

Rassegna del 07/12/2016

Sole 24 Ore	32 Vivendi ritocca la quota in Telecom Italia al 23,925% - Vivendi risale al 23,925% di Telecom Italia	A.Ol.	1
Sole 24 Ore	21 Banda ultralarga, entro il 20 febbraio le offerte a Infratel	Biondi Andrea	3
Repubblica Regioni	30 La città 4.0 - Banda ultralarga: pronta nel 2018	Carli Stefano	4
Repubblica Regioni	31 Il piano Acea sui 'verticali'	s.car.	7
Corriere della Sera	41 Fastweb lancia la connessione in fibra a 1 Giga. Entro il 2020 nuova rete mobile 5G	F.Sav.	8
Sole 24 Ore	29 Fastweb, sfida su mobile e 5G - Fastweb, sfida su telefonia mobile e 5G	Biondi Andrea	9
Sole 24 Ore	29 L'asse inedito Calcagno-Ruggiero - L'asse inedito Calcagno-Ruggiero ridisegna il mercato	Filippetti Simone	10
Il Fatto Quotidiano	4 Eni, Enel, Poste e Fs: traballano le sedie dei manager di fiducia - Cade il renzismo, trema un sistema di potere	Tecce Carlo	11
Repubblica	26 Samsung batte Apple in Usa "Non ha clonato l'iPhone"	Aquaro Angelo	13
Sole 24 Ore	30 Apple, la Corte Suprema dà ragione a Samsung	R.Fi.	14
Sole 24 Ore	33 Google, dal 2017 utilizzerà soltanto energia rinnovabile	...	15
Corriere della Sera	21 Algoritmo anti Isis La lotta ai terroristi dei giganti del web - Silicon Valley, l'algoritmo anti-Isis	Serafini Marta	16
La Verita'	17 I lavoratori-robot destinati a sostituirci - L'esercito di lavoratori robot che si prepara a sostituirci	Borgonovo Francesco	18
La Verita'	16 Intervista a Nicholas Carr - «Il sogno della Silicon Valley è sbarazzarsi degli uomini»	Borgonovo Francesco	20
Sole 24 Ore Nòva	14 Fiscalità e «big data»: lo Stato fa leva sugli studi digitalizzati	Parente Giovanni	23
Sole 24 Ore Nòva	15 Crossroads - L'obbligo digitale non fa crescere	De Biase Luca	24
Sole 24 Ore Nòva	14 I commercialisti e il web da rivalutare	Dell'Oste Cristiano - Parente Giovanni	25
Sole 24 Ore Nòva	15 Consulenti e nuove partite Iva: il primo appuntamento è online	Diegoli Gianluca	29
ESTERA			
Figaro	28 Bruxelles favorevole ad una diminuzione dell'IVA sui media digitali	Woitier chloé	31

Le mosse dell'azionista francese

Vivendi ritocca la quota in Telecom Italia al 23,925%

Vivendi prosegue negli acquisti su Telecom Italia per ricostituire la quota che aveva prima della diluizione derivata dalla scadenza del bond convertendo. Dal 23 novembre al 5 dicembre sono stati rilevati sul mercato 117,9 milioni di titoli fino

ad arrivare al 23,925% del capitale ordinario. spazio per salire ancora ce n'è fino a sfiorare la soglia del 25% oltre la quale scatterebbe l'obbligo di Opa.

► pagina 32

Tlc. I nuovi acquisti dal 23 novembre

Vivendi risale al 23,925% di Telecom Italia

■ Vivendi arrotonda ancora la quota in Telecom, dopo la diluizione provocata dal convertendo che aveva ridotto la partecipazione dal 24,68% al 21,91%. Con acquisti sul mercato, operati tra il 23 novembre e il 5 dicembre per 117,9 milioni di titoli, la quota della media company transalpina è dunque risalita al 23,925% del capitale ordinario. Il precedente aggiustamento, comunicato con una nota, segnalava la quota al 23,15%. I nuovi acquisti sono stati segnalati alla Sec, spiegando nella documentazione che sono avvenuti «al fine di portare la quota ai livelli precedenti». Secondo i criteri dell'Authority americana che sottrae dal conteggio del azioni proprie detenute dalla società, la partecipazione è segnalata al 24,19% delle azioni ordinarie con diritti di voto, ma si tratta appunto di una differenza di contabilizzazione.

Probabilmente non sarà l'ultimo ritocco perché c'è margine per salire fino a ridosso del 25%, soglia oltre la quale scatterebbe l'Opa obbligatoria che non è nei desideri francesi. Sicuramente gli acquisti sono stati frazionati. La cosa particolare, però, come nel caso del precedente arrotondamento è che l'impatto sul mercato è stato pressoché nullo.

Nel periodo denunciato infatti il titolo Telecom si è mosso in Borsa in un range relativamente ristretto, da un minimo di 0,684 euro segnato il 28 novembre, quando gli scambi avevano interessato 111,5 milioni di pezzi a un massimo di 0,7215 euro toccato il 2 dicembre (con 106,5 milioni di pezzi scambiati), mentre il periodo di questa tornata di acquisti si è concluso con le quotazioni a 0,70 euro, cioè ai livelli di partenza, con il massimo di scam-

bi di 160,9 milioni di azioni negoziate. Ieri Telecom ha registrato in Piazza Affari un rialzo del 2,57% a 0,718 euro.

A parte volontà di Vivendi, ribadita coi fatti, di voler restare azionista di riferimento di Telecom, i disegni del gruppo presieduto da Vincent Bolloré per l'incumbent nazionale restano imperscrutabili. Nei giorni scorsi girava voce del possibile coinvolgimento di Telecom nell'operazione Mediaset Premium, con un terzo del capitale della pay tv del Biscione, ciascuno, a Vivendi, Mediaset e Telecom.

Ma l'ipotesi è stata smentita da tutti, incluso lo stesso Bolloré. Telecom del resto ha in piedi un contenzioso sul contratto commerciale con Sky e la prima udienza è slittata da dicembre a febbraio dell'anno prossimo.

A.OI.

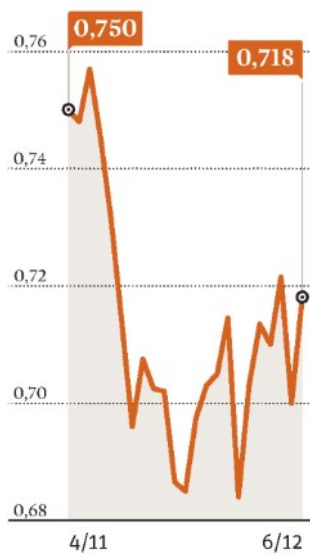
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Dir. Resp.: Roberto Napolitano

Telecom Italia

Andamento del titolo a Milano



IMAGOECONOMICA



Dir. Resp.: Roberto Napolitano

Tlc. I termini per gli operatori qualificati Banda ultralarga, entro il 20 febbraio le offerte a Infratel

Andrea Biondi

■ Ci sarà tempo fino al 20 febbraio per presentare le offerte per partecipare alla “seconda” gara Infratel per realizzare la rete in banda ultralarga. In ballo ci sono 1,25 miliardi di euro con cui il Governo, attraverso il Mise e la sua società in house Infratel, punta a far realizzare la rete a banda ultralarga nelle “aree bianche”, quelle cioè a fallimento di mercato, in 10 regioni (Piemonte, Valle D'Aosta, Liguria, Friuli Venezia Giulia, Umbria, Marche, Lazio, Campania, Basilicata, Sicilia) e nella Provincia autonoma di Trento.

L'indicazione della deadline è arrivata lunedì agli operatori interessati. Una coincidenza curiosa, nella giornata successiva al “No” al Referendum costituzionale che ha portato alla fine annunciata del Governo Renzi. Volendo, però, ci si può vedere anche un segno del fatto che le gare Infratel seguono ormai un iter definito.

Il secondo bando per questa infrastruttura che rimarrà pubblica, ma con gestione ventennale, è stato fatto l'8 agosto, dopo il primo (3 giugno) da 1,4 miliardi di euro in sei Regioni (Abruzzo, Molise, Emilia Romagna, Lombardia, Toscana e Veneto) che, a sua volta, si sta avviando all'ag-

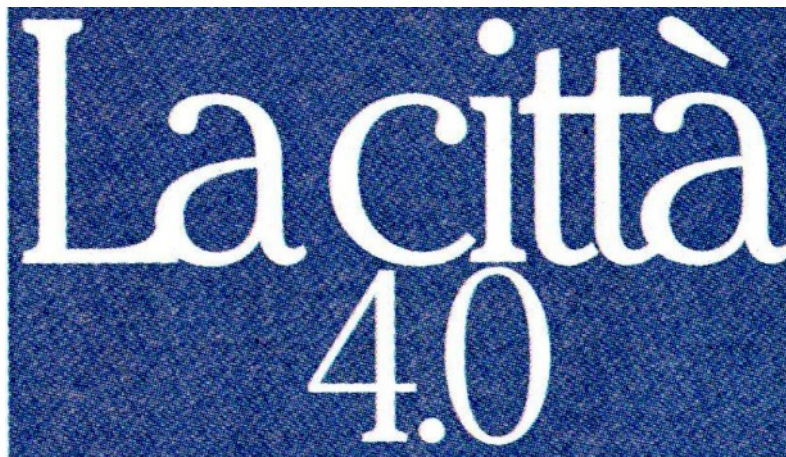
giudicazione. In questo primo bando sono rimasti in lizza Telecom (in raggruppamento temporaneo di impresa con altre società attive nella realizzazione di infrastrutture), Enel Open Fiber, un raggruppamento di imprese fra Retelit, Eolo ed Eds ed Estra spa. Le aziende si ritroveranno oggi al Mise per l'apertura delle buste contenenti le offerte e la verifica “amministrativa” per poi procedere - in qualche settimana secondo i programmi - all'aggiudicazione vera e propria.

Per quanto riguarda la seconda gara, il bando è suddiviso in sei lotti. Il primo riguarda Piemonte, Valle d'Aosta e Liguria; il secondo il Friuli-Venezia Giulia e la Provincia autonoma di Trento; il lotto 3 Marche e Umbria; il lotto 4 il Lazio; il lotto 5 Campania e Basilicata e il lotto 6 la Sicilia. Per tutti i lotti hanno manifestato interesse Telecom (in rti con Alpitel, Ceit, Sensi, Site, Sittel e Valtellina), Enel Open Fiber (cui nel frattempo è andata in sposa Metroweb) ed E-Via (Retelit, Eolo, Eds). Acea Illuminazione Pubblica Spaincevece solo per due lotti (Marche e Umbria oltre al Lazio) ed Estra solo per Marche e Umbria. Anche Fastweb ha manifestato interesse. Tutti sono stati invitati a formulare le offerte.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La domanda di fibra ottica dell'ultima generazione è accelerata da quando sono arrivati in Italia i servizi Internet più avanzati a partire da Netflix



Banda ultralarga: pronta nel 2018

STEFANO CARLI

Sarà il 2017 il vero anno zero per la banda ultralarga a Roma: i nuovi collegamenti in fibra ottica secondo l'architettura Ftth, ossia quella che porta la fibra fin dentro le case degli utenti garantendo collegamenti di almeno 100 mega rispetto ai 30 del sistema misto fibra più rame. E 100 mega è solo un valore minimo: la larghezza di banda sarà molta di più. «Con la fibra nelle case parliamo di connessioni da un giga», afferma Umberto Fancelli, responsabile Rete per il Centro Italia di Tim. Cresce anche nel Lazio e nella Capitale in particolare la domanda di tv in streaming via internet, cresce la domanda di connessione da parte del sistema economico. Cresce l'e-commerce e anche, più lentamente, cresce la Pubblica Amministrazione digitale. E infine ci sono le esigenze delle telco mobili che hanno bisogno di tanta fibra a terra per portare la banda ultralarga sulle reti mobili di 4 e 5 generazione. Insomma, è l'ora dell'accelerazione. E l'accelerazione c'è. «A fine 2016 - continua Fancelli - avremo portato la banda ultralarga Ftth, ossia dalle 86 centrali telefoniche romane fino ai cabinet, gli armadi di strada, che a Roma sono 6.500. E qui siamo al 90% di copertura. E' la soluzione mista fibra-rame, che garantisce a tutti almeno 30 mega ma che in alcuni casi può raggiungere i 100 mega». E' questo il primo stadio della banda ultralarga: 30 mega erano un sogno per molti fino a pochissimi anni fa ma ora è già poco più di un servizio di base. Nel corso di quest'anno Tim ha dato un impulso più forte verso la fibra fine alle case. Un obiettivo che a Roma era già stato annunciato ma che ora procede a ritmi più rapidi. Il piano è stato rivisto in accelerazione. «Ma stiamo rispettando i tempi - continua Fancelli - abbiamo fatto le progettazioni, selezionato nuovi materiali e infine indetto le gare per la posa dei cavi. Ora che tutto questo è finito, le cose andranno sempre più veloci». Secondo il calendario di Tim gli "step" sono questi: oggi a Roma ci sono 16 mila abitazioni "passate" in fibra. Vuol dire che gli utenti di queste abitazioni

hanno ricevuto da Tim la comunicazione che "possono", se lo vogliono, chiedere l'allaccio al nuovo servizio (vedi box). A testimoniare dell'accelerazione, Tim prevede che durante queste ultime settimane dell'anno si passeranno altre 4 mila abitazioni. L'obiettivo finale è di connettere in fibra entro il 2018, quindi in due anni, la metà di tutte le case romane: si parla quindi di 600 mila unità abitative sul totale di 1,2 milioni. «E' un impegno considerevole - spiega Fancelli - Su Roma stiamo investendo, di qui al 2018, 250 milioni di euro». Se dunque nei prossimi 24 mesi di moltiplicheranno per 30 volte i lavori di posa della fibra lungo le strade della Capitale, vuol dire che i romani dovranno rassegnarsi a un inferno di cantieri con conseguenti ginecane e ingorghi per i mezzi del trasporto privato e pubblico? Potrebbe non essere così. Anzi, dovrebbe. Spiega ancora Fancelli: «Oggi la fibra si posa con le mini-trincee e con sistemi "no dig", ossia senza scavo. Prima per posare un cavo si lavorava su "canali" che per legge obbligavano a ripristini dell'asfalto di un paio di metri di larghezza e si chiudevano intere carreggiate di strade. Oggi le minitrincee sono di appena 40 centimetri: si aprono e si richiudono con grande rapidità e con pochi disagi per i cittadini. Quando poi andiamo nelle zone meno urbanizzate, con un sottosuolo più libero, usiamo i sistemi "no dig", delle minitalpe che avanzano nel sottosuolo da sole tirandosi dietro questi cavi che non hanno più di 2 centimetri di diametro».

