

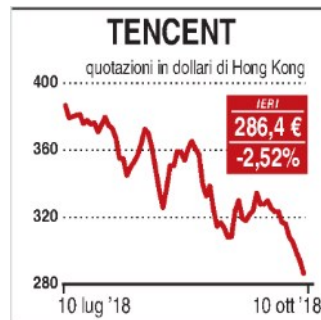
Rassegna del 11/10/2018

Mf	17	Alibaba e Tencent: i giganti tech cinesi hanno i piedi di argilla	...	1
Avvenire	21	È la catena Sears l'ultima vittima del ciclone Amazon Ex big Usa della grande distribuzione affonda in Borsa	...	2
Sole 24 Ore	19	Corporate finance, Italia in ritardo ma il mercato cresce	<i>Annichiarico Alberto</i>	3
Sole 24 Ore	9	Panorama - Banche e industria 4.0 primi per spesa nel cloud	<i>Netti Enrico</i>	4
Arena - Giornale di Vicenza	2	Investimenti, il governo punta sulle partecipate	...	5
Corriere della Sera	37	Insegnanti a lezione di «coding» Il modello Torino per la scuola	<i>Del Barba Massimiliano</i>	7
Sole 24 Ore	27	Nel bonus pubblicità anche le spese per i concessionari	<i>Gavelli Giorgio</i>	8
Mf	11	Pubblicità, manovra di governo e movimenti sovranisti mettono a rischio la spesa	<i>Montanari Andrea</i>	9
Italia Oggi	19	Gli investimenti pubblicitari sono agevolabili completamente - Concessionarie, il bonus resta	<i>Capisani Marco_A.</i>	10
Sole 24 Ore nòva.tech	33	Iniziativa Facebook formerà 97mila persone Nasce a Roma Binario F	<i>L.Tre.</i>	11
Repubblica	25	Altroconsumo avvia class action contro Facebook	...	12
Sole 24 Ore nòva.tech	32	Scienze della vita, Janssen investe in automazione e crea forza lavoro - Quando l'automazione aumenta la forza lavoro	<i>Cerati Francesca</i>	13
Stampa	21	James Murdoch in pole per sostituire Musk al vertice della Tesla	...	16
Sole 24 Ore	17	Denaro&lettera - Telecom Italia +1,33% Il titolo recupera quota 0,50 euro Banda ultralarga in 2.500 comuni	<i>A.OI.</i>	17
Mf	11	Telecom e Gedi vogliono cedere i multiplex Persidera entro la fine di ottobre - Telecom accelera su Persidera	<i>Montanari Andrea</i>	18
Mf	11	Tim, Agcom valuterà scorporo della rete	<i>Palumbo Eva</i>	19
Italia Oggi	18	Brevi - TimVision e TimGames a Lucca Comics & Games 2018	...	20
ESTERA				
Expansi3n	7	Telef3nica rivoluziona le proprie offerte per ottenere il massimo dal calcio	<i>Del Castillo Ignacio</i>	21
Expansi3n	2	La Llave - Telef3nica amplia i contenuti del calcio fra i suoi clienti	...	22

Alibaba e Tencent: i giganti tech cinesi hanno i piedi di argilla

I giganti cinesi sembravano avere i piedi di argilla. Quest'anno, nell'infuriare della guerra commerciale, Alibaba e Tencent hanno bruciato 425 miliardi di dollari di capitalizzazione, l'equivalente del valore di mercato di Facebook. A innescare questo falò di risorse sono micce diversi, ma l'escalation dei dazi fra Cina e Usa non ha giovato né ad Alibaba, che pure è quotata a New York, né a Tencent, che invece figura sul listino di Hong Kong. Ieri, il calo più pesante è toccato alla società guidata (ancora per un anno) da Jack Ma. A un'ora dalla chiusura di Wall Street, Alibaba lasciava sul terreno il 4,7%; dal picco di metà giugno le azioni dell'Amazon cinese hanno perso il 33%, mandando in fumo un terzo di capitalizzazione. Nell'ultima seduta è arrivato anche il duro giudizio di Key-Banc Capital che ha tagliato il prezzo obiettivo da 220 a 215 dollari, quota comunque ben lontana dai 144 toccati ieri. Per gli analisti il core business di Alibaba, l'e-commerce, potrebbe registrare risultati al di sotto delle aspettative nel secondo trimestre fiscale, a causa soprattutto della scarsa crescita di Intime, la catena di supermercati controllata da Alibaba. Inoltre, secondo gli esperti, anche i margini potrebbero ridursi a causa dei probabili «investimenti aggressivi» nel settore della consegna del cibo dove è forte la concorrenza di altri colossi come Meituan Dianping, partecipata da Tencent e fresca di ipo da 4,2 miliardi a Hong Kong. «Considerate le minori aspettative per il prossimo trimestre, Alibaba dovrà aumentare i suoi ricavi sul mercato core di oltre il 40% nel secondo semestre (rispetto al +29% tendenziale nei primi sei mesi) se vuole rispettare le stime di

espansione per l'intero anno del 60% a/a», conclude il report che giudica, tuttavia, «improbabile questa significativa riaccelerazione». Su Alibaba, tuttavia, gli analisti non sono concordi: per Morgan Stanley il titolo resta hold, mentre per Goldman Sachs è addirittura da comprare. Goldman, in particolare, è ottimista sullo sviluppo delle attività secondarie di Alibaba: il cloud, il food delivery (Ele.me) e Ant Financial, l'unicorno più prezioso al mondo, valutato 150 miliardi di dollari. Più critica appare la situazione di Tencent. Per il colosso cinese ieri è stato il nono giorno di calo consecutivo (-2,5%), la peggior serie negativa di sempre. Da inizio 2018, il titolo ha perso il 29,5%, addirittura il 40% dal picco di metà gennaio. Il crollo da 594 a 357 miliardi di valore ha fatto perdere a Tencent il posto fra le 10 società più capitalizzate al mondo, a vantaggio di ExxoMobil. Neanche l'imponente programma di buyback, che prosegue da ormai venti sedute per un investimento di 768 milioni di dollari, è riuscito a fermare il tracollo. Dal momento in cui Tencent ha iniziato ad acquistare azioni proprie, il 7 settembre, il prezzo dell'azione è calato del 9,6%, più del triplo rispetto all'Hang Seng Index di Hong Kong. Per le sue difficoltà, però, l'(ex?) colosso cinese deve rimproverare più la madrepatria che le tensioni commerciali fra Pechino e Washington. A bloccare lo sviluppo dell'unicorno è stata la decisione del governo di Xi Jinping di imporre uno stop alla produzione di videogiochi, accusati di creare dipendenza e incitare alla violenza, congelando una delle linee di business più redditizie per Tencent.



