

## Rassegna del 11/01/2017

...

Corriere della Sera	29	Accordo Anas-Open Fiber In arrivo la banda larga sulla rete autostradale	<i>fr.bas.</i>	1
Repubblica	28	Anas e OpEn Fiber nuova alleanza per la banda larga	...	2
Mf	12	Anas e OpEn Fiber firmano per la banda larga	<i>Rovis Elisabetta</i>	3
Mf	11	Tutte le spine dei piani di Vivendi	<i>Montanari Andrea</i>	4
Giornale	21	Telecom alla prova dei conti Poche sinergie con Vivendi	<i>Camera Maddalena</i>	5
Avvenire	19	Brevi - Credit Suisse bocchia Vivendi dubbi su scalata Mediaset	...	7
Repubblica	27	Nell'inchiesta su Mediaset sentito Tarak Ben Ammar l'amico di Berlusconi e Bolloré	<i>Randacio Emilio</i>	8
Stampa	6	Il punto - Se Oltralpe manca la coerenza	<i>Spini Francesco</i>	9
Corriere della Sera	33	Sussurri & Grida - Blackrock punta sulla banda larga di Linkem	<i>F.d.r.</i>	10
Sole 24 Ore	23	Yahoo si trasforma in Altaba dopo le cessioni a Verizon	<i>Valsania Marco</i>	11
Corriere della Sera	30	Fisco, la pace difficile dei giganti del web Snapchat a Londra, Google tratta in Italia	<i>Borrillo Michelangelo</i>	13
Mf	13	Un'altra grana Ue per Google e Facebook - Grana Ue per Facebook e Google	<i>Drozdiak Natalia</i>	14
Stampa	5	Intervista a Marco Carrai - Carrai: ora impariamo a difenderci - Carrai: "I pirati del web e del cloud potranno aggredirci anche con i droni"	<i>Magri Ugo</i>	16
<b>ESTERA</b>				
Financial Times	14	Ma andava tutto bene, la battaglia era finita. Apple amava il Grande Fratello	<i>Mitchell Tom</i>	18
Financial Times	2	L'UE appoggia i gruppi di media nella guerra agli ad block	<i>Robinson Duncan</i>	19

## Infrastrutture

### Accordo Anas-Open Fiber In arrivo la banda larga sulla rete autostradale

(fr.bas.) Anas e Open Fiber, società partecipata da Enel e Cassa depositi e prestiti, hanno firmato la prima convenzione per la diffusione della banda ultralarga in Italia, che consentirà l'installazione lungo la rete stradale (quella dell'Anas) di cavi di comunicazione elettronica ad alta velocità in fibra ottica. Questo modello di convenzione sarà sottoposto alla firma anche di altri operatori di reti di telecomunicazioni aperte al pubblico.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**PROGETTI**

## Anas e OpEn Fiber nuova alleanza per la banda larga

**MILANO.** Anas e OpEn Fiber, società partecipata da Enel e Cdp, hanno firmato la prima convenzione per la realizzazione della banda ultralarga lungo i 27mila chilometri di rete stradale gestita da Anas. Obiettivi: «Da una parte - si legge in una nota - abbattere i costi della diffusione capillare delle nuove reti in fibra ottica (per arrivare poi dalle strade alle case) e dall'altra di sviluppare il progetto Smart Road dell'Anas» che consentirà di leggere meglio i dati di traffico.



## Anas e OpEn Fiber firmano per la banda larga

di **Elisabetta Rovis**  
**MF-DowJones**

**A**nas e OpEn Fiber, società partecipata da Enel e Cassa Depositi e Prestiti, hanno firmato ieri la prima convenzione per la diffusione della banda ultralarga in Italia, che consentirà l'installazione sulla rete stradale dell'Anas di reti di comunicazioni elettroniche ad alta velocità in fibra ottica. Questo modello di convenzione, in linea con il piano strategico per la diffusione della banda ultralarga varato dal governo, sarà sottoposto alla firma anche di altri operatori di reti tlc aperte al pubblico. «La convenzione», ha commentato il presidente di Anas Gianni Vittorio Armani, «consente ad Anas la possibilità di realizzare le infrastrutture di rete in fibra ottica, anche per conto di OpEn Fiber, permettendo così di ridurre il digital divide. La capillarità della rete stradale di Anas costituisce infatti elemento di forza e di attrazione di investimenti per gli operatori, che potranno così promuovere una maggiore diffusione dell'accesso ai servizi internet ad alta velocità in tutta Italia». Il programma di Anas prevede una prima fase di posa della fibra ottica fino a circa 3.000 chilometri di rete a partire dall'anno in corso. «La banda ultralarga», ha affermato dal canto suo l'amministratore delegato di OpEn Fiber Tommaso Pompei, «è la porta dell'industria 4.0. Per le imprese significa poter accedere ai dati e distribuirli in maniera efficiente, per gli utenti avere a disposizione connessioni di qualità anche in mobilità. Il nostro obiettivo è realizzare una rete quanto più pervasiva ed efficiente possibile. L'accordo con Anas va proprio in questa direzione». (riproduzione riservata)



GLI ANALISTI DI CREDIT SUISSE INDIVIDUANO QUATTRO SCENARI PER IL FUTURO DEL GRUPPO

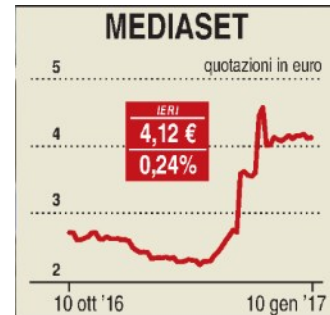
# Tutte le spine dei piani di Vivendi

Mentre si attende il primo giudizio dell'Agcom, che si riunirà in settimana, a Parigi sono decisi a non mollare. Anche se in caso di paletti regolamentari cederanno quote di Mediaset e non di Telecom

