

Rassegna del 09/07/2019

Corriere della Sera	28	La Lente - Pagamenti digitali, in Italia uno su quattro: nell'Ue il doppio	<i>Puato Alessandra</i>	1
Sole 24 Ore	13	Pagamenti, vittoria a tre per i servizi Bankitalia	<i>D.Col.</i>	2
Mf	18	Alla Milano Finanza Digital Week sfide e opportunità dell'open bank Protagonisti del fintech a confronto - Sfide e occasioni dell'open bank	<i>Bodini Oscar - Cervini Claudia - Chiarano Francesca</i>	3
Mf	18	Pagamenti digitali protagonisti di Vivere Senza Contanti/2	<i>Giura Gian_Marco</i>	6
Mf	19	Come prepararsi all'arrivo della Psd2	<i>Brizzo Ugo</i>	7
Sole 24 Ore	15	Per Soldo nuovo finanziamento da 61 milioni	<i>D'Ascenzo Monica</i>	8
Mf	19	La fintech Soldo raccoglie 61 milioni	<i>Bertolino Francesco</i>	9
Sole 24 Ore Rapporti	25	Porte aperte al digital wealth per supportare banker e clienti	<i>Incorvati Lucilla - Russo Daniela</i>	10
Il Dubbio	10	Intervista a Jarett Kobek - «La moneta di Facebook? È un pericolo, ma fallirà»	<i>Trinchi Orlando</i>	12
Giornale	20	Amazon punta Deliveroo ma Uber Eats non ci sta	<i>Camera Maddalena</i>	14
Sole 24 Ore	15	Parterre - I fratelli Fumagalli investono nelle schede lot	<i>M.Me.</i>	15
Repubblica	11	Agcom, in pole per la presidenza c'è Zencovich	<i>Fontanarosa Aldo</i>	16
Corriere della Sera	21	La lettera. Pollicino e i rapporti con Facebook: «Nessun legame con la piattaforma»	<i>Pollicino Oreste - Gabanelli Milena - Ravizza Simona</i>	17
Mf	9	Lega e 5 Stelle trattano su Privacy e Agcom	<i>Romano Mauro</i>	18
Corriere della Sera	29	Digitale e 5G, Colao advisor di General Atlantic	<i>Sideri Massimo</i>	19
Sole 24 Ore	11	La nuova frontiera della fabbrica faro di Ansaldo energia	<i>Orlando Luca</i>	20
ESTERA				
New York Times International Edition	7	Servirsi dei dati per contenere i grandi gruppi tecnologici	<i>Satariano Adam</i>	22

La Lente

Pagamenti digitali, in Italia uno su quattro: nell'Ue il doppio

di **Alessandra Puato**

Uno su quattro, il 26%. È la quota dei pagamenti digitali in Italia secondo Bain & Company, che ha presentato la ricerca ieri all'apertura della «Milano Finanza Digital Week, Vivere senza contanti 2» organizzata da Class. È abbastanza? No. Nell'Ue è quasi il doppio, 46%. E in Gran Bretagna il 70%. Però si procede. I pagamenti digitali crescono del 10% l'anno dal 2015 e la rete fisica c'è, basti pensare alla diffusione dei biglietti contactless in metrò. Significa investimenti da parte di banche, fintech, società come la Sia (che i lettori di carte nel metrò li gestisce). La corsa, insomma, è partita. Si tratta di arrivare preparati al 14 settembre, quando entrerà in vigore in Europa la direttiva Psd2 che apre i conti correnti a terze parti, cioè le fintech come Amazon. «Arriveranno nuovi player», ha avvertito Digital Magics. Come Satispay: che già lievita fuori dalle banche e vuole triplicare i clienti. Presto: nel 2020. Quando le fintech, stima Unicredit, dovrebbero arrivare ai correntisti. Sempre che diano le stesse garanzie delle banche. E ottengano la fiducia dei clienti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ceo Nicola Cordone



PIATTAFORMA TARGET2

Pagamenti, vittoria a tre per i servizi Bankitalia

Sia, Colt e Swift al lavoro sulla piattaforma per i trasferimenti istantanei

Banca d'Italia ha scelto i fornitori che garantiranno l'accesso alla piattaforma operativa unica (Esmig) dove le banche europee, i depositari centrali e le stesse banche centrali potranno accedere a tutti i servizi di pagamento offerti dalle infrastrutture dell'Eurosistema. Si tratta del raggruppamento di imprese composto da SIA SpA - Colt Technology Services Italia SpA e di S.W.I.F.T. Scrl. Il valore complessivo delle concessioni è stimato in 541 milioni di euro e i contratti avranno una durata di dieci anni a partire dal previsto «go live» di Esmig, nel novembre 2021. La gara è stata gestita da via Nazionale su mandato Bce.

Esmig fornirà agli operatori di mercato una piattaforma unificata di accesso ai servizi TARGET2 (T2), TARGET Instant Payment Settlement (TIPS, ovvero il regolamento per i pagamenti istantanei presentato qualche mese fa), TARGET2-Securities (T2S), all'Eurosystem Collateral Management System (ECMS) e a eventuali futuri servizi di mercato e applicazioni dell'Eurosistema. Bankitalia realizzerà la piattaforma operativa unica assieme alle banche centrali di Francia, Germania e Spagna secondo quanto previsto dal piano strategico Vision 2020. La stima del valore delle concessioni decennali è stata fatta sulla base dei volumi attuali di traffico di Target2 e Target2S, dei prezzi massimi offerti dagli attuali concessionari e di ipotesi di volumi di traffico di TIPS (che sta muovendo i primi passi) e degli altri servizi.

— **D.Col.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



OGGI LA SECONDA GIORNATA**Alla Milano Finanza Digital Week
sfide e opportunità dell'open bank
Protagonisti del fintech a confronto***(servizi alle pagine 18 e 19)***MILANO FINANZA DIGITAL WEEK**

FINO A DOMANI PROTAGONISTI A CONFRONTO NELLA SEDE MILANESE DI BANCA D'ITALIA

Sfide e occasioni dell'open bank*Con la direttiva Psd2 il 14 settembre sarà realtà la banca aperta, che condividerà, previo consenso del cliente, i dati dei conti correnti. Uno scambio che sta stimolando l'appetito di molti operatori***DI OSCAR BODINI,
CLAUDIA CERVINI
E FRANCESCA CHIARANO**

L'open banking è alle porte. Fra poco più di due mesi, il 14 settembre, entrerà nel vivo la direttiva Psd2 con il conseguente obbligo per le banche di «aprire verso l'esterno» i conti dei propri clienti, permettendo a terze parti certificate di accedervi per conto del cliente per eseguire operazioni di pagamento o interrogare saldi e movimenti del conto tramite Api, con gli stessi livelli di servizio offerti tramite i canali della banca. Oltre all'obbligo per le banche di implementare i sistemi di autenticazione remoti (Strong Customer Authentication) senza compromettere la user-experience del cliente e fare un'analisi dei rischi di frode personalizzata sul comportamento della clientela. Le banche, insomma, saranno obbligate a interfacciarsi con servizi di terzi. Si tratta quindi di una rivoluzione che porterà con sé numerose opportunità e sfide per tutti i player finanziari e fintech. Uno scenario colto dagli operatori presenti alla prima giornata della «Milano Finanza Digital Week, Vivere senza contanti 2», tenutasi ieri alla sede milanese di Banca d'Italia, intitolata «Dalla moneta digitale all'open banking. Chi guida la rivoluzione dei dati aperti». Come ha sottolineato in apertura dei lavori il vicepresidente e amministratore delegato di Class Editori, Paolo Panerai, tra le pieghe della Psd2, l'Ue ha deciso anche che «chi ha la