E-COMMERCE

È la catena Sears l'ultima vittima del ciclone Amazon Ex big Usa della grande distribuzione affonda in Borsa

Sears nuova vittima dell'effetto Amazon sui colossi della grande distribuzione tradizionale. La catena di grandi magazzini si avvia fare ricorso alla bancarotta nella speranza di ristrutturarsi e riemergere più forte, pur nella consapevolezza dei rischi che tale processo implica. Con i ricordi ancora freschi dell'insuccesso di Toys R Us con il Chapter 11, Sears teme infatti che il processo di bancarotta possa segnare la sua fine. Ma le alternative sono poche: lunedì Sears deve ripagare un debito da 137 milioni di dollari e, considerati i tempi stretti, la bancarotta sembra al momento l'unica soluzione. Il timore del Chapter 11 affonda i titoli Sears in Borsa, dove arrivano a perdere oltre il 36%. Il tentativo del presidente della società Eddie Lampert per evitare la bancarotta non sembra destinato a un buon fine: la sua proposta richiede ai creditori di farsi carico di ingenti perdite e, per questo, è stata accolta freddamente. Lampert ha chiesto una riduzione del debito da 1 miliardo di dollari sui 5,5 attuali, la vendita di immobili per 1,5 miliardi e la cessione di 1,75 miliardi di asset, incluso il marchio di elettrodomestici Kenmore.



Corporate finance, Italia in ritardo ma il mercato cresce

FINANZA D'IMPRESA/1

**Peyrano: «Tema centrale
per l'agenda di governo»
Elite premiata dal B2o**

Alberto Annicchiarico

Basket bond, crowdfunding, direct lending, invoice trading, ma anche Ico e blockchain, big data & analytics: sono le parole nuove della finanza alternativa al canale bancario per le piccole e medie imprese.

Lasciamo per una volta da parte il successo dei Piani individuali di risparmio (Pir), 14 miliardi raccolti nel primo anno e mezzo, di cui però hanno beneficiato soprattutto società quotate e molto meno le piccole imprese. E non dimentichiamo i mini-bond, che fino al 30 giugno hanno permesso alle Pmi - secondo i dati dell'Osservatorio Mini-bond del Politecnico di Milano - di raccogliere ben 3,7 miliardi di euro. Si tratta di un mercato in netta crescita: solo nei primi sei mesi dell'anno per le imprese con fatturato inferiore ai 50 milioni di euro si sono contate 74 emissioni per 545 milioni, per quelle con fatturato superiore ai 50 milioni la raccolta ha superato quota 900.

Tuttavia qui la parola è Fintech, nelle sue numerose declinazioni. Una di queste è il basket bond (un mini-bond emesso da più società e inserito in un pacchetto venduto a investitori istituzionali), strumento sostenuto da Elite, il programma del London Stock Exchange Group che aiuta le Pmi internazionali (ne include ormai oltre 900 da 32 Paesi) a prepararsi e strutturarsi per gli investimenti esterni e ad accedere ai mercati dei capitali. «La finanza alternativa - ha spiegato ieri durante la nona edizione di Focus Pmi il ceo di Elite, Luca Peyrano - è un tema centrale e deve essere parte del-

l'agenda di ogni governo». Il nuovo ecosistema ci vede, manco a dirlo, in ritardo (nel 2017 solo il 16% degli italiani ha utilizzato almeno un servizio Fintech, dai pagamenti mobili ai prestiti peer-to-peer su piattaforme online) mentre, ha ricordato Giancarlo Giudici, docente di finanza aziendale al Politecnico, è già esploso, per esempio, in Asia, dove i servizi di tecnologia applicati alla finanza coinvolgono già centinaia di milioni di persone. Eppure anche in Europa è proprio nel Fintech che troviamo gli strumenti di finanziamento più *disruptive*. Anche perché in prospettiva, con l'introduzione della direttiva PSD2, il quadro della raccolta di capitale e del credito è destinato a trasformarsi in profondità.

I numeri sull'industria del Fintech spiegano meglio di tante parole. Secondo l'Osservatorio Fintech e Digital Finance 2017 del Politecnico di Milano negli ultimi tre anni le startup del settore hanno raccolto investimenti per oltre 25 miliardi di euro. Pur con cifre molto piccole è in forte crescita anche il settore del crowdfunding: sempre nel primo semestre i portali italiani hanno raccolto, con equity crowdfunding, 33,3 milioni per startup innovative e 217 milioni attraverso il lending, 60,3 dei quali per Pmi, il resto a persone per credito al consumo.

Gli sforzi di Elite nel mettere a punto strumenti per la crescita e l'accesso al mercato dei capitali delle imprese, sono stati appena premiati. Il B2o, il forum delle imprese del G2o organizzato quest'anno dalla presidenza argentina, ha inserito Elite ed ExtraMot Pro (il mercato Multilateral trading facility lanciato nel 2013 per i titoli di debito delle Pmi), due iniziative di Borsa Italiana, come esempi nel policy paper per i governi che è stato presentato al vertice conclusivo svoltosi a Buenos Aires.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Banche e industria 4.0 primi per spesa nel cloud

L'industria con lo smart manufacturing e le banche - qui la strategia è mantenere i dati sensibili all'interno del perimetro - sono i comparti che nel 2018 hanno investito di più nel cloud. Un quarto della spesa fa capo all'industria, le banche sono al 20%. Seguono tlc e media al 15% per finire con le imprese dei servizi e le utility entrambe al 10%. In Italia il giro d'affari dei provider esterni tocca i 1,24 miliardi, +28% sul 2017. È la punta dell'iceberg del mercato che vale 2,3 miliardi e cresce a due cifre. A puntare sulla nuvola sono le aziende medio-grandi: 8 su 10 utilizzano già un servizio in cloud e di queste il 23% dei casi per le attività di core business. Ma le imprese più strutturate sono ancora poche: solo l'8% dispone al proprio interno di un team dedicato. È quanto rivela l'Osservatorio cloud transformation del Politecnico di Milano presentato ieri durante il convegno «Cloud transformation: evolvere con le nuvole verso l'organizzazione agile». «Il nuovo traguardo da raggiungere è l'agilità dei sistemi informativi e delle organizzazioni delle aziende - dice Alessandro Piva, direttore dell'Osservatorio -. Significa ripensare l'organizzazione inserendo nuove competenze, professionalità e modelli di governo delle competenze cloud in azienda».

— **Enrico Netti**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

2,3

MILIARDI

È il valore del mercato italiano del cloud. I big spender sono le medio-grandi imprese manifatturiere e le banche



LA NOVITÀ. Il premier: «Facciamo sistema». Verso un ambiente più «amico» per gli operatori

Investimenti, il governo punta sulle partecipate

I vertici convocati a Palazzo Chigi, apertura da Cassa Depositi e Prestiti che annuncia 13 miliardi in più
Conte: «Una finanziaria diversa porta recessione»

Pensioni, Di Maio: «Con la riforma a quota 100, per ogni pensionato si avrà più di un assunto»

ROMA

Più investimenti e più assunzioni per non disattendere le prospettive di crescita contenute nel Documento di economia e finanza. Il governo chiede «aiuto» alle partecipate e, per oltre due ore, riunisce a Palazzo Chigi tutte le più grandi aziende dello Stato, da Eni a Enel, da Saipem a Fincantieri fino ad Ansaldo e Open Fiber.

È il segno che, nelle ore cruciali della manovra, Lega e M5S si giocano una delle ultime carte per giustificare le spese in deficit e puntano tutto, o quasi, sul ruolo di Cassa Depositi e Prestiti.

È Cdp, infatti, che come una sorta di «nuova Iri» nella strategia del governo, e in particolare in quella M5S, potrebbe fare da volano agli investimenti delle partecipate. All'amministratore delegato Fabrizio Palermo, di fatto, viene fatta firmare una cambiale in bianco che prevede

un impegno, cospicuo, della società controllata per oltre l'80% dal Tesoro. A tutte le partecipate il governo assicura in cambio un ambizioso piano di riforme: da quella del codice degli appalti al riassetto del fisco, dalla riforma del codice civile a un massiccio piano di semplificazione burocratica.