DI ANDREA MONTANARI

**N**ella partita Vivendi-Mediaset c'è per ora una sola certezza: i Berlusconi non intendono cedere il passo, rispetto all'assalto del gruppo di Vincent Bolloré. Per questo Fininvest, che può contare sul 39,77% del capitale votante, è convinta di avere alleati sufficienti a raggiungere uno sbarramento al 52% nel caso in cui da Parigi parta l'offensiva finale, ossia la convocazione di un'assemblea per l'ingresso in cda o un cambio nella governance della tv. Intanto bisognerà attendere le prime mosse dell'Agcom, che ha aperto un'istruttoria sul blitz di Vivendi e che, tra oggi e domani riunirà il direttivo per le prime valutazioni. Difficile capire al momento cosa possa produrre l'autorità guidata da Angelo Marcello Cardani, anche perché i francesi, nonostante il 24,7% di Telecom Italia, non controllano l'azienda di tlc (l'Antitrust Ue non si è mai espressa). E quindi c'è il rischio che poi, in caso di un'eventuale decisione anti-Bolloré, quest'ultimo dia inizio a una controffensiva con ricorsi al Tar e all'Ue. Ma ieri sul gruppo transalpino è arrivata la scure del Credit Suisse. Gli analisti elvetici hanno giudicato «incerta» la strategia di lungo termine della società guidata da Arnaud de Puyfontaine. E non solo per i «rischi» derivanti dall'attività di m&a (Telecom, Mediaset, Gameloft, Ubisoft) e «le limitate

sinergie tra i nuovi investimenti e il core business» (Universal Music e Canal+). Il Credit Suisse ipotizza quattro scenari, poco favorevoli a Vivendi: il primo è la sconfitta in tribunale con il Biscione, il pagamento degli ingenti danni richiesti (1,5 miliardi) e l'obbligo di acquistare il 100% della pay tv Premium. L'alternativa è il solo versamento dei soldi chiesti da Mediaset. Altrimenti, le parti potrebbero trovare un accordo extragiudiziale prima di marzo (il 21 è attesa l'udienza in tribunale), anche perché poi in aprile scatterà l'asta per i diritti tv della Champions League. Infine, per gli analisti svizzeri, l'Agcom potrebbe obbligare Vivendi a vendere parte della quota detenuta nel broadcaster dei Berlusconi, mettendo così fine al progetto di creazione del polo sud-europeo. Certamente, se questo dovesse essere l'esito finale della contesa, Bolloré preferirebbe vendere azioni Mediaset piuttosto che titoli Telecom Italia. Del resto finora, a fronte di un investimento totale di 3,7 miliardi nell'incumbent telefonico, la minusvalenza latente, che fino a qualche mese fa sfiorava il miliardo e mezzo, è ancora eccessiva: 5-600 milioni. Infine, su Premium va registrato il nuovo record storico di ascolti, registrato domenica scorsa, dal canale Sport: 299mila spettatori medi (share del 2,32%). Da settembre a dicembre, Premium Sport ha consolidato il primato di canale sportivo più visto in Italia. (riproduzione riservata)



TRA IL 3 E L'8 FEBBRAIO I PRIMI NUMERI E IL NUOVO PIANO INDUSTRIALE

# Telecom alla prova dei conti Poche sinergie con Vivendi

*Attesa per i risultati di Cattaneo. Per il Credit Suisse scarsi vantaggi dai francesi che controllano il gruppo*

## INVESTITORI FINANZIARI

L'incontro con i manager della società di tlc sarà nella sede di Merrill Lynch

## PROSPETTIVE

La banca Usa vede buoni margini di crescita nel business domestico

### IL CASO

di **Maddalena Camera**  
Milano

**T**elecom Italia scalda i motori in attesa degli appuntamenti societari dei primi di febbraio, che forniranno indicazioni più precise sulle politiche di riduzione dei costi intraprese dall'ad Flavio Cattaneo, subentrato nel marzo scorso nella gestione della società telefonica. Il 3 febbraio ci sarà il cda per l'approvazione dei dati preconsuntivi e, soprattutto, dell'atteso piano industriale. Mentre l'8 dello stesso mese il management sarà a New York dove, nella sede di Merrill Lynch, avverrà la presentazione del piano ad analisti e investitori.

Una scelta che ha fatto un po' discutere visto che Merrill ha messo il titolo della società di tlc italiana tra quelli europei su cui puntare, con un *target price* particolarmente elevato: 1,6 euro per azione, ossia quasi il doppio rispetto alla quotazione attuale (0,83 euro). La banca Usa prevede «una crescita dell'ebitda, ossia dei margini, grazie alla ristrutturazione in corso nel business domestico». Il report di

Merrill Lynch è positivo anche sul Brasile, rispetto al quale ci si attende una potenziale di recupero in uno scenario più stabile. Inoltre il primo piano firmato dall'ad Cattaneo dovrebbe garantire «un rialzo nei target di razionalizzazione dei costi e del capex (spese per capitale, ndr) accanto ad una visione più ottimistica di medio termine di crescita e di una potenziale riduzione dell'indebitamento». Insomma uno scenario roseo, anche se soltanto Merrill si è spinto a vedere una possibile quotazione del titolo a 1,6 euro per azione. Le altre banche d'affari infatti hanno puntato al ritorno di valore intorno a 1 euro, ossia quanto valevano le azioni Telecom lo scorso anno.

