

**FABIO VACCARONO** Vice president e ad della divisione italiana: "Non è internet a disgregare la società. L'Italia accelera sugli investimenti, senza digitale non c'è crescita. Al via il piano per sostenere il turismo"

# "Google pronta ad accettare la webtax ma serve un regime unico per l'Ocse"

**FABIO VACCARONO**  
VICE PRESIDENT GOOGLE  
EAD PER L'ITALIA



**Il Recovery? Tutta l'Europa meridionale è in ritardo: colmiamo il gap o usciranno dal giro dei grandi**

**L'innovazione è così tumultuosa che non esistono rendite di posizione: la qualità ti fa restare leader**

**L'INTERVISTA**  
GABRIELE DE STEFANI

«**M**i fa sorridere quando si descrive il web come il grande disgregatore della nostra società, colpevole di aver mandato in crisi interi settori. È vero il contrario: la pandemia ci ha insegnato che la crescita economica e la lotta alle disuguaglianze passano dal digitale. E qui bisogna investire, se si vogliono affrontare i problemi del nostro tempo». La risposta alla crisi siamo noi, dice Fabio Vaccarone, amministratore delegato di Google Italia e vicepresidente mondiale del gruppo. Sostenitore dei Diavoli Aranceri al carnevale della sua Ivrea e, nei panni di ad, della tesi secondo cui il settore digitale non esiste più: «Tutti stiamo riorganizzando il nostro lavoro in maniera ibrida, mettendo insieme il digitale e i canali fisici. Il tema, per ogni azienda, è trovare il proprio mix elastico per massimizzare i risultati, non ci sono ricette valide per tutti. Se non che tutti dobbiamo innovare». Per i giganti del web è stato più facile riorganizzarsi, erivate già pronti. Ma le imprese italiane scontano un notevole gap tecnologico, culturale e infrastrutturale, di cui solo

in parte sono responsabili. Mancano reti e formazione.

«Infatti c'è bisogno di grandi investimenti e il Recovery Plan dovrà servire a questo. Tutta l'Europa meridionale è in ritardo e al suo interno noi, ad esempio, siamo dietro la Spagna: o colmiamo il gap o usciranno dal giro dei grandi, perché in futuro si accentuerà sempre più la distanza tra chi avrà colto la rivoluzione e chi non lo avrà fatto. Google ha fatto un investimento di oltre 900 milioni di dollari in cinque anni che comprende molti progetti a favore delle piccole e medie imprese italiane, con formazione e sostegno gratuiti per costruirsi competenze digitali». **Che risposta avete avuto?**

«Molto positiva, a fine 2021 arriveremo ad aver formato un milione tra imprese e persone. Il Covid, nella sua tragicità, ha fatto fare in un anno un salto in avanti che in tempi normali ne avrebbe richiesti cinque. C'è la consapevolezza che il digitale è la leva insostituibile per il rilancio. La nostra strategia, e non da ora, è di investire per trasferire competenze a imprese e persone: nel nostro modello di business, c'è bisogno di alleanze, cresciamo solo se crescono i partner. Google Pay, ad esempio, non funzionerebbe senza accordi con le aziende del settore. E ora in Italia, primo Paese al mondo, lanciamo Hotel Insights, progetto in cui crediamo molto».

**In che cosa consiste?**

«Diamo alle imprese turistiche nuove competenze digitali e le mettiamo gratuitamente in condizione di sapere chi cerca online le loro città come mete di viaggio. Attraverso la nostra piattaforma, l'albergatore sa in tempo reale quali ricerche vengono fatte, da parte di chi e da dove. E a quel punto può andare a cercare il potenziale cliente, senza aspettarlo. È uno strumento imbattibile per intercettare la domanda».

**La pandemia ha anche accentuato le disuguaglianze, multi-**

**plicate dal digital divide: chi ha connessione e competenze digitali è dentro, gli altri sono fuori. Sentite la responsabilità di aiutare a risolvere?**

«Questo è un punto centrale per capire che il digitale non è quell'elemento distruttivo della società che spesso viene superficialmente descritto, ma la soluzione dei problemi se si vogliono tenere tutti a bordo nella nostra società. Un anno fa, un italiano su quattro non si era mai collegato a internet. È evidente che chi non va sul web ha meno opportunità di crescita economica, sociale, personale. È un problema di inclusione, in questo senso internet è fondamentale. Chi non aveva connessione e pc, non è andato a scuola per mesi. Il nostro contributo c'è stato, anche attraverso i fondi messi a disposizione gratuitamente da Google.org per le no profit, e ci sarà. Grazie agli strumenti che abbiamo messo a disposizione gratis, milioni di studenti hanno potuto contare sulla didattica a distanza e migliaia di docenti qualificati hanno potuto accrescere le loro competenze. Per noi è un onore».

**A proposito di equità: si avvicina, almeno nelle intenzioni, l'ora della web tax.**

«Le aziende del web rispettano le regole. Noi abbiamo la casa madre in America e quindi il grosso lo paghiamo là. Se il tema è la ripartizione del carico fiscale, parliamone. Però attenzione: evitiamo una miriade di autoregolamentazioni locali che limiterebbero l'evoluzione digitale nei Paesi che più ne hanno bisogno, come l'Italia. Serve un dibattito ad un livello più alto, in sede Ocse».

**Per l'Ue gruppi come il vostro sono troppo potenti.**

«Tra i cosiddetti colossi del web ci sono modelli di business molto diversi. Ma la sostanza è che, con il maturare del contesto digitale, il potere è sempre più nelle mani dell'utente e quindi del mercato. La fine del nostro modello di busi-



ness è sempre a portata di clic, chi oggi usa i nostri servizi può non tornare domani. Youtube ha la concorrenza di molti nuovi portali, i social newtork si sono moltiplicati, ciascuno si sta costruendo la propria piattaforma di e-commerce. L'innovazione è talmente tumultuosa che non esistono rendite di posizione, solo la qualità ti fa rimanere leader». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## I NUMERI DEL COLOSSO DI MOUNTAIN VIEW

Dati in dollari

# Google



Ricavi 2020:  
**185,2 miliardi**  
+ 13%



Dipendenti:  
**220 mila**



Uffici:  
**in 50 paesi**

### QUARTO TRIMESTRE 2020 DA RECORD

Ricavi

**56,9 mld** +23% ▲

Ricavi Search

**31,9 mld** +17% ▲

Ricavi pubblicitari

**46,2 mld** +22% ▲

Ricavi pubblicitari YouTube

**6,89 mld** +46% ▲

Ricavi Cloud

**3,83 mld**

L'EGO - HUB

