

Rassegna del 16/02/2018

| | | | |
|----------------------------|--|-----------------------------|-----------|
| Corriere della Sera | 18 Fascicolo dell'Antitrust sulle bollette a 28 giorni - Le bollette a 28 giorni Indagine dell'Antitrust | <i>Sacchettoni Ilaria</i> | 1 |
| Sole 24 Ore | 12 Tlc, fatture a 28 giorni: faro Antitrust su compagnie - Bollette a 28 giorni, indagine Antitrust - Fatturazioni a 28 giorni, operatori tlc nel mirino | <i>Biondi Andrea</i> | 2 |
| Corriere della Sera | 13 Allarme di Fbi e Cia: «No agli smartphone cinesi Ci possono spiare» - Smartphone cinesi al bando? Fbi e Cia: «Possono spiarci» | <i>Gaggi Massimo</i> | 4 |
| Sole 24 Ore | 7 L'intelligence Usa dichiara guerra agli smartphone cinesi | <i>Valsania Marco</i> | 6 |
| Mattino | 11 Cellulari costruiti in Oriente allarme spie anche in Italia | <i>Di Giacomo Valentino</i> | 7 |
| Sole 24 Ore | 12 Media. Nielsen Raccolta adv stabile con Google e Facebook | <i>A.Bio.</i> | 9 |
| Mf | 15 Spot 2017, l'anno nero della Rai Vola invece la raccolta pubblicitaria di Google e Facebook - Pubblicità, l'anno nero della Rai | <i>Montanari Andrea</i> | 10 |
| Sole 24 Ore | 20 Da Google obbligo dati all'Agcom | <i>Negri Giovanni</i> | 12 |
| Italia Oggi | 19 Google deve comunicare i ricavi | <i>Livi Marco</i> | 13 |
| Mf | 6 Thiel lascia la Silicon Valley: troppo ideologizzata | <i>Bussi Marcello</i> | 14 |
| Mf | 22 Maersk affronta Amazon | <i>Capuzzo Nicola</i> | 15 |
| Sole 24 Ore | 23 Amazon diventa anche banca: alleanza con BofA sui prestiti | <i>Valsania Marco</i> | 16 |
| Italia Oggi | 17 L'Auditel fa 30 anni ed è connessa | <i>Plazzotta Claudio</i> | 17 |
| Mf | 15 Auditel: focus sui device digitali | <i>Corvi Ester</i> | 19 |
| Repubblica | 22 Fastweb contro Open Fiber: troppi ritardi | <i>Longo Alessandro</i> | 20 |
| Sole 24 Ore | 25 Vivendi e il «nodo» del trust su Mediaset | <i>Filippetti Simone</i> | 21 |
| Sole 24 Ore | 25 Parterre - Piano nuovo, squadra nuova In Tim continua il ricambio | <i>A.Ol.</i> | 22 |
| Sole 24 Ore | 25 Universal music traina i conti di Vivendi | <i>Olivieri Antonella</i> | 23 |
| Sole 24 Ore | 25 Denaro&lettera - Gedi: -3,74% Pochi in gara su Persidera, per i soci l'incasso sarà più basso | <i>...</i> | 24 |

LE AZIENDE: NOI IN REGOLA

Fascicolo dell'Antitrust sulle bollette a 28 giorni

di **Ilaria Sacchettoni**

Il caso delle bollette a 28 giorni anziché a un mese. Il nucleo speciale Antitrust della Finanza ha acquisito la documentazione relativa alle variazioni contrattuali comunicate ai clienti dagli

operatori telefonici. L'ipotesi è che, a partire dal 2015, Fastweb, Telecom, Vodafone e Wind Tre si siano accordate per introdurre la bolletta a 28 giorni anziché a un mese.

a pagina 18

Le bollette a 28 giorni Indagine dell'Antitrust

Ispezione della Finanza sulle compagnie telefoniche Tim, Fastweb, Vodafone e Wind: regole rispettate

ROMA L'Antitrust indaga sulle compagnie telefoniche. L'ipotesi è che, a partire dal 2015, Tim, Vodafone e Wind Tre si siano accordate tra loro per introdurre la bolletta da 28 giorni anziché da un mese (poi l'adottò pure Fastweb). L'intesa avrebbe, di fatto, lasciato la platea di clienti senza alternativa (se tutti praticano in simultanea la bolletta a 28 giorni la scelta sfuma) violando così le norme sulla concorrenza. Ieri il nucleo speciale Antitrust della Finanza ha acquisito la documentazione relativa alle variazioni contrattuali comunicate ai clienti dagli operatori telefonici.

È l'inizio di un approfondimento che si concluderà entro il 31 marzo e che potrebbe sfociare in una clamorosa sanzione nei confronti degli operatori. Per legge, va ricordato, la multa può arrivare fino al 10 per cento del fatturato aziendale. Ma non è l'unico rischio. Una volta partite le indagini, sulla base anche del protocollo siglato con le Procure di Roma e Milano, l'Antitrust potrebbe trasmettere gli atti alla magistratura penale. Evidentemente è presto per stabilirlo ma se davvero si fosse verificata un'intesa occulta fra titolari delle compagnie telefoniche si potrebbe procedere per il reato di truffa.