possibilità di effettuare sistemi di pagamento possa chiedere alle banche (ottenendoli) i dati di tutti i clienti di queste ultime. Da questo punto di vista è significativo chiedersi cosa stanno facendo le banche, perché questo è un fattore decisivo. Quello che conta a questo mondo sappiamo che sono i dati, poiché con essi ci si può fare di tutto. Questa data (del 14 settembre, ndr) è estremamente significativa: l'Ue talvolta getta il cuore oltre l'ostacolo, ma è bene sapere tutti quanti che, se non ci saranno rinvii, con una società da 30 mila euro di capitale sociale ci si potrà rivolgere agli istituti di credito e chiedere tutti i dati di cui dispongono». Come prima cosa, però, va riconosciuta la debolezza italiana nei pagamenti digitali. «Nella Penisola la penetrazione è ancora bassa rispetto la media Ue» ha detto Vincenzo Gringoli, partner di Bain & Company. Come ha sottolineato la responsabile del servizio Buddybank, banca conversazionale del gruppo Unicredit, Claudia Vassena, almeno nei primi tempi dopo l'entrata in vigore della Sca «le grandi banche si muoveranno in maniera difensiva, mentre i servizi più innovativi, come Buddybank, proporranno un approccio un po' più aggressivo». Secondo Eugenio Tornaghi, direttore marketing & sales di Sia, comunque con l'entrata in vigore della Sca «nel breve termine non cambierà molto e il sistema è pertanto destinato a restare bancocentrico». Tuttavia, le banche dovranno essere brave «modificare il loro approccio e modo di porsi» nei confronti dei loro clienti per continuare

a mantenere «il capitale di fiducia» costruito negli anni nei confronti di questi ultimi. In più, come ha sottolineato Ignazio Rocco di Torrepadula, fondatore e ceo di Credimi, «gli operatori fintech utilizzano dati e informazioni sui clienti partendo da una situazione in cui non hanno una base clienti preesistente e nel farlo non necessariamente tolgono spazio alle banche, spesso creano nuovi servizi che prima non esistevano».

Le banche, comunque, faranno quadrato per cercare di proteggere la loro posizione di forza, da detentori di dati sensibili quali sono. Senza contare che non sarebbe facile spiegare ai clienti di aver ceduto a terzi parte di queste informazioni «dopo tanti anni in cui tutti abbiamo cercato di insegnare loro a non fornire le credenziali d'accesso in internet e li abbiamo protetti con codici e token», ha aggiunto Vasena. Secondo il direttore commerciale di Nexi, Marco Ferrero, il sistema bancario sta compiendo «tutti i passaggi giusti perché Psd2 rappresenti un'opportunità e non una minaccia. Dal punto di vista delle banche si tratta di un grande passo in avanti verso la digitalizzazione di nuovi servizi». «Serve molto coraggio e molta visione da parte dei player istituzionali perché



quello che sta arrivando è uno tsunami» di innovazione», ha osservato l'ad di Digital Magics, Marco Gay. Secondo il manager, «la tecnologia permette l'abbassamento dei costi e questo avverrà a meno che il sistema tradizionale non faccia troppo da ostacolo». Anche il ceo di Fabrick (Banca Sella), Paolo Zaccardi, non percepisce come una minaccia l'entrata in vigore della Sca. Una maggiore condivisione di dati, spiega «servirà per costruire una migliore customer experience per il cliente», portando dunque vantaggi per il fruitore finale. Un fattore importante affinché tutto si realizzi è ovviamente «il supporto digitale», ha detto l'ad di Sace Alessandro Decio, «perché tutti questi processi sono digitali e tutto avviene caricando e scaricando documenti online». Le nuove regole rappresentano «una grande opportunità» anche per Carlo Panella, head of direct

banking and chief digital operations officer di Illimity. «Permettono di incidere sulle modalità di interazione col cliente», ha osservato il manager. Con l'avvio delle nuove procedure, ha aggiunto l'ad di MF Centrale Risk, Massimiliano Bosaro, «gli automatismi della concessione del credito saranno applicati sempre di più e il costo per l'affidamento del credito sarà sempre più importante. Psd2 significherà poter offrire un bollo di qualità su tutti i rapporti di affidamento che la singola impresa intrattiene sul sistema finanziario».

In questo contesto di cambiamento resta ferma la necessità di presidiare tutti i rischi che possono nascondersi nel campo dei pagamenti digitali. Come ha sottolineato Giuseppe Sopranzetti, direttore della sede di Milano di Bankitalia, sebbene parlare di vigilanza nei pagamenti digitali potreb-

be sembrare «una battaglia di retroguardia», Bankitalia «da un lato non deve impedire lo sviluppo, ma promuovere l'efficienza e il miglioramento dei servizi, al contempo deve presidiare i rischi, favorire la trasparenza, la correttezza, la privacy, la concorrenza e il livellamento del campo di gioco». È fondamentale, ha proseguito Sopranzetti «non ostacolare l'innovazione che è foriera di sviluppo economico. Le regole tuttavia servono a modificare i comportamenti e a sviluppare le pratiche più virtuose». Detto ciò, comunque, «l'open banking è ormai una realtà e lo è già da tempo» ha chiosato Alberto Dalmasso, ad di Satispay. E non per tutti la nuova normativa avrà un forte impatto. Anzi «su di noi impatterà relativamente, incide più sulle banche», ha detto Alessandro Zollo, ad di Bancomat. (riproduzione riservata)



Giuseppe Sopranzetti



Paolo Panerai



Alessandro Decio



Marco Ferrero



Marco Gay



Vincenzo Gringoli



Claudia Vassena



Eugenio Tornaghi

*Alberto Dalmasso**Liliana Fratini Passi**Carlo Gualandri**Paolo Zaccardi**Alessandro Zollo**Carlo Panella**Ignazio Rocco di Torrepadula**Michele Marchesi**Massimiliano Bosaro**Danilo Cattaneo**Gaetano Giannetto**Paola Trecarichi*

Pagamenti digitali protagonisti di Vivere Senza Contanti/2

MILANO FINANZA DIGITAL WEEK

di **Gian Marco Giura**

Semplicità di utilizzo e minori commissioni d'uso sono fra le caratteristiche vincenti riconosciute ai nuovi sistemi digitali di pagamento da chi li usa, siano essi clienti o esercenti. «Da quando usiamo Satispay abbiamo in qualche misura incrementato il numero dei clienti oltre ad aver ampliato la fascia di persone che si rivolgono a noi, attirando sempre più giovani», dice Mimmo Angarano, titolare della Frutteria Angarano che si trova in Bovisa a Milano. Mentre si svolgeva la prima giornata dei lavori della Milano Finanza Digital Week, Angarano ha fotografato con il suo smartphone il conto di una cliente scritto su carta e glielo ha inviato via Whatsapp chiedendo il pagamento con Satispay. La cliente, una delle professioniste che erano nel pubblico ieri nella sede milanese di Banca d'Italia, ha saldato il debito in modo digitale. Il tutto in pochi minuti senza colpo ferire e con soddisfazione di entrambi: da un lato l'esercente contento di aver pagato poche commissioni e di avere ottenuto in modo rapido il suo danaro, dall'altro la cliente che in pochi click ha sistemato la sua situazione direttamente dal luogo di lavoro.

Sembra la scena di un film e invece è uno spezzone della realtà legata alla rivoluzione del Vivere Senza Contanti, al centro dell'edizione 2019 della Milano Finanza Digital Week, di cui oggi prende il via la seconda giornata, dedicata al tema «Prima e oltre il cashless - Idee, tecnologie,

servizi, protagonisti e storie di successo della digital transformation 2020».

L'incontro di oggi si svolge a Palazzo Durini, in via Santa Maria Valle 2, e si articola in due panel all'interno dei quali trovano voce diversi esponenti della cashless society. Nel primo si parla dell'evoluzione delle banche native digitali, di open innovation e servizi di pagamento di nuova generazione, mentre nel secondo si affronta l'argomento dei metodi di finanziamento delle imprese, dall'equity al circolante. Ai lavori, organizzati in collaborazione con BeBeez, intervengono alcune fra le società protagoniste del nuovo trend legato al digitale e agli stili di vita: Growishpay, N26, BuddyBank, Crowdfundme, Whit-e + Factor@work, Innexta.

