricamente sì. Ma le ripetute dichiarazioni d'intenti e tentativi di depoliticizzare la Rai stanno a dimostrare che questa opzione è molto improbabile. Quindi, meglio tentare di indirizzare l'economia senza necessariamente aumentare l'ambito delle imprese a controllo dello Stato, che deve essere fatto solo quando non ci sono alternative, come passaggio per una successiva rapida riprivatizzazione.

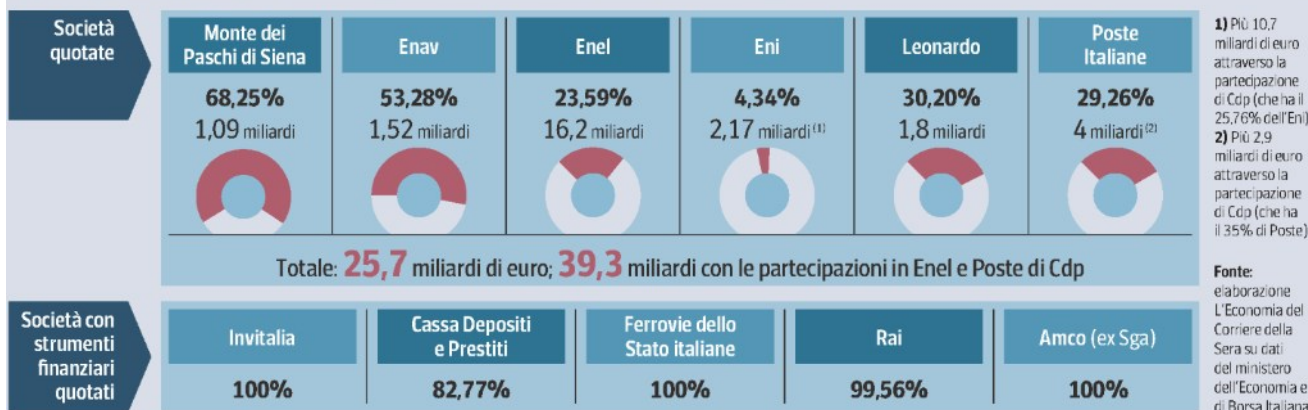
La via è quella di usare strumenti di mercato per raggiungere obiettivi di valenza sistemica. Ad esempio, la quotazione in Borsa e la riduzione della presenza pubblica sotto il 50% consente allo Stato di mantenere una capacità di indirizzo e di controllo dell'azienda, ma sottostando a precisi obblighi nei confronti degli altri azionisti e del mercato, com'è nel caso di Eni, Enel, Poste. Un'altra via può essere la costituzione di sgr capaci di investire su imprese, infrastrutture e fondi di private equity, con il controllo della Banca d'Italia, per lo sviluppo o la ristrutturazione di imprese. Anche l'uso intelligente della domanda pubblica per stimolare capacità imprenditoriali e tecnologiche del Paese deve essere una strada da perseguire.

Qualunque possa essere l'intervento dello Stato, resta sempre necessario che la gestione delle imprese sia sostenibile, generi un ritorno sul capitale investito e non sia un'operazione volta solo alla salvaguardia dell'occupazione.

icipoll@tin.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La mappa del Tesoro Le partecipazioni dirette e i loro valori di Borsa al 4/12/2019, dati in euro



Il dibattito
Su L'Economia del 2 dicembre l'intervista di Dario Di Vico a Alessandra Lanza di Prometeia. Gli approfondimenti sulla necessità di una politica industriale, pubblicati dopo il forum con Fabrizio Palermo dell'11 novembre, sono usciti su L'Economia del 18 e 25 novembre



L'esplosione dei social e la tutela della reputazione Chi (e come) ha diritto a essere riabilitato on line