«È possibile ipotizzare — si legge nella delibera dell'Antitrust che dà il via agli approfondimenti — un'intesa re-

strittiva della concorrenza volta a determinare la variazione delle condizioni contrattuali dei servizi al dettaglio di comunicazione fissi e mobili e a restringere la possibilità dei clienti-consumatori di beneficiare del corretto confronto concorrenziale».

I finanziari hanno portato via documentazione anche dalla sede di Assotelecomunicazioni, l'associazione di categoria che, dentro Confindustria, rappresenta gli esercenti della telecomunicazione e che potrebbe aver favorito il presunto cartello.

Secondo la delibera dell'Antitrust la bolletta a 28 giorni violerebbe gli accordi fra consumatori e compagnie sottoscritti al momento del contratto: «Peraltro, almeno nella maggioranza dei casi — si legge nella delibera — ciò sarebbe accaduto senza procedere a un incremento dei relativi servizi erogati, comportando quindi un aumento del prezzo unitario del servizio». Come dire che la fattura a 28 giorni configurerebbe un aumento surrettizio delle tariffe. Quanto all'intesa fra operatori, risponderebbe all'esigenza di limitare «il rischio di fuoriuscita dei propri clienti verso i principali concorrenti in un momento di choc esogeno del mercato».

Lo scorso ottobre, va ricordato, era stato introdotto dal legislatore l'obbligo di fatturare a un mese che aveva impo-

sto uno stop alle novità. L'iniziativa dell'Antitrust prende il via da una serie di esposti dei consumatori. Replica la Telecom: «Siamo estranei a qualsiasi comportamento anticoncorrenziale. Abbiamo sempre garantito la massima collaborazione con le autorità». Su questa falsariga si muove anche la difesa di Fastweb, che spiega come la compagnia «si è trovata a doversi adeguare a quello che era diventato uno standard di mercato, anche alla luce del sostanziale assenso da parte delle autorità competenti alle manovre degli altri operatori. Ribadiamo la nostra totale estraneità a pratiche collusive, ci siamo adeguati alla legge». Quanto a Wind Tre, la società ribadisce la propria «estraneità a pratiche anticoncorrenziali», mentre Vodafone dice: «Siamo convinti della correttezza del nostro operato e siamo pronti a collaborare con le autorità». Massima disponibilità a collaborare con le autorità nell'ambito della procedura viene assicurata anche da Assotelecomunicazioni.

Ilaria Sacchettoni

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Tlc, fatture a 28 giorni: faro Antitrust su compagnie

L'Autorità per la concorrenza ha aperto un'istruttoria per verificare se Tim, Vodafone, Fastweb, Wind Tre e Assotelecomunicazioni-Asstel abbiano coordinato strategie commerciali per la fatturazione a 28 giorni. Ieri la Gdf ha eseguito perquisizioni negli uffici delle società coinvolte. ► pagina 12

TELEFONIA

Bollette a 28 giorni, indagine Antitrust

Andrea Biondi ► pagina 12

Telefonia. Ispezione dell'Agcm nelle sedi Tim, Vodafone, Fastweb, Wind Tre e Asstel

Fatturazioni a 28 giorni, operatori tlc nel mirino

Istruttoria Antitrust per restrizione della concorrenza

LA MULTA

Le compagnie rischiano una sanzione che può arrivare al 10% del fatturato

Reazioni positive dalle associazioni dei consumatori
Andrea Biondi

■ L'ipotesi dell'Antitrust è quella che Tim, Vodafone, Fastweb e Wind Tre possano aver fatto cartello: un «supposto coordinamento» che «sarebbe finalizzato a preservare l'aumento dei prezzi delle tariffe determinato dalla iniziale modifica della periodicità del rinnovo delle offerte da mensile a quattro settimane». Insomma, per l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, fra i 4 big delle tlc potrebbe esserci stata un'intesa restrittiva della concorrenza, visto che nel ritorno alla fatturazione mensile (come prescritto da una norma di fine 2017)

tutti hanno deciso di mantenere il costo annuale che in questo passaggio era aumentato dell'8,6 per cento. E con «una comunicazione dall'identico contenuto».

L'ipotesi è pesante e in ballo c'è una sanzione che può arrivare al 10% del fatturato. Di certo si aggiunge un altro capitolo spinoso in questa vicenda che vede coinvolti i 4 principali operatori del mercato italiano delle tlc. L'Authority ha ora avviato un provvedimento istruttorio per accertare se le quattro società, insieme con l'associazione di categoria Assotelecomunicazioni-Asstel, abbiano «in violazione dell'art. 101 del Tfu coordinato la propria strategia commerciale», a seguito dell'introduzione di nuovi obblighi regolamentari e normativi.