Al momento la banda ultralarga avanza nei quartieri serviti dalle aree di centrale di Prati, Belle arti (da cui dipendono anche i Parioli e parte del Flaminio), Tuscolano Casal Boccone, Cinecittà, Pontelungo e Romanina. E ci sono quartieri, come San Basilio, che passeranno direttamente dal medioevo della banda larga al futuro: «A San Basilio la rete era stata realizzata con un'architettura particolare, con piccole centrali equipaggiate in modo da dare solo il servizio adsl. Qui la nuova strategia di Tim di portare la fibra nelle case è perfino più conveniente rispetto al vecchio piano Ftth perchè saltiamo a pie' pa-



ri la mancanza dei "cabinet"».

La fibra poi, non è più una questione di sole reti telefoniche: un'intera generazione di nuovi servizi sta nascendo legata alla connessione a banda ultralarga. Anche l'Anas ha così varato il suo piano in fibra per la Capitale: a metà novembre ha infatti bandito una gara da 30 milioni per cablare il Gra e la Roma Fiumicino: saranno due grandi arterie "smart road".

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SITUAZIONE

L'AVANZATA

Nelle foto di queste pagine, le operazioni di posa dei cavi a banda larga a Roma. Con il progressivo aumento della "velocità" di banda è possibile accedere a servizi Internet sempre più sofisticati, per i cittadini e le aziende

Fibra ottica

Per Tim obiettivo 600 mila case

Fin dove arriverà la fibra esattamente? Il nome della tecnologia è Ftth, che sta per Fiber to the Home, ma all'inizio la "home" è il palazzo. I cavi che Tim sta posando lungo le strade di Roma e che entro i prossimi 25 mesi raggiungeranno ben 600 mila unità abitative arriveranno di fatto dentro i portoni e termineranno in uno scatolotto grigio che i tecnici chiamano Roe. È questo il frutto di un accordo nazionale che Tim (nella foto Umberto Fancelli, responsabile rete centro Italia) ha stretto con l'Associazione nazionale degli amministratori di condominio per garantire a tutti la certezza di procedure e condizioni. Quando gli utenti vedranno uno di questi Roe installati nel loro palazzo, potranno, se vorranno, chiedere a Tim l'allaccio della loro abitazione. A quel punto i tecnici della telco arriveranno e faranno salire una singola fibra, poco più di un capello, dal Roe fino all'appartamento usando ogni possibile canalizzazione esistente (la tecnica è certificata a prova di interferenze con ogni altra struttura a rete: non porta elettricità, non genera calore). Una volta nella casa si dovrà attivare lo specifico modem per la fibra. In media, assicurano alla Tim, si tratta di poco più di un paio d'ore di lavoro.

(s.car.)



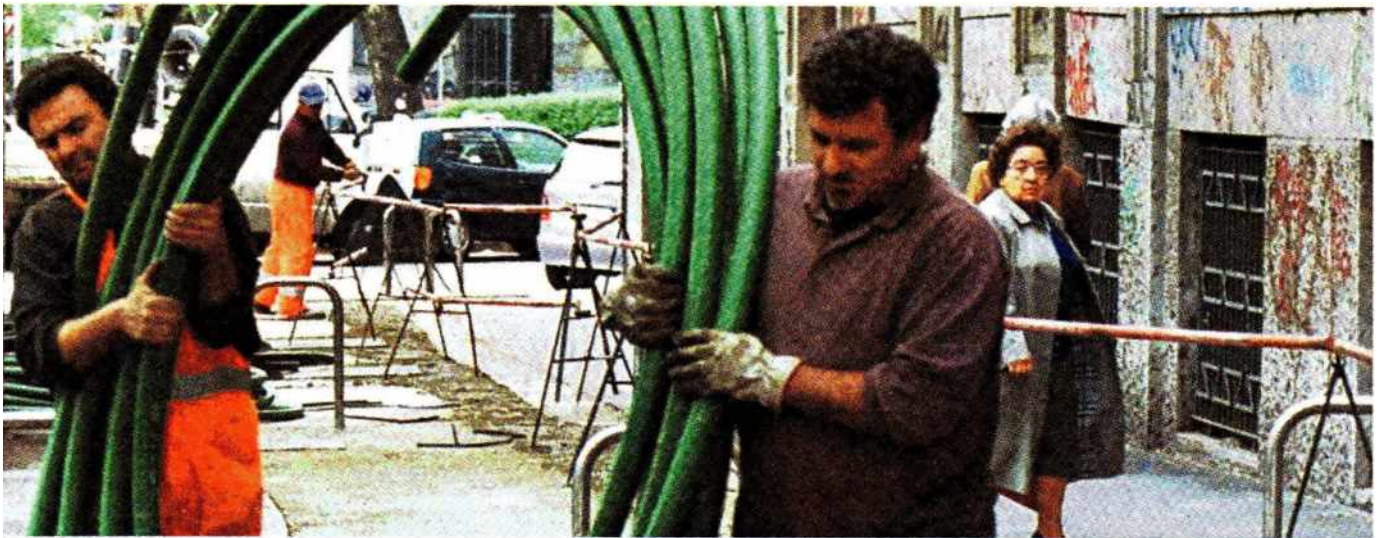
Wireless

Linkem copre già il 75% delle utenze

Non c'è solo la fibra ottica ad accrescere le opportunità di connessione a banda larga degli utenti romani. Linkem ha infatti lanciato in ottobre la sua offerta di copertura a banda larga da 25-30 mega in modalità wireless, attraverso le reti Lte, ossia la stessa tecnologia usata dalle reti di telefonia mobile di quarta generazione. Solo che qui non devono garantire la mobilità degli utenti: ognuno viene raggiunto da un segnale radio punto-punto senza più bisogno di cavi, giunzioni e scavi. E' per questo che Linkem, società italiana guidata dall'ad Davide Rota (nella foto) e controllata da due fondi Usa e alcuni soci italiani, da quando ha acceso la sua prima antenna ad oggi, in appena due mesi, ha già coperto il 75% della popolazione romana e ha messo in carniera circa 5 mila abbonati. Una soluzione, questa, che nelle grandi città dà la misura dello spazio di mercato lasciato dalla vecchia tecnologia in rame e che spiega quindi anche la svolta di Tim che ha deciso di passare dall'architettura Ftth alla Ftth, che prevede quindi il completo rifacimento della rete cablata fin nelle case degli utenti. Ma il wireless funziona bene anche fuori del Gra, nelle aree "bianche" dove nessun operatore porterà mai la fibra e dove la vecchia Adsl lascia molto a desiderare.

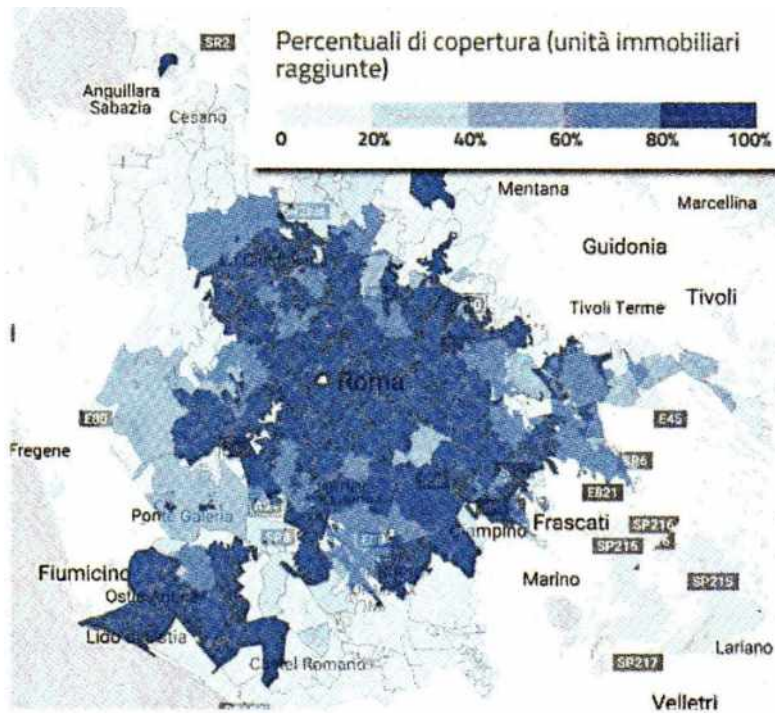
(s.car.)





FIBRE VELOCI

Nella cartina, l'avanzata progressiva del cablaggio in banda ultralarga della città: nelle aree più scure la copertura su attesta fra l'80 e il 100 per cento ed è questa la situazione in cui si troverà tutto il resto della città entro il 2018. Tutti gli utenti avranno così la possibilità di connettersi con una velocità non inferiore ai 100 megabit



IL PIANO ACEA SUI 'VERTICALI'

Acea e la banda ultralarga è una partita ancora tutta da scrivere. Certo, l'esperienza dell'Enel, che ha deciso di sfruttare l'asset patrimoniale dei suoi cavidotti elettrici al servizio del cablaggio in fibra ottica fin nelle case degli utenti, fa pensare anche i vertici dell'utility capitolina. E d'altra parte Enel ha fatto da apripista anche in un altro campo, stavolta nel vero core business dell'azienda: il salto tecnologico nei contatori elettronici, che Enel ha avviato almeno 5 anni prima di Acea. E poiché l'ingresso di Enel nelle tlc (anche se non certo come operatore ma solo nelle infrastrutture) è avvenuto in concomitanza con il lancio della nuova stagione di sostituzione della prima generazione di contatori elettronici, ecco che Acea si trova a valutare le stesse possibilità. «Stiamo valutando - afferma Sandro Cecili, presidente di Areti, la controllata Acea titolare della rete di cavi elettrici e condutture idriche che avvolgono il sottosuolo romano - Non vediamo grandissime sinergie tra energia e tlc, ma è pure vero che stiamo preparando un piano di investimento per il rifacimento delle colonne montanti in circa 50 mila edifici della Capitale. E parliamo non certo di palazzine ma di stabili con una media di 15-20 unità abitative ciascuno: in sostanza è l'80% circa delle abitazioni romane. Il

nostro obiettivo è potenziare la dotazione elettrica delle abitazioni, anche in vista di una progressiva sostituzione, per esempio, del gas con l'energia come fonte di alimentazione del riscaldamento domestico, così come indicato dall'Authority. Già oggi dedichiamo a questo rinnovamento un terzo circa dei 170-200 milioni annui di investimenti in manutenzione e sviluppo delle nostre reti».

Insomma per la fibra ottica anche Acea potrebbe mettere in campo i suoi cavidotti, attraverso cui oggi fornisce energia a 1,62 milioni di utenti (tutta la capitale più il comune di Formello). Sono 1,3 milioni di utenze domestiche da 3 kw e 300 mila circa utenze commerciali e industriali. Non sarebbe la prima volta di Acea nelle tlc. L'azienda a cavallo del nuovo secolo aveva tentato di entrare nel settore allora in pieno boom della telefonia mobile prendendo una partecipazione di minoranza in Ipse, il sesto operatore italiano di telefonia cellulare. Ma non andò bene e nel 2003 l'esperienza è stata chiusa. Il rientro sarebbe però stavolta solo sul versante infrastrutturale e per la valorizzazione del patrimonio. Ci sono però diverse opzioni. Acea potrebbe giocare da sola, con un'offerta indipendente, affittando i suoi cavidotti o entrare in partnership con uno dei due contendenti: Telecom o Enel. Si vedrà. (s.car.)



La strategia

Fastweb lancia la connessione in fibra a 1 Giga. Entro il 2020 nuova rete mobile 5G

La «convergenza», stavolta, è tra fisso e mobile. La porterà sempre più ciò che gli esperti definiscono la nuova tecnologia «distruttiva»: il 5G. Cioè la prossima generazione per la comunicazione mobile, che permetterà velocità di trasferimento altissime e nuovi modi di sfruttare il traffico dati, connettendo più persone e più dispositivi. Fastweb ha annunciato ieri che si prepara ad «un nuovo salto tecnologico». Realizzerà una propria infrastruttura 5G basata su «small cells» (piccole celle). Perché dispone già di una capillare infrastruttura di rete fissa basata sulla fibra ottica. Ha oltre 20 mila «cabinet» (armadi) in tutta Italia, che diventeranno 50 mila entro il 2020 a seguito di un massiccio piano di investimenti («L'azienda — ha detto l'amministratore delegato Alberto Calcagno — spende ogni anno il 30% dei ricavi in ricerca e sviluppo»). Le «cabinet» ospiteranno le small cells. Sfruttando le frequenze 3,5 Gigahertz, retaggio dell'accordo con Tiscali che le ha ceduto la divisione «business» per 45 milioni e affittato per 12,5 milioni in cinque anni le sue frequenze mobili. La sperimentazione della rete ultra-performante, chiamata «5G ready», partirà l'anno prossimo per «arrivare a coprire

il 20% della popolazione nelle grandi città nel 2020», ha spiegato il manager. Un mercato, quello mobile, in attesa dello sbarco dell'operatore low-cost Iliad che ha bruciato sul tempo proprio Fastweb acquisendo le frequenze di Wind e 3 che la Ue ha imposto di vendere per dare il via libera alla fusione. A questo punto con Fastweb si profila l'ingresso di un quinto operatore sul mobile considerando anche Tim e Vodafone con un'inevitabile competizione sui margini per intercettare clienti.