Con la diffusione dei social network e dell'informazione digitale assistiamo quotidianamente a una iper-produzione di contenuti. Notizie, post, foto e video che, una volta pubblicati, possono divenire facilmente reperibili attraverso i link che, grazie ai meccanismi di indicizzazione, compaiono a seguito della ricerca per parole chiave. Ne deriva un aumento esponenziale di situazioni in cui ciascuno può vedere compromessa la propria reputazione: ciò vale sia per gli individui (nell'ambito della sfera privata e in quella professionale), sia per le aziende. La copiosa giurisprudenza sviluppata su questi temi ha ormai chiaramente delineato i confini delle responsabilità (civile e penali) conseguenti alle condotte diffamatorie o anticoncorrenziali.

Il diretto interessato deve, tuttavia, spesso occuparsi anche della riabilitazione della propria reputazione digitale. Tradizionalmente, soprattutto con riferimento alla «reputazione commerciale», la riabilitazione avviene attraverso la produzione di contenuti positivi fortemente indicizzati, in modo da far retrocedere nei risultati di ricerca i contenuti lesivi. Tuttavia, un risultato definitivo e più efficace può ottenersi attraverso la richiesta di de-indicizzazione dei contenuti lesivi, da inviarsi direttamente al motore di ricerca.

In questo ambito la giurisprudenza, comunitaria e nazionale, ha elaborato l'esistenza di un vero e proprio diritto a essere dimenticato (il diritto all'oblio). Esso consiste, da un lato, nel diritto dell'interessato a ottenere la cancellazione dei propri dati e, dall'altro, nel diritto di non vedere riproposte notizie ormai superate e in grado di arrecargli pregiudizio. Il diritto alla cancellazione è, peraltro, espressamente disciplinato all'art. 17 del Regolamento europeo sulla protezione dei dati personali n. 2016/679 (GDPR). Ai sensi di tale norma, l'interessato ha il diritto di ottenere dal titolare del trattamento, senza ingiustificato ritardo, la cancellazione dei dati personali che lo riguardano nel caso in cui l'interessato abbia revocato il consenso su cui si basa(va) il trattamento ovvero si sia opposto al trattamento (e non sussista alcun legittimo motivo prevalente per procedere al trattamento); oppure ancora qualora i dati personali

siano stati oggetto di trattamento illecito. Per quanto concerne il diritto di richiedere la rimozione di link che rimandano a notizie riportate da organi di informazione on line e riguardanti vicende giudiziarie (procedimenti penali o procedure esecutive su beni dell'interessato), la giurisprudenza ha chiarito che il motore di ricerca deve provvedere alla de-indicizzazione in presenza di due condizioni. Da un lato, il diritto alla riservatezza deve potersi ritenere prevalente rispetto al diritto di cronaca e all'interesse (pubblico) alla conoscenza di talune informazioni (la cui reperibilità è giustificata alla luce della eventuale carica pubblica ricoperta dall'interessato), dall'altro il link di cui si chiede la rimozione deve avere a oggetto notizie o contenuti risalenti nel tempo. In caso di inadempienza del motore di ricerca, l'interessato può rivolgersi al Garante privacy o all'autorità giudiziaria: in tal caso, la valutazione della sussistenza delle condizioni di cui sopra è rimessa alla discrezionalità dell'autorità adita. Il Garante per la protezione dei dati personali ha, peraltro, recentemente riconosciuto il diritto di chiedere la rimozione del contenuto anonimo e, tuttavia, riferito a una persona inequivocabilmente identificabile: con il provvedimento del 20 giugno 2019 l'autorità ha accolto il reclamo di un soggetto che chiedeva la rimozione di un Url reperibile digitando non il proprio nominativo ma il riferimento alla propria qualifica di presidente di una determinata cooperativa. Il diritto alla rimozione dei link è stato, pertanto, esteso in senso conforme alla definizione di dato personale fornita dall'art. 4 del GDPR, che fa riferimento a qualsiasi informazione riguardante una persona fisica «identificata o identificabile».