Al termine dell'incontro ci sarà la cerimonia di consegna dei Rewards, i riconoscimenti dedicati ai partner della manifestazione. In quell'occasione, attraverso Digital Pitch di 180 secondi, le aziende comunicheranno come stanno interpretando questa trasformazione digitale e l'innovazione che ha portato nelle loro strategie. (riproduzione riservata)



Come prepararsi all'arrivo della Psd2

di Ugo Brizzo

Il 14 settembre entrerà in vigore la nuova direttiva europea sui pagamenti digitali, la cosiddetta Psd2 e avrà inizio l'era dell'open banking. Il passaggio presenta rischi di disruption, ma anche opportunità di crescita sia per gli istituti tradizionali sia per le realtà fintech. L'importante è prepararsi alla svolta. «L'entrata in vigore della Psd2 potrebbe incrementare il fenomeno di abbandono del carrello finale, quindi bisogna far sì che il flusso sia più fluido possibile ed essere mobile first», ha sottolineato nel corso della Digital Week di Milano Finanza Paola Trecarichi, senior head di HiPay Italia, fornitore globale e indipendente di servizi di pagamento per l'e-commerce. I fornitori di servizi digitali, del resto, sono per costituzione più reattivi all'evoluzione tecnologica e normativa. «La nostra vita cambia ogni due anni in quanto operiamo in un settore in veloce evoluzione», ha spiegato Danilo Cattaneo, ad di Infocert, società che sviluppa soluzioni di digitalizzazione e dematerializzazione ed è una delle principali certification authority in Europa, servendo fra l'altro oltre 80 banche in 12 Paesi. C'è poi chi si è mosso in anticipo rispetto alla Psd2, lanciando servizi pionieristici. «Nel 2012 abbiamo introdotto una prepagata che permette di comprare importi di basso valore, introducendo il concetto di familiarità sul fronte del prepagato», ha concluso Gaetano Giannetto, fondatore e presidente di Epipoli, leader italiano nelle gift-card, «col tempo abbiamo costruito un sistema che consente alle aziende di battere quella che è di fatto una moneta brandizzata». (riproduzione riservata)



Per Soldo nuovo finanziamento da 61 milioni

FINTECH

La società userà i capitali extra per crescere in Italia, Gran Bretagna e Irlanda

Monica D'Ascenzo

Nuovi capitali per Soldo, che punta all'espansione in Inghilterra, Italia e Irlanda. La società fintech, con sede a Londra, ha chiuso un round serie B di 61 milioni di dollari guidato da Battery Ventures, società di investimento specializzata sulla tecnologia con una vasta esperienza nel software cloud, e Dawn Capital, società specializzata nel fintech e nel software B2B che annovera iZettle e Mimecast tra i suoi investimenti. La nuova ricapitalizzazione, che include la partecipazione di Accel (la società di VC con sede a Palo Alto che ha in portafoglio aziende come Dropbox, Facebook e Slack), Connect Ventures e Silicon Valley Bank, porta a 82 milioni di dollari il totale dei finanziamenti ricevuti da Soldo. A valle di quest'ultima operazione l'azionariato vede tre classi distinte di soci: Carlo Gualandri, fondatore e ceo, gli investitori istituzionali e la base storica degli investitori individuali. Nessuna delle tre classi di soci supera il 50% del capitale.

«È un round relativamente grande per il settore ma proporzionato al momento di crescita dell'azienda. La raccolta di capitali è necessaria nella storia di Soldo alla prosecuzione della crescita in un mercato europeo, che è ancora agli inizi. Investiremo i capitali in primo luogo nelle vendite, cioè nelle strutture dell'azienda che porta il prodotto sul mercato e nell'educazione del mercato, in secondo luogo investiremo sul prodotto, perché il mercato a cui ci rivolgiamo è molto ampio e permette una diversificazione» osserva Gualandri, aggiungendo: «L'unione di questi due aspetti di sviluppo ci permetterà di crescere nei tre mercati in cui siamo già presenti». Si tratta appunto dell'Inghilterra, dove la società detiene una licenza di e-money, dell'Italia e dell'Irlanda, Paese quest'ultimo in cui Soldo ha recentemente ottenuto la seconda licenza dalla banca centrale, che la rende

pronta a gestire tutti i suoi clienti europei anche nel post Brexit. «Abbiamo visto crescere i due mercati principali in cui siamo alla stessa velocità, anche se in forma diversa – spiega Gualandri –. Per via di evoluzioni normative, ad esempio, l'Italia ha avuto occasione di maggiore crescita lo scorso anno per quel che riguarda il mercato dei carburanti, ma allo stesso tempo in Gran Bretagna si espandono altri segmenti. Il resto del mercato europeo, che serviamo in lingua inglese, si sta sviluppando a ritmi simili». «Nel 2018 sul 2017 Soldo ha registrato un incremento del fatturato del 520 per cento – prosegue il ceo –. L'obiettivo per quest'anno e per il 2020 è quello di triplicare le nostre metriche: ricavi, clienti, ammontare delle transazioni».

Non ci sono solo i tre mercati di riferimento nel mirino della società. I fondi appena raccolti, infatti, saranno utilizzati anche per espandersi in nuovi mercati europei e raddoppiare lo staff di Soldo nei prossimi 12 mesi. «Ci sono oltre 3 milioni di imprese nei nostri mercati di riferimento, Uk e Italia, e oltre 5 milioni e mezzo di aziende nei tre mercati più grandi d'Europa, i prossimi per noi. La maggior parte di queste utilizza ancora spese rimborsabili, fogli di calcolo e processi manuali per gestire il ciclo di gestione delle spese. Il risparmio di tempo e l'ulteriore controllo sulla spesa aziendale e sulla gestione delle spese che Soldo offre alle aziende di tutte le dimensioni è una vera chiave di volta e continueremo ad accelerare la crescita e a consolidare la nostra posizione di leader di mercato nel Regno Unito, in Italia e in Irlanda nei prossimi 12 mesi», afferma Gualandri, sottolineando anche come Soldo sia «una delle poche fintech regolate in due Paesi diversi». «Il fatto di essere una fintech che è essa stessa una banca è complicato e costoso, ma ci permette di essere artefici di un'innovazione a tutti i livelli». Innovazione non semplice in un business rivolto alle aziende e non ai consumer. Proprio per questo Gualandri sottolinea come sia fondamentale investire risorse, tempo e capitali per poter portare nelle aziende nuovi parametri di sviluppo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La fintech Soldo raccoglie 61 milioni

di **Francesco Bertolino**

A quattro anni dalla sua fondazione Soldo, società fintech specializzata nella gestione e nel controllo delle spese aziendali attraverso un conto multiutente, «ha circa 40 mila imprese clienti in Europa, di cui poco meno della metà in Italia», ha rivelato il fondatore Carlo Gualandri nel corso della Digital Week di *MF-Milano Finanza*. Numeri importanti che hanno trovato riscontro nel mercato: ieri, infatti, Soldo ha raccolto 61 milioni in un round di finanziamento guidato da Battery Ventures, società di investimento americana, e Dawn Capital, veicolo di venture capital londinese. Risorse che verranno utilizzate da Soldo per espandersi in nuovi mercati e raddoppiare lo staff nei prossimi 12 mesi. «Siamo stati i primi a focalizzarci sulla fornitura di servizi a pagamento nei circuiti di carte», ha sottolineato Gualandri nel corso della Digital Week, «di fatto siamo quasi una banca: non gestiamo soldi dei clienti come depositi, ma ai fini delle transazioni abbiamo le stesse prerogative di un istituto di credito sui canali esistenti». L'obiettivo di Soldo non è però competere con le banche nella misura in cui la società con sede a Londra colma un mercato lasciato scoperto dagli istituti di credito tradizionali. «Il nostro cliente è l'azienda, mentre il fruitore dei nostri servizi è l'impiegato o un intero dipartimento», ha concluso Gualandri, «ciò rende meno importante pensare di fare concorrenza alle banche: il nostro è un servizio per le aziende, focalizzato sull'efficienza e sul risparmio nella gestione dei costi». (riproduzione riservata)