Ma forse a spingere all'ottimismo è la partita che sta giocando il suo principale azionista (con il 24%) Vivendi che, per poter mettere le mani su Mediaset, potrebbe trovare un accordo per vendere la sua quota Telecom all'operatore francese Orange. Non è un mistero che l'ex France Telecom sia interessata alla società italiana. Al momento Vivendi non è riuscita a fare grosse sinergie con Telecom, a parte la vendita di film cortometraggi

pensati appositamente per gli smartphone e l'appalto, tramite gara, della gestione del budget pubblicitario, a Havas, la società media guidata da Yannick Bolloré figlio di Vincent, patron della stessa Vivendi nonché ideatore e artefice della scalata a Mediaset di cui ha acquisito quasi il 30%.

Strategie che però non hanno convinto gli analisti di Credit Suisse. Per la banca svizzera la valutazione attuale in Borsa di Vivendi, circa 18 euro, sarebbe troppo alta dato che non terrebbe conto dei rischi potenziali e delle «limitate sinergie tra i nuovi investimenti del gruppo con gli asset posseduti». Credit Suisse ritiene che ci siano «poche sinergie tra un produttore di contenuti come Vivendi e un operatore di tlc e che, dunque, siano limitati i vantaggi derivanti dalla quota posseduta in Telecom».

Secondo i piani immaginati da, l'investimento in Telecom sarebbe in linea con la strategia di Vivendi di concentrarsi sul Sud Europa per facilitare la distribuzione di contenuti. «Tuttavia - ha spiegato Credit Suisse nel suo report - il gruppo francese ha dato pochi dettagli su come la quota in Telecom potrà portare benefici al





core business». Gli analisti svizzeri ritengono che l'acquisizione di Mediaset Premium avrebbe fornito più opportunità di sinergie. La battaglia tra Mediaset e Vivendi è iniziata proprio con il mancato acquisto della pay tv del Biscione da parte dei francesi. Per Credit Suisse anche su questo fronte lo scenario è incerto per Vivendi anche per via della causa in tribunale promossa da Mediaset che potrebbe vedere i francesi soccombere ed essere obbligati a pagare ingenti danni al gruppo di Cologno Monzese.

## I numeri

# 1,6

È il piano di risparmi in miliardi di euro dell'ad Flavio Cattaneo con tagli alle spese e ai bonus dei dipendenti Telecom

# 26,7

È il debito netto di Telecom: 26,7 miliardi nel trimestre scorso in diminuzione rispetto ai conti di giugno

## Brevi

### MERCATI

#### Credit Suisse bocchia Vivendi dubbi su scalata Mediaset

L'attuale valore di Borsa di Vivendi è troppo alto. Non solo. L'acquisizione di Telecom Italia e l'ingresso nel capitale di Mediaset potrebbero non determinare sinergie tali da giustificare l'esborso fatto dal gruppo guidato Vincent Bollore. Credit Suisse in un report sulla media company francese non fa sconti e assegna un rating "underperform" nonostante Vivendi abbia in cassa ancora un miliardo per fusioni ed acquisizioni. Sulla partecipazione in Telecom, la banca svizzera sottolinea come siano scarse le possibilità di sinergie con Vivendi. Secondo Credit Suisse quindi è difficile che il gruppo di Vincent Bollore salga oltre il 25% dall'attuale 23,9%. Senza considerare i paletti dell'Agcom a Vivendi, che un piede in Telecom e insieme in Mediaset non può tenerlo.





IL CASO. INTERROGATORIO A MILANO SULLA SCALATA DEI FRANCESI

# Nell'inchiesta su Mediaset sentito Tarak Ben Ammar l'amico di Berlusconi e Bolloré

Siede oggi nel consiglio di Vivendi, ma dagli anni '80 è stato sempre a fianco dell'ex Cavaliere  
**EMILIO RANDACIO**

MILANO. Oltre due ore di interrogatorio. L'imprenditore cinematografico tunisino, Tarak Ben Ammar, 71 anni, è il primo testimone dell'inchiesta sulla tentata scalata del gruppo televisivo francese, Vivendi, a Mediaset.

Dal 13 dicembre, la procura di Milano ha aperto un'inchiesta - al momento a carico di ignoti - in cui si ipotizzano due reati del Testo unico della Finanza (Tuf), in materia di manipolazione di mercato.

Secondo Mediaset, il gruppo francese del finanziere Vincent Bolloré avrebbe disatteso il contratto sottoscritto lo scorso anno per la compartecipazione in Mediaset Premium, per poi scalare - secondo l'esposto - in violazione della legge, la stessa Mediaset.

Ben Ammar è da poco più di un anno nel consiglio di amministrazione di Vivendi, su indicazione proprio di Bolloré. E tra il finanziere bretone e il cineasta, i rapporti sono strettissimi. È stato proprio Ben Ammar ad aver introdotto nel mercato italiano Bolloré, consigliandogli di mettere le mani su una fetta di Telecom, e secondo i pm milanesi, Fabio De Pasquale, Claudio Civaroli e Giordano Baggio, potrebbe aver avuto un ruolo anche nella scalata a Mediaset. Il gruppo di Bolloré, prima di Natale, ha annunciato l'inten-

zione di restare sotto il 30% nel gruppo fondato da Silvio Berlusconi perché altrimenti scatterebbe l'Opa obbligatoria.

