

Rassegna del 01/02/2017

Sole 24 Ore	10	Agcom, i Dem propongono Morcellini	<i>Mele Marco</i>	1
Messaggero	8	Agcom, salta l'accordo con Forza Italia ma a palazzo Madama il dialogo regge	<i>Em. Puc.</i>	2
Sole 24 Ore	24	Inwit, 300 milioni di investimenti	<i>A.Oi.</i>	3
Sole 24 Ore	24	Blackrock sale al 9,98% di Ei Towers	<i>...</i>	4
Corriere della Sera	25	Una hacker a Palazzo Chigi	<i>Sideri Massimo</i>	5
Stampa	21	La resa di Apple Il marchio più forte è Google	<i>Panarari Massimiliano</i>	7

Nomine. La scelta dopo che il M5S «denuncia» l'intesa con Fi su Tiscar, voluto da Renzi - Antonio Saitta verso la Corte dei conti

Agcom, i Dem propongono Morcellini

Marco Mele

■ Alla fine di una giornata di trattative, il Pd converge sul nome di Mario Morcellini quale nuovo commissario dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni. E su Antonio Saitta alla Corte dei conti, come componente del consiglio di presidenza.

Nella mattinata di ieri è stato il Movimento Cinquestelle a "sparigliare" i giochi denunciando un'ipotetica convergenza "del Nazareno" tra Pd e Forza Italia sul nome di Raffaele Tiscar, già vicesegretario alla Presidenza del Consiglio con Matteo Renzi e attuale capo di gabinetto all'Ambiente. Tiscar avrebbe però rischiato di provocare una divisione nel gruppo Pd al Senato: i suoi trascorsi politici con la giunta Formigoni, in particolare, avrebbe portato diversi senatori del Pd a preferire Antonio Sassano, un tecnico di rilievo europeo, ma privo di una carriera politica alle spalle. Sassano era stato votato proprio dai senatori vicini a Renzi e a Paolo Gentiloni in occasione della nomina di Antonio Nicita al posto di Maurizio Decina, dimissionario. Decina e Sassano erano i due candidati appoggiati da Gentiloni quando Camera e Senato, nel 2012, hanno nominato il consiglio dell'Autorità in carica. La scomparsa di Antonio Preto, lo scorso novembre, ha portato al voto di oggi dell'Aula del Senato, rinviato la scorsa settimana. Voto che sarà a scrutinio segreto. Tiscar, che

sembrava in pole position, viene scavalcato in serata da Mario Morcellini, preside della facoltà di Scienze delle Comunicazioni all'Università La Sapienza di Roma. Non sembra proprio una vittoria schiacciante per Matteo Renzi, posto che Tiscar fosse il suo candidato: la vicenda è ricostruita in base a indiscrezioni.

Sul nome di Morcellini, il Pd dovrebbe essere compatto, salvo sorprese, e il suo nome può attirare voti da senatori di altri gruppi. Non da quello di Forza Italia: ma non si sa quanto il partito di Silvio Berlusconi insisterà su un candidato alternativo. Morcellini, tra l'altro, è stato nominato, nel 2015, presidente del Comitato di controllo rischi e corporate governance dell'Auditel guidata da Giulio Malgara.

L'Agcom, intanto, ha chiuso la prima fase di individuazione dei mercati rilevanti nei servizi media audiovisivi. Individuati due mercati distinti: quello della tv in chiaro (compreso il canone, che pure non è contendibile, ndr) e quello della tv a pagamento. La seconda fase deve valutare l'esistenza di posizioni dominanti (Mediaset e Sky) nei due mercati. È stata però sospesa sino al 21 aprile, per le "operazioni in corso tra società attive nei mercati interessati". Se, insomma, a fine aprile Vivendi risultasse collegata a Mediaset e in controllo di Telecom Italia, tra i possibili "remedies" da imporre all'eventuale posizione dominante, potrebbero esserci divieti di attività nelle Tlc.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA CANDIDATURA