Porte aperte al digital wealth per supportare banker e clienti

Trend. L'avvento del fintech nella gestione dei grandi patrimoni conferma il ruolo prioritario dell'uomo che può avvalersi di piattaforme sempre più smart

Lucilla Incorvati e Daniela Russo

Digitale sì, ma non per la consulenza. Su questo fronte, infatti, sono diverse le fonti che testimoniano un passo indietro da parte degli attori del mercato. Mentre la rivoluzione 4.0 trasforma processi e prodotti nei più diversi ambiti, la digitalizzazione rafforza la centralità dell'uomo-consulente nel rapporto con una clientela pronta ad affidarsi ai professionisti. Lo evidenziava già alcuni mesi fa l'Osservatorio Fintech & Insurtech del Politecnico di Milano che rilevava la tendenza nel censire, a livello mondiale, 147 piattaforme di robo advisor, sia di startup sia degli operatori di asset e wealth management.

Nell'ultimo anno emerge la forza delle competenze umane e del rapporto fiduciario tra investitore e consulente. L'automazione, da protagonista, finisce con il recitare un ruolo secondario, quello che semplifica e migliora le operazioni di back office.

Le ragioni sono da ricercare, secondo gli esperti dell'Osservatorio, nei limiti dimostrati dai robo advisor nei periodi di maggior turbolenza dei mercati, con le difficoltà riscontrate nel riconoscere determinate situazioni. Diventa così indispensabile l'abilità umana di identificare i movimenti in atto nel mondo degli investimenti, raccogliere informazioni diverse e dare una visione di mercato.

Robo advisor e robo for advisor

A conferma di questa tendenza arrivano più di recente anche i risultati dello studio CeTIF - Centro di Ricerca su Tecnologie, Innovazione e Servizi Fi-

nanziari dell'Università Cattolica che evidenziano il fallimento del robo advisor puro a favore di un più flessibile modello di "robo for advisor". In questo caso, infatti, gli strumenti digitali sono a supporto dello specialista e non possono essere considerati sostitutivi. Il private banker resta il consulente di riferimento di cui si avvale il cliente per coordinare un network di competenze necessarie alla gestione, come evidenzia anche l'ultima indagine dell'Associazione Italiana Private Banking (Aipb). La clientela più sofisticata per fronteggiare le necessità derivanti dalla gestione di grandi patrimoni si rivolge a differenti professionisti con specifiche competenze, ma il private banker resta il primo punto di riferimento (nel 74% dei casi per nuovi investimenti, nel 70% per la mappatura e l'analisi del proprio patrimonio, nel 64% per avere supporto in termini di gestione fiduciaria della propria ricchezza). La relazione umana resta prioritaria per le operazioni complesse (l'86% degli investitori si rivolge al private banker per sottoscrivere investimenti, l'85% per una consulenza in merito) ma l'home banking e le app sono rilevanti per le operazioni ordinarie e il monitoraggio. Nel 2018 anche l'Aipb registrava un calo nella propensione dei clienti private ad affidarsi alla gestione automatizzata del patrimonio a fronte di eccessivi costi di consulenza (negli under 55 passa dal 34,5 del 2017 al 22,3% e nella fascia 55-64 anni dal 22,7 al 20,7 per cento). I più giovani, però, mostrano una buona propensione al ricorso a piattaforme digitali e un maggiore ottimismo sul loro futuro (56,8%) e sulla loro affidabilità (37,1%). Resta però bassa la per-

centuale di coloro che rinuncia alla relazione con il private banker a favore della sola piattaforma digitale.

Il digital wealth management

Le piattaforme, in ogni modo, sono destinate a evolversi negli anni, facendo tesoro delle esperienze maturate fino a oggi. Per Silvia Agnelli, executive partner Ibm, il prossimo passo sarà l'integrazione, nell'arco di tre anni circa, di strumenti cognitivi, frutto dei progressi dell'intelligenza artificiale. «In Italia - commenta Agnelli - le piattaforme non sono ancora complete. C'è una resistenza sociologica nei confronti del robo advisor che non deve essere inteso come sostitutivo del consulente ma come un elemento a suo supporto (robo4advisor) che può, attraverso l'analisi di dati complessi, contribuire a ottimizzarne il lavoro e a favorirne le scelte. Uno strumento che lo agevola nell'elaborazione della proposta al cliente finale». Se il mercato accoglie con favore soluzioni di digital office, infatti, non sembra fare lo stesso con una consulenza del tutto automatizzata. «Le esperienze fatte fino a oggi, però, - aggiunge Agnelli - erano legate a driver precisi, come il contenimento del costo del servizio, attraverso l'utilizzo di Etf o fondi passivi, non sempre rispon-



denti alle necessità dell'investitore. La consulenza è invece un servizio di alta sartoria, modellato su misura per il singolo cliente». A oggi, però, il digitale ha contribuito in modo importante a semplificare e migliorare la relazione tra banche, consulenti e clienti finali, grazie alla capacità di realizzare una migliore esperienza per l'utente e, allo stesso tempo, di ottimizzare tempi e lavoro dei private banker, i primi utenti delle piattaforme.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Molti robo
advisor
hanno lavorato solo
sul fattore
costo con
l'utilizzo di**

**Etf o fondi
passivi, non
sempre
rispondenti
alle necessità dell'in-
vestitore**

«La moneta di Facebook? È un pericolo, ma fallirà»

«SE LA VALUTA DI ZUKERBERG SI AFFERMASSE SAREBBE NEFASTO PER LA DEMOCRAZIA CON UN'ENORME CONCENTRAZIONE DI POTERE NELLE MANI DI POCHI»

JARETT KOBEK

AUTORE DEL SAGGIO "IO ODO INTERNET"

ORLANDO TRINCHI

«Non bisognerebbe mai avere fiducia di nessuno che, parlando a nome di una società, cerchi di rassicurarti intorno alla tua privacy». Lo scrittore statunitense di origini turche Jarett Kobek commenta le dichiarazioni – volte a rassicurare sulla privacy degli utenti – di David Marcus, responsabile di Calibra, la società creata da Facebook per gestire la nuova cripto-valuta Libra. Dal nome che rievoca evidenti reminiscenze storiche – la libbra era infatti l'unità di peso romana –, Libra si impegna a essere “sicura, garantita da altri valori” e, soprattutto, stabile – “stable-coin” –, impiegando la tecnologia “block-chain”, struttura complessa di dati condivisa e immutabile che si appoggia a diverse reti di computer.

Autore di un'autobiografia immaginaria di Mohamed Atta (Atta), finalista al Gordon Burn Prize con *I Hate the Internet* (2016; pubblicato in Italia da Fazi Editore con il titolo *Io odio Internet*), cui fa seguito il prequel *The Future Won't be Long*, Kobek manifesta al riguardo posizioni personali e critiche.

Kobek, a suo avviso, cosa ha portato Facebook a dotarsi di una sua propria valuta?

Facebook è una società che non ha mai fatto mistero di voler penetrare in ogni anfratto dell'offerta tecnologica, ma, al contempo, non è riuscita a portare a compimento la maggior parte dei suoi tentativi. È titolare di tre prodotti di successo – Facebook stesso, Instagram e WhatsApp – e si avvale di un'unica vera fonte di reddito: la pubblicità. La pubblicità rappresenta uno strano business: anche attraverso parametri come il monitoraggio dei click, si è solo una tessera dell'intero mosaico di una vendita effettiva. Ha quindi senso provare a ottenere una parte dei guadagni della transazione finale. Inoltre, è una società di geek (nerd). E i geek adorano le cripto-valute.