© RIPRODUZIONE RISERVATA.



Nuovi media Al New York Times la frontiera del reportage virtuale

CHRISTIAN ROCCA - P. 36

UN SETTORE IN EVOLUZIONE CHE APRE SCENARI DI NUOVE FORME NARRATIVE

Il reportage è virtuale

Il New York Times e la frontiera del "giornalismo immersivo"

Lobiettivo è riuscire a coinvolgere lo spettatore nella notizia in modo unico

Con il 5G i giornalisti sul campo potranno far provare agli utenti l'esperienza reale

CHRISTIAN ROCCA
NEW YORK

Centoventitré anni fa, il *New York Times* ha pubblicato le prime fotografie sul giornale di carta. Nel 2015 ha prodotto il primo esempio di giornalismo a realtà virtuale, utilizzando una tecnologia fino a quel momento usata prevalentemente per i videogiochi e da allora è diventata uno dei terreni di maggiore sperimentazione editoriale, fino al Pulitzer assegnato nel 2018 all'*Arizona Republic* e a *Usa Today* per l'explanatory reporting sul muro al confine tra gli Stati Uniti e il Messico.

Il quotidiano di New York ha un canale di video a 360 gradi, un'app di virtual reality, una squadra che usa la realtà aumentata per produrre reportage immersivi, un team che tiene corsi su questo nuovo modo di fare giornalismo alla School of The New York Times insieme con il T Brand Studio, l'agenzia creativa interna, e per fornire contenuti educativi alle scuole medie.

Lo spatial journalism, il giornalismo volumetrico, è ancora ai primi stadi, ma offre grandi opportunità di sviluppo e di racconto su cui stanno investendo anche il *Washington Post*, il *Wall Street Journal*, il

Guardian, l'*Economist* e i grandi network televisivi perché riesce a coinvolgere virtualmente lo spettatore nella notizia in un modo ineguagliabile per i tradizionali metodi di racconto giornalistico. Il giornalismo immersivo, nella definizione data nel 2010 da chi ne ha parlato per primo, è «la produzione di notizie in una forma in cui le persone possono vivere esperienze in prima persona di situazioni o di eventi raccontati nei servizi giornalistici».

È ancora un settore piccolo e improduttivo, ma nell'era della necessarie riduzioni dei tradizionali costi redazionali, la realtà virtuale apre scenari di nuove forme narrative, di trasformazione dei mass media in organizzazioni che non subiscono ma sfruttano la rivoluzione digitale, ma anche di inediti modelli di business capaci di ribaltare gli anni bui.

Già adesso droni, realtà virtuale, realtà aumentata e 3D sono usati per coprire giornalisticamente gli eventi, nella direzione di dare al consumatore di notizie un maggiore senso di spazio e un posto in prima fila su tutto quello che succede, dalle partite di calcio ai fatti di cronaca. Ma quando la tecnologia 5G sarà disponibile a tutti, la capacità di queste reti veloci di trasmettere una quantità fantasmagorica di dati

in un tempo rapidissimo consentirà ai giornalisti sul campo di far provare agli utenti esattamente la stessa esperienza reale, e in diretta, che stanno vivendo loro stessi, come se i consumatori della notizia fossero con loro e in tempo reale sul luogo dove accadono i fatti.

La fotogrammetria che analizza le immagini e costruisce i point cloud della posizione geografica con elementi catturati dalle foto, se potenziata con dispositivi indossabili di nuova generazione e dal 5G, apre canovacci apparentemente distopici ma a realistica portata di mano: un turista che camminando per le strade del Village entra in uno Starbucks che negli anni Sessanta era un locale dove Bob Dylan ha fatto la gavetta potrebbe vivere, via contenuto informativo prodotto dal *New York Times* o da altri editori, l'esperienza immersiva di un concerto di Dylan giovanissimo esattamente nello spazio dove il cantautore

suonava cinquant'anni prima, consentendo allo stesso tempo agli amici del consumatore di Frappuccino di fare la stessa esperienza ovunque essi si trovino. È solo un esempio di infinite applicazioni della tecnologia VR a disposizione di chi per mestiere produce contenuti, riporta notizie e crea storytelling.