«Cercheremo di cambiare le cose per gli investitori in modo operativo, ma con una logica più micro che macro», è il messaggio del ministro dell'Economia Giovanni Tria. Al tavolo, oltre al premier Conte, ci sono soprattutto esponenti grillini: da Luigi Di Maio a Danilo Toninelli, da Barbara Lezzi al sottosegretario Stefano Buffagni, l'uomo delle nomine nel Movimento. Presenti anche Giancarlo Giorgetti, Paolo Savona e Giulia Bongiorno.

Il premier ribadisce di voler puntare sulle infrastrutture materiali e immateriali, di voler creare un ambiente «più amico» per gli operatori economici, per favorire insomma quella «corsa» agli investimenti con cui i due azionisti del governo puntano a convincere, in extremis, la Ue e soprattutto i mercati. E al termine del vertice Conte, Di Maio e Salvini provano a dare nuovamente rassicurazio-

ni alle telecamere davanti a Palazzo Chigi. «Stiamo facendo sistema. Abbiamo avuto grande disponibilità e convenuto che una manovra diversa avrebbe portato alla recessione», spiega Conte parlando di investimenti aggiuntivi, da parte delle aziende, pari a 20 miliardi con il piano delle riforme in campo. Mentre Di Maio sottolinea che, con la riforma quota 100, per «ogni pensionato si avrà più di un assunto».

IL RUOLO DI CDP. Di fatto, tuttavia, l'unica a muoversi nel breve periodo potrebbe essere Cassa Depositi e Prestiti. Grazie alle riforme strutturali, è l'impegno di Palermo, nel quinquennio il piano di investimenti potrebbe passare da 22,5 a 35,3 miliardi. Gli altri amministratori delegati presenti non si spingono in stime di assunzioni, né di investimenti. Il numero uno di Enel Francesco Starace ricorda di voler portare da 6,1 a 8,3 miliardi il piano di investimenti dei prossimi tre anni, che sarà discusso il 20 novembre. E nessuna disponibilità arriva sull'acquisto di titoli di Stato. «Non se n'è parlato, il tema è stato il livello di investimenti», spiega l'ad di Eni, Claudio Descalzi. •



Le società**Da Eni a Enel,
i numeri
delle aziende**

Un paniere di colossi e aziende di più piccole dimensioni che ogni anno versano nelle casse dello Stato dividendi per qualche miliardo di euro. Sono le partecipazioni di maggioranza e di controllo del ministero dell'Economia che, tra quotate e non quotate, annoverano nomi quali Enel, Eni, Leonardo, Cassa Depositi e Prestiti, Rai o Poste Italiane.

Le quotate in portafoglio al Tesoro sono 6: Enav, di cui il Mef controlla il 53,28%, Enel (23,58%), Eni (4,34% controllato direttamente dal Tesoro e un altro 25,76% da Cdp), Leonardo (30,20%), Mps (68,25%) e Poste (29,26% del

Tesoro e 35% di Cdp).

Le non quotate sono in tutto 24, le principali delle quali sono: Cassa Depositi e Prestiti, controllata dal Tesoro per l'82,77%, Ferrovie dello Stato (100%), Rai (99,56%), Invitalia (100%), Consip (100%), Expo 2015 (40%), Consap (100%), Sogei (100%), Gse (100%), Coni (100%).

Grazie alle cedole staccate dalle principali controllate, lo Stato Italiano nel 2018 ha incassato più di tre miliardi di euro. Tra le quotate, in particolare, Enel ha versato 568 milioni di euro, Eni ha dato 126 milioni di euro al ministero e 747 milioni a Cdp. Enav ha staccato cedole per 53 milioni e Leonardo per 24,44, mentre Poste Italiane ha dato 160 milioni al Tesoro e 192 a Cdp. Tra le aziende non quotate, invece, la più «pesante» è sempre Cassa Depositi e Prestiti che ha corrisposto un dividendo di 1,1 miliardi di euro, mentre Ferrovie dello Stato ha staccato una cedola di 150 milioni di euro. Tra le altre, 2,2 milioni di euro fanno capo a Consip e 20 milioni a Sogei.



Di Maio, Conte e Salvini ieri sera davanti a Palazzo Chigi

Insegnanti a lezione di «coding» Il modello Torino per la scuola

Il progetto di Compagnia di San Paolo: ora tentare a livello nazionale

Gli obiettivi al 2020

Formati 600 docenti su 1.700 e cablati in fibra ottica 100 istituti su 300

di **Massimiliano Del Barba**

Alle nove di mattina, al primo piano del palazzo di via Gaudenzio Ferrari che ospita il Museo della tecnologia Xké, proprio dietro la Mole Antonelliana, gli insegnanti sono già tutti sui banchi. Una quindicina, a gruppi di tre: oggi impareranno a girare un filmato e poi a montarlo direttamente sul tablet. Non si sono mai visti prima: professori di letteratura e matematica delle medie, maestre delle elementari. Alle dodici avranno imparato a costruire una storia, «una narrazione digitale» da utilizzare in classe per trasformare una classica lezione frontale in un'esperienza interattiva e coinvolgente. «D'altronde — ragiona Lorenzo Benussi, 41 anni, Chief innovation officer di Fondazione per la Scuola della Compagnia di San Paolo — con la tecnologia bisogna fare i conti. C'è, esiste, non è buona né cattiva, ma riempie le vite dei nostri ragazzi fin dall'infanzia. Ignorare questa trasformazione per la scuola italiana equivale ad autoescludersi dalle loro vite».

A Torino ci provano. Provano a prendere Internet e a portarlo in classe per innovare la didattica e al contempo

creare inclusione fra ragazzi di nazionalità e classi sociali differenti: «Vorremmo aiutare il nostro Paese a costruire una scuola che non abbia paura di cambiare» prosegue Benussi. Il progetto ha un nome. E un budget. Si chiama Riconessioni ed è finanziato dalla Fondazione grazie a un investimento complessivo di dieci milioni spalmato su tre anni. «Formiamo i dirigenti scolastici e i docenti — puntualizza Ludovico Albert, presidente di Fondazione per la Scuola, il braccio operativo della Compagnia — perché siamo convinti che sia la costruzione di nuove professionalità la chiave di volta per immaginare la scuola italiana del futuro. Una scuola — prosegue — ricca di eroi, di persone estremamente capaci e motivate, ma che non devono essere lasciate sole proprio oggi che la *digital transformation* dell'intera società chiede uno sforzo collettivo».

L'approccio è però tutt'altro che filosofico. Anzi, è concretamente sabauda. Il primo passo è stato quello di dotare le scuole dell'infrastruttura digitale adeguata: in un anno, grazie all'interessamento di Open Fiber, sono stati collegati alla fibra ottica a 10 gigabit per secondo 100 istituti e l'obiettivo è arrivare nel 2020 a 1.700. Il secondo pilastro del progetto riguarda invece il personale docente: finora Riconessioni ha coinvolto 600 insegnanti delle primarie di primo e secondo grado, ma si arriverà a

1.700 fra due anni. «Collaboriamo con i dirigenti scolastici, che individuano nel loro corpo docente gli evangelizzatori da coinvolgere. A loro poi il compito di portare questi contenuti nei plessi di riferimento» prosegue Benussi.