Sulla rete fissa Fastweb ha annunciato invece che potenzierà la rete con connessioni per il cliente finale («Fiber to the home») fino ad 1 Giga. Velocità già disponibile a Milano e dal 2017 estesa ad altre 29 città, tra cui Roma, Firenze, Napoli, Palermo, Genova, Venezia e Vicenza. A gennaio sarà lanciato anche il nuovo modem «FastGate» che permetterà di navigare a 1 Gigabit anche in wi-fi. È proprio sul wireless che si stanno concentrando gli investimenti. Dovrà decollare il WoW-Fi. Cioè l'accesso al wi-fi in mobilità tramite la rete in fibra ottica di casa. Anche fuori dall'appartamento. Con la stessa velocità di connessione sia in download sia in upload.

F. Sav.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

2

milioni

le famiglie e le imprese clienti di Fastweb in Italia con una velocità di connessione fino a 100 megabit



Tlc. L'ad Calcagno alza il velo sui progetti della controllata italiana di Swisscom dopo l'accordo con Tiscali

Fastweb, sfida su mobile e 5G

«Con la fibra e i nostri cabinet adatti alle small cell siamo in vantaggio»

Tlc

STRATEGIE

Fastweb, sfida su telefonia mobile e 5G

IL «FATTORE» ILIAD

«Iliad non è una minaccia, semmai un'opportunità se volesse accedere alle nostre infrastrutture»
Contatti in corso fra le società

Andrea Biondi

La delusione per non aver conquistato le frequenze che Wind e 3 Italia hanno dovuto mettere a disposizione per avere l'ok Ue alla fusione? «Completamente dimenticata. E questo passaggio strategico per il nostro futuro ne è la testimonianza». Alberto Calcagno, 44 anni, amministratore delegato di Fastweb, disegna così il futuro della società: fibra, mobile e offerta convergente di qualità.

■ Insomma, dice Calcagno, Fastweb vuole «fare la stessa cosa di 17 anni fa. Allora siamo stati innovatori con il broadband e il rollout della fibra. Oggi puntiamo alla realizzazione di una rete "5G ready" basata su small cell». Battistrada nel broadband e ora apripista nel mobile, dove Fastweb è già presente come Mvno su rete Tim (da gennaio, dopo essere stata finora su rete H3G).

Proposito sicuramente sfidante per la società che considera l'accordo con Tiscali (si veda Il Sole 24 Ore di ieri) la chiave di volta. A fronte di un'intesa da 58 milioni complessivi (in cash e servizi) Fastweb ha acquisito il ramo d'azienda Tiscali Business, il contratto quadro per i servizi di connettività (SpC) per la Pa e le frequenze 3,5 Ghz. «Sono le frequenze necessarie per sviluppare l'offerta 5G. È ovvio che da sole non bastano. Ma è proprio il nostro essere infrastructure company che ci fa spingere sull'acceleratore per quello che riteniamo un salto tecnologico». Nel carriera di Fastweb c'è la fibra (con copertura al 30% della

popolazione che salirà al 50% - 13 milioni di famiglie-imprese - entro il 2020), ma anche il wi-fi condiviso (con il servizio Wow-fi per 1,5 milioni di clienti già oggi abilitati in 800 città che saliranno a 2 milioni in 900 città coperte) e la parte di data center («abbiamo l'unico Tier IV italiano a Milano cui se ne unirà uno a Roma nel 2018»).

Ora in progetto c'è il salto quantitativo nel mobile, preceduto dall'offerta in 4G da gennaio. Tutto comunque, fa capire Calcagno, fa parte di un upgrade tecnologico puntato sulla qualità, nel fisso come nel mobile. Per la rete fissa, oltre all'arrivo di un modem più potente, «porteremo le connessioni fino a 1 Gigabit in 29 città entro il 2017 e 50 entro il 2020 grazie all'intesa con Telecom che ha dato vita alla joint venture Flash Fiber». Sul mobile, «quello che facciamo oggi ci porta 4-5 anni in anticipo rispetto ai concorrenti».

Il perché l'ad lo attribuisce a un mix di tecnologie e scelte strategiche. «Il 5G ha bisogno di tre ingredienti: fibra, cabinet e frequenze». Le frequenze 3,5 Ghz sono necessarie e gli altri operatori ancora non le hanno. È in previsione un'asta sulle frequenze 3,6-3,8 Ghz e allora sicuramente colmeranno quel gap. «Nel frattempo però - spiega Calcagno - noi potremo sfruttare il vantaggio della capillarità della nostra fibra e dei nostri cabinet». Fastweb «ha scelto di mantenere molto spazio nei suoi cabinet, che sarà usato per gli equipment delle small cell. E i nostri armadi di strada, oggi 20 mila, diventeranno 50 mila nel 2020».

Tutto questo, unito alle frequenze avute in dote, «fa capire che Fastweb sarà un operatore mobile infrastrutturato pronto a dire la sua, in ottica di offerta convergente». Certo, come è possibile per il mercato sostenere un quinto operatore, con Iliad che si prevede abbasserà le tariffe nel mobile? «Noi puntiamo sulla qua-

lità e non sui prezzi». Iliad peraltro, «è un'opportunità, semmai in futuro volesse accedere alle nostre infrastrutture». Per ora ci sono discussioni in corso, conferma Calcagno: la fibra necessaria al backhauling potrebbe essere fornita da Fastweb a Iliad. Ma Swisscom è pronta a sostenere questo impegno di Fastweb? «Parliamo di investimenti in linea con quelli sostenuti negli ultimi anni. Comunque stiamo crescendo da 13 trimestri. Per questo possiamo permetterci la stessa concezione di futuro e disruption di 17 anni fa».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Alberto Calcagno



Risiko. L'accordo a sorpresa rilancia i due outsider: Tiscali fa cassa e si focalizza sulle famiglie, Fastweb entra nella telefonia mobile 5G

L'asse inedito Calcagno-Ruggiero

L'ALLEANZA

L'asse inedito Calcagno-Ruggiero ridisegna il mercato

IL MERCATO

Il matrimonio tra i due big «alternativi» ha rimesso in moto un'industria da molti anni bloccata da scarsi consumi e bassi margini

Simone Filippetti

Era finita ai margini della battaglia per le frequenze. Battuta dai francesi di Iliad, tutti vedevano Fastweb fuori dai giochi della banda larga mobile. E invece ecco il classico coniglio dal cilindro: accordo con la nuova Tiscali a trazione russa. Un'alleanza tra due outsider, agli antipodi del mercato: lo schivo Alberto Calcagno di Fastweb, che alle spalle ha la solidità e l'elvetica Swisscom; e l'ex uomo Telecom Riccardo Ruggiero che ha preso in mano la non facile eredità di Renato Soru e di un'azienda sempre in bilico.

■ Coppia inedita, che sparpiglia le carte: Fastweb, la compagnia della fibra ottica per una clientela premium, come si dice in gergo; e Tiscali, la internet company degli italiani (fu la prima a regalare la connessione gratuita alla gente), non avevano mai incrociato le loro strade. L'asse Milano-Cagliari ridisegna il mercato delle Tlc in Italia, in attesa che parta la maxi fusione Wind-3 esbarchino pure i francesi. Proprio il matrimonio tra i due big «alternativi» ha rimesso in moto un'industria da molti anni impanatanata nella palude di consumi stagnanti, troppa concorrenza e margini in continua erosione: l'Unione Europea, come condizione per il vialibera, aveva imposto la vendita di frequenze radio a Wind-3. Candidato numero uno era Fastweb, ma alla fine gli è stata preferita Iliad. A prima vista, Tiscali fa il colpo gobbo: l'accesso alla rete fissa Fastweb, tutta in fibra ad altissima velocità. E, aspetto non accessorio, fa anche cassa: 20 milioni di euro che aiutano il bilancio, dopo la ristrutturazione del debito, e in vista dell'agognato risanamento. Tiscali, che era un po' la cenerentola delle

Tlc finita in disparte nel mercato, e avviata a un futuro da operatore marginale, si rimette in gioco, ritagliandosi un ruolo da telco di «provincia» (in senso geografico e non qualitativo), focalizzata sulla clientela retail, famiglie e piccoli utenti. Una nicchia oggi vittima del digital divide e dove ci sono margini di crescita. Dal canto suo Fastweb si riprende quello che le era sfuggito, non senza mal di pancia, con Wind-3: compra frequenze pregiate, perché sono nella banda dove transita il conteso Lte, ossia l'internet mobile super veloce. Sono le frequenze che Tiscali ha avuto in dote quando si è fusa con Aria Dsl, la start-up di tre imprenditori umbri (poi traslocati nella matricola di Borsa Go Internet). Così Fastweb diventa un operatore mobile in tutti i sensi. Nell'accordo, infine, a Fastweb va anche un portafoglio clienti ex Tiscali di imprese, tra cui pure commesse con la Pubblica Amministrazione, che proprio non erano nel dna di Tiscali; e che invece aiutano i milanesi, già leader di mercato con una quota del 30%, a rafforzarsi ulteriormente.

L'industria vive un'apparente contraddizione: un anno fa l'Italia era un mercato congestionato e poco profittevole. Oggi, improvvisamente, tutto è in fermento e tutti smaniano per entrare. Molto più realisticamente, il mercato si sta segmentando. I francesi di Iliad arriveranno con un'offerta a basso costo e bassa qualità, per la fascia bassa del mercato: molti volumi, margini compressi. Qui i transalpini si scontreranno con Wind e, in parte, Vodafone. Fastweb rimarrà dov'è, nella fascia alta del mercato. Certo, il problema del sovraffollamento rimane: 5 telco sono troppe. Dovrebbero ridursi a 3. Chi sarà il prossimo?

© RIPRODUZIONE RISERVATA



POLTRONIFICIO Scadono quasi tutti a primavera
Eni, Enel, Poste e Fs: traballano
le sedie dei manager di fiducia

TECCE A PAG. 4

Cade il renzismo, trema un sistema di potere

Eni, Enel, Poste & C. tutti temono le nomine di primavera. E Lotti ci prova

SOLITI GIOCHI

Disperate proposte
Il sottosegretario vuole
mantenere un presidio
per garantire aziende
e i finanziatori vicini

» CARLO TECCE

Oltre il renzismo cadente, c'è il potere debole che vacilla. Quel sistema di potere – banchieri, imprenditori, dirigenti di aziende pubbliche e private – che sui toscani padroni di Roma ha investito denaro e futuro. Non per ragioni ideologiche, ma per assenza di alternative: chi può recepire le istanze di Claudio Descalzi di Eni o di Francesco Starace di Enel o di Francesco Caio di Poste Italiane, legati ai fatturati miliardari e agli umori di Palazzo Chigi? Questa repentina e non proprio inopinata dissoluzione del renzismo coinvolge le multinazionali controllate dal governo, una caterva di società – per citare le principali: Eni, Enel, Poste, Ferrovie, Finmeccanica – che in primavera devono rinnovare i vertici. Ora è il momento di stringersi alla mano, e pregare assieme.

Renzi è l'unica salvezza di Starace e colleghi e, viceversa, l'unica salvezza di Renzi sono Starace e colleghi.

Il sottosegretario Luca Lotti, esemplare politico che

vive di relazioni e non di orazioni, ha elaborato il concetto in anticipo e non intende traslocare dagli uffici di Palazzo Chigi, vuole mantenere un presidio: mica per un sentimento di riconoscenza nei confronti di un sistema che ha sostenuto il capo, ma per scongiurare contraccolpi, per non lasciare in sospenso le promesse disseminate durante la campagna referendaria.

NON SARÀ MAI di nuovo forte il renzismo, ma la somma di una coppia di poteri deboli può garantire una reciproca sopravvivenza. Che destino può cogliere Descalzi, impigliato in un'inchiesta di Milano sugli affari di Eni in Nigeria? Che ambizioni può coltivare Starace, scomparso con il progetto della banda larga? Una follia dal solo valore mediatico che haraggiunto un obiettivo: spedire Telecom all'opposizione. Chi può prolungare l'attuale gestione di Poste, dopo che il Pd ha costretto l'azienda a intervenire con la propaganda delle lettere agli italiani all'estero e in patria, con gli sconti ingiustificati, i turni straordinari degli impiegati? Chi può insistere con Mauro Moretti a Finmeccanica, che con il referendum ha smarrito i suoi protettori Matteo e Giorgio (Napolitano) e rischia la condanna per la strage di Viareggio?

Il discorso è identico per gli altri amministratori e per le altre società, e non esclude la televisione pubblica Rai (non in scadenza) o la riformata in stile renziano Ferrovie. Dopo il

voto, a mezzanotte, Renzi ha annunciato in maniera solenne: "La mia poltrona è la prima che salta". Ma s'è dimenticato di aggiungere che, per contagio, presto ne possono saltare decine. Perché il renzismo, per sua natura, è una narrazione di poltrone, una spartizione di nomine, nel febbraio di due anni fa, a spingere verso l'uscita il governo di Enrico Letta, troppo saldato col passato per preparare l'innesto di un'altra generazione di manager. Renzi ha assecondato le richieste di quel sistema di potere e, appena insediato, ha partecipato al banchetto.