Il commissario mancante

■ L'Agcom è composta dal presidente e da quattro commissari. Lo scorso novembre è scomparso Antonio Preto che era stato nominato dal Senato; spetta a Palazzo Madama eleggere il suo sostituto. Per l'elezione non esiste quorum: lo scrutinio è segreto e viene eletto chi ottiene il maggior numero di voti. Il Pd punta su Mario Morcellini (foto). Si vota oggi dalle 9,30



La trattativa

Agcom, salta l'accordo con Forza Italia ma a palazzo Madama il dialogo regge

Il confronto al momento è al Senato. I vertici dei gruppi di Pd e FI stanno dialogando sulla legge elettorale, hanno tentato un'intesa sul nuovo componente da eleggere questa mattina all'Agcom, stanno studiando le modifiche al salva-Banche che arriverà giovedì in Aula. Coinvolto anche il ministro dell'Economia Padoan che per arrivare al via libera di palazzo Madama ha incontrato, riferiscono dal Pd, anche Romani. Ma il piatto forte è il sistema di voto. Gli emissari di Berlusconi sono tornati a parlare con gli ambasciatori di Renzi. Ma il segretario dem per il momento rifiuta qualsiasi avance perché punta al voto a giugno ed è consapevole che in questo caso gli interessi non convergono. Zanda e Romani a palazzo Madama stanno discutendo anche sul Mattarellum rovesciato che aumenterebbe fino al 50% la quota proporzionale. Senza però l'imprimatur del segretario dem che, spiegano in FI, ha fatto saltare anche l'intesa raggiunta sull'elezione del nuovo componente dell'Agcom. Il compromesso era Raffaele Tiscar, Renzi lo ha avuto come vicesegretario a palazzo Chigi con la delega proprio sulle telecomunicazioni. Ex capo di gabinetto del ministro Galletti e già parlamentare Dc e vicino a Cl. Ma è stato proprio il segretario a far saltare tutto. Ora il candidato dem è Mario Morcellini, professore Ordinario in Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi, membro Ordinario del Consiglio Superiore delle Comunicazioni. «La verità – si sfoga un big azzurro – è che Renzi vuole gestire in proprio ogni partita».

Em.Puc.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Torri tlc. Il 2016 chiude con ricavi in aumento del 4,6% a 333,5 milioni e un margine Ebitda del 49,1%

Inwit, 300 milioni di investimenti

Nel piano triennale il sostegno alla crescita con focus sull'innovazione

■ **Inwit**, la società delle torri mobili controllata al 60% da Telecom Italia, ha chiuso il 2016 con ricavi per 333,5 milioni (+4,6% rispetto al proforma 2015) e un Ebitda di 163,6 milioni (+13,4%).

Il consiglio presieduto da Francesco Profumo che ha esaminato i dati preliminari dell'esercizio appena concluso, ha anche approvato il piano industriale al 2019 che conferma l'accelerazione sugli investimenti, con la previsione di stanziare 300 milioni soprattutto a supporto dei nuovi business.

Il piano prevede una crescita annua dell'Ebitda "low teens" (11%-14%) e contempla l'obiettivo di un rapporto di tenancy (numero medio di clienti per sito) di 1,9.

Sono stati confermati tutti gli obiettivi già previsti per il 2018. In particolare, elenca una nota della società guidata da Oscar Cicchetti, ci si riferisce alla costruzione di più di 500 nuovi siti «in gran parte sostenuta da richieste già pervenute»; lo sviluppo di oltre 4 mila microcelle in località ad alta concentrazione di utilizzatori e traffico; la realizzazione di oltre mille connessioni in fibra a fronte dell'«attesa domanda di backhauling ad alta velocità innescata dall'espansione del 4G».