Contenuti, anche qui, insieme culturali e tecnici: cinque laboratori che spaziano dalla creazione di contenuti digitali (i filmati col tablet, ad esempio) al pensiero computazionale (il coding, attraverso Scratch) passando per momenti di confronto sulla didattica innovativa e l'inclusione (anche dei diversamente abili). «Il processo di digitalizzazione della scuola italiana è in corso, ma manca un approccio sistemico e troppo spesso i dirigenti vengono lasciati soli — ammette Albert —. A Torino stiamo provando a costruire un modello di intervento scalabile e replicabile altrove, definendo standard tecnici e didattici riconosciuti in Europa». Perché nel 2030 quando i bimbi di oggi saranno diventati grandi, non solo gli informatici ma anche gli agricoltori dovranno convivere con il digitale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Alla guida



● Rettore del Politecnico di Torino fino al 2012, ministro dell'Istruzione nel biennio 2011-2013, Francesco Profumo, 65 anni, presiede la Compagnia di San Paolo dal 2016



Nel bonus pubblicità anche le spese per i concessionari

Rivista l'interpretazione che considerava questi costi non incentivabili

Giorgio Gavelli

Correzione di rotta del dipartimento per l'informazione e per l'editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri nell'ipotesi (assai frequente) in cui l'acquisizione della pubblicità non sia gestita dai media direttamente, ma tramite società specializzate (concessionarie).

Nell'ultimo aggiornamento delle risposte ai quesiti ricorrenti (Faq) proposti dagli interessati, è stata modificata la risposta relativa all'ammontare delle spese rilevanti ai fini della determinazione del credito d'imposta. In precedenza (risposte rese a fine settembre), a fronte degli specifici quesiti riguardanti l'importo eleggibile in caso di contratti pubblicitari non stipulati direttamente ma tramite concessionario, il Dipartimento aveva affermato che le fatture avrebbero dovuto espressamente riportare l'importo delle spese nette sostenute per la pubblicità, separato dall'importo relativo al compenso dell'intermediario, oltre a dover essere indicata la testata giornalistica o l'emittente radio-televisiva sulla quale veniva effettuata la campagna pubblicitaria. Questo in quanto, ai sensi della norma istitutiva, le spese che concorrono a formare la base di calcolo dell'incremento e quindi del bonus fiscale vanno assunte al netto delle spese accessorie, dei costi di in-

termediazione e di ogni altra spesa diversa dall'acquisto dello spazio pubblicitario, anche se ad esso funzionale o connesso.

Si trattava, evidentemente, di una risposta poco gradita alle concessionarie, che avrebbero dovuto esporre in fattura il proprio margine specifico, spesso proveniente da contratti strutturati in maniera assai complessa. Prendendo atto di questa considerazione, oltre che del fatto che - per chi investe in pubblicità - «la distinzione tra il costo netto degli spazi pubblicitari ed il costo del servizio svolto dalla società terza, anche nei casi nei quali fosse evidenziabile, non ha alcun rilievo nei confronti del committente», il Dipartimento modifica la propria risposta. Ora si legge che «le somme complessivamente fatturate da società concessionarie della raccolta pubblicitaria sono interamente ammissibili ai fini del calcolo del credito d'imposta, in quanto costituiscono, per l'operatore economico committente, l'effettiva spesa sostenuta per l'acquisto degli spazi». Devono, invece, ritenersi escluse dal bonus le spese sostenute da chi si avvale di servizi di consulenza o intermediazione o di altro genere, che (questi sì) costituiscono costi accessori.

Si pone, evidentemente, il tema della ripresentazione delle dichiarazioni già inviate secondo l'interpretazione restrittiva oggi superata. Si ritiene che entro il 22 ottobre possa essere trasmessa una dichiarazione correttiva che sostituisca la precedente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Pubblicità, manovra di governo e movimenti sovranisti mettono a rischio la spesa

di **Andrea Montanari**

È un mercato a due facce quello della pubblicità in Italia. Nonostante l'evento attira-spot rappresentato dai Mondiali di calcio, giocatisi in Russia tra giugno e luglio, la raccolta complessiva del periodo gennaio-agosto non decolla. Come emerge dai dati Nielsen diramati ieri, gli investimenti totali sono stati di 3,79 miliardi (+0,3% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno). E questo nonostante il fatto che il mezzo televisivo abbia registrato un rialzo dell'1,5%, il web del 4,3% e la radio addirittura del 6,3%. A rappresentare, invece, la zavorra del mercato, come da anni a questa parte, la carta stampata: i periodici hanno perso l'8,4% della raccolta e i quotidiani il 5,7%. Tra gli altri mezzi spicca il balzo del cinema (9,38 milioni, +20,2%) e della Go Tv (12,39 milioni, +14%), mentre perdono terreno le affissioni (41,2 milioni, -11,6%) e il direct mail (-7,1%). Nel solo mese di agosto gli investimenti complessivi si sono incrementati del 2,4%: dato che lievita al 4,9% se si considerano i mezzi search (Google) e social (Facebook). «Pur essendo un mese non particolarmente attraente per gli investimenti pubblicitari, la buona crescita di agosto conferma l'andamento già registrato nei mesi precedenti», commenta Alberto Dal Sasso, manager di Nielsen. «Il clima non propriamente sereno che prospettavamo in avvicinamento nei mesi scorsi si sta trasformando in una turbolenza economica favorita dai cosiddetti venti sovranisti che stanno soffiando in tutta Europa e da una manovra molto sfidante».

Per quel che attiene al settore tv (pesa per il 61,16% del totale investimenti) si nota ancora una volta la difficoltà della Rai che non ha ancora nominato il nuovo responsabile della concessionaria: la tv di Stato, a fine agosto, nonostante i buoni ascolti, ha raccolto solo 453,2 milioni (-4%). Chi ha tratto giovamento dalle problematiche interne a viale Mazzini è Mediaset. Il Biscione, che si è avvantaggiato ancora dall'effetto Mondiali, ha chiuso con una raccolta di 1,33 miliardi (+4%) e una quota del 35,21% rispetto al totale della spesa in advertising delle aziende. Continua la crescita di Discovery (149,8 milioni, +1,8%) e la risalita di La7 di Urbano Cairo: 98,12 milioni (+2,6%). Si rimette in carreggiata Sky: 282,3 milioni (-1%). (riproduzione riservata)

RAI IN FRENATA. MEDIASET, LA7, DISCOVERY SU

Dati netti in milioni di euro

	Raccolta gen-ago '18	Variaz. su gen-ago '17	% su tot. TV	% su tot. mercato
◆ Mediaset	1.335	+4,00%	57,57%	35,21%
◆ Rai	453	-4,00%	19,55%	11,96%
◆ Sky Italia	282	-1,00%	12,18%	7,45%
◆ Discovery	150	+1,80%	6,46%	3,95%
◆ La7	98	+2,60%	4,23%	2,59%
◆ TOTALE TV	2.318	+1,50%		
◆ Quotidiani	365	-5,70%		
◆ Periodici	237	-8,40%		
◆ Internet	282	+4,30%		
◆ Radio	266	+6,30%		
◆ TOTALE	3.790	+0,30%		