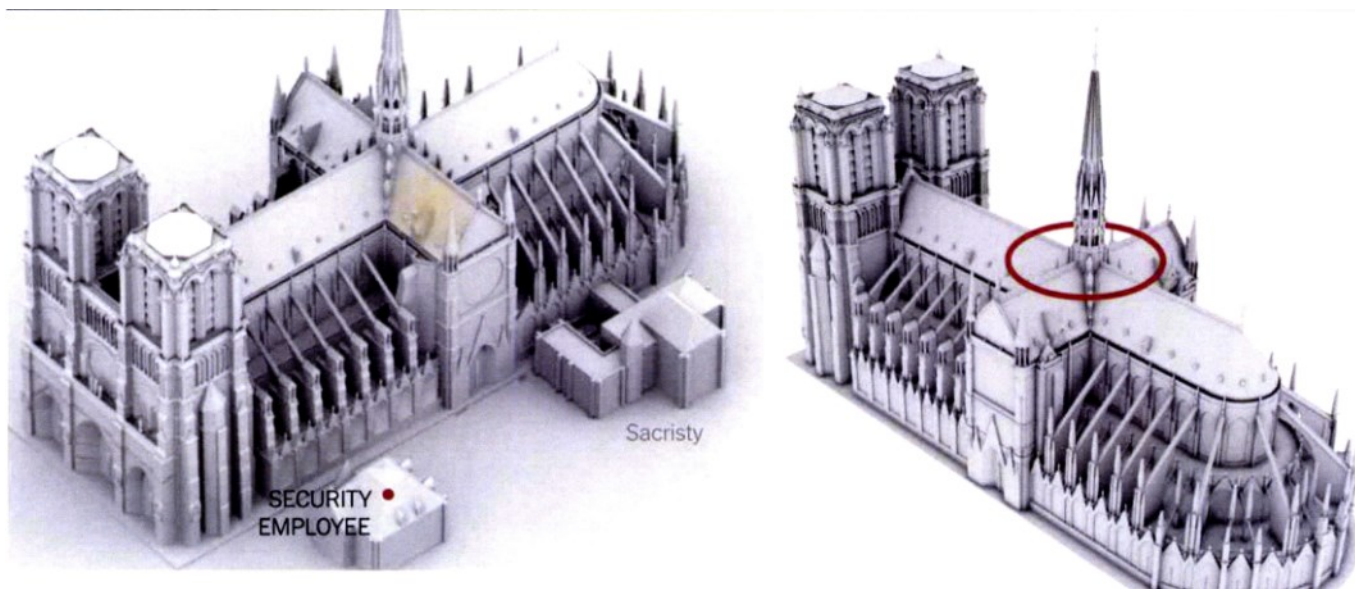
Prepararsi al futuro, però, vuol dire anche cominciare a ragionare sui possibili pericoli che la diffusione di queste tecnologie avrà sulla società, per evitare di farsi trovare impreparati come è accaduto con i social network. Far vivere un'esperienza di realtà virtuale al consumatore di notizie può causare un ulteriore indebolimento dei corpi intermedi e una disintermediazione ancora più impattante dello streaming, perché può psicologicamente convincere i consumatori di notizie di essere diventati parte integrante della notizia, col rischio di rendere superflua la mediazione giornalistica.