BREVE ELENCO degli amici infilati qua e là: cda di Enel, Alberto Bianchi, presidente della fondazione renziana Open; cda di Finmeccanica, il finanziere Fabrizio Landi; cda di Poste, Elisabetta Fabri, famiglia di albergatori fiorentini; collegio sindacale di Eni, Marco Seracini, il commercialista di Matteo; cda di Eni, Diva Moriani, vicepresidente di In-Tek di Vincenzo Manes, generoso donatore. Il tecnico Pier Carlo Padoan, sempre al ministero dell'Economia oppure a Pa-



lazzo Chigi, non può rassicurare il renzismo sul fronte nomine. Tant'è che in questi giorni il rinvigorito Massimo D'Alema confida: tranquilli, un governo Padoan può aiutare tutti. Maurizio Gasparri ha fiutato la questione: fermi con le nomine. A volte, il potere è più confuso che debole. Non scemo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Scadenze

▪ **ENTRO** la prossima primavera il governo, tramite il Tesoro, dovrà rinnovare i vertici delle aziende controllate dallo Stato. Colossi che fatturano decine di miliardi di euro e sono strategici per il Paese. L'ultima volta, poco dopo la fine dell'esecutivo di Enrico Letta, toccò a Matteo Renzi. Il fiorentino piazzò amici qua e là e diede il potere a una nuova generazione di manager, la quale l'ha ricambiato con un sostegno imponente durante la campagna referendaria.



IPROTAGONISTI



**CLAUDIO
DESCALZI**

Amministratore delegato di Eni, successore di Paolo Scaroni



**FRANCESCO
STARACE**

Amministratore delegato di Enel, fautore del progetto bandalarga



**MAURO
MORETTI**

Amministratore delegato di Leonardo Finmeccanica, vicino a Napolitano



**RENATO
MAZZONCINI**

Amministratore delegato di Ferrovie, scelto dal premier l'anno scorso



Stratega

Luca Lotti, sottosegretario alla Presidenza del Consiglio, da sempre braccio destro di Renzi *Ansa*

Samsung batte Apple in Usa “Non ha clonato l’iPhone”

A sorpresa la Corte Suprema dà ragione al colosso sudcoreano nella guerra dei brevetti
“Il Galaxy ha copiato solo parzialmente lo smartphone della Mela”. Annullata maximulta

Travolto da scandali e batterie esplosive, il gruppo asiatico per ora risparmia 399 milioni

DAL NOSTRO CORRISPONDENTE
ANGELO AQUARO

PECHINO. Samsung batte Apple 8-0. Che botta per la Silicon Valley: e che risultato travolgente per i competitor della Corea del Sud. Ottenuto, a sorpresa, fuori casa. Anzi, in casa nel nemico: davanti alla Corte Suprema degli Stati Uniti d’America. Sì, la più alta istituzione giuridica del mondo libero ha decretato in favore del colosso dai piedi d’argilla, il gigante dei telefonini che sta attraversando uno dei periodi peggiori della sua storia: batterie dei cellulari che esplodono, 2 milioni e mezzo di Galaxy Note 7 ritirati, perdite per almeno 7 miliardi di dollari, il primato nel mercato degli Android ceduto ai cinesi di Huawei, il padrone Lee Kun-hee in ospedale da due anni, l’erede Jay Y. Lee portato alla sbarra dai magistrati che indagano sulle mazzette da almeno 70 milioni di dollari che la multinazionale avrebbe versato alla sciamana che aveva plagiato la presidente Park Geun-hye. Un quadro di doglianze che sembrava infinito: e dove adesso si volta finalmente pagina. Chiariamo: non è che le tribolazioni per i coreani siano finite. E la Corte non entra nel merito della condanna

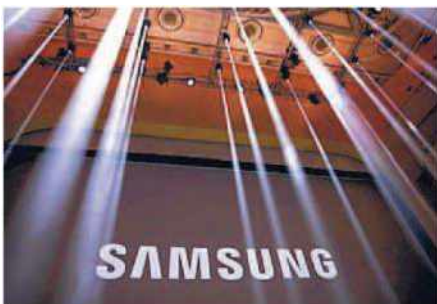
che dal 2012 pende sul colosso. L’accusa è quella di aver violato i brevetti di Apple: in pratica, di aver copiato l’iPhone realizzando quel prodotto di successo mondiale chiamato Galaxy. Ecco, l’accusa resta: ma il miliardo circa che i coreani avrebbero dovuto pagare alla società che fu di Steve Jobs va ricalcolato da capo. In gioco ci sono 400 milioni di dollari. Ma non solo.

La sentenza argomentata da Sonia Sotomayor, che fu il primo giudice portato alla Corte da Barack Obama, dice in sostanza una cosa semplicissima: se rubi una parte poi non possono chiederti di pagare per il tutto. Sì, in fondo la vittoria di Samsung su Apple si potrebbe sintetizzare così: i coreani non dovevano pagare i 399 milioni di dollari di danni stabiliti calcolando la copiatura del manufatto intero. I giudici supremi hanno chiarito infatti che il concetto di brevetto può coprire anche solo alcune parti invece del tutto. E hanno quindi decretato che, nel caso, la multa andrebbe sempre calcolata non sul tutto ma sui singoli infrangimenti del copyright: in questo caso la “fronte”, i contorni tondeggianti e lo schermo con 16 icone, che erano le singole “copiature” fatte da Samsung. E invece no. Perfino John Roberts, che a 61 anni è il capo della Corte, ha argomentato, come avrebbe fatto uno smanettone qualsiasi

si, che la violazione di Samsung non ha nulla a che fare, per esempio, “con tutti i circuiti e i fili” del telefonino.

L’argomento è delicatissimo. E non è un caso che da Facebook a Google tanti altri big della Silicon Valley sono interessatissimi agli sviluppi del caso Samsung. Apple ha sostenuto che i danni subiti vanno appunto quantificati sulla copiatura del manufatto. Nella prima sentenza in 120 anni in cui si occupa nuovamente di brevetti, la Corte stabilisce invece adesso che la definizione di «articolo di manifattura è larga abbastanza da abbracciare sia il prodotto venduto a un consumatore», cioè in questo caso il telefonino finito, «che un componente di quel prodotto, che sia venduto separatamente o no». Una spiegazione che in sostanza accoglie il ragionamento dell’avvocato di Samsung, Kathleen Sullivan, finanche troppo sicura: «Uno smartphone si chiama smart, cioè intelligente, poiché contiene decine di migliaia di tecnologie che lo fanno funzionare». Come dire: non formalizziamoci nell’aspetto, staremo mica solo a vedere se somiglia a un iPhone o no.

Sarà: certo è solo che malgrado il sonoro punteggio di 8 a 0 la partita non è mica chiusa. E non solo tra Apple e Samsung. Perché qui ci si gioca l’intera definizione di brevetto: e forse anche un po’ anche di furto, no?



OLTRE 200.000

Sono i brevetti che possono proteggere una macchina complessa come lo smartphone. I legali della Samsung hanno sostenuto che un simile numero rende impossibile non appropriarsi di soluzioni tecniche che sono proprietà di altre aziende. Tesi accolta dai giudici



Brevetti violati. Da ricalcolare il danno da 399 milioni di dollari per le violazioni del design

Apple, la Corte Suprema dà ragione a Samsung

■ Affrontando per la prima volta da oltre un secolo un caso che riguarda la violazione di brevetti relativi al design di un prodotto, la Corte Suprema degli Stati Uniti ha deciso che un tribunale deve ridefinire la somma che Samsung deve ad Apple per avere copiato il design dell'iPhone. Per il gruppo sudcoreano - che aveva giudicato «sproporzionata» quella multa, si tratta di una vittoria. Samsung era stato condannato a una pena pecuniaria di 399 milioni di dollari dopo che, nel 2012, una giuria aveva determinato che 11 modelli di suoi smartphone violavano i brevetti della rivale californiana. Il massimo organo giudiziario americano aveva accettato di affrontare il caso in questione per chiarire come un tribunale dovrebbe calcolare il valore dei danni causati da violazioni di brevetti. Il produttore dell'iPhone aveva sostenuto di avere diritto a tutti i profitti generati dai prodotti Samsung contenenti brevetti non propri.

Dal canto suo l'azienda sudcoreana aveva detto di non ritenere giusto il versamento dei profitti in questione perché il design incriminato era solo una componente di dispositivi molto complessi. Il giudice Sonia Sotomayor, per conto della Corte Supremaintera, ha dato ragione a Samsung. La tesi è che chi possiede un determinato brevetto non ha sempre il diritto sui profitti totali generati da un prodotto venduto ai consumatori e che ha violato quel brevetto. In prodotti composti da più parti, chi possiede un determinato brevetto può talvolta avere diritto solo al giro d'affari legato alla componente specifica che ha violato il brevetto stesso. La decisione su quanto Samsung debba pagare viene però lasciata a un tribunale. La battaglia legale tra i due colossi tecnologici è monitorata attentamente. Dalla parte di Apple si sono schierate aziende come Crocs, Tiffany e Adidas, convinti che la sua linea difensiva è essenziale per proteggere design innovativi.

R.Fi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Dir. Resp.: Roberto Napolitano

La battaglia per il clima

Google, dal 2017 utilizzerà soltanto energia rinnovabile

Tutta l'energia utilizzata da Google per le sue operazioni nel mondo, dagli uffici ai data center, verrà molto presto da fonti rinnovabili. La compagnia ha annunciato che l'obiettivo «100% rinnovabili» sarà centrato nel 2017. «La lotta contro il cambiamento climatico è una priorità globale sempre più urgente», spiega la compagnia che come attore del settore privato vuole fare la sua parte per gli utenti e per l'ambiente.



Dir. Resp.: Luciano Fontana

FB, TWITTER, YOUTUBE E MICROSOFT

Algoritmo anti Isis La lotta ai terroristi dei giganti del web

di **Marta Serafini**

I colossi della Silicon Valley uniti contro Isis. L'annuncio arriva da Facebook, Twitter, YouTube e Microsoft: «Abbiamo stretto un accordo per combattere l'estremismo in rete». I quattro colossi del web hanno creato un database comune che mette in condivisione le impronte dei contenuti digitali riconducibili ai gruppi terroristici. In pratica un algoritmo per raccogliere tutte le «impronte dell'odio» che circolano in ogni angolo della rete. Il maxi sistema di controllo sarà attivo dal 2017 su pressione di Washington e Bruxelles. L'obiettivo è fermare la radicalizzazione di migliaia di giovani spinti tra le braccia di Isis da video, immagini e proclami via web.

a pagina 21

Silicon Valley, l'algoritmo anti-Isis

Facebook, Twitter, YouTube, Microsoft creano un database comune per prendere le «impronte dell'odio». Su pressione di Washington e Bruxelles

In gergo lo chiamano il super algoritmo anti Isis. In pratica si tratta di un database comune che mette in condivisione le impronte dei contenuti web riconducibili a gruppi terroristici.

L'annuncio è arrivato dritto dalla Silicon Valley. «Abbiamo stretto un accordo per combattere l'estremismo in rete», hanno spiegato Facebook, Twitter, Microsoft e YouTube in un comunicato congiunto, ultimo passo di un processo tortuoso e impervio per fermare la radicalizzazione di migliaia di giovani, spinti nelle maglie di Isis da video, immagini e proclami. Sembrano passati secoli da quando Obama, dopo la morte di Jim Foley e la diffusione del video della sua decapitazione, nell'agosto 2014 sollecitò un impegno dei big del tech nella lotta alla radicalizza-

zione. Da allora tanta melma è passata sotto i ponti dei social. Bufole, insulti, contenuti inappropriati, minacce e sgozzamenti. Il problema si è esteso ben oltre il Califfato. Intanto, il tira e molla per la guerra alla jihad 3.0 tra Washington e Ue da una parte e la Silicon Valley dall'altra andava avanti.

La ragion di Stato contro la privacy. La sicurezza o la libertà di parola. Per Zuckerberg e colleghi censurare ha sempre voluto dire prestarsi a critiche che, puntuali, sono arrivate anche ieri, con le organizzazioni per la difesa della libertà del web sul piede di guerra. «Nessun contenuto viene rimosso in modo automatico», si sono affrettati a specificare i portavoce delle aziende. Non a caso per convincere i privati ad azioni concrete c'è voluta la commissaria europea Vera Jourova che domenica, in un'in-

tervista al *Financial Times*, ha bacchettato i colossi accusandoli di non rispettare l'impegno preso con l'Ue che prevede una risposta alle segnalazioni dei contenuti di *hate speech* entro le 24 ore.