Per quanto riguarda i risultati del 2016, i 333,5 milioni di ricavi sono per 253 milioni derivanti dal contratto di servizio verso Tim, per 78,2 milioni (+19,2% ri-

spetto al pro-forma 2015) relativi ad altri clienti (gli altri operatori mobili e operatori di reti radio), per 2,3 milioni derivanti dalle ospitalità su siti di nuova realizzazione.

L'Ebitda di 163,6 milioni evidenzia un incremento del 13,4% rispetto ai dati pro-forma del 2015 ed è «in linea con le previsioni comunicate al mercato (low teens)». Il margine Ebitda è cresciuto di 3,8 punti al 49,1% e «riflette l'incremento dei tenant (gli operatori affittuari) sul parco siti e la riduzione dei costi di locazione degli spazi».

Nel 2016 gli investimenti industriali erano pari a 35,3 milioni. Dopo la chiusura dell'esercizio se ne sono aggiunti altri 8,3 milioni per l'acquisizione delle partecipazioni totalitarie in Revi Immobili, Gestione Due e Gestione Immobili, che sono state incorporate da Inwit.

L'indebitamento finanziario netto a fine dicembre era pari a 34,3 milioni, in diminuzione di 13,7 milioni rispetto all'anno prima.

Nel corso della conference call con gli analisti Cicchetti ha spiegato che il piano di investimenti da 300 milioni dovrebbe avere l'effetto di incrementare l'Ebitda di 30 milioni. L'ad di Inwit ha inoltre ribadito: «Continuerò a proporre all'assemblea degli azionisti un pay-out del 90%».

Il titolo ha chiuso la seduta a 4,398 euro, in rialzo dello 0,64%
A.OI.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Le mosse del big statunitense

Blackrock sale al 9,98% di Ei Towers

Blackrock detiene il 9,98% Ei Towers. La precisazione emerge dagli aggiornamenti Consob sulle partecipazioni rilevanti. La quota complessiva è detenuta dal colosso Usa delle gestioni patrimoniali alla data del 27 gennaio attraverso otto società di gestione del risparmio. Sul 9,62% del capitale Blackrock detiene anche i diritti di voto mentre il restante 0,359% riguarda una operazione di prestito titoli con data di rientro non prestabilita a discrezione del prestatario o del prestatore.



Una hacker a Palazzo Chigi

Fabiana, da Barletta all'Illinois e ritorno
Storia di una sviluppatrice di software
«Ero discriminata, ora con gli algoritmi
miglioro la pubblica amministrazione»

”

Mi hanno detto che non si aspettavano una come me: normale. C'è ancora lo stereotipo del nerd

”

A Informatica saremo stati all'inizio 100 ragazzi e 30 ragazze. Alla laurea siamo arrivate in 3-4 ragazze

di **Massimo Sideri**

Trent'anni, donna e *data scientist*, cioè esperta di estrazione di informazioni dai famigerati big data che, in questo caso, sono i nostri, quelli dei cittadini italiani: sono nel caos. Lei li mette in ordine. Cacciavite e algoritmo. A Fabiana Lanotte, nata a Barletta nell'87, è toccato di fare il simbolo: è l'Italia che cambia. Ed è anche il settore pubblico che cambia. Triangolazione perfetta, anomala in Italia, ma perfetta. Donna, programmatrice e appena assunta dal governo italiano, nel team digitale guidato da Diego Piacentini, quello degli hacker a Palazzo Chigi che stanno lavorando «al sistema operativo della Pubblica amministrazione» (*copyright* dello stesso Piacentini). La sua storia è un po' una speranza, un po' uno schiaffo perché Fabiana un po' è un «panda», inutile nasconderselo, nonostante il fatto che le program-

matrici italiane siano risultate «tra le più creative al mondo». È il risultato di una classifica fatta a grande distanza da qui, in California, e che dunque non può essere tacciata facilmente di campanilismi (Hacker-rank è una comunità che riunisce un milione di sviluppatori da tutto il globo).