Fonte: elaborazioni
MF-Milano Finanza
su dati di mercato

GRAFICA MF-MILANO FINANZA



PALAZZO CHIGI

Gli investimenti pubblicitari sono agevolabili completamente

Capisani a pag. 19

Il Die chiarisce: spese in pubblicità interamente agevolabili anche tramite società specializzate

Concessionarie, il bonus resta Esclusi solo i costi per servizi accessori all'acquisto di spazi

DI MARCO A. CAPISANI

Investimenti pubblicitari totalmente agevolabili e senza complicati calcoli da fare anche per gli inserzionisti che pianificano campagne promozionali attraverso le concessionarie. Molte aziende, infatti, non si rivolgono direttamente a un editore per pubblicare i loro consigli per gli acquisti ma si affidano a società specializzate che operano su mandato degli editori. E anche se le aziende si confrontano con editori, spesso questi ultimi agiscono anche come concessionari, potendo suddividere parte degli investimenti su testate di editori terzi. In ogni caso, come chiarito dal Dipartimento per l'informazione e l'editoria-Die (che fa capo alla Presidenza del consiglio dei ministri), gli sgravi fiscali sugli investimenti pubblicitari incrementali, pianificati su stampa ed emittenza radio-televisiva locale, si possono richiedere per l'intera spesa sostenuta e fatturata dalla concessionaria.

Perché? Perché in un primo momento era sorto il dubbio che non si potesse calcolare, ai fini dell'agevolazione fiscale, la quota di spesa rappresentata dai costi d'intermediazione della concessionaria. Ma, hanno precisato dal Die, la concessionaria opera su mandato dell'editore, come fosse egli stesso. Quindi non si prefigurano le condizioni di un'intermediazione. E comunque, agli occhi dell'inserzionista, non fa differenza quanto va a capo dell'editore e quanto resta alla

concessionaria. Si tratta di un rapporto terzo, tra editore e concessionaria. All'investitore interessa solo quanto deve pagare in tutto.

Peraltro, e questa è la seconda motivazione a sostegno del chiarimento fornito dal Dipartimento per l'informazione e l'editoria, il rapporto tra editore e concessionaria è tradizionalmente molto complesso, nell'architettura, nel calcolo e nella ripartizione dei proventi. Tra le variabili da considerare c'è, per esempio, il volume della pubblicità effettivamente raccolta in un dato periodo. Di conseguenza, non è sempre possibile estrapolare, sul singolo contratto di acquisto di spazi, il costo del servizio svolto dalla società concessionaria.

In definitiva, non concorrono a determinare l'investimento detraibile solo le spese per servizi accessori resi dalla concessionaria. Per esempio, al di là della vendita degli spazi pubblicitari, la stesura di testi promozionali.

Restano invece le scadenze per presentare le domande (dettagli su informazioneeditoria.gov.it e www.agenziaentrato.gov.it), ossia entro il prossimo 22 ottobre per gli investimenti incrementali effettuati nel secondo semestre 2017 oppure la conferma da inviare per quelli dell'intero 2018 entro la fine di gennaio 2019. Nel primo caso sono ricomprese solo le spese per pubblicità su stampa (cartacea e web), nel secondo sia su stampa sia su radio-tv (vedere *ItaliaOggi* del 28/11/2017).

© Riproduzione riservata



OLTREFRONTIERA

INIZIATIVE

**Facebook formerà 97mila persone
Nasce a Roma Binario F**

Si chiama 'Binario F', il laboratorio che Facebook ha aperto martedì a Roma, dedicato ai cittadini, alla scuola, alle imprese e alle istituzioni, con l'obiettivo di formare 97mila persone, anche online, entro il 2019. Il progetto, ospitato presso l'Hub di LVenture Group e Luiss EnLabs alla Stazione Termini di Roma, prevede corsi di formazione gratuiti e aperti a tutti per "creare una comunità". Si potranno anche proporre programmi da svolgere nel centro, alla formazione parteciperanno pure manager americani del social network. La prima giornata è dedicata alle opportunità del digitale per l'export.

—L.Tre.



Privacy

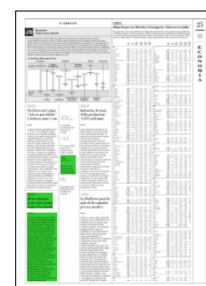
Altroconsumo avvia class action contro Facebook

MILANO

A sei mesi dallo scoppio dello scandalo Cambridge Analytica che ha gettato ombra sull'uso dei dati da parte di Facebook,, Altroconsumo ha notificato a Tribunale di Milano l'atto con cui si avvia formalmente una class action contro Facebook. Finora hanno aderito oltre 28mila utenti. L'organizzazione contesta al social network la violazione della privacy e la mancata trasparenza delle informazioni al consumatore al momento della registrazione. Altroconsumo chiede un risarcimento di oltre 285 euro – per ciascun aderente per ogni anno di registrazione a Facebook – legato ai danni subiti: il mancato guadagno del consumatore per lo sfruttamento economico dei dati personali da parte di Facebook e per l'indebito utilizzo di informazioni riservate e dei dati sensibili per finalità commerciali.

28 MILA

Gli utenti che
hanno aderito
alla class action
contro Facebook



Scienze della vita, Janssen investe in automazione e crea forza lavoro

— a pagina 32

Quando l'automazione aumenta la forza lavoro

Life sciences. Il caso della Janssen Italia di Latina: innovando lo stabilimento ha implementato e riqualificato il personale, creando un ecosistema territoriale competitivo

Francesca Cerati

LATINA

Nonostante l'automazione le assunzioni sono duplicate. In netta controtendenza, alla Janssen di Borgo San Michele - da quando si è deciso di innovare il sistema produttivo - sono state assunte 300 persone, arrivando così a 650 dipendenti, il 60% dei quali sono donne.

Quello di Latina è uno dei sei siti di produzione farmaceutica del Gruppo Johnson & Johnson, e rappresenta un centro di innovazione farmacologica e tecnologica da record: 4,5 miliardi di pillole all'anno (che diventeranno 5 miliardi nel 2021), come dire che nel mondo 7 pazienti al minuto vengono curati con una pillola prodotta nel Plant di Latina.

Il nuovo sistema in continuum, primo nel suo genere, ha una produttività elevata perché rimuovendo gli step intermedi e lavorando senza interruzioni arriva a 100 kg di preparato all'ora, quasi cinque volte di più rispetto alla produzione attuale. «Non c'è solo la sfida ingegneristica, ma un ritorno dell'investimento (il costo complessivo dalla fase di progettazione a quella di installazione ammonta a 10 milioni di euro, ndr), perché la macchina è molto più efficiente. In più, siamo molto più forti anche sul fronte dei data analytics e sul controllo totale del processo, dall'inizio alla fine. Un'assicurazione in più oggi non richiesta, che ci posiziona già in uno standard futuro» spiega Pietro Santoro, direttore Risorse umane di Janssen di Latina.