Al di là delle parole di circostanza, resta fermo il problema economico. Individuare il cyber-odio solo grazie all'occhio umano è impensabile. Servono soldi. Per qualche tempo nella Silicon ognuno ha fatto da sé. Ma più o meno tutti hanno



sempre usato un sistema chiamato PhotoDna, utilizzato nella lotta alla pedopornografia, prodotto da Microsoft. In pratica si tratta di riconoscere degli schemi ricorrenti. Al posto delle foto dei bambini, le tute arancioni dei prigionieri di Isis, tolte dalla circolazione, mentre gli strateghi del Califfato replicava cambiando il colore delle divise agli ostaggi. Poi, a poco tempo di distanza dalla bufera Apple-Fbi per l'attacco di San Bernardino, in pieno dibattito sulla crittografia, Obama è tornato alla carica, richiedendo un super algoritmo per mettere ko l'Isis. Le risposte ancora una volta sono state tiepide. Ma non sono mancate. Oltre alla rimozione dei contenuti, a Mountain View, ad esempio, hanno deciso anche di fare qualcosa sul fronte della narrativa alternativa con Redirect Method. Alla divisione Jigsaw di Alphabet hanno iniziato a proporre link anti Isis a chi va a caccia di odio in rete. Anche dal mondo del no profit non sono stati a guardare. Hany Farid, uno dei padri del PhotoDna, ha adattato il sistema ai contenuti violenti e lo ha messo a disposizione dell'organizzazione Counter Extremism Project. Tutte belle idee. Ma sul fronte della rimozione per tanto tempo ciascuno ha fatto da sé. Fino a ieri, con l'annuncio del database degli *hashes*, le impronte digitali dell'odio, che — promettono i colossi — sarà attivo a partire dal 2017, e verrà presto presentato.

Difficile però cantare vittoria. Nonostante le difficoltà sul campo militare e l'uccisione di figure chiave come il portavoce Al Adnani, la propaganda dell'Isis non si ferma. Semplicemente si sposta in luoghi meno frequentati ma non per questo meno accessibili. Il tutto mentre restano aperte due domande: chi decide che cos'è «terrorismo»? E soprattutto chi stabilisce quando un contenuto va rimosso? Ora la palla è nel campo della Silicon Valley. Da vedere quanto ci resterà.

Marta Serafini



@martaserafini

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La parola

HATE SPEECH

L'espressione, tradotta con «incitamento all'odio», identifica una categoria della giurisprudenza Usa utilizzata per parole e discorsi che esprimono intolleranza per una persona o un gruppo, e che possono provocare reazioni violente

NEL 50% DEGLI IMPIEGHI I lavoratori-robot destinati a sostituirci

di FRANCESCO BORGONOVO

■ Nei prossimi 10-15 anni quasi il 50 per cento dei mestieri che conosciamo potrà essere svolto da un robot. E i posti di lavoro che andranno perduti non potranno essere rimpiazzati da nuovi creati dalla tecnologia.

alle pagine 16 e 17

L'esercito di lavoratori robot che si prepara a sostituirci

Nei prossimi 10-15 anni, quasi il 50 per cento degli impieghi potrebbe essere svolto da macchine «intelligenti». A rischiare non sono soltanto camionisti e camerieri

*La velocità
dell'innovazione
non lascia tempo
per adattarsi*

*Entro i prossimi
8 anni, un terzo
dei camion su strada
si guiderà da solo*

■ «Lo scopo del futuro è la disoccupazione totale, così potremo divertirci», sosteneva con ottimismo lo scrittore di fantascienza Arthur Clarke. Ora che ci stiamo avvicinando a questo scenario, tuttavia, non sembra esserci molto di cui gioire. Carl Benedikt Frey e Michael A. Osborne, due studiosi dell'Università di Oxford, nel 2013 hanno realizzato una ricerca intitolata *Il futuro dell'occupazione*, condotta su 702 mestieri diversi, e hanno stimato che, nell'arco di vent'anni, nei soli Stati Uniti il 47% degli impieghi potrebbe essere affidato a «macchine intelligenti». La rivista americana *Newsweek* dedica la copertina del numero ora in edicola alla «economia dei robot». Il titolo è eloquente: «Dimenticate gli immigrati. Sarà questo il nostro rimpiazzo?». È molto probabile, anche se i numerosi techno-entusiasti dei nostri giorni, ovviamente, sostengono il contrario. Ieri, *La Stampa* ha intervistato Lisa Spelman, vice-presidente di Intel Xeon, l'azienda che realizza alcuni dei processori che alimentano

software di intelligenza artificiale tra i più avanzati del pianeta. Secondo questa signora, «ogni volta che è comparsa una nuova tecnologia dirompente ha provocato reazioni eccessive. Anche per questo», ha detto, «abbiamo il dovere di tranquillizzare le persone e spiegare come l'intelligenza artificiale possa fare del bene, senza sfuggire i problemi e ponendo dei chiari confini». Quando si è trattato di commentare i problemi che l'automazione porta a livello occupazionale, la Spelman ha liquidato la questione velocemente: «Le precedenti innovazioni tecnologiche ci hanno sempre dimostrato di aprire grandi opportunità, non di sottrarccele». Vero. Rispetto al passato, però, c'è una piccola novità, che hanno notato Erik Brynjolfsson e Andrew McAfee, due insigni ricercatori del Mit di Boston, autori del documentato saggio *La nuova rivoluzione delle macchine* (Feltrinelli). «Quando la tecnologia elimina un tipo di lavoro, o addirittura il bisogno di un'intera categoria di competenze», spie-

gano i due, «questi lavoratori dovranno mettere insieme nuove capacità e trovarsi un nuovo posto». Ed ecco l'inghippo: la tecnologia, oggi, evolve così velocemente che adattarsi è praticamente impossibile. Lo ha notato pure Jerry Kaplan, già pioniere della Silicon Valley e ora docente a Stanford, in un libro appena uscito intitolato *Le persone non servono* (Luiss University Press): «Acquisire nuove competenze», spiega, «non è una cosa che succede in una notte: a volte i lavoratori superflui semplicemente non riescono ad adattarsi, e per ottenere il cambiamento si dovrà aspettare una nuova generazione di lavoratori». Tutti gli altri, nel frattempo, rimangono a spas-



so. Facciamo un esempio, riportato da *Newsweek*. «Quello del camionista è il lavoro più comune del mondo. Ce ne sono 3,5 milioni nei soli Stati Uniti», racconta Kevin Maney sulla rivista americana. «Quest'estate, il governo olandese ha testato con successo alcuni camion senza guidatore in giro per l'Europa. Uber di recente ha speso 680 milioni di dollari per comprare Otto, una startup che si occupa di camion che si guidano da soli, fondata dall'ex specialista di intelligenza artificiale di Google. La compagnia di consulenza McKinsey ha predetto che, nei prossimi otto anni, un terzo di tutti i camion su strada si guideranno da soli. Nel giro di quindici anni, il camionista sarà un anacronismo». Nessuno degli autori che ho citato finora è un luddista o un pessimista col vizio di buttarla in tragedia. Quasi tutti, in un modo o nell'altro, arrivano a sostenere che - con le dovute precauzioni - l'impatto della tecnologia sull'occupazione potrebbe essere ridotto. In verità, tuttavia, di soluzioni efficaci non se ne vedono all'orizzonte. Lo stesso Jerry Kaplan giunge ad ammettere: «È la pura verità che l'automazione rimpiazzerà i lavoratori, eliminando i loro impieghi. Questo significa meno posti di lavoro per le persone». Poi aggiunge: «Un'ampia parte degli operai e impiegati di oggi dovrà presto temere la minaccia posta rispettivamente dai lavoratori artificiali e dagli intellettivi sintetici». Un recente studio della società di consulenza Roland Berger sostiene che da qui al 2020 gli operai robot costeranno la metà di quelli umani. Nel settore della logistica, nei prossimi dieci anni si perderanno un milione e mezzo di posti di lavoro. E

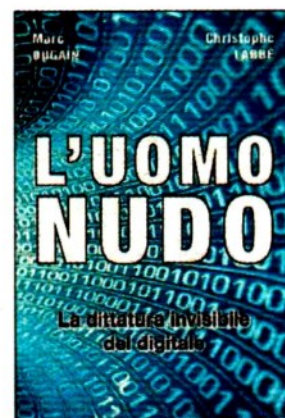
parliamo solo dell'Europa. Entro lo stesso anno, secondo la Commissione europea, la robotica di servizio varrà da sola 100 miliardi di euro.

I francesi Marc Dugain e Christophe Labbé hanno scritto un saggio intitolato *L'uomo nudo*, appena pubblicato in Italia dall'editore Damiani. Qualunque politico con un po' di sale in zucca dovrebbe correre ad acquistarlo, perché spiega che cosa sta già avvenendo sotto il nostro naso, e che conseguenze avrà nel futuro prossimo. Nel testo si legge, per esempio, che «dal 2025, secondo il gabinetto del Boston Consulting Group, il costo totale della mano d'opera calerà del 16% grazie all'automazione della società». Per l'economista Daniel Cohen, invece, il digitale è «una rivoluzione industriale senza crescita», motivo per cui circa il 50% degli impiegati rischiano di perdere il posto. E non parliamo solo di operai, agricoltori, camerieri, receptionist e camionisti. Ma anche di medici, avvocati, agenti d'assicurazione, bancari... Colletti bianchi, insomma. La finanza, già da tempo, funziona per lo più grazie ad algoritmi, quelli che il 6 maggio del 2010 hanno prodotto - da soli - la sparizione di circa mille miliardi. Fra non molto, poi, toccherà ai cosiddetti «lavori intellettuali». Nel 2011, dopo essere stato battuto dall'intelligenza artificiale Watson, il campione del telequiz *Jeopardy!* Ken Jennings fece alcune dichiarazioni che sarò bene tenere a mente. Spiegò di essere stato «il primo lavoratore della conoscenza a essere sbattuto in mezzo a una strada dalla nuova generazione di macchine "pensanti"». E concluse: «Do il benvenuto ai nostri nuovi dominatori, i computer».

Francesco Borgonovo

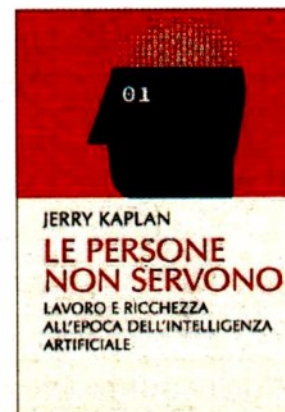
© RIPRODUZIONE RISERVATA

I LIBRI



DITTATURA DIGITALE

I francesi Marc Dugain e Christophe Labbé hanno scritto lo splendido saggio *L'uomo nudo* (Damiani editore).



SENZA UMANI

Jerry Kaplan, pioniere della Silicon Valley e docente a Stanford, ha firmato il saggio *Le persone non servono* (Luiss University Press).

L'INTERVISTA **NICHOLAS CARR**

«Il sogno della Silicon Valley è sbarazzarsi degli uomini»

Il celebre autore americano, tra i più grandi esperti di tecnologia al mondo, spiega i rischi della rivoluzione informatica in corso: «Ci stiamo facendo sottomettere»

La nostra grande dipendenza dalla tecnologia ci sta trasformando in semplici operatori informatici

Fino a poco tempo fa, la maggior parte dell'automazione riguardava i lavori manuali. Ora tocca ai colletti bianchi

di **FRANCESCO BORGONOVO**

Nicholas Carr è uno dei maggiori esperti di tecnologia al mondo. È autore di *Internet ci rende stupidi?*, bestseller a livello mondiale pubblicato in Italia da Raffaello Cortina, così come il recente *La gabbia di vetro*, che parla dei rischi legati alla crescente automazione a cui ci stiamo affidando.

Quali sono secondo lei le conseguenze dell'automazione per l'umanità?

«Questa è una domanda molto ampia. Penso che sia giusto dire che l'automazione ha avuto e continuerà ad avere una vasta gamma di conseguenze, alcune buone, altre cattive. Da un lato, il fatto di affidare il lavoro di routine o pericoloso a macchine o computer può aprire nuove possibilità per le persone, portandole a livelli più elevati di realizzazione, sia intellettuale che manuale. D'altro canto, però, l'automazione può renderci asserviti alle macchine e ai computer, rubandoci l'opportunità di arricchire le nostre competenze e di raggiungere quel senso di appagamento che deriva dalla padronanza di nuovi talenti. Ma la grande sfida, oggi, è un'altra».

Ovvero?

«La grande sfida di oggi è che l'automazione, tramite software e robot, sta allargando la sua portata a tutti gli aspetti di competenza umana, comprese le capacità di analisi e di giudizio. E quello che ci troviamo di fronte, purtroppo, è un me-

todo di progettazione e uso di sistemi che riduce l'impegno del lavoratore umano nei confronti delle sfide difficili, cosa che crea una cultura di passività e dipendenza. Invece di elevarci a lavori più interessanti, ci stiamo trasformando in semplici "operatori informatici". Questo sta accadendo sia nelle nostre vite lavorative sia nelle nostre vite personali, perché facciamo affidamento sul software per mediare la nostra esistenza. E naturalmente il fatto di dipendere da un software ci rende dipendenti anche dalle strutture che forniscono il software. Tutto questo aggiunge il rischio di venire manipolati a quello di diventare passivi».

Secondo lei, dunque, facciamo troppo affidamento sulle macchine?

«Uno dei nostri istinti come esseri umani è il desiderio di essere liberati dal lavoro e dalla fatica. Crediamo, erroneamente, che più la nostra vita diventa libera, più saremo felici. (Queste potrebbe essere definita la "fantasia della dolce vita"). Ma è vero il contrario. Gran parte del nostro senso di soddisfazione passa attraverso il duro lavoro necessario per padroneggiare una competenza difficile. Tuttavia, grazie all'istinto di cui parlavo prima, siamo portati a fare troppo affidamento sulle macchine, al punto da sacrificare la ricchezza della nostra vita».

Lei ha scritto che, a causa dell'automazione, siamo anche più sorvegliati. Perché?

«I computer processano i dati,

e più dati processano, più acquisiscono valore. Quindi è naturale che le grandi aziende della tecnologia - Google, Facebook, Amazon, e così via - cerchino di raccogliere quanti più dati possibile. E dal momento che queste aziende, fondamentalmente, fanno business servendo i consumatori, i dati che per loro hanno più valore sono quelli che riguardano i pensieri e i comportamenti delle persone. Così la sorveglianza diventa essenziale per l'automazione nella sua forma attuale. Naturalmente, anche abbiamo una parte di responsabilità in tutto questo».