Libra: quali conseguenze per la democrazia?

Se, in teoria, la valuta si affermasse realmente, si avrebbero conseguenze per la democrazia nella misura in cui si assisterebbe a una

maggiore concentrazione di potere nelle mani di pochi, mantenendo nel contempo l'illusione che a beneficiarne possano essere in tanti. D'altro canto, devo confessare che trovo le probabilità di successo di Libra davvero molto basse. Le cripto-valute non hanno registrato quasi alcun vero impatto sul mondo reale, Libra è entrata in gioco molto tardi e Facebook è una società con alle spalle una lunga storia di progetti pensati in grande ma che non hanno portato da nessuna parte. Ciò vale per le maggiori aziende tecnologiche: hanno investito enormi quantità di denaro in ricerca e sviluppo e in nuovi prodotti che avrebbero dovuto cambiare il mondo, e d'un tratto questi stessi prodotti sono scomparsi. Sembra un controsenso ma, in linea generale, più risorse e denaro un'azienda possiede, meno progetti innovativi riesce a creare.

Un'associazione di 27 aziende gestirà il sistema Libra. Facebook non avrà diritto di voto: una garanzia di trasparenza sufficiente?

Si tratta con tutta evidenza di un approccio diverso. Sotto il profilo strettamente monetario, potrebbe essere abbastanza. Tuttavia, la preoccupazione in merito alla vera essenza di Libra concerne in realtà le modalità attraverso cui essa possa successivamente integrarsi con sistemi complessi quali Facebook o Instagram. In altre parole: il meccanismo fondamentale del software non sarà controllato da Facebook e non si verrà tracciati in maniera significativa finché si adopererà il sistema nei suoi livelli di base, ma una volta che si comincerà a utilizzarlo attraverso piattaforme come Facebook o Instagram, è quasi impossibile, a livello tecnologico, che ciò non lasci alcuna traccia nel vasto registro-dati di utenti di Facebook.

Libra potrà essere utilizzato anche da chi non possiede un conto in banca. Ciò desta preoccupazioni da parte delle autorità monetarie: le condivide?

Non proprio. Nell'immediato futuro, nel mondo, il vero misfatto valutario non sarà iniziare a convertirsi alle cripto-valute. Il loro valore non è così consistente. A livello mondiale, operatori scorretti dispongono di un sistema internazionale progettato per mantenere nascosta la loro situazione finanziaria. Perché dovrete usare Libra se possedete le risorse per accedere al sistema bancario a St. Kitts e Nevis? O per comprare un Warhol?





DOPO IL FALLIMENTO DI «RESTAURANT»

Amazon punta Deliveroo ma Uber Eats non ci sta

Il concorrente dei servizi di consegna dei cibi scatena le curiosità dell'Antitrust britannica

MINORANZA

La società di Bezos era pronta a investire oltre 500 milioni

Maddalena Camera

■ Amazon è troppo forte nell'e-commerce anche per fare il socio di minoranza di una società che consegna cibo a domicilio. E così l'investimento da 575 milioni di dollari in Deliveroo da parte di Amazon avvenuto nel maggio scorso è ora sotto osservazione da parte dell'Autorità della concorrenza britannica che ha ordinato di sospendere la trattativa in attesa di ulteriori indagini.

Il timore dell'Antitrust è che le due società «cessassero di essere distinte» con il risultato di creare un gigante sul fronte delle consegne. A dire il vero ad Amazon l'avventura sul fronte delle consegne di cibo da asporto, mercato che vale 100 miliardi di dollari a livello globale, non è, per il momento, andata benissimo. Tanto che ha dovuto chiudere il suo servi-

zio, Amazon Restaurant, prima nel Regno Unito e poi negli Stati Uniti. Ecco perché ha deciso di puntare su Deliveroo. La manovra, però, non è passata inosservata suscitando le attenzioni del diretto concorrente, Uber. Il servizio di taxi a domicilio infatti ha lanciato, in diversi paesi, Uber Eats per le consegne dei cibi da asporto. Deliveroo, che è stata fondata nel 2013 dall'ex Morgan Stanley, Will Shu e dall'ingegnere del software Greg Orlowski, opera in 500 città e 14 Paesi in tutto il mondo con un esercito di 60mila, addetti alle consegne e 80mila utenti registrati tra case e ristoranti. La società, valutata circa 2 miliardi di dollari nell'ultimo round di finanziamento effettuato nel 2017 quando ha raccolto 482 milioni, ha piani di crescita molto ambiziosi. E per far questo ha bisogno di nuovi investimenti. Inutile dire che Amazon è il partner ideale anche perché, il suo sistema di intelligenza artificiale Alexa, può conferire alla società una marcia in più. Nel senso che i clienti possono fa-

re gli ordini proprio tramite il comodo e pratico sistema vocale. Ed è proprio questo uno dei vantaggi competitivi che l'Antitrust ha messo sotto osservazione. Amazon, ovviamente, sostiene che si tratta di una partecipazione di minoranza ma l'Antitrust ha affermato di avere «fondati motivi» per ritenere che le due società non siano più distinte. Insomma, un coordinamento operativo, contestuale al finanziamento, secondo il regolatore britannico, costituirebbe un ostacolo per i concorrenti.

Amazon è stata messa sotto inchiesta anche dall'Antitrust italiana che, nello scorso aprile, ha aperto un'istruttoria per accertare un presunto abuso di posizione dominante nell'e-commerce e nei servizi di logistica. La società fondata da Jeff Bezos, secondo il regolatore, darebbe ai venditori che aderiscono al suo sistema di logistica vantaggi in termini di visibilità della propria offerta e di miglioramento delle proprie vendite a discapito degli esercenti che non sono clienti Amazon.

100

È il valore in miliardi di dollari del mercato della consegna di cibo da asporto a livello mondiale

2

Sono i miliardi di euro di valore di Deliveroo che dà lavoro a 60mila persone per le consegne



FONDATORE

Jeff Bezos ha creato Amazon nel 1996. Ora è la società più potente al mondo sul fronte del commercio online



PARTERRE

* * *

I fratelli Fumagalli investono nelle schede Iot

I fratelli Aldo e Beppe Fumagalli scelgono l'Iot di Eurotech come primo investimento dopo la cessione di Candy (per un controvalore di 475 milioni di euro) ai cinesi di Haier. Emera - la holding di partecipazioni costituita all'inizio di quest'anno nell'ambito di un club deal che raccoglie oltre agli ex proprietari di Candy anche i gruppi Bluenergy e Mitica - ha rilevato fuori mercato, per una somma di circa 2 milioni di euro, una partecipazione dell'8,017% del capitale sociale di Eurotech, la piccola multinazionale friulana quotata allo Star e specializzata nella progettazione e realizzazione di schede e moduli embedded, edge computer, Hpec e soluzioni per l'Internet of things. Emera, che fa il suo ingresso nel capitale di Eurotech in una prospettiva di lungo periodo, diventa così il secondo azionista in Eurotech dopo Leonardo spa, che possiede l'11,08 per cento. Nei primi tre mesi dell'anno Eurotech ha fatturato 25,5 milioni, in aumento del 42% rispetto al primo trimestre dell'anno scorso. Emera è stata assistita per gli aspetti legali dal partner Antonio Sascaro dello studio Chiomenti. (M.Me.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Le nomine

Agcom, in pole per la presidenza c'è Zencovich

di Aldo Fontanarosa

ROMA – La maggioranza giallo-verde proverà a nominare - tra 10 giorni - i nuovi presidenti e i componenti del Garante della Privacy e dell'Autorità per le Comunicazioni. Per il 19 luglio è già calendarizzata alla Camera la votazione per le Privacy. E quel giorno si proverà a chiudere la pratica anche per l'Autorità. L'avvocato Vincenzo Zeno Zencovich resta il favorito per la presidenza dell'Autorità che decide le sorti delle tlc e della tv. Per la presidenza del Garante della Privacy, è testa a testa tra l'avvocato Guido Scorza e il docente dell'Università Bocconi, Oreste Pollicino. Il mandato del Garante delle Privacy è scaduto il 18 giugno, quello dell'Autorità terminerà il 24 luglio.