I contenuti del faccia a faccia di ieri, terminato quando ormai era calata la sera, non sono noti. Ben Ammar è comunque in una situazione delicata. Le sue fortune cinematografiche sono infatti lievitare negli anni '80, dopo aver instaurato uno stretto sodalizio proprio con Berlusconi. Da allora, i rapporti tra i due sono diventati confidenziali, tanto che Ben Ammar nel 1994 è stato incaricato da Berlusconi di rilanciare Fininvest, per poi diventare partner in diverse iniziative cinematografiche di Mediaset, nel cui cda è rimasto fino al 2002.

Ben Ammar è comparso come testimone anche in uno dei primi processi a carico di Berlusconi. Il produttore tentò di difendere l'amico, smontando una tesi accusatoria secondo la quale l'ex Cavaliere sarebbe stato «socio occulto del produttore cinematografico Frank Agrama». Tesi che non è stata creduta dai giudici e che è sfociata nell'unica condanna a 4 anni per frode fiscale per l'ex presidente del Consiglio, per i diritti televisivi gonfiati.

Con la testimonianza di Ben Ammar, l'inchiesta milanese sulla scalata a Mediaset sembra comunque entrare nel vivo. E, per tentare di vedere se l'operato di Vivendi sia stato corretto, non è escluso che nei prossimi giorni, i magistrati vogliano sentire direttamente il suo principale azionista, Vincent Bolloré.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## IL FINANZIERE

Tarak Ben Ammar, 71 anni, è stato sentito come testimone



## Il punto

# Se Oltralpe manca la coerenza

FRANCESCO SPINI

**Q**uando un annetto fa sembrava che oltre a Vincent Bolloré con la sua Vivendi anche Xavier Niel, altro illustre imprenditore d'Oltralpe, patron della Iliad-Free, volesse conquistare Telecom Italia, da Parigi non si scandalizzò nessuno. Anzi. L'allora ministro dell'Economia, Emmanuel Macron - che ora sogna l'Eliseo - lodò «il dinamismo degli imprenditori francesi e il loro spirito di conquista». Ora mentre Bolloré cinge d'assedio Mediaset e Lactalis si mangia tutta Parmalat, il presidente Hollande invoca per Parigi una «minoranza di blocco» nei cantieri Stx, raro colpo italiano in terra francese. Facendosi beffa delle norme Ue, del principio di reciprocità e di quel minimo di coerenza.



Dir. Resp.: Luciano Fontana

## Sussurri & Grida

### Blackrock punta sulla banda larga di Linkem

(f.d.r.) Blackrock è pronta a puntare 50 milioni di euro sulla banda larga in Italia. Il fondo americano, il più grande al mondo con oltre 5 mila miliardi di dollari di patrimonio gestito, avrebbe manifestato l'intenzione di entrare nel capitale di Linkem, la società italiana guidata da Davide Rota e controllata dai fondi statunitensi Leucadia e Ramos, specializzata nei servizi Internet su banda larga con tecnologia radio Lte (l'ex Wimax), che ha convocato l'assemblea la prossima settimana. Linkem possiede una propria rete a Roma, Livorno, Bologna, Firenze, Pisa, Bari e ha un ritmo di avanzamento piuttosto sostenuto con l'obiettivo di coprire l'80% della popolazione italiana entro metà di quest'anno (oggi è al 60% circa). La nuova finanza che arriverà da Blackrock e dagli attuali soci, i quali verseranno altri 50 milioni di euro valutando tutta Linkem circa 700 milioni, servirà ad accelerare i piani di sviluppo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Dir. Resp.: Roberto Napolitano

## Il ceo Marissa Mayer verso le dimissioni

# Yahoo si trasforma in Altaba dopo le cessioni a Verizon

Il gruppo Yahoo, dopo la vendita delle sue attività Internet a Verizon, vuole cambiare nome e diventare Altaba. Le attività che resteranno alla nuova entità, che diventerà una società di investimenti, sono la partecipazione di Yahoo nella holding del gruppo cinese di e-commerce Alibaba e in Yahoo Giappone. Yahoo ha inoltre precisato che si dimetteranno

diversi membri dell'attuale board di Yahoo, tra cui il ceo Marissa Mayer, il co-fondatore David Filo e il presidente Maynard Webb. Presidente del board della futura Altaba, che sarà ridotto a cinque membri, è stato designato l'ex direttore finanziario di Broadcom, Eric Brand, entrato lo scorso marzo nel cda di Yahoo.

Marco Valsania ▶ pagina 23

**M&A.** Il gruppo pronto alla vendita dei principali servizi internet a Verizon per 4,8 miliardi \$

# Yahoo si trasforma in Altaba dopo le cessioni a Verizon

## Il ceo del gruppo Marissa Mayer annuncia le dimissioni

### LO SCENARIO

L'asset più prezioso resta la quota del 15% in Alibaba (vale quasi 35 miliardi di dollari) e il 35,5% detenuto in Yahoo Japan

**Marco Valsania**  
NEW YORK

Il nome al quale rispondeva non era un gran che: RemainCo. Quel che rimane. L'equivalente nel mondo Corporate di «Ehi, tu». Ma adesso Yahoo, pioniere di Internet in crisi, ha deciso di voltare definitivamente pagina e abbracciare la sua nuova, scomoda identità scegliendo un nome che abbandona ogni pretesa: quel che resterà dell'azienda una volta completata l'acquisizione da parte di Verizon delle sue attività "core" nei siti e nella pubblicità digitale - incognita non da poco visto che il colosso delle Tlc ci sta ancora ripensando dopo i ripetuti assalti di hacker che l'hanno vittimizzata - si chiamerà **Altaba**. Forse sgraziato, ma in realtà assai meno misterioso di quanto non possa apparire: è semplicemente l'unione di «Alternate» e di «Alibaba».