Quale parte?

«Anche se spesso affermiamo di apprezzare la privacy, è chiaro che la maggior parte delle persone sacrificerebbero rapidamente la loro vita privata al fine di ottenere merci e servizi gratuiti, in particolare quelli che offrono piccoli aumenti di convenienza. Quindi noi stessi, come consumatori e come cittadini, siamo parte attiva nella cultura della sorveglianza».

Che ruolo giocano i social network in questa cultura?

«Poiché i social network offro-



no i loro servizi gratuitamente, sono quasi interamente dipendenti dalla sorveglianza per i loro ricavi e profitti. Fanno soldi attraverso la raccolta di dati comportamentali e distribuendo pubblicità, ed entrambe queste cose comportano il fatto di tracciare i loro utenti. Questa è una delle ragioni per cui le persone si stanno adattando a una cultura della sorveglianza. Più diventiamo dipendenti dai social network, e più compulsivi diventiamo nel loro utilizzo, più accettiamo di essere sotto sorveglianza continua».

Passiamo ora alle conseguenze dell'automazione sull'occupazione. Nel suo libro, lei parla di «computer colletti bianchi». Che cosa sono?

«Fino a poco tempo fa, la maggior parte dell'automazione riguardava lavori manuali o fisici, in particolare il lavoro in fabbrica e quello di produzione agricola. Con i computer, però, l'automazione si sposta nel mondo dei cosiddetti "lavoratori della conoscenza" e si allarga al lavoro dei colletti bianchi, di medici e avvocati, commercialisti e manager. Oltre a competere con i lavoratori per gli impieghi da "colletti blu", le macchine sono ora in competizione con i colletti bianchi».

L'uso del computer ha cambiato radicalmente l'economia occidentale, a partire dalla finanza. Con quali conseguenze, secondo lei?

«L'economia globale, nonché molte economie nazionali, dipendono ora dai computer e dalle reti di computer per il loro funzionamento. Questo è vero per il sistema finanziario, naturalmente, ma è anche vero per filiere industriali, reti di distribuzione, vendita al dettaglio, mezzi di comunicazione, e così via. In un certo senso, questa è una continuazione della rivoluzione industriale, che ha incorporato la tecnologia - sotto forma di macchine, burocrazie e dispositivi rudimentali per l'elaborazione dati - nell'infrastruttura del commercio. Ma ci sono anche delle differenze. La tecnologia industriale ha portato a un'esplosione di posti di lavoro per la

classe media, dato che le economie e le società sono diventate più complesse e le esigenze dei consumatori sono aumentate. I computer sembrano avere un effetto diverso. Essi consentono un accentrato radicale sia del controllo economico che della ricchezza. I computer concentrano i soldi nelle mani dei proprietari di computer. Portato all'estremo, questo crea non solo enormi disparità economiche, anche nei Paesi ricchi, ma pure destabilizzazione sociale».

L'Unione europea ha appena presentato un piano per la mobilità del futuro. In tre anni, dicono da Bruxelles, saranno operativi mezzi di trasporto pilotati automaticamente. Quali effetti avranno questi nuovi sviluppi secondo lei?

«Beh, ci vorranno più di tre anni prima che le auto che guidano da sole e gli aerei pilotati automaticamente diventino di uso comune. Ci sono ancora alcune sfide tecniche molto difficili che devono essere superate prima che i sistemi di trasporto robotizzati diventino abbastanza affidabili da fare a meno di guidatori umani e piloti. E ci sono molte sfide sociali e culturali. La mia convinzione è che siamo troppo concentrati sui sogni a lungo termine di completa automazione, che può diventare realtà ma anche no».

E su che cosa dovremmo concentrarci, invece?

«Sulle opportunità più immediate di utilizzare la tecnologia per agevolare gli esseri umani piuttosto che per sostituirli. Sulla possibilità di utilizzare i computer per rendere i viaggi più sicuri, più efficienti, e più divertenti. Come molte persone, amo guidare, e non sono certamente desideroso di consegnare le chiavi della macchina a un robot. Io non voglio essere un passeggero nella mia vita».

È ancora convinto che internet ci renda stupidi? Molti hanno risposto in modo critico al suo bestseller...

«Ci sono molti modi di essere stupidi, così come ci sono molti modi di essere intelligenti. Credo che internet ci renda

più superficiali come pensatori, più superficiali nel modo in cui prendiamo e diamo un senso alle informazioni. Siamo arrivati a confondere la raccolta di informazioni con lo sviluppo della conoscenza, ma questi sono processi mentali molto diversi. Internet rende più facile raccogliere informazioni, ma rende più difficile sviluppare la conoscenza. Sviluppare la conoscenza comporta la sintesi di informazioni, che a sua volta richiede attenzione, riflessione, contemplazione. Modi calmi di pensare che Internet mina attraverso il sovraccarico di informazioni. Internet ci ha dato una cultura di distrazione, di dipendenza ed emotività».

In questi anni, la Silicon Valley ha formulato una ideologia: una sorta di estrema fiducia nel progresso. Qual è la sua opinione a riguardo?

«C'è una lunga tradizione di utopismo tecnologico negli Stati Uniti, e la Silicon Valley è parte di quella tradizione. Essa definisce il progresso in termini tecnologici, piuttosto che vedere la tecnologia come uno strumento che può aiutare (o sovvertire) la realizzazione del progresso sociale, culturale ed economico. L'utopismo tecnologico, sono arrivato a credere, è fondamentalmente misantropo. Desidera meccanizzare la società, al fine di sbarazzarsi di ciò che vede come fallibilità umana. Ma non ci si può sbarazzare della fallibilità umana senza eliminare l'umanità. Quello che la Silicon Valley vuole costruire è un paradiso per i robot, non per le persone».

Come possiamo uscire da quella che lei chiama «la gabbia di vetro»?

«Con la consapevolezza e la resistenza. Bisogna vedere i punti di forza e le debolezze di computer e software, invece di essere convinti a credere che la tecnologia sia adatta per tutte le situazioni e tutti gli scopi umani. La tecnologia oggi è divenuta un ambiente. Dobbiamo uscire da questo ambiente digitale e vedere la tecnologia come un insieme di strumenti che possiamo utilizzare, con cura, per ampliare le possibilità della nostra vita».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CHI È



I BEST SELLER

Nicholas Carr è uno dei più grandi autori di bestseller sulla tecnologia al mondo. Ha scritto *Internet ci rende stupidi?*, pubblicato in Italia da Raffaello Cortina, così come il più recente *La gabbia di vetro*. Tutti i suoi saggi hanno suscitato dibattiti che durano da anni a livello internazionale.

EDITORIALISTA

Nicholas Carr collabora con testate importanti come *The New York Times*, *Financial Times* e *Wired*, occupandosi sempre dei rapporti tra la tecnologia e l'economia e la cultura occidentale.

Fiscalità e «big data»: lo Stato fa leva sugli studi digitalizzati

Aumentano quantità e qualità delle informazioni
Ma anche i carichi di lavoro

di **Giovanni Parente**

◆ Spesometro, beni ai soci, black list, Intra-stat. Termini che fanno venire i brividi negli studi professionali perché significano scadenze, obbligo di raccolta dati e rischio di sanzioni. Il fisco telematico non sempre ha semplificato la vita degli addetti ai lavori. Specie se si considera che l'avvento dell'informatizzazione è stato interpretato dall'amministrazione finanziaria come possibilità di chiedere sempre più dati ai contribuenti e a chi li assiste.

Insomma i veri terminali dei big data del fisco italiano sono diventati i commercialisti e gli altri intermediari abilitati. E dopo aver "accettato" tanti nuovi obblighi comunicativi ora sono scesi sul piede di guerra. Il motivo del contendere è rappresentato dalla nuova ondata di informazioni richiesta dal decreto fiscale collegato alla manovra a partire dal prossimo anno (il Dl 193/2016). Nel complesso si tratta di otto nuove scadenze da rispettare una volta che le nuove norme saranno andate a regime. Quattro comunicazioni all'agenzia delle Entrate riguarderanno le fatture emesse e ricevute e solo per il debutto è stato "concesso" un invio semestrale entro il 25 luglio 2017. Altre quattro comunicazioni da effettuare ogni anno interessano, invece, le liquidazioni Iva, ossia l'imposta versata all'Erario e quella a credito.

L'introduzione di questi nuovi obblighi ha una finalità chiara: dare un contributo decisivo a spezzare la catena dell'Iva dichiarata e non versata. Del resto, per l'Iva, il tax gap (cioè la differenza tra quanto effettivamente dovuto e quanto poi pervenuto nelle casse pubbliche) è stato quantificato in 40,2 miliardi per il 2014 nell'ultimo rapporto del ministero dell'Economia sull'evasione. Di questa cifra 8,4

miliardi si riferiscono a Iva dichiarata poi non versata. Proprio dalle nuove misure ci si aspetta un recupero notevole in termini di maggiori entrate, valutato dalla relazione tecnica al decreto fiscale in oltre 2 miliardi nel 2017 e ben 4,2 miliardi per il 2018.

Il recupero, però, comporterà costi aggiuntivi per gli operatori. Certo, è stato previsto un bonus sotto forma di credito d'imposta di 100 euro, che sarà riconosciuto a professionisti e imprese che hanno sostenuto costi per l'adeguamento tecnologico in vista delle nuove comunicazioni Iva e hanno realizzato un volume d'affari non superiore a 50 mila euro. Ma le prime stime sui costi complessivi per il nuovo adempimento sembrano di gran lunga superiori all'agevolazione. Secondo Confprofessioni Lazio, ad esempio, il carico medio dei nuovi adempimenti su imprese e professionisti si attesterà sui 480 euro annui nel 2017 e sui 720 a partire dal 2018. Il peso complessivo delle nuove comunicazioni telematiche è stato calcolato in 10 miliardi di euro nel triennio.

Anche questo spiega il forte malcontento nella categoria. Nonostante le prime anticipazioni fornite la scorsa settimana dalla direttrice delle Entrate, Rossella Orlandi, sul fatto che il modello per la comunicazione delle liquidazioni Iva chiederà un numero limitato di dati che non ci sarà nessun accanimento in termini sanzionatori sugli errori di invio, i sindacati che commercialisti scenderanno in piazza Santi Apostoli a Roma mercoledì 14 dicembre. Sarà una manifestazione per proclamare uno sciopero a inizio 2017 e per chiedere un intervento deciso sul taglio degli adempimenti.

Del resto, il confronto internazionale è ancora impietoso. Dall'ultimo rapporto Paying taxes di Banca mondiale e PwC emerge che in Italia sono 240 le ore annuali dedicate solo agli adempimenti fiscali: un dato che segna un miglioramento rispetto alla precedente rilevazione quando le ore impiegate risultavano 269, ma che riflette ancora una distanza enorme da colmare rispetto alle 164 ore che rappresentano la media dei Paesi Ue e dell'associazione europea di libero scambio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Crossroads

L'OBBLIGO DIGITALE NON FA CRESCERE

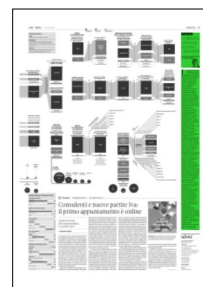
di Luca De Biase



La digitalizzazione obbligatoria non fa modernizzazione, almeno a giudicare dall'esperienza italiana. In effetti, in Italia, da una ventina d'anni, il fisco richiede adempimenti online o comunque in formato digitale ai contribuenti e ai commercialisti. Questa circostanza avrebbe potuto avere un effetto educativo in un paese evidentemente restio ad abbracciare la tecnologia digitale per migliorare la produttività (e orientato casomai a vederla come oggetto di consumo). Ma a quanto pare questo non è avvenuto. Anzi: addirittura il 7% dei commercialisti dichiara che la digitalizzazione obbligatoria del fisco ha determinato un ulteriore peggioramento della situazione, di per sé già molto difficile a causa del labirinto di adempimenti nel quale si devono districare i contribuenti e i professionisti che li aiutano. Ma a parte i supercritici, visti i dati pubblicati in questa pagina, la digitalizzazione obbligatoria non ha moltiplicato il numero dei commercialisti entusiasti della tecnologia. D'altra parte, il contesto nel quale lavorano i commercialisti che servono le piccole imprese non è sfidante da questo punto di vista: i

professionisti sono abbastanza sicuri di essere al passo con le richieste dei clienti, anche perché i clienti non sono certo al passo con la modernità digitale. Le piccole imprese italiane, nello scoreboard dell'agenda digitale europea, figurano tra le meno connesse e digitali: per esempio solo il 6,5% delle piccole e medie imprese italiane usa anche l'e-commerce per vendere, contro il 16% della media europea. Il che significa che le piccole e medie imprese italiane si collocano al 25° posto in questa speciale classifica europea. Non stupisce, appunto, che i commercialisti non siano stimolati a migliorarsi a loro volta dal punto di vista delle tecnologie. Casomai è singolare che solo una minoranza di questi professionisti vedano nel digitale un motivo per aumentare la gamma dei loro servizi, contribuendo proattivamente alla crescita della cultura tecnologica dei loro clienti. Il fatto è che la tecnologia non può essere un obbligo: è un generatore di libertà e si valorizza soltanto cogliendo le opportunità che offre. Il che implica di comprenderla, manipolarla, immaginare a che cosa può servire e agire di conseguenza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I commercialisti e il web da rivalutare

Una ricerca svela la cultura digitale dei professionisti: le avanguardie esistono, ma la maggioranza agisce ancora in chiave analogica

di **Cristiano Dell'Oste**
e **Giovanni Parente**

◆ Anche se non siete esperti di fisco, potete fare un esperimento: andate su Twitter o su Facebook di prima mattina – tra le 7 e le 8 – e guardate quanti professionisti commentano le ultime novità dell'agenzia delle Entrate, scambiandosi opinioni e articoli del Sole-24 Ore e delle altre testate specializzate, cartacee e online. Poi ripetete la ricerca in altri orari del giorno e scoprirete un mondo, anzi una community.