L'Autorità terrà due ultimi consigli sotto la presidenza di Angelo Cardani, il prossimo già oggi. E la Rai rischia un doppio severo richiamo. Il primo arriverà per il servizio del Tg2 del 19 maggio. Il servizio sosteneva che l'immigrazione in Svezia aveva fatto nascere 60 quartieri nel Paese «totalmente fuori controllo» dove la polizia non entra. L'Autorità si è mossa dopo le proteste dell'Ambasciata di Svezia a Roma che ha lamentato «diverse affermazioni errate». Il secondo richiamo arriverà per le offese che un neomedico siciliano ha rivolto a Falcone e Borsellino nella trasmissione di RaiDue, *Realiti*, a giugno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La Lettera

Pollicino e i rapporti con Facebook: «Nessun legame con la piattaforma»

Indipendenza

La candidatura all'Autorità per la privacy: «Mi sono speso per la necessità di una regolazione delle piattaforme»

Egregio Direttore, con riferimento all'articolo a firma di Milena Gabanelli e Simona Ravizza dal titolo «Nomine Privacy e Agcom: mai avuto così tanto potere. Ecco perché» pubblicato il 1° luglio 2019, sono costretto a precisare quanto segue. L'articolo in questione mi accusa di non essere indipendente in quanto mi attribuisce in modo falso il ruolo di avvocato di Facebook e quindi si allude ad un possibile conflitto tra gli interessi della piattaforma e quelli della collettività. Il messaggio, oltre che gravemente offensivo della mia reputazione, è errato. Studio e insegno il diritto costituzionale e il diritto dei media da molti anni e, come molti miei colleghi ho in passato svolto anche, sia pure saltuariamente, la professione di avvocato. In questa veste, sono stato coinvolto nella difesa di Facebook, in un solo procedimento, che riguardava questioni di proprietà intellettuale iniziato nel 2013 e che non mi vede minimamente più coinvolto in nessun modo, né in questa, né in alcuna ulteriore attività di consulenza nei confronti

dello stesso Facebook, non esercitando oggi tra l'altro la professione di avvocato. L'articolo fa una grave e allusiva confusione tra tale episodica attività di consulenza e il mio ruolo di studioso di diritto costituzionale e del diritto dei media che si è sempre speso con obiettività e indipendenza, nella sua produzione scientifica e negli interventi sulla stampa, per la necessità di una regolazione delle piattaforme, posizione va da sé sgradita a queste ultime. Basti vedere, tra i tanti esempi che provano questa mia posizione, il mio editoriale sulla prima pagina del *Sole 24 Ore* «Copyright, una tutela che premia» del 12-9-2018 e il mio ruolo di coordinatore del gruppo di ricerca internazionale sullo Stato algoritmico in cui oggetto dell'indagine è esattamente l'emersione di nuovi poteri privati (le piattaforme) come sfida al diritto costituzionale.

Professore Oreste Pollicino

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ci siamo permesse di dubitare in quanto il mandato lo ha revocato a maggio 2019, in concomitanza con la presentazione della sua candidatura a Garante. Se sarà nominato avrà modo di dimostrare nei fatti la sua indipendenza.

**Milena Gabanelli
Simona Ravizza**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Legha e 5 Stelle trattano su Privacy e Agcom

di Mauro Romano

Per i rinnovi dei vertici del Garante della Privacy e dell'Agcom si dovrà attendere ancora qualche settimana. Anche se il Consiglio della prima autorità è già scaduto (19 giugno) la maggioranza ha scelto di aspettare la seconda scadenza (26 luglio) per bilanciare le spinte di Lega e 5 Stelle, con la seconda decisa a garantirsi la guida dell'Autorità di garanzia per le comunicazioni e i grillini che vogliono scegliere il Garante per la privacy, dopo che l'attuale, Antonello Soro, ex deputato Pd, ha multato la Piattaforma Rousseau, perché non garantirebbe la segretezza del voto degli iscritti. In attesa di un accordo nella maggioranza impazza il totonomine, il professor Zeno Zencovich, docente di diritto comparato a Roma Tre, considerato vicino al centrodestra, sembra in lizza per entrambe le autorità, come anche Vito Cozzoli, già capo di Gabinetto del Mise allontanato da Carlo Calenda, ma poi rimesso in pista da Luigi Di Maio. Ma si fanno anche i nomi di Guido Scorza, esperto di Palazzo Chigi sui temi del digitale, Roberto Chieppa, segretario generale della Presidenza del Consiglio, dopo aver ricoperto lo stesso ruolo in Agcom. In ogni caso mentre per la procedura che riguarda la scelta dei cinque nomi per il board dell'Autorità sulle comunicazioni non è stata richiesto il preventivo invio dei curricula, oltre duecento esperti si sono proposti per i quattro posti in ballo alla Privacy, si va dal magistrato Luca Palamara (che ora però ha ben altre preoccupazioni che farsi eleggere in un'autorità di garanzia) a Stefano Aterno (che ha difeso la Casaleggio Associati contro la multa del Garante per la vulnerabilità della piattaforma Rousseau), all'ex parlamentare di Scelta Civica, Stefano Quintarelli. Ma ci sono anche fior di esperti indipendenti come Giuseppe Busia (attuale segretario generale dell'Autorità della Privacy) o come l'avvocato Antonio Ciccina Messina, uno dei punti di riferimento della materia per le aziende, coordinatore del gruppo di lavoro Federprivacy per lo sviluppo delle norme tecniche Uni per le professioni del settore privacy. (riproduzione riservata)



Digitale e 5G, Colao advisor di General Atlantic

L'ex numero uno di Vodafone: momento positivo per l'innovazione in Italia, ma serve un cambio di cultura

Immaginate di avere un'impresa di proprietà. Magari voi rappresentate la terza generazione di imprenditori al comando: ora proprio a voi, per sfortune storiche, è capitato di dover affrontare la *disruption* digitale, una vera Medusa capace di pietrificare gli *animal spirits* migliori di Adam Smith. Non al nonno, non a vostro padre, ma a voi. Un modello di business che magari ha funzionato per un secolo ora è da buttare. Ce ne sarebbe uno nuovo da cogliere, ma non è certo facile districarsi in un mondo in cui sembra più facile nascere da zero, guarda Airbnb e Uber, piuttosto che gestire un'eredità. Immaginate ora di potere avere l'ex *chief executive officer* della più grande società telefonica mobile al mondo, Vittorio Colao, come consigliere. Parlare con lui e cercare di capire come fare. Ecco il nuovo lavoro di Colao. «Con General Atlantic dove sarò special advisor mi reinvento completamente e credo che il loro interesse sia anche un'opportunità per l'Italia» racconta al telefono da Londra dopo avere appena partecipato nel week end alla Maratona delle Dolomiti, appuntamento immancabile per gli appassionati di due ruote: «Non partecipavo da quattro anni e ho fatto il mio miglior risultato da dieci anni. Segno che non lavorare fa bene», scherza il manager.

Il lavoro non gli mancherà. «Accanto alla mia partecipazione ai board di Verizon e Unilever questa opzione mi è sembrata interessante». General Atlantic non è un nome noto: «È conosciuto nell'ambiente — racconta Colao — ma nemmeno io li avevo sentiti. È una società con 31 miliardi interessata ad entrare nelle aziende con percentuali tra il 15 e il 35% in maniera friendly rispetto alla famiglia.