La logica? Presto detta: quel che resta di Yahoo post-cessione è infatti anzitutto la sua preziosa quota nel colosso del commercio elettronico cinese, un 15% che vale quasi 35 miliardi di dollari. A ciò ci aggiunge una partecipazione in Yahoo Japan, riserve in contanti e una biblioteca di proprietà intellettuali che sono in

fase di separata vendita all'asta. Tutto ciò rappresenta già oggi buona parte della "market cap" dell'azienda, con i core asset valutati ormai un misero il 10 per cento.

A conti fatti quindi il titolo della futura Altaba, cioè della nuova veste e identità di Yahoo, diventerà esplicitamente quello che è: una finanziaria che offre un modo alternativo, appunto, di compiere scommesse in Borsa su un altro gigante di Internet, quello creato da Jack Ma reduce in questi giorni da una visita con il presidente eletto americano Donald Trump nella quale ha promesso espansione negli Stati Uniti e la creazione di un milione di posti di lavoro. Questa l'origine, stando alle indiscrezioni, anche se non è stata messa ufficialmente nero su bianco nei documenti depositati alla Securities and Exchange per il cambio di nominativo.

Non mancano tuttavia alcuni imbarazzanti rischi di confusione, per una società che ha fatto la gloriosa storia dell'innovazione e della frontiera digitale americana. Qualche osservatore ha suggerito ad esempio che il nome indicato potrebbe essere un po' troppo simile ad Al-Taba, un produttore di forbici pakistano.

I cambiamenti, comunque, non finiscono qui a Yahoo, sempre ammesso che l'offerta da 4,8 miliardi di Verizon non venga ritirata: è il capolinea per incarichi di primo piano a Marissa Mayer, il chief executive arrivato da Google nel 2012 con propositi di rilanciare il gruppo senza mai esservi riuscito. Mayer, che potrebbe passare invece nell'impero Verizon dopo la fusione, uscirà dal board di Altaba assieme ad altri cinque degli undici attuali esponenti, tra i quali il co-fondatore David Filo. Presidente del nuovo consiglio di amministrazione sarà Eric Brandt, un ex dirigente dell'azienda di semiconduttori Broadcom arrivato nel 2016. Brandt è già da questa settimana presidente del board della ormai superata Yahoo, succeduto a Maynard Webb che è stato promosso sulla poltrona di presidente emerito. Una riorganizzazione





ne ai vertici concepita, sottolinea il filing della società alle autorità mobiliari, a sua volta nell'intento di «facilitare la transizione verso una società d'investimento».

La trasformazione, tuttavia, dipenderà dal completamento dal "deal" con Verizon. Nello stesso filing alla Sec, Yahoo ammette che Verizon potrebbe ancora decidere di porre termine all'operazione oppure rinegoziarne le condizioni finanziarie in risposta alle vulnerabilità agli hacker. L'obiettivo del leader delle comunicazioni cellulari americane è quello di rafforzarsi sull'autostrada elettronica e nei contenuti digitali e a questo proposito aveva già rilevato un'altra antica gloria appassita, Aol, nel 2015. La strategia prendeva in futuro di combinare gli asset dei due pionieri in crisi. Dopo che l'anno scorso Verizon aveva annunciato il colpo su Yahoo sono tuttavia esplose gli assalti record di pirati informatici al gruppo: due colossali furti di dati, il secondo con la violazione di un miliardo di account venuto alla luce soltanto il mese scorso.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Marissa Mayer

 **Le tasse e gli «over the top»**

# Fisco, la pace difficile dei giganti del web Snapchat a Londra, Google tratta in Italia

di **Michelangelo Borrillo**

**MILANO** L'indizio più evidente è l'ultimo, quello riportato ieri dal *Financial Times*: Snap, la società dell'app di messaggistica Snapchat, ha scelto il Regno Unito come sede del quartier generale internazionale. L'altro indizio parte da lontano, nel febbraio del 2015, quando Google decise di avviare la tregua con Fisco italiano, Guardia di Finanza e Procura di Milano. Il terzo indizio, quello che con gli altri due potrebbe contribuire a provare che nel rapporto tra tassazione e giganti di web e social si è arrivati a un'inversione di tendenza, è la chiusura del contenzioso, nel dicembre del 2015, tra Apple e Fisco italiano (con più di 300 milioni versati dal colosso di Cupertino). La scelta di Snap che — al contrario di altre società, per lo più finanziarie, che la Brexit ha allontanato dalla City — ha scelto il Regno Unito per il quartier generale internazionale, è di certo inusuale rispetto a quanto fatto in passato da altre società tecnologiche americane, da Apple a Microsoft e Twitter (e anche Google e Facebook che poi hanno aperto anche a Londra). Società che hanno preferito paesi come Irlanda, Olanda o Lussemburgo, dove la tassazione è più vantaggiosa. Circostanza che ha scatenato controversie legali — anche perché l'oggetto del contendere, tra royalties a favore di società estere e utili prodotti in paesi in cui poi non si pagano le tasse, non è circoscritto in perimetri definiti — e successivi tentativi di riconciliazione. Come quello da circa 300 milioni che sta tentando di concludere in questi giorni, dopo quasi un anno di trattative, Google con l'Agenzia delle Entrate. Su tasse e web, il vento sta cambiando.