La tecnologia di continuous ma-

nufacturing esisteva già in alcuni mondi consumer, ma non nel farmaceutico. «Nel mondo molti ci stanno provando pochi ci sono riusciti» precisa Nico Sacco, ripercorrendo le tappe di questa innovazione sviluppata in collaborazione con la belga Gea e diverse università (di Genova, la belga Ghent e le americane Rutgers e Purdue). «Se vuoi avere la macchina da formula 1, devi avere anche il pilota in grado di guidare una tecnologia così complicata e innovativa. E per evitare che il gap di know how diventi un ostacolo, servono professionalità nuove e profili diversi, per questo abbiamo scambi continui con gli atenei, un buon esempio di collaborazione pubblico-privato. Scambi che si inseriscono anche nella strategia di avviare rapporti di collaborazione esterni virtuosi, che coinvolgono i protagonisti dell'innovazione nelle scienze della vita».

Janssen, oltre che a Latina, sta installando nel suo polo di Beerse in Belgio un continuous manufacturing di dimensioni più ridotte, dedicato ad attività di R&S, e uno stabilimento "gemello" in Cina, "copiando" sistemi, competenze e modelli produttivi. C'è da temere una concorrenza interna?

«Metà delle confezioni per fatturato totale di Johnson & Johnson sono prodotte qui - precisa Massimo Scaccabarozzi, ad e presidente di Janssen Italia - e con questa modalità di produzione siamo diventati il primo produttore europeo per quanto riguarda la farmaceutica, e in un'ottica futura possiamo attirare ulteriori produzioni rispetto ad altri centri produttivi. Questa nuova modalità ci permette infatti di ottenere

una massa critica con una produttività tale per cui possiamo avere costi accettabili rispetto ai paesi che pregiudizialmente vengono ritenuti più competitivi».

Negli ultimi quattro anni il sito italiano è stato riposizionato nel network J&J, riducendo i costi e aumentando la competitività dell'impianto, divenuto strategico e scelto dal Gruppo per la produzione mondiale di 100 brand specifici, prodotti innovativi ad alta specializzazione (oncologici, antivirali per infezione da Hiv e Hcv, sclerosi multipla) e per la produzione di medicinali Otc. Gli investimenti sono stati pari a 115 milioni di euro (2012-2017) e il piano ne prevede altri 60 da qui al 2021.

Lo stabilimento esporta in tutti e 5 i continenti e sui 37 miliardi di fatturato globale J&J, 8 miliardi provengono da farmaci prodotti a Latina. «La competizione nel mondo è alta, anche all'interno del network J&J, e avere un sito che ha la capacità di produrre compresse a un costo molto competitivo assicurando allo stesso tempo elevati livelli di qualità in minor tempo è una sfida per avere investimenti e crescita» commenta Nico Sacco, general manager polo Janssen di Latina. L'importanza complessiva del sito è dimostrata anche dal fatto che viene ispeziona-



to e visitato dalle autorità regolatorie di tutto il mondo, ben ogni due settimane. Aifa e Fda hanno già dato l'autorizzazione ed entro fine anno arriverà anche quella dell'autorità giapponese. E poi c'è il valore e l'economia del territorio. Quando si investe in innovazione, anche l'indotto ne beneficia. Per esempio, Modulgrafica, impresa locale di Andrea Coletta, da quando ha iniziato a lavorare con Janssen per i foglietti illustrativi e il materiale stampato è diventato anche fornitore internazionale per il Gruppo J&J e altre Big Pharma. Anche questo è network dell'innovazione.

E domani verrà inaugurato anche il nuovo impianto di GlaxoSmithKline per la produzione internazionale di un farmaco sperimentale innovativo contro l'Hiv (fostemsavir) nello stabilimento di San Polo di Torriale (Parma). Il nuovo impianto contribuirà a rafforzare ulteriormente la posizione del sito di San Polo come centro strategico mondiale del Gruppo Gsk e la presenza industriale del Gruppo in Italia, perché il farmaco prodotto sarà destinato ai pazienti di tutto il mondo. L'industria farmaceutica italiana, con 290 imprese, ha dunque un ruolo di driver per la crescita economica e la competitività del nostro paese. Che è diventato nel 2017 il primo produttore di farmaci in Europa, raggiungendo un valore della produzione pari a 31,2 miliardi di euro, scalzando nel 2017 la Germania, in testa fino all'anno precedente. Il boccone amaro della non assegnazione dell'Emu potrebbe in parte essere addolcito da questo primato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LE 7 ECCELLENZE TERRITORIALI ITALIANE

LOMBARDIA

BIOTECH VALLEY

2,7%

del Pil nazionale

È il valore aggiunto prodotto dalle imprese Life sciences lombarde (pari a oltre 45,8 miliardi di euro). Con un valore

della produzione di 63,4 miliardi di euro e 347.000 addetti, la filiera lombarda delle Scienze della vita contribuisce per il 31% alla produzione nazionale e occupa 1/5 dell'occupazione totale. Nel settore farmaceutico, è tra le prime regioni in Europa per il valore aggiunto pro-capite.

PIEMONTE

ECCELLENZA TRAPIANTI

40

organizzazioni

Quelle che costituiscono il Biondustry Park Silvano Fumero di Ivrea, specializzato nelle Life sciences. Nel 2017 il parco ha

fatturato 3,9 miliardi di euro con un utile di 150.000 euro, attirando investimenti esteri e grandi multinazionali. A Torino, l'Ospedale Molinette, secondo il registro mondiale dei trapianti della Università di Heidelberg, è tra i primi 5 centri di trapianto al mondo, al pari di centri come Cambridge e Dallas.

EMILIA-ROMAGNA

DISTRETTO BIOMEDICALE

300

imprese

Costituiscono il polo tecnologico collocato nell'area di Mirandola, un'eccellenza internazionale per quanto riguarda il biomedicale.

Tra grandi multinazionali e startup genera oltre un miliardo di euro di giro d'affari. A questo si aggiunge la Rete Alta Tecnologia dell'Emilia-Romagna, che oggi consta di 36 laboratori localizzati in 10 tecnopoli e aggregati in 6 piattaforme tematiche.

TOSCANA

HUB DEI VACCINI

19.000

addetti

La forza lavoro che assorbe il network di 320 aziende che genera oltre 8 miliardi di fatturato

LAZIO

DISTRETTO BIOSCIENZE

20

miliardi di euro

Il valore aggiunto prodotto dalla filiera della Life sciences laziale. È la prima regione per l'export farmaceutico: 8,9 miliardi.

PUGLIA

MEDICINA DI PRECISIONE

30

milioni di euro

L'investimento per la costituzione a Lecce del TecnoPolo TecnoMed per la medicina di precisione.

CAMPANIA

TECH TRANSFER PER IL SUD

23

milioni di euro

Stanziati dalla Regione per promuovere un bandosui Progetti di Tech transfer in campo oncologico.

Fonte: The European House-Ambrosetti





James Murdoch in pole per sostituire Musk al vertice della Tesla

NEW YORK

James Murdoch (foto), il figlio del magnate dei media Rupert, è il favorito per sostituire Elon Musk alla presidenza del consiglio di amministrazione di Tesla. Lo scrive il Financial Times, all'indomani delle dimissioni di James Murdoch dal board di Sky (l'operatore satellitare britannico di cui martedì Comcast ha preso il controllo completando l'acquisto della quota del 39% della 21st Century Fox dei Murdoch). L'addio di Musk dalla presidenza del cda di Tesla è previsto dal patteggiamento siglato a fine settembre con la Sec, l'autorità di Borsa Usa, raggiunto sui tweet controversi con cui lo stesso Musk - che di Tesla è anche Ceo - il 7 agosto parlò in modo «fuorviante» del delisting del gruppo. Musk sembra preferire Antonio Gracias, già membro del board, ma non sarebbe giudicato sufficientemente indipendente. Stando all'FT, Tesla sta cercando tra altri candidati esterni al gruppo e James Murdoch ha segnalato un interesse per la posizione in questione. Il giovane Murdoch ha già pianificato di lasciare l'incarico di Ceo di 21st Century Fox quando l'azienda completerà la cessione degli asset a Walt Disney.