Attenzione, però. Come spesso accade alle frontiere dell'innovazione, il rischio è quello di confondere le avanguardie con il grosso della truppa. Detto diversamente, il fatto che alcuni commercialisti siano molto attivi sui social network non restituisce necessariamente un'immagine fedele della categoria. Ecco perché sono interessanti ricerche come quella presentata in queste pagine, condotta da Pragma per conto di «Registro.it» su 300 studi professionali di taglia medio-piccola. Un campione distribuito su tutto il territorio nazionale, composto per il 24% da studi associati, con un'età media del titolare di 47 anni e un'epoca di fondazione compresa per lo più tra il 1980 e il 2000.

Il primo dato sorprendente è che solo il 4,6% degli studi intervistati possiede un dominio. Gli altri ne fanno a meno, e se gli si chiede il motivo dicono che non serve (66% dei casi), non ci hanno mai pensato (18%) o che usano un indirizzo email gratuito (8%). Una risposta, quest'ultima, che rivela come il dominio internet sia spesso usato solo per avere la posta elettronica personalizzata. Tant'è vero che il 32% di chi ha un «.it» non ne ha curato la scelta in prima persona. Lo conferma la risposta a un'altra domanda, quella sulla funzione del dominio: solo il 19% del campione lo usa per avere maggiore visibilità, il 16% per pubblicare notizie e approfondimenti e appena il 12% per attività di comunicazione e pubblicità. E i servizi online offerti ai clienti? Qui il dato si ferma a un misero 4 per cento. Es che il sistema fiscale italiano – a detta delle principali rilevazioni internazionali, Doing business in testa – è uno dei più informatizzati al mondo e costringe gli opera-

tori professionali a dialogare continuamente via internet con l'amministrazione finanziaria (si veda anche l'articolo in basso).

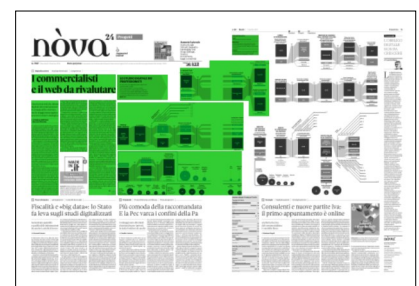
L'impressione, insomma, è quella di una categoria in cui molti professionisti – a torto o a ragione – non vedono ancora nelle nuove tecnologie una leva di crescita del proprio business. Le usano tutti i giorni, ma le sfruttano più come interfaccia con il fisco che come strumento di dialogo e promozione con i clienti.

Proprio questa asimmetria nel ricorso alle nuove tecnologie aiuta a spiegare come sia possibile che il 74% degli studi consideri il proprio livello di digitalizzazione abbastanza avanzato (e il 7% addirittura molto avanzato) pur utilizzandolo poco nei rapporti con la clientela. Allo stesso modo, non deve sorprendere che quasi nove professionisti su dieci vedano nell'online un fattore qualificante della propria capacità di stare sul mercato: è fuor di dubbio che chi non sa gestire i rapporti digitali con il fisco oggi non può – letteralmente – lavorare. Ma da qui a sfruttare tutto il potenziale di internet ce ne passa.

Ad esempio, solo un quarto degli intervistati invia regolarmente una newsletter ai propri clienti per tenerli informati delle ultime novità normative o commerciali, e nella stragrande maggioranza dei casi lo fa in modo artigianale, utilizzando il programma di posta elettronica; i provider esterni entrano in gioco solo nell'8% dei casi. E i social media? Facebook pare il più usato, ma sta sotto il 10 per cento. I forum online non vanno oltre il 2%, mentre LinkedIn, Twitter e i blog si fermano tutti all'1 per cento. Eccola, la rumorosa ma ristretta avanguardia degli innovatori che sceglie di investire – soprattutto in termini di tempo – nella cura delle relazioni digitali.

D'altra parte – come in ogni processo comunicativo – va considerata anche la controparte. E qui si scopre che, per gli studi interpellati, quasi i tre quarti della clientela è costituita da microimprese che non sempre dialogano usando l'email. Anzi, il 23% degli intervistati afferma che solo «alcune» delle microimprese usano la posta elettronica, e c'è anche un 7% che dice «poche» e un 5% che risponde «nessuna». Il che rimanda all'immagine tradizionale dell'imprenditore che, di tanto in tanto, si presenta dal proprio commercialista con la cartellina delle fatture emesse o con i giustificativi delle spese.

Probabilmente, si spiega così il fatto che otto studi su dieci ritengano di avere un livello di digitalizzazione in linea con le richieste dei propri clienti e il 16% addirittura superiore. Basta pensare alla soddisfazione con cui è stata accolta dai contribuenti italiani l'eliminazione – decisa con la conversione in legge del decreto fiscale – dell'obbligo di pagare con



modello F24 telematico le imposte oltre i 1.000 euro. Un vincolo introdotto dal 1° ottobre del 2014 e mai completamente digerito dagli italiani, affezionati alla possibilità di pagare allo sportello bancario con il contante o con l'addebito sul conto corrente.

Se mai, si potrebbe riflettere sul fatto che spesso – in economia – è l'offerta che crea la domanda. E, quindi, se non si propongono ai propri clienti nuovi servizi è difficile che questi li chiedano. Qualche spiraglio di crescita potrebbe arrivare da quel 13% di studi che pensa di aumentare gli investimenti nel digitale nel 2017, visto che al momento i tre quarti del campione dedicano ancora all'innovazione tecnologica una parte minoritaria del proprio budget (meno del 25% degli stanziamenti). Ma per il grosso della truppa la strada sembra ancora lunga.

@c_delloste

@par_gio

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LO STUDIO DIGITALE DEI PROFESSIONISTI

A che punto è la digitalizzazione degli studi professionali in Italia? E che ruolo svolgono i commercialisti per l'evoluzione in chiave digitale delle Pmi. Le risposte nei risultati dell'indagine "Digitale e web negli studi professionali dei commercialisti" condotta da Pragma per conto di "Registro .it"

Dati in %

NOTA METODOLOGICA

Target

Commercialisti sul territorio nazionale

Metodologia

La rilevazione dei dati è stata realizzata tramite interviste telefoniche condotte presso il settore C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interviewing) di Pragma S.r.l.

Campione

300 Studi estratti in modo casuale da un data base nazionale delle Aziende iscritte alla Camera di Commercio (errore statistico +/- 5,6%)

LE PROSPETTIVE

Il livello di digitalizzazione dello studio è:

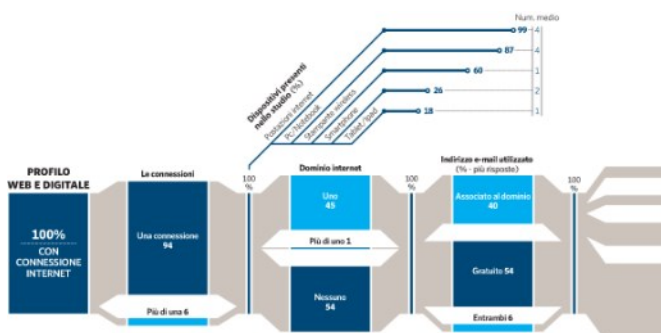


Gli investimenti sul digitale nel prossimo anno:



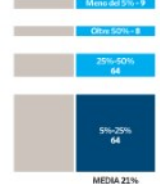
L'utilizzo di Internet

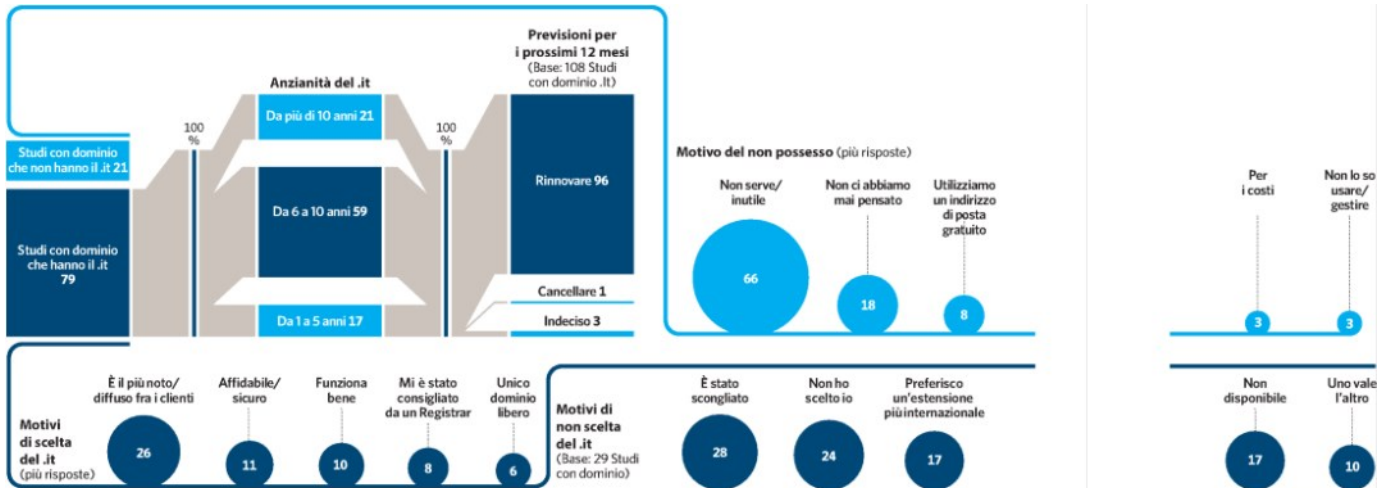
Rispetto agli altri Studi Commercialisti



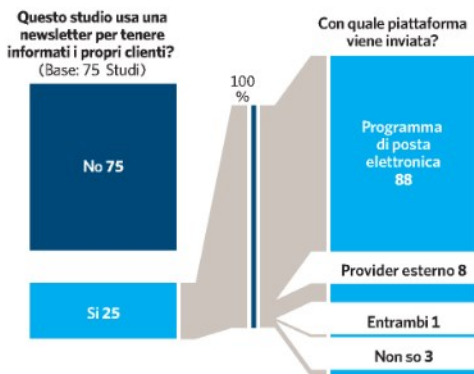
Investimento in digitale

Fatto 100 gli investimenti complessivi del tuo studio, quanto pensi in percentuale l'investimento in digitale?