Ma le classifiche sono di carta, la vita quotidiana è fatta di un'altra sostanza, spesso più complicata da gestire. Successi, discriminazioni, sudore e fortuna. Il punto è se sia facile essere una programmatrice in Italia, peraltro nel settore pubblico. «Quando sono entrata a Palazzo Chigi, pochi giorni fa, mi hanno detto che non si aspettavano una come me: una persona normale. C'è ancora lo stereotipo del nerd, quello con gli occhiali che non si lava. Forse anche il superamento di questo pregiudizio aiuterebbe altre ragazze a seguire questo percorso». Non facile: «All'università alla facoltà di Informatica di Bari — ricorda Fabiana — saremo sta-

ti all'inizio 100 ragazzi e 30 ragazze. Alla laurea siamo arrivate in 3-4 ragazze su 30». In effetti «se c'è un momento in cui mi sono sentita discriminata, cioè quando devi fare il triplo degli altri solo per essere accettata, è stato all'università a Bari, da studentessa».

Poi da lì il curriculum che ha convinto Piacentini e il suo team a chiamarla a «smontare» la Pubblica amministrazione si è riempito di mille esperienze e speranze. Ambedue ambiziose. Dottorato di ricerca in informatica («lo concluderò a maggio»), un'esperienza di 8 mesi all'Università dell'Illinois («lì, finalmente, non dico che fossimo 50 e 50 ma c'era più equilibrio tra ragazze e ragazzi»), una startup, Data Knowledge, che ha vinto il bando regionale Principi Attivi del programma della regione Puglia dell'era Vendola, Bollenti Spiriti (per inciso forse la migliore esperienza di questo genere in Italia negli ultimi anni, tanto che non è un caso se anche nel Nord Italia molte aziende



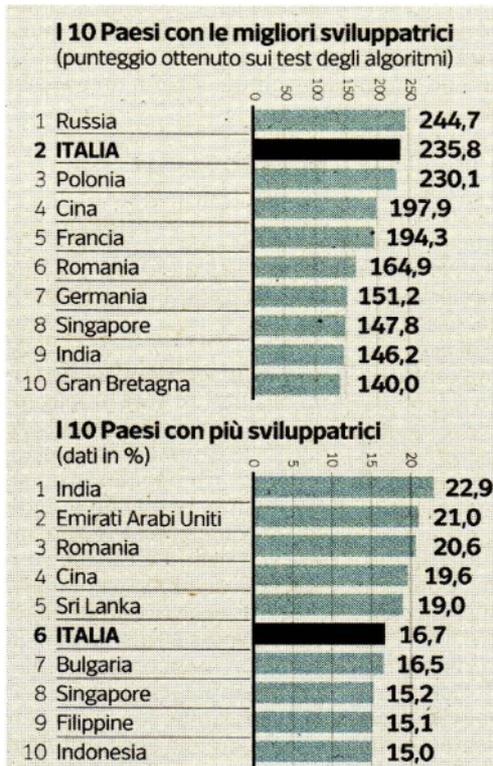
sono state fondate da pugliesi).

Insomma, c'è un po' tutto nel percorso che l'ha portata a Palazzo Chigi. Anche spazio per due cuori e una start up («a luglio mi sposerò con Fabio Fumarola, uno dei soci con cui avevo fondato la start up. Siamo passati dal litigare tutti i giorni alla promessa di matrimonio»). Almeno questo non cambia nell'era post digitale... per fortuna).

Visto che tutto ha un inizio, quello di Fabiana non può essere dimenticato. «Mio padre era un programmatore Cobol, dunque avevamo un pc. Io giocavo a un giochino famosissimo allora, The Prince of Persia. Una frustrazione: sono arrivata al terzo livello solo a 18 anni».