 **@MicBorrillo**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## FOCUS OGGI

## Un'altra grana Ue per Google e Facebook

A difesa della privacy l'Unione Europea ha proposto una nuova disciplina per frenare il tracciamento degli utenti durante la navigazione su Internet finalizzato alla pubblicazione di annunci pubblicitari mirati

The Wall Street Journal a pagina 13

LA DIFESA DELLA PRIVACY POTREBBE FRENARE LA CRESCITA DELLA PUBBLICITÀ DIGITALE

# Grana Ue per Facebook e Google

L'Unione Europea ha proposto una nuova disciplina volta a frenare l'attività dei colossi tech nel tracciamento degli utenti durante la navigazione, finalizzato alla pubblicazione di annunci mirati

THE WALL STREET JOURNAL

DI NATALIA DROZDIAK

L'Unione Europea ha proposto una nuova disciplina volta a frenare l'attività di aziende quali Google e Facebook nel tracciamento degli utenti, finalizzato alla pubblicazione di annunci mirati, introducendo una legislazione che potrebbe ridimensionare un flusso di entrate fondamentale per le società di pubblicità online. La Commissione Europea ha presentato un regime che richiederebbe agli utenti l'attiva autorizzazione dell'uso dei cookie: piccole stringhe di codice impiegate dai browser per tracciare l'attività online dei singoli individui. La bozza, ha continuato Bruxelles, mira a proteggere la privacy degli utenti e a fornire una maggiore trasparenza sullo sfruttamento dei dati personali. Circa l'80% degli europei ritiene importante che strumenti come i cookie siano ammessi esclusivamente previo consenso.

«La trasparenza è importante. La gente deve sapere se le informazioni memorizzate nei dispositivi vengono consultate o se il comportamento online del singolo è oggetto di monitoraggio», ha precisato la Commissione europea in un comunicato stampa.

All'installazione di un browser o un qualsiasi altro software per le comunicazioni elettroniche, gli utenti dovranno scegliere se consentire o rifiutare il tracciamento a fini pubblicitari prima di procedere. Le impostazioni, che potrebbero essere modificate

in qualsiasi momento, avrebbero la precedenza su qualsiasi consenso individuale concesso a Google o Facebook attraverso un accordo sulla politica in materia

di privacy. Nel caso in cui l'utente rifiutasse il monitoraggio continuerà a visualizzare i contenuti pubblicitari in rete, che non saranno necessariamente personalizzati fino a soddisfare potenziali interessi. Tuttavia, la manovra potrebbe assestare un duro colpo ai colossi della pubblicità tech, che applicano un sovrapprezzo alle inserzioni targettizzate in base alle miriade di dati sugli utenti in loro possesso. Il disegno di legge della Commissione «andrebbe innegabilmente a danneggiare il modello di business della pubblicità senza ottenere alcun beneficio reale per gli utenti da un punto di vista di privacy e protezione dei dati», ha ribattuto Townsend Feehan, direttore esecutivo dell'Interactive Advertising Bureau Europe. Google e Facebook hanno rifiutato di commentare. Attualmente gli utenti internet in Europa devono cliccare sui banner che appaiono nei singoli siti web per la richiesta del consenso sui cookie la prima volta che visitano un sito. Secondo la Commissione, le nuove regole del gioco offrirebbero «un sistema semplice per consentire o rifiutare l'uso dei cookie». Ma possono indurre le aziende a esporre finestre pop-up che chiedano agli utenti di cambiare le impostazioni e consentire il monitoraggio prima di poter

continuare a fruire dei servizi. Il nuovo pacchetto fa capolino in un momento di crescita per il settore della pubblicità digitale nel Vecchio Continente.

L'anno scorso la spesa per il digital advertising ha raggiunto circa 35 miliardi di dollari ed è destinata a salire a quota 45 miliardi di dollari entro il 2020 (dati eMarketer). Per quanto resti da capire quanto di questo fatturato provenga da annunci online mirati, se un numero significativo di utenti deciderà di non aderire agli annunci premium il bilancio dei grandi broker pubblicitari online come Google e Facebook potrebbe esserne compromesso. Infatti le aziende che non si conformeranno potrebbero anche andare incontro a sanzioni pecuniarie fino al 4% delle entrate a livello mondiale. La proposta sostituirà una direttiva con un regolamento che sarà applicato allo stesso modo in tutti i 28 Stati membri. E sancisce la garanzia della privacy delle comunicazioni, nei contenuti e nei metadati, che forniscono informazioni sulla localizzazione e la durata delle telefonate e i messaggi. Le disposizioni sono appunto progettate per completare il regolamento comunitario sulla protezione dei dati, che disciplina la privacy





delle informazioni personali ma non tratta specificamente la riservatezza delle comunicazioni elettroniche. In aggiunta, il regolamento estenderà la portata delle norme oltre i soli operatori delle telecomunicazioni per garantire anche la privacy delle comunicazioni sui servizi internet, come WhatsApp e Skype, rispettivamente di proprietà di Facebook e di Microsoft.

*traduzione di Giorgia Crespi*



INTERVISTA

## Carrai: ora impariamo a difenderci

» L'esperto di sicurezza: siamo inconsapevoli e arcaici, dobbiamo proteggere le nostre informazioni. I pirati del web e del cloud potranno aggredirci anche con i droni

Ugo Magri A PAGINA 5

# Carrai: "I pirati del web e del cloud potranno aggredirci anche con i droni"

"Creare una task force che faccia valutazione sui principali bersagli"

Non sono mai diventato consigliere del governo, ero e rimango privato cittadino. Ma che io sia sorpreso, certo no

I comportamenti sociali, inconsapevoli e arcaici, non si sono adeguati all'aspetto negativo dell'interconnessione

Nei test, le auto capaci di guidare da sole sono state hackerate

**Marco Carrai**  
Imprenditore, esperto di cybersecurity



È sorpreso che perfino Renzi fosse spiato? Lo domandiamo a lei, Marco Carrai, in quanto sembrava che dovesse diventare il consigliere dell'ex premier proprio per la cyber security.