TELECOM ITALIA +1,33%

Il titolo recupera quota 0,50 euro Banda ultralarga in 2.500 comuni

Telecom riesce a riagganciare la soglia psicologica dei 50 centesimi, che aveva perso da inizio mese, con l'ultimo prezzo a 0,5032 euro (+1,33%). Il consensus è ancora superiore a 80 centesimi, ma pochi mesi fa era superiore a 1 euro. Per gli analisti il bicchiere è mezzo vuoto o mezzo pieno. C'è chi ritiene che il titolo sia sottovalutato e chi pensa che la sottovalutazione sia destinata durare non fosse altro che per l'inasprita situazione concorrenziale sul mercato domestico e il caro frequenze che non aiuta. Almeno per una seduta, però, il braccio di ferro con i ribassisti è stato vinto dai "fondamentalisti". Dall'inizio dell'anno il titolo Telecom è stato tra i più massacrati del settore con un ribasso cumulato del 30%: peggio hanno fatto solo Iliad (-50%) e Vodafone (-35%). Sarà un caso, ma da qualche giorno non si registrano esternazioni tra azionisti. Intanto Telecom ha reso noto di aver raggiunto la copertura dell'80% del territorio nazionale con la banda ultralarga (velocità massima da 100 mega a 1 giga): 2.500 comuni e 19 milioni di abitazioni. L'Ftth è disponibile in 116 comuni per 2,9 milioni di abitazioni: attualmente sono 30 le grandi città cablate con la fibra integrale, ma l'obiettivo è di arrivare a quota 100 entro il 2020.

—A.OI.

Andamento del titolo



IN CAMPO RAI WAY E I-SQUARE**Telecom e Gedi vogliono cedere i multiplex Persidera entro la fine di ottobre**

(Montanari a pagina 11)

L'OBBIETTIVO È ARRIVARE A DEFINIRE LA TRATTATIVA IN ESCLUSIVA ENTRO OTTOBRE**Telecom accelera su Persidera***Il gruppo tlc e il socio di minoranza Gedi stanno valutando le offerte di ISquare, che mette sul piatto 250 milioni per l'asset, e di Rai Way, che però offre solo 200 milioni per l'infrastruttura*

DI ANDREA MONTANARI

Tra tutti i dossier aperti sul tavolo, quello relativo alla valorizzazione di Persidera può essere per Amos Genish il più facile, o meglio il meno complicato da definire. E così, secondo indiscrezioni di mercato, pare che Telecom Italia abbia tutta l'intenzione di accelerare sulla dismissione dell'asset infrastrutturale del quale controlla il 70%. Per questo motivo manager e consulenti dell'incumbent telefonico stanno cercando di trovare la soluzione per arrivare a definire il processo di dismissione entro fine mese. L'obiettivo di Telecom, quindi, è arrivare ad avviare la trattativa in esclusiva con una controparte proprio entro il 31 ottobre. Una linea di pensiero che pare essere condivisa anche dall'azionista di minoranza di Persidera, il gruppo Gedi (30%) pronto a uscire dal business dopo la dismissione delle attività televisive (ReteA), avvenute anni fa. In questo momento sul tavolo dei venditori e dei loro advisor, Barclays per conto di Telecom e Lazard per Gedi, ci sono le offerte del fondo americano ISquare e di Rai Way. Proposte vincolanti che però presentano caratteristiche differenti. Quella dell'investitore finanziario, che ha messo sul piatto una cifra vicina ai 250 milioni, riguarda l'intero perimetro di Persidera e, ovviamente, il 100% della società. Mentre la società infrastrutturale che fa riferimento alla tv di Stato, «sottoposto ai soci di Persidera un'offerta vincolante, soggetta a talune condizioni, per l'acquisizione dell'infrastruttura

di rete e delle relative attività di tale società», come emergeva da una nota diramata di recente. Nello specifico, la proposta di Rai Way, che ha un controvalore di 200 milioni riguarda esclusivamente l'infrastruttura della stessa Persidera. Questa opzione non permetterebbe quindi ai soci di liberarsi delle attività dell'azienda infrastrutturale. Ed è questo il nodo sul quale si stanno confrontando in vista della concessione dell'esclusiva. Ovviamente i valori di vendita sono lontani da quelli prospettati un tempo, quando si parlava di oltre 400 milioni. Oggi si ragiona, per l'appunto, su un enterprise value di 250 milioni per una società che ha chiuso il primo semestre con ricavi per 37,29 milioni e un utile di 6,5 milioni. Proporzionalmente, quindi, per Telecom si tratterebbe di un incasso di 175 milioni a fronte di un valore di carico della partecipazione di controllo (70%) di 137,6 milioni, mentre al gruppo Gedi andrebbe un assegno di 75 milioni, inferiore all'attuale valore di carico (102 milioni). Resta il fatto che comunque la volontà degli azionisti è quella di chiudere in fretta il dossier. Lo stesso Genish deve concentrarsi anche sullo scorporo della rete Telecom da conferire in una newco, la possibile cessione di Sparkle, la valorizzazione definitiva di Inwit (torri di trasmissione), all'interno del risikio di settore in atto e l'acquisto della brasiliana Nextel. Il tutto senza trascurare l'opportunità di trovare in futuro un accordo con Open Fiber, partecipata al 50% da Cdp, che a sua volta detiene il 4,93% della stessa Telecom. (riproduzione riservata)



Tim, Agcom valuterà scorporo della rete

di Eva Palumbo (MF-DowJones)

Entro fine anno l'Agcom avvierà «la consultazione con le imprese interessate al quarto ciclo di analisi dei mercati dei servizi di accesso all'ingrosso in postazione fissa» e nell'ambito dell'analisi valuterà «anche la proposta volontaria di Tim relativa alla separazione legale della rete di accesso e, in particolare, l'idoneità della società a migliorare le condizioni di concorrenza». Lo ha annunciato il presidente dell'authority delle tlc, Angelo Marcello Cardani, durante un'audizione al Senato, ricordando che «più recentemente allo scopo di rafforzare il principio di non discriminazione tra le prestazioni offerte da Tim Wholesale agli operatori alternativi e alla propria divisione retail, l'Autorità ha intrapreso le attività connesse all'operatività del nuovo modello di equivalence sulla rete di accesso». L'analisi, ha proseguito Cardani, «terrà conto dei futuri investimenti nella realizzazione delle infrastrutture e dello sviluppo del mercato dei servizi di accesso all'ingrosso e al dettaglio». Quanto agli sviluppi della tecnologia 5G e al rilascio delle relative frequenze, l'asta iniziata il 13 settembre e conclusasi il 2 ottobre è stata «un grande successo. L'introito raggiunto ha superato del 164% il valore delle offerte iniziali e del 130,5% la base d'asta. L'ammontare totale delle offerte per le bande messe a gara è di circa 6,5 miliardi di euro, superando di oltre 4 miliardi l'introito minimo fissato nella Legge di bilancio», ha precisato Cardani. Nell'ambito della gara per il 5G, nessuna offerta è stata fatta per i lotti 700 Mhz Sdl, pertanto i soggetti che ne abbiano manifestato l'interesse potranno partecipare alla fase di gara successiva, avviata da venerdì scorso. (riproduzione riservata)



BREVI

Tim Vision e Tim Games a Lucca Comics & Games 2018. Tim è main sponsor di Lucca Comics & Games 2018: dal 31 ottobre al 4 novembre contribuirà ad animare la città con numerose iniziative. I visitatori potranno ritrovarsi nella Tim Dome (ex Cavallerizza), teatro di molte attività.