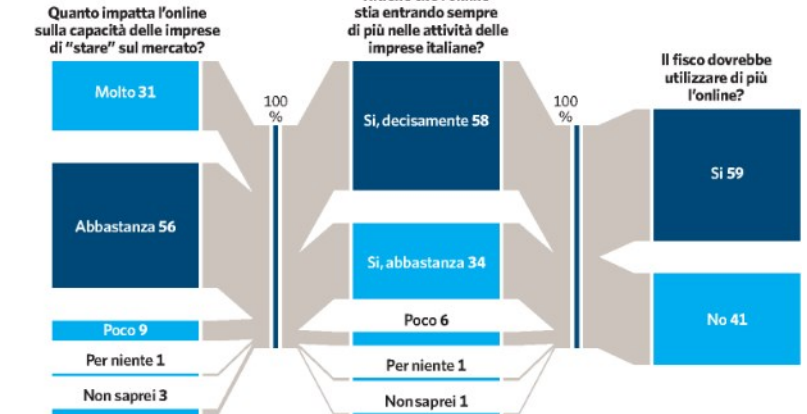




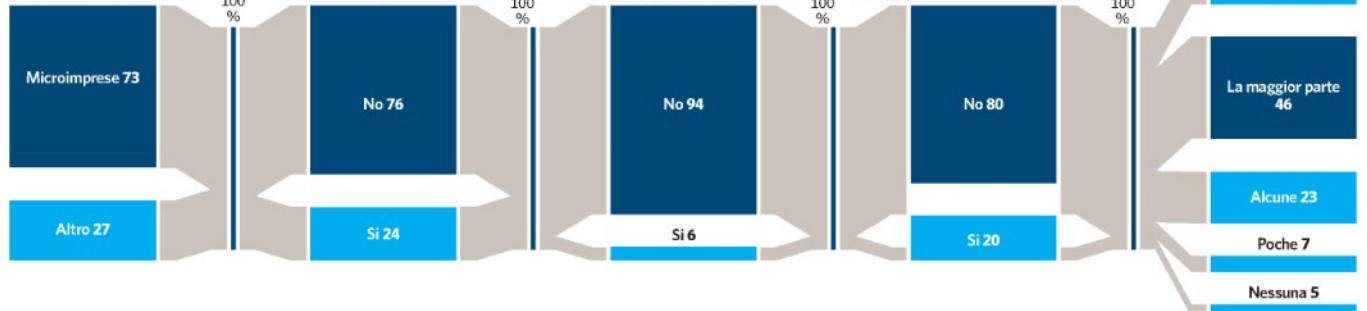
CANALI DI INFORMAZIONE

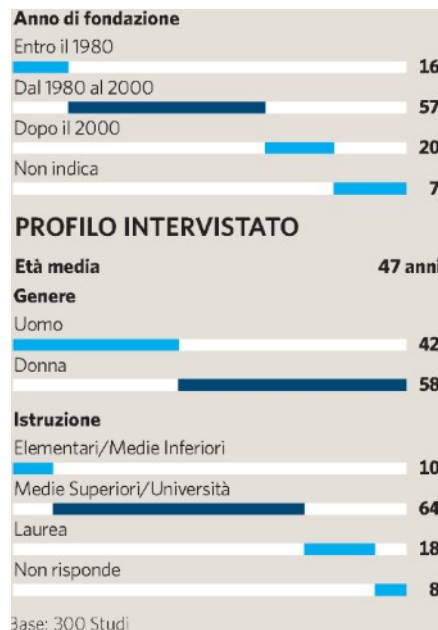
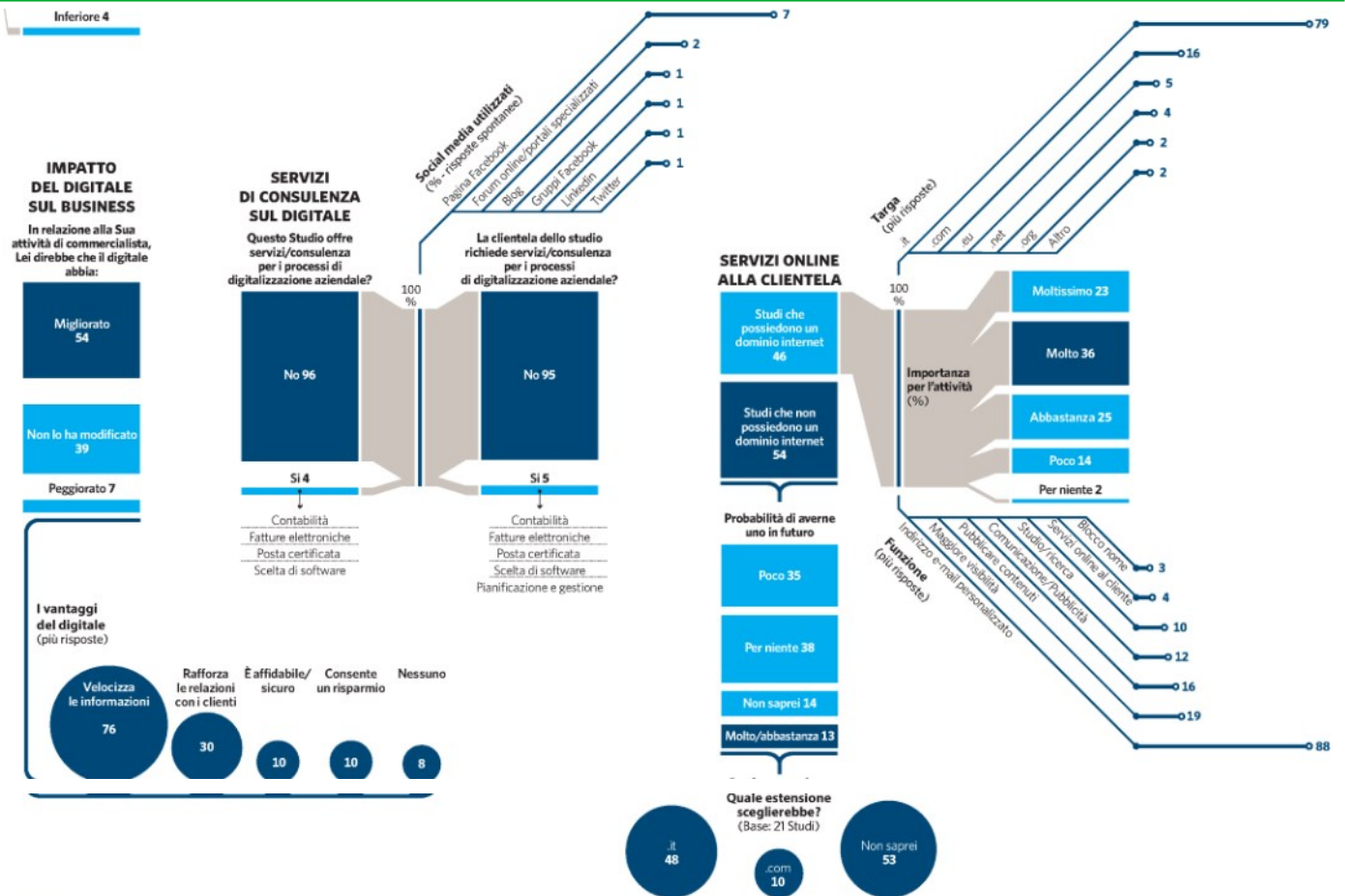


IMPATTO DEL DIGITALE NELLE IMPRESE ITALIANE



SERVIZI ONLINE ALLA CLIENTELA





Consulenti e nuove partite Iva: il primo appuntamento è online

Anche la ricerca del commercialista è «mobile first»

di **Gianluca Diegoli**

► Ogni mese, un esercito di 50 mila persone decide di aprire una partita Iva. La scelta del commercialista è sicuramente uno dei passaggi più considerati e delicati, visto che nella maggior parte dei casi queste persone che stanno per diventare imprenditori di se stessi non hanno nessuna esperienza in termini di contabilità e di tasse. Nel mio caso, molti anni fa ormai, mi dedicai a questa ricerca basandomi soprattutto su conoscenze da parte di amici e colleghi, e con un po' di "appuntamenti preliminari". Alcuni commercialisti non sembravano avere mai avuto a che fare con attività di marketing digitale, e quindi faticavano proprio a capire quale sarebbe stato il tipo di consulenza che avrei effettuato sul mercato. Facevo siti web? Installavo Pc? Niente di tutto questo, ovviamente: ma da quell'affermazione capivo che più in là non potevo spingermi nelle spiegazioni.

Oggi come si sceglie il commercialista? Sicuramente non siamo lontani dalla realtà se pensiamo che lo strumento principale, oltre al passaparola, sia un' esplorazione online. Il commercialista è un fornitore di servizi. È tra coloro che probabilmente avrebbero più bisogno di materializzare in Rete una propria identità, distintività, specializzazione, reputazione, perché è questo che cercano i clienti. Nel 2016, come tutti, anche le neo-partite Iva vogliono svolgere "la scrematura" delle alternative dal proprio smartphone. Eppure, l'indagine presentata in queste pagine dimostra come siano ben pochi i commercialisti a pensare in questi termini di partecipazione alla Rete. A prima vista, il commercialista medio ha semplicemente aggiunto l'email (spesso nemmeno con il proprio dominio, per sottolineare quanto sia ancora considerato un mero strumento di scambio file) al telefono, come strumento meramente operativo, come un nuovo fax meno costoso.

C'è da dire a loro discolpa parziale che molto spesso il divieto di promuoversi attraverso esplicite pubblicità ha cristallizzato una sorta di surplace digitale di tutto il settore. Main reality, le attività di digital marketing che un commercia-

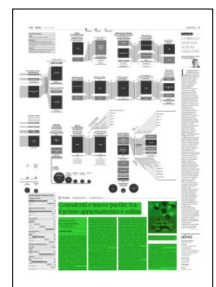
lista potrebbe fare, senza investimenti esorbitanti e senza usare "pubblicità", sono davvero tante. Per esempio, attivare sul proprio sito, sotto forma di blog, un'area di news, informazioni e consigli potrebbe consentire di essere ben posizionati su Google nel momento esatto in cui persone cercano risposte a un quesito, molto spesso di base, semplice, preliminare. Essere presenti con i giusti contenuti online nell'attimo giusto fa incontrare digitalmente, efficacemente, un possibile cliente con un professionista che eroga consigli, e gli evita di finire su forum in cui si annidano notizie obsolete. Un contenuto di valore fa aumentare la reputazione. Non servono grandi investimenti monetari: il professionista può curare uno spazio online semplicemente pubblicando spunti e informazioni prese dalla propria esperienza e conoscenza, con uno sforzo limitato, magari aiutandosi nella diffusione condividendoli in social network specifici come LinkedIn. Andare incontro a possibili clienti con contenuti utili è il modo migliore per avere la loro attenzione e la loro "gratitudine": probabilmente chi "risponde alle domande" troverà un posto tra i candidati a diventare il commercialista della neo-partita Iva.

E una volta portato il possibile cliente sul sito? Una vetrina non aggiornata a una fruizione mobile, che sta diventando rapidamente quella dominante, non porta di certo a un contatto. Anche il sito solamente impostato come puro "biglietto da visita" non rappresenta un punto di contatto all'altezza di persone sempre più abituate ad informarsi prima di attivare un contatto.

Dal sito, sempre più il contatto avviene via chat. Messenger, Whatsapp e gli altri saranno la posta elettronica "preliminare" del futuro, in cui non è soddisfacente rispondere: «chiamami al telefono che ne parliamo». Le persone sotto i 35 anni sono mobile first ma usano le telefonate solo come momento davvero importante, non per avere informazioni preliminari: «Se ti scrivo via chat, rispondi via chat».

E infine: il contatto con chi è già cliente. Pochissimi commercialisti comunicano con i clienti in modo automatizzato. Qualcuno manda email attraverso il campo Ccn del client di posta, incappando nei filtri antispam, pochissimi usano un mail provider professionale. Eppure, segmentare i clienti con messaggi diversi per gruppi di clienti, per esempio per Partita Iva individuale, Srl, Ditte individuali, oper settore, potrebbe davvero fornire un servizio utile per il cliente e uno straordinario strumento di fidelizzazione per lo studio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





BERGAMO La startup Fattureincloud.it mette in collegamento l'impresa e il commercialista. E il ciclo di fatturazione diventa integrato

Bruxelles favorable à une baisse de la TVA des médias numériques

La France n'avait pas attendu cette décision pour l'appliquer aux e-books et à la presse en ligne.

Jusqu'alors, lors d'une transaction, la TVA appliquée est celle du pays qui vend le bien. Désormais, ce taux est celui du pays acheteur. Le risque de concurrence fiscale est donc effacé, et le lecteur belge n'est plus tenté d'acheter ses e-books en France...

CHLOÉ WOTIER @W_Chloe

PRESSE Voilà une nouvelle que la France attendait depuis plusieurs années. Au terme de longues tergiversations, la Commission européenne s'est finalement prononcée en faveur d'un alignement de la TVA entre le livre et l'e-book, et entre presse papier et presse en ligne. Un coup de balai sur les règles bruxelloises édictées en 2006, selon lesquelles les taux de TVA réduits accordés aux médias écrits ne pouvaient pas s'appliquer à leurs pendants numériques, considérés comme une prestation de service. En Europe, un même texte peut donc être taxé à 5,5 % en version papier et à 20 % en version numérique. Une situation que la Commission européenne reconnaît désormais comme illogique. « *Que vous le lisez sur un support papier ou bien sur un format électronique, un livre reste un livre et un journal reste un journal* », a rappelé le commissaire européen Pierre Moscovici.

Le ministère de la Culture a « *salué cette avancée qui est l'aboutissement d'un long dialogue entre les autorités françaises et européennes* ». Paris dénonce la directive bruxelloise depuis le début des années 2010. Les gouvernements Fillon puis Ayrault ont opté pour le passage en force, en votant en 2011 l'alignement en France de la TVA sur l'e-book, puis en 2014 celle sur la presse en ligne. Plusieurs argu-

ments ont été mis en avant contre cette discrimination fiscale. Une plus forte taxation du support numérique fragilise les médias en ligne, et notamment les pure-players. Elle pourrait freiner la croissance du livre numérique, déjà peu dynamique, en obligeant les éditeurs à augmenter les prix. Enfin, elle contrevient au soutien à l'innovation et ne favorise pas la libre circulation des savoirs.

Condamnation

La Commission européenne n'avait pas apprécié. Après lui avoir demandé de revoir sa position, Bruxelles a traduit la France devant la Cour de justice européenne en 2013 pour non-respect des directives européennes.

La justice a condamné Paris en 2015 à annuler l'abaissement de la TVA sur les livres numériques. Mais le gouvernement Valls n'en a rien fait. Un choix assumé, explique-t-on Rue de Valois. La Commission commençait début 2015 à donner des premiers signes d'inflexion. Preuve en est, l'abaissement de la TVA sur les sites d'information n'a donné lieu qu'à une simple mise en demeure.

Ce soudain assouplissement de Bruxelles peut s'expliquer par une modification de la législation européenne intervenue début 2015. Jusqu'alors, lors d'une transaction entre deux pays européens, la TVA appliquée était celle du pays qui vend le bien. Désormais, ce taux est celui du pays acheteur. Le risque de concurrence fiscale est donc effacé, et le lecteur belge n'est plus tenté d'acheter ses e-books en France...

Au printemps 2015, le président de la Commission, Jean-Claude Juncker, s'est déclaré en faveur de l'harmonisation des taux de TVA, qui entre dans le cadre de l'édification d'un marché unique numérique. Il aura fallu attendre un an avant qu'un plan d'action ne soit annoncé. Bruxelles a sondé les pays membres pour connaître leur opinion sur le sujet. Leurs réponses semblent suffisamment positives pour que la Commission décide, enfin, de faire bouger les lignes.

Il reste à obtenir le vote du Conseil, où sont représentés tous les gouvernements de l'Union européenne. En matière fiscale, un vote unanime est requis. Pour s'assurer une issue favorable, la Commission a rappelé que l'alignement des taux de TVA serait possible, mais en aucun cas obligatoire. L'adoption du texte devrait intervenir d'ici à un an. ■

Bruxelles favorevole ad una diminuzione dell'IVA sui media digitali