«Non sono mai diventato consigliere, ero e rimango un privato cittadino. Ma che io sia sorpreso, certamente no. Perché la tecnologia della comunicazione ha fatto balzi fenomenali, mentre quella della sicurezza non ne ha fatti altrettanti».

Si riferisce ai vari antivirus?

«Ecco, vede? Purtroppo spesso si ragiona come se si trattasse di proteggere i vecchi Pc di vent'anni fa. Ma allora non esisteva l'interconnessione attuale. Non avevamo wifi, bluetooth, nfc, alta connettività, "cloud" e tutti quei sistemi di trasmissione di dati dove è più facile infiltrarsi. Per non

dire dei "cloud", dove si accede con una semplice password che noi magari consideriamo il Santo Graal della segretezza e invece ci vuole poco o nulla a carpirli con metodi non ortodossi. Il fatto grave è che i comportamenti sociali non si siano adeguati all'aspetto negativo dell'interconnessione. Siamo arcaici e inconsapevoli. Il diario segreto veniva con noi, il "cloud" sta in un server. Se mi portano via il cellulare lo vedo, se mi rubano i dati dentro no».

Questo riguarda pure gli apparati delle istituzioni?

«Anche questi apparati vivono nell'interconnessione. Per capirci: se il tal personaggio ha un telefonino super-criptato, ma poi si collega al wifi dell'albergo in un paese straniero, va a finire che perfino dal suo cellulare possono "sniffare" tutti i dati che vogliono. O se ci colleghiamo alla nostra mail da un Pc non protetto le nostre password possono essere catturate e utilizzate anche in un secondo momento per prenderne il controllo».

Torniamo all'inchiesta romana.

Che idea si è fatto?

«Ho letto come tutti che, tramite le mail, qualcuno poi è entrato nei cloud personali. Nes-

suno può tecnicamente escludere che dalle email siano andati ben più in là».

Perché siamo così vulnerabili?

«Non è che lo siamo più di altri. Negli Stati Uniti, per esempio, è un continuo di attacchi informatici, eppure non sono certo degli sprovveduti. Semmai qui da noi si tratta di acquisire consapevolezza. Codificando i comportamenti da seguire, come già veniva indicato nel Libro Bianco sulla Cyber-security trasmesso alle principali infrastrutture nazionali».

Il passo successivo?

«Creare una vera e propria task force che faccia "assessment" sugli apparati informatici dei vari potenziali bersagli strategici e poi faccia dei piani di "remediation" utilizzando le migliori tecnologie. In tre parole: codificazione di comportamenti, prevenzione e risoluzione».

Ora nessuno se ne occupa?



«Sul versante dell'intelligence vigila ottimamente il Dipartimento Informativo della Sicurezza (Dis). E la Polizia postale agisce sul terreno della repressione, con ottimi risultati come abbiamo visto anche in questo caso. Ma ciò non toglie che sia necessario un coordinamento più serrato e un soggetto che faccia prevenzione e sviluppo tecnologico».

**Quindi la sicurezza deve riguardare l'intero sistema?**

«Esatto. E non può più nemmeno riguardare soltanto la comunicazione tra le persone. Certo la violazione dell'identità e delle informazioni personali è la cosa che più preoccupa ma pensiamo alla cosiddetta "Internet delle cose" (IOT), dove i robot per la produzione, ma anche tutta una serie di impianti nelle nostre case, sono tutti quanti interconnessi. Il più devastante attacco cibernetico dell'anno scorso sulla East Coast degli Usa ha riguardato proprio apparati industriali. E credo di non svelare un segreto se dico che tutte le automobili capaci di guidare da sole sono state sistematicamente hackerate e mandate a sbattere. Ma lei immagina cosa potrà succedere, senza un'adeguata sicurezza, quando avremo i droni sopra le nostre teste?».

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

#### La storia

Marco Carrai sembrava dovesse diventare il consigliere dell'ex premier Renzi per la cyber security. La nomina non andò in porto



LUKE MACGREGOR/BLOOMBERG/GETTY



IMAGUECONOMICA



## INSIDE BUSINESS

### ASIA

Tom  
Mitchell



## But it was all right, the struggle was finished. Apple loved Big Brother

Most people old enough to have watched the 1984 Super Bowl will not remember the two American football teams that played in it. They will probably remember “The Commercial”. In the annals of the NFL playoffs, it is almost as famous as “The Catch” — an improbable end zone grab by the San Francisco 49ers’ Dwight Clark in the 1982 NFC Championship game.

During a break in the third quarter of Super Bowl XVIII, as the Los Angeles Raiders were running up the score on the Washington Redskins, CBS broadcast an Apple advertisement for its new Macintosh computer. Directed by Ridley Scott, the 60-second spot featured an athlete hurling a sledgehammer into a giant screen on which Big Brother was hypnotising the masses. The screen explodes, symbolising Apple’s assault on what it regarded as the bland conformity of the emerging personal computer industry.

Titled 1984 in honour of George Orwell’s novel of the same name, it is today regarded as one of the best television commercials of all time. It is also sadly ironic in light of recent events in China, where Apple has decided to aid and abet Big Brother.

Last week Apple confirmed it had pulled the New York Times app from its online store in China, where the newspaper’s website has been blocked by censors since 2012. The app was the only way China-based readers could access New York Times content, including articles translated into Mandarin, without having to use special software that is expensive for the average Chinese internet user and often unreliable.