Investe più di un miliardo e mezzo all'anno con un ticket inferiore ai 200 milioni. Ma è interessata alla crescita». Dell'Italia? «Non mi prendono con una funzione specifica. Se ci sarà un'operazione negli Stati Uniti sulla quale potrò operare come consulente lo farò, ma per me la logica geografica è Gran Bretagna e Italia». Il punto è capire se il ritardo nell'utilizzo del digitale come volano per la crescita in Italia può essere colmato grazie al 5G e a una maggiore sensibilità che sembra essere giunta ai piani alti delle aziende. «Credo — giudica il manager — che sia un momento positivo per l'innovazione in Italia, c'è maggiore consapevolezza rispetto al passato anche recente, però c'è anche bisogno di un cambio di cultura: dobbiamo aiutare gli imprenditori e le aziende familiari a capire che se vogliono crescere del 20-25% allora hanno bisogno di ruote e freni nuovi». E queste ruote nuove sono il digitale, «come è accaduto in Francia anche in settori molto tradizionali come quello del beauty».

General Atlantic, oltre che in Uber ed Airbnb, ha investito anche in Flexibus. Ma il potenziale di crescita in questo caso sembra nascondersi dietro aree industriali e di servizio che possono cambiare il motore della crescita, che deve diventare digitale, mantenendo il profilo dell'automobile inalterato. Questo sarà il compito di Colao. E se non dovesse riuscire nemmeno lui a convincere gli imprenditori italiani sarebbe un segnale importante da registrare. Rimane un dubbio. L'incarico per le Olimpiadi Milano-Cortina? «Bella vittoria, sono molto contento, ma parlo solo di coinvolgimenti reali e questo non è il caso».

Massimo Sideri

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Chi è

Vittorio Colao è stato amministratore delegato di Vodafone dal 2008 al 2018. Entra nella società di equity General Atlantic come special advisor



La nuova frontiera della fabbrica faro di Ansaldo energia

INDUSTRIA 4.0

Investiti 14 milioni nel progetto dell'impianto intelligente con i big data

Manuelli: in tempi brevi raddopieremo da quattro a otto i siti nazionali

Luca Orlando

«Vede? Pare strano ma qui dentro ci sono big data e bit in quantità industriale».

In effetti pare strano: un blocco d'acciaio da 160 tonnellate e lungo 13 metri in effetti non "comunica" in modo immediato digitalizzazione e processi 4.0.

Determinanti tuttavia per realizzare il maxi-rotore che indica Luca Manuelli, chief digital officer di Ansaldo Energia e neo-presidente del cluster Fabbrica Intelligente. Che ha selezionato proprio il sito genovese di Campi come uno dei "laboratori" applicativi di Industria 4.0, impianti "faro" che grazie anche a finanziamenti Mise e regionali rappresentano le punte avanzate di diffusione di processi hi-tech sul territorio.

Le novità rese possibili dai 14 milioni di euro investiti nel progetto di Ansaldo Energia (1,5 miliardi di ricavi, oltre 4mila addetti) sono visibili in più aspetti. E una prima svolta è nelle procedure, passo avanti non banale dovendo gestire in termini produttivi migliaia di codici diversi per arrivare a comporre turbine a gas o vapore, capaci di erogare (è il caso della "Monte Bianco" in costruzione) anche quasi 800 Megawatt di potenza.

Grazie alla connessione degli impianti la carta viene progressivamente eliminata e i programmi di lavorazione, "malloppi" da centinaia di pagine necessari per trasformare dei parallelepipedi in ac-

ciaio in palette e componenti da applicare ai rotori delle turbine, viaggiano ora attraverso i computer. «In passato era l'operatore ad inserire "a mano" i programmi - aggiunge Manuelli - mentre a regime sarà la rete ad istruire il centro di lavoro sulla base del codice univoco del prodotto».

Per le stesse palette, in apparenza semplici pezzi curvi di acciaio che tuttavia devono resistere decine di migliaia di ore a 1200 gradi, mantenendo il profilo aerodinamico definito per ottimizzare il rendimento, le riparazioni oggi sono velocizzate dalla stampa 3D. Se la paletta è rovinata si butta, se invece è possibile ricondizionarla interviene un gigantesco macchinario, che strato dopo strato utilizza il laser per depositare il materiale di "sutura" necessario per ricostruire l'assetto originario.

L'impatto del mondo digitale è però pervasivo anche a valle, anzitutto in termini di manutenzione. Sul fronte interno la connessione dei macchinari consente di raccogliere dati preziosi per la creazione di algoritmi di manutenzione, schema analogo a quello utilizzato per i prodotti finiti.

Maxi turbine installate in tutto il mondo che spediscono i propri dati qui, a Genova, in una sala di controllo presidiata 24 ore al giorno dove convergono informazioni di temperatura, pressione, vibrazioni. Dati fondamentali per poter intervenire prima che si verifichi un guasto.

«Stiamo lavorando con due progetti pilota in Italia per definire algoritmi predittivi - spiega Manuelli -, strumenti che saranno sul mercato dal prossimo anno attraverso un upgrade del contratto di servizio. Percorso win-win, che minimizza i tempi di fermo-macchina per il cliente, che si fidelizza al fornitore non solo per la qualità dell'impianto ma per il servizio unico che viene fornito. L'altra evoluzione riguarda il dialogo a di-

stanza, perché grazie alla realtà aumentata da qui noi siamo in grado di pilotare le squadre di manutenzione come se fossimo sul posto, anche in questo caso riducendo i tempi di intervento e migliorandone l'efficienza».

L'esperienza positiva dei primi quattro lighthouse plant spinge il cluster ad approfondire l'esperienza, allargandone l'impatto sia in termini settoriali che geografici.

«Punto in tempi rapidi al raddoppio delle esperienze - aggiunge Manuelli - coinvolgendo non solo altri siti in Lombardia o Emilia-Romagna ma anche regioni del Sud e realtà di minori dimensioni, per dimostrare come il percorso 4.0 non sia prerogativa dei "big"».

A regime l'idea è quella di arrivare ad una massa critica di 10-15 impianti, sviluppando un nuovo concept di dimostratore tecnologico di dimensione più contenuta.

«Vogliamo portare a bordo i grandi partner tecnologici ma anche la filiera delle start-up e delle Pmi, come abbiamo fatto qui in Ansaldo. Con l'obiettivo, credo raggiungibile, di arrivare ad avere 1000 soci nel cluster, triplicando i livelli attuali».

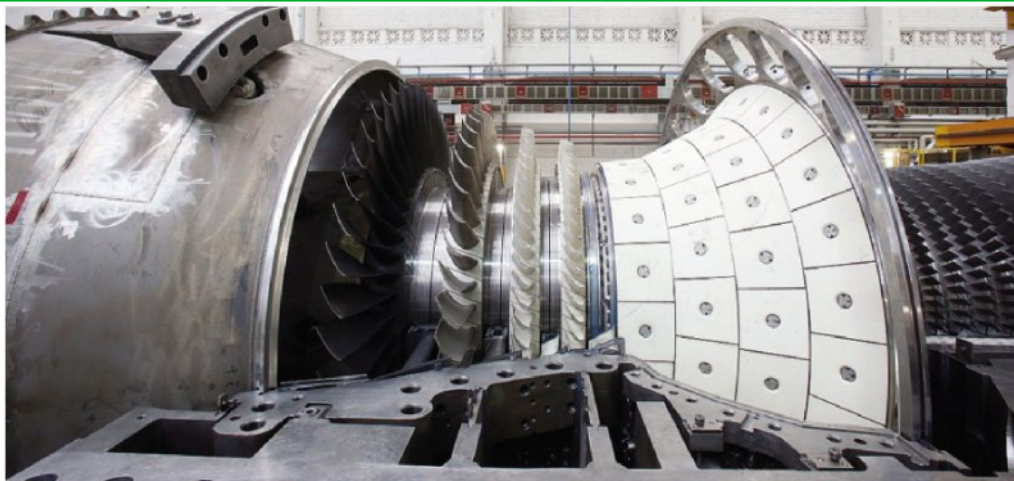
Collaborazione del resto cruciale per lo stesso sviluppo delle fabbriche-faro, come dimostra il caso di Ansaldo Energia. Che da un lato ha messo al lavoro un gruppo di sei start-up e Pmi per sviluppare le nuove applicazioni, dall'altro ha selezionato un target di 100 fornitori strategici da coinvolgere in un percorso accelerato di digitalizzazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





LUCA MANUELLI
Chief digital officer di Ansaldo energia



Grandi impianti. Maxiturbina di Ansaldo energia

Using data to rein in big tech

“The leading antitrust authority in the world with respect to these technology issues.”