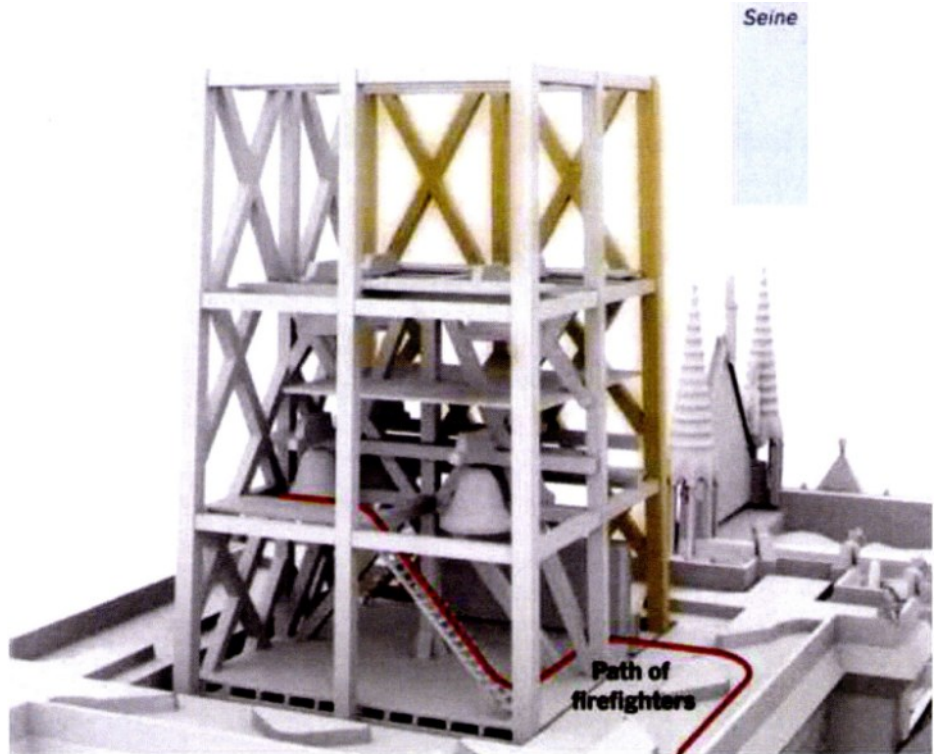
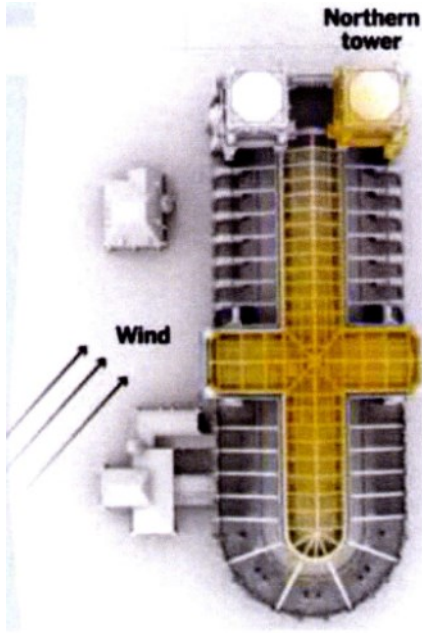


Dir. Resp.: Maurizio Molinari

ca e il ruolo pubblico di chi professionalmente è addestrato per raccontare, analizzare e commentare le cose che succedono. C'è anche il tema della realtà virtuale applicata alla produzione e alla diffusione di fake news, già intuibile adesso attraverso i primi esempi di deep fake, la tecnologia che consente la sostituzione digitale dei volti. Anche per affrontare tutto questo, non solo per lo sviluppo del business, le aziende editoriali contemporanee devono investire sulle nuove tecnologie. I giornali, del resto, sono anche un impegno civile di chi li fa e uno strumento della società per la costruzione di un dibattito pubblico adulto. —

* RIPRODUZIONE RISERVATA





Le immagini in 3D della cattedrale di No-tre-Dame pubblicate sul sito del New York Times: puntando il mouse sul disegno della cattedrale si può entrare all'interno della chiesa, scoprire il punto in cui è esplosa l'incendio e la via percorsa dai vigili del fuoco