At first glance, Apple had no choice but to comply with the Chinese government’s directive. China’s smartphone market, the world’s largest, accounted for 20 per cent of its sales — or \$8.8bn — in the third quarter of last year.

The California group’s supply chain is also deeply rooted in China. When running at full tilt, an iPhone manufacturing facility operated by Foxconn in Zhengzhou, Henan province, can produce 1m handsets every two days. The Chinese government’s leverage over Apple is enormous.

But so is Apple’s leverage over the Chinese government, should it be brave — and wise — enough to use it. At a time when Beijing is simultaneously attempting to spur slowing economic growth and halt capital outflows, it badly needs foreign investment and the jobs it creates.

The iPhone manufacturing facility in Zhengzhou is a

high-tech jewel in a relatively poor, inland province, otherwise blighted by twilight heavy industries and chronic pollution. Foxconn also recently announced it would spend \$8.8bn on a flat-panel display factory in the southern city of Guangzhou.

The question is how a foreign company such as Apple can exercise its leverage. In China, throwing sledgehammers in public is not a great tactic. The ruling Communist party tends to react badly when openly challenged, making it difficult to achieve a positive outcome or even a reasonable compromise. Quiet behind-the-scenes lobbying efforts are far more effective, allowing time for problems to flow up the bureaucracy where cooler heads — mindful of the party’s larger interests — are more likely to prevail.

Two years ago, just such an approach by overseas information technology companies stalled national security-inspired regulations that would have made it difficult for Chinese financial institutions to buy foreign networking equipment. Forcing local banks to use lesser quality domestic equipment would have threatened the reliability of their networks. Beijing quickly realised that functioning automatic teller machines were more important to stability than an ill-conceived set of protectionist regulations.

It may well be that Apple quietly fought the good fight before yielding to the authorities’ demand to pull an app that was allegedly “in violation of local regulations”. But in confirming the decision, Apple could have at least specified what regulations the New York Times app had supposedly violated.

It did not, and the lack of transparency surrounding the affair has only added to the Orwellian nature of Apple’s surrender. It is a disappointing outcome for a company whose remarkable run, from 1980s iconoclastic outsider to the world’s most valuable company 30 years later, began with such a bold statement.

The lack of transparency has only added to the Orwellian nature of the surrender

The app was the only way China readers could access New York Times content

Ma andava tutto bene, la battaglia era finita. Apple amava il Grande Fratello





Online publishing

# EU backs media groups in ad-block war

Critics seen as 'people who want free access and couldn't care about editorial costs' Legal confusion means plans likely to be contested by privacy activists

DUNCAN ROBINSON — BRUSSELS

Media companies will be allowed to ban customers who use advert blockers under online privacy rules proposed by the European Commission.

To combat the rise of ad-blocking technology, which stops online adverts from showing up on websites, many publishers, including technology magazine *Wired* and mainstream titles such as *Bild*, the German tabloid, have opted to ban users who refuse to see advertising.

These publishers' "ad blocker blockers" operate in a legal grey area, with some privacy activists arguing that the technology used is illegal under the EU's e-privacy law. But in a proposed reform of the law yesterday, the commission attempted to clear up legal confusion by deciding that detection of an ad blocker would not break EU rules.

More than 200m people are estimated to use ad blockers, depriving publishers of revenues but relieving users of often intrusive adverts.

Andrus Ansip, who heads the EU's digital policy, admitted that some online privacy activists would criticise the plan but dismissed critics as "people who want free access and couldn't care [about] editorial costs". Mr Ansip added: "They will criticise this idea. But legal clarity is needed."

Publishers welcomed the move. Paul Lomax, chief technology officer of Dennis Publishing, a UK publisher that owns *The Week*, said: "It is vital that we retain the right to protect our content from those who wish to circumvent that value exchange."

While online advertisers in general face stricter rules on how they track people online in order to show them

adverts, parts of the proposed legislation are less onerous than previously feared.

Brussels rolled back plans to introduce "privacy by design" that would have required all browsers such as Firefox and Chrome to automatically use a "do not track" setting, stopping online advertisers from following people around the web.

Instead users will be asked whether they want to opt in to such tracking. Advertisers fear that many will not opt in to tracking, in a change that would upend industry practice.

Smaller advertisers complained that these new rules would favour the likes of Facebook and Google, which have the scale to gather permission from users more easily.

"A few global tech companies already in possession of immense data pools would be able to circumvent the nature of the law anyway," said Stevan Randjelovic from the European Association of Communications Agencies, a lobby group that represents advertising and media companies.

In a bid to reduce the number of "cookie warnings" — the pop-ups on websites in the EU — the commission will allow browsers to offer blanket settings that would approve all cookies. Likewise, simple cookies used for purposes such as measuring traffic on a website would not require permission.

The proposals also mean that companies such as WhatsApp or Skype that use an internet connection to provide products such as text messaging or calls will face the same regulations as standard telecoms groups.

Although some companies including WhatsApp already offer confidential communication via encryption, others do not.

Under the rules, gaming platforms such as PlayStation, which allows players to chat to one another, will also have to guarantee the confidentiality of communications, as will automated bots that answer customer service questions.

Telecoms groups will be able to use and analyse some information such as the length or location of calls to provide extra services, if users consent to it.

Companies found to have disregarded these rules will face large fines of up to 4 per cent of global turnover, or €20m, whichever is bigger, in line with similar sweeping privacy rules set to come into force next year.

L'UE appoggia i gruppi di media nella guerra agli ad block