Telefónica revoluciona sus ofertas para sacar más partido al fútbol

LANZA MOVISTAR FUSIÓN BASE/ La 'teleco' busca amortizar el aumento de los costes en el fútbol televisado entre una mayor base de clientes y aprovechar, además, el gran poder de fidelización de este contenido

Ofrece 'El Partidazo' en el nuevo Fusión Base, que rebajará la entrada del fútbol hasta los 65 euros

En el paquete de 95 euros el cliente podrá tener toda la Liga o El Partidazo más la Champions

Ignacio del Castillo. Madrid
Telefónica ha decidido aprovechar su control de los contenidos del fútbol en esta temporada para hacer más atractiva su oferta convergente Fusión, que integra servicios de banda ancha fija, líneas móviles y televisión de pago.

El operador modificará a partir de final de mes su oferta de Movistar Fusión, de forma que lanzará nuevas tarifas con diferentes paquetes de contenidos a los que existen ahora. Los paquetes antiguos se mantendrán aunque ya no podrán ser contratados por nuevos clientes, mientras que los usuarios podrán pasarse, si lo desean, a los nuevos.

Una de las novedades principales de este cambio en la configuración de los paquetes de Movistar Fusión es que la operadora va a rebajar sustancialmente el precio de entrada a los contenidos de fútbol televisado.

El fútbol, de 80 a 65 euros
Si ahora el coste inicial para acceder al fútbol se sitúa en Fusión Fútbol –que cuesta 20 euros con fibra de 100 megabits y 95 euros con fibra de 600 megabits– y ofrece acceso a 80 canales de TV de pago, 8 partidos de LaLiga por jornada y los encuentros de las competiciones europeas, a partir de la puesta en marcha

del nuevo portfolio de tarifas, previsto para finales de este mes de octubre, el punto de entrada de los partidos se situará en 65 euros.

Para ello, Movistar va a crear una nueva tarifa denominada Movistar Fusión Base, que será, en la práctica, muy semejante a la actual Fusión Series, que incluye los dos paquetes de series (así como los canales propios #Cero y #Vamos y la TDT) por 65 euros en el caso de una fibra con 100 megabits de velocidad y 77 euros cuando se trata de 600 megabits de velocidad. Esta nueva Fusión Base, que costará 65 euros para la versión de 100 megabits y 72 euros para la de 600 megabits, se diferencia fundamentalmente con Fusión Series en que incluirá *El Partidazo* y partidos de segunda división.

El Partidazo es el paquete más atractivo del fútbol de la Liga. Los clientes que lo incorporan sólo pueden ver un partido por jornada, pero se trata normalmente del mejor, ya que casi siempre se alternan los partidos del Real Madrid con los del FC Barcelona e incluye uno de los dos clásicos de la temporada (el enfrentamiento directo de Real Madrid y Barcelona). El problema para los seguidores de

Real Madrid o FC Barcelona es que para ver todas las jornadas a su equipo preferido deben disponer de todo el fútbol de la Liga, compuesto por *El Partidazo* y por el paquete de 8 partidos, que incluye siempre el partido del otro de los dos grandes de la Liga española.

Otra de las novedades que va a aplicar Movistar a su nuevo portolito de tarifas es una mayor flexibilidad, de forma que los clientes podrán escoger qué tipo de componentes de fútbol eligen para completar su oferta. Así, ahora mismo, en las dos versiones de Fusión Fútbol –que cuestan 80 euros en la versión de 100 megabits y 95 euros en la de 600 megabits– el cliente recibe 80 canales y el paquete de los 8 partidos de La Liga, además de las competiciones europeas (Champions League y Europa League). Sin embargo, a partir de la llegada de las nuevas tarifas, en esta versión se podrá escoger completar el paquete del *El Partidazo* con el paquete de los 8 partidos, con lo que se mantendrá acceso a toda La Liga sin cambio de precio, o por el contrario escoger *El Partidazo* más los de las competiciones europeas.

La idea de Telefónica es amortizar los costes crecientes del fútbol con una base de

clientes más amplia, tal y como hizo hace tres años, al incluir el paquete de 8 partidos de Liga en buena parte de las tarifas de Movistar Fusión.

Fidelización

Además, la operadora ha constatado consistentemente que cuanto más contenidos de fútbol tienen sus clientes, el nivel de *churn* –es decir, la tentación por cambiarse a otro operador– se reduce significativamente. De hecho, Telefónica ha declarado que sus clientes con TV de pago tienen un índice de cambio de operador un 25% inferior a los que no tienen ningún contenido de TV.

Telefónica contaba a finales de junio con 4,5 millones de clientes de diversas tarifas de Movistar Fusión. Actualmente, según una reciente presentación Telefónica, dispone en España de cuatro millones de clientes de televisión, que equivalen a aproximadamente 12 millones de usuarios de TV a través de Movistar+. Eso supone aproximadamente el 60% del mercado de la televisión de pago en España.

Telefónica rivoluziona le proprie offerte per ottenere il massimo dal calcio



La Llave

Telefónica amplía el contenido del fútbol entre sus clientes

Telefónica tiene previsto bajar el nivel de entrada de su oferta de fútbol televisado, mediante una reordenación de sus tarifas, que entrará en vigor a finales de octubre. Si hasta ahora para ver fútbol en Movistar+ el cliente tenía que contratar un paquete de al menos 80 euros, con el que accedía al paquete de 8 partidos por jornada, con la reordenación estará disponible en una nueva tarifa, Fusión Base, que ofrecerá las series y El Partidazo. La oferta no es completa, puesto que se trata sólo de un partido por jornada, pero suele ser el más interesante, con el incentivo de que ofrece casi siempre al Real Madrid o al FC Barcelona. Las dos razones fundamentales esta decisión es que, en primer lugar, ante el aumento del coste de los contenidos, se trata de disponer de una base más amplia de clientes para amortizar su coste. Pero igualmente, la operadora pretende aprovechar el fuerte impacto fidelizador que tienen los contenidos audiovisuales para los clientes de telecomunicaciones. Algunas estimaciones señalan



que los clientes que disponen de todo el contenido completo de televisión –incluyendo aquí todo el fútbol, español y europeo– tienen un *churn* –nivel de bajas sobre la base de clientes– de menos del 10% anual, lo que supone casi la mitad del nivel que experimentan los clientes que no cuentan con el fútbol como gancho. Una razón de peso para salpimentar con este deporte zonas más amplias de la base de clientes.

Telefónica amplia i contenuti del calcio fra i suoi clienti