LONDON

German regulator's views gain traction in antitrust circles around the world

BY ADAM SATARIANO

Germany's top antitrust enforcer, Andreas Mundt, recently asked a room full of lawyers, academics and regulators to imagine a wall filled with their personal information collected by Facebook and Google. He told them to picture it stocked with their data broken up into categories like finances, location, relationships and hobbies.

“That is you,” Mr. Mundt said. “And I promise you this wall knows you better than your wife.”

Few listened to Mr. Mundt when, a few years ago, he began raising alarms about the data collected by the tech giants. While online services like Facebook and Google did not charge a dime, people paid a high price by giving the companies so many personal details, he argued. And the people had no choice, because the companies had no real competitors.

But in February, his agency ruled that Facebook had broken the country's law, and demanded that the company stop automatically sharing data among the services it owns, like Instagram and WhatsApp, or websites that use its “like” and “share” buttons. It was the first such ruling in Europe, putting in practice ideas that had never fully escaped academic and think-tank debates.

As American regulators and lawmakers intensify their scrutiny of Big Tech, there is a lot of discussion about whether or how they could accuse the companies of violating antitrust law. Often, regulators look to whether a company is causing consumer harm — a standard that can be hard to prove when a service is free.

The response from Mr. Mundt is simple. The only way to take on Facebook and some of its peers is to attack what they value most: data.

He argues that the companies are so dominant in their core businesses that consumers, if they want to search the internet or be on social media, have no choice but to share their personal data. The data then strengthens the tech companies' position over rivals even more — and therefore is anticompetitive, Mr. Mundt says.

The companies have strongly fought

against his argument. But it is gaining traction in antitrust circles, as Mr. Mundt, who has led Germany's antitrust agency for almost a decade, urges officials in other nations to make the same point.

After the Facebook ruling, Mr. Mundt received calls from regulators and lawyers around the world to discuss the idea. He helped organize a meeting of fellow antitrust officials in Colombia, where they spent four days discussing tech regulation. Joseph Simons, chairman of the Federal Trade Commission, and Makan Delrahim, head of the Justice Department antitrust division, were among those attending.

“The German authority is way out in front here and in a real sense the leading antitrust authority in the world with respect to these technology issues,” said Thomas Vinje, a partner at the Clifford Chance law firm in Brussels and a veteran of tech industry antitrust battles involving Microsoft and Google.

Other regulators are looking to build on Germany's approach. The European Commission is in the early stages of an investigation into Facebook, including its use of data, said a person familiar with the inquiry who spoke on the condition of anonymity.

Online platforms constantly collect data on users: what is clicked on, how fast a person scrolls past a post, what video a person stops to watch. The information helps a company like Facebook infer characteristics about interests, personal connections and financial demographics to better target advertising, or train machine-learning algorithms that can be used for future products. It is an extraordinarily lucrative business model. Facebook made \$55 billion from advertising last year, while Google's ad sales totaled \$116 billion.

What's distressing to regulators is the lack of new competitors, a trend Mr. Mundt attributes to a company's access to data and plentiful financial resources. He says Facebook controls more than 95 percent of the social networking market in Germany. Without competition, the social network unfairly forces people to make an all-or-nothing choice between agreeing to unlimited data collection or not using Facebook at all.

When investigating Facebook, German regulators built a map of the information the company collects. It looked similar to the one Mr. Mundt described during his recent speech — a web of personal information that branched into details about homeownership, life events, politics and buying behavior.

Mr. Mundt contends that Facebook and other tech giants don't need to be broken up, as Senator Elizabeth Warren and others have suggested. Instead, he thinks governments should limit their

ability to collect data. The approach can have an effect similar to a breakup by isolating a company's different services.

“The business model is to gather and process data, full stop. There is nothing else,” Mr. Mundt said in an interview. “If they don't have data, they can have 10,000 very intelligent engineers who tell you what you can make out of data, but without the data you don't make anything.”

Germany is at the forefront of a deeper realization among regulators and policymakers globally that laws must evolve to keep pace with technological change. Rules that regulate industries like oil or transportation, where dominance is measured in physical goods and price gouging, don't as easily apply to services that are digital, are often free and rely on people's attention and data more than infrastructure.

Europe has regularly used antitrust law to take on the tech industry. The European Commission has punished Amazon, Apple, Google and Qualcomm in recent years for unfair competition. And more actions are expected in the years ahead. An investigation into Amazon's use of data was started last year. Margrethe Vestager, the European Union's top antitrust regulator, has said data must play a more central role in assessing market dominance in the digital economy, particularly when reviewing acquisitions by tech companies.

“Antitrust law will become irrelevant in the digital marketplace if it doesn't adapt to understanding the power of data in analyzing market power and dominance,” said Gene Kimmelman, the former chief counsel of the Justice Department antitrust division who is now the president of Public Knowledge, a public interest advocacy group that favors stronger oversight of tech platforms.

Critics say Germany's aggressive approach stretches the limits of antitrust law and won't stand up to court reviews. Mr. Mundt's focus on data is seen by some as overly simplistic and, if adopted widely, will make it harder to offer free services. Because data is shared widely among different businesses and industries, critics say, the attempts to limit its flow will cause unintended consequences and disruptions.

“European regulators are using competition policy to pursue objectives that are unrelated to competition,” said Eline Chivot, a senior policy analyst in Brus-



Servirsi dei dati per contenere i grandi gruppi tecnologici

sels for the Center for Data Innovation, a group funded by a Washington think tank whose board includes representatives from Amazon, Apple and Microsoft. "It introduces uncertainty."

Facebook is appealing the German decision, arguing that it was transparent with users about how data is collected. The social network argues that its use of data helps improve the service and that German regulators singled it out for practices common across the internet.

Even those who support Germany's broader goals question whether its approach will be effective. The February ruling allows Facebook to continue sharing data between Instagram and WhatsApp if it gets users to click a new permission box. Many wonder how effective the ruling will be because most people will sign off without much thought.

"It might be that you'll end up in the same place you started," said Jason Furman, a senior economic adviser in the Obama administration.

Mr. Furman, a Harvard professor advising the British government on tech regulation, said that rather than relying on antitrust law alone, countries should create a dedicated regulator for the tech industry, to match those covering the banking, health and transportation sectors of the economy.

He said a watchdog with expertise in the field could better review a company's behavior and use of data on a case-by-case basis. He said new laws requiring companies to make some of their data available to rivals also could seed competition.

In the United States, where antitrust law has a narrower scope than in Europe, experts say Germany's approach won't work because it relies on privacy and consumer protection rules that don't exist in America. But lawmakers and federal regulators in Washington are studying new ways to account for data in regulating the digital economy.

Mr. Delrahim, the head of the Justice Department antitrust division, said in a speech last month that lack of competition may be leading to weaker online privacy protections. "Diminished quality is also a type of harm to competition," he said.

Mr. Mundt says Germany's approach is not a final answer, but he hopes it inspires bolder action by regulators, who he says must push legal boundaries just as the companies have done.

"We need innovative cases," he said. "What we have done with Facebook can't be found in a textbook."