Il suo lavoro ora è cercare domande giuste, tramite l'ottimizzazione degli algoritmi. Perché i big data sono un po' così, come la biblioteca di Babele di Borges: contengono tutte le risposte. Ma tanto senza la domanda giusta non ci fai nulla. E la domanda giusta dipende da che società vogliamo: «La nostra start up voleva estrarre i dati dai giornali per dare degli strumenti a livello locale per combattere la criminalità. Ma è fallita, avevamo sbagliato il mercato: ci eravamo rivolti alle Pubbliche amministrazioni che non pagano». Ora può riprendere a lavorare con la Pa. Ora paga.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Fonte: HackerRank

Corriere della Sera



Al lavoro

Fabiana Lanotte, è nata a Barletta nel 1987. È stata da poco assunta dal governo per lavorare nel team digitale guidato da Diego Piacentini a Palazzo Chigi (LaPresse)



LA RESA DI APPLE IL MARCHIO PIÙ FORTE È GOOGLE

MASSIMILIANO PANARARI

Un sorpasso storico (considerato che per i tempi acceleratissimi dell'economia digitale un quinquennio rappresenta un'era geologica).

Dopo 5 anni, Apple ha perso lo scettro di marchio dotato di maggior valore dell'economia mondiale, soppiantato da Google. Nel corso del 2016, il valore del brand della corporation titolare del motore di ricerca è aumentato del 24%, arrivando alla cifra stratosferica di 109,5 miliardi di dollari, mentre quello della multinazionale degli iPhone si è deprezzato del 27%, scendendo a 107,1 miliardi. Insomma, pubblicità su Internet (in forte crescita) batte i rendimenti (in calo) degli smartphone. Sono i dati della Brand Finance Global 500, la classifica annuale che monitora il valore economico e quello posizionale dei marchi imprenditoriali nel Villaggio globale. Invece, a proposito del brand più forte (definito in relazione alla capacità di far salire, o di difendere, il valore dell'impresa), Lego ha scalzato Disney, grazie agli accordi di licenza e alle collaborazioni con l'industria dei media che hanno figliato le

varie Lego Batman, Lego Harry Potter e Lego Star Wars, Lego. Perché, nella nostra epoca postindustriale, immaginario e patrimonio si tengono strettamente, e l'economia immateriale possiede un valore finanziario assai tangibile.

Se il postmoderno è l'età della fine delle ideologie, a rimpiazzarle ci ha pensato il marketing, che costituisce a sua volta una sorta di ideologia, ma «neutrale», e volta a vendere delle merci a tutti anziché a socializzare solo alcuni (e una classe sociale) a dei valori (oppure a dei disvalori). L'arma - non più - segreta del marketing è proprio il brand, ovvero la marca che aggiunge al beneficio diretto derivante da un prodotto (il suo valore d'uso) un qualcosa in più, e cioè un plusvalore simbolico e comunicativo; una rivoluzione del capitalismo, che si faceva per l'appunto sempre più smaterializzato, intuiva già da Guy Debord, il teorico suo malgrado della società dello spettacolo. Il brand ha infatti l'obiettivo di fidelizzare i suoi acquirenti e di costruire una comunità di consumatori (cementata da legami emozionali e intrecci di esperienze), i quali, in virtù della soddisfazione

ricavata, ne diventano i testimonial nell'esistenza di tutti i giorni, incrementando lo status della marca in una catena del valore al rialzo. I brand generano, così, stili di vita e universi narrativi, e si consumano dentro micromondi (i negozi come Nike Town e i ristoranti di McDonald's piuttosto che i caffè di Starbucks) o macromondi (come i parchi a tema stile Disneyland e Legoland). Che si tratti di marche minori o maggiori, locali oppure internazionali, a partire dagli Anni Novanta del Novecento i brand hanno impresso in maniera indelebile il loro segno sull'economia. E il processo di globalizzazione dei mercati, da un lato, e l'economia dell'informazione, dall'altro, hanno contribuito in maniera massiccia a esaltare ulteriormente il loro ruolo e la loro rilevanza.

Il potere della marca non fa prigionieri: è l'economia (del brand), bellezza!

@MPanarari

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