La comunicazione dell'Autorità ieri sera è stata preceduta da ispezioni da parte dei funzionari

dell'Agcm con l'ausilio del Nucleo speciale Antitrust della Guardia di Finanza. Il procedimento si concluderà entro il 31 marzo 2019.

Gli operatori respingono ogni addebito. Tim «esclude categoricamente che ci sia stato qualsiasi coordinamento della propria strategia commerciale con altri operatori anche in merito alle modalità e alle tempistiche di ottemperanza alla legge 172/2017 che, peraltro, impone a tutto il mercato



di adottare, entro il 5 aprile 2018, la cadenza di fatturazione mensile per i servizi di rete fissa e mobile». Wind Tre dichiara di aver «fornito, con la massima collaborazione, tutte le informazioni richieste. L'azienda conferma di aver pienamente rispettato le disposizioni di legge e di essere estranea a qualunque pratica anticoncorrenziale». Vodafone si è detta «convinta della correttezza del proprio operato e sta collaborando attivamente con l'Autorità» e Asstel parla di «massima collaborazione alle autorità, nella consapevolezza di essere estranea a qualunque pratica anticoncorrenziale». Fastweb dal canto suo, pur affermando che «collaborerà come ha sempre fatto con l'Autorità», ha invece evidenziato «come Agcom avesse segnalato ad Agcm già nel 2015 una possibile intesa fra operatori Tim, Vodafone e Wind» ma che «Agcm non rilevò nessuna criticità». Ricostruzione importante visto che «a febbraio 2017 Fastweb si è trovata a doversi adeguare, due anni dopo».

Soddisfazione, di converso, è stata espressa dalle associazioni dei consumatori per un'istruttoria che rappresenta un ulteriore grattacapo per le compagnie in una vicenda che prende avvio dal 2015. Allora - ricostruisce l'Agcm - Tim, Vodafone e Wind decidono di modificare il periodo di rinnovo delle offerte ricaricabili per la telefonia mobile portandolo da cadenza mensile a 28 giorni. Successivamente si passa alla telefo-

nia fissa e si adegua anche Fastweb. Il primo intervento sul tema è di Agcom nel marzo 2017 con la delibera 121 in cui viene stabilita l'obbligatorietà della fatturazione mensile per i servizi sul fisso e ibridi (salvo il mobile), imponendo di adeguarsi entro 90 giorni. Obbligo andato a vuoto anche perché nel frattempo gli operatori fanno ricorso al Tar. A dicembre Agcom interviene nuovamente, multando per 1,16 milioni ciascuno i 4 operatori e prescrivendo un rimborso per i clienti nella prima bolletta tornata mensile. A fine 2017 si muove anche il Parlamento con il decreto fiscale (148/2017 convertito con legge 172/2017) che ha obbligato alla fatturazione su base mensile - a partire da aprile - nelle tlc, ma anche per le pay tv. Siamo così ai giorni scorsi, quando il Tar boccia il ricorso delle telco e di Asstel contro la delibera Agcom di marzo 2017, ma "congelando" fino a fine ottobre (per il giudizio di merito) i rimborsi automatici in bolletta che alle compagnie costerebbero centinaia di milioni.

Teri il provvedimento Antitrust in cui si fa espresso riferimento a un possibile «concerto di strategie commerciali» con gli aumenti scattati per tutti. A ogni modo, si legge in un comunicato dell'Agcm non si esclude «la possibilità che l'intesa fra operatori telefonici abbia una durata e una portata più ampia e risalga all'introduzione stessa della cadenza delle quattro settimane di rinnovi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I NUMERI

28 giorni

La fatturazione «accorciata»

La vicenda nasce con la decisione delle Telco di ridurre il periodo di fatturazione a 28 giorni, rispetto alla durata canonica di un mese, come avveniva in precedenza

+8,6%

L'aumento in bolletta

Di fatto, la riduzione del periodo di fatturazione si traduceva in un aumento di quasi nove punti percentuali. Quando a seguito delle proteste delle associazioni dei consumatori l'intervento dell'Autorità ha disposto il ritorno al periodo di fatturazione normale, le compagnie di telecomunicazioni hanno comunque annunciato di voler mantenere in vigore l'aumento dell'8,6%

10%

Quota sanzione su fatturato

La vicenda ha portato l'Autorità garante della concorrenza e del mercato a ipotizzare che tra le Telco coinvolte in Italia possa esserci stata un'intesa restrittiva della concorrenza. Ipotesi che nasce proprio dalla decisione delle compagnie di Tlc di mantenere in vigore l'aumento. Si tratta di un'ipotesi pesante perché prevede una sanzione che può arrivare fino al 10% del fatturato

Sicurezza

Allarme di Fbi e Cia:

«No agli smartphone cinesi
Ci possono spiare»di **Massimo Gaggi**
a pagina 13

Smartphone cinesi al bando? Fbi e Cia: «Possono spiarcì»

L'intelligence: studenti e docenti di Pechino lavorano contro di noi

329

329 mila
gli studenti
della
Repubblica
popolare
cinese che
frequentano le
università
americane

Stati Uniti

di **Massimo Gaggi**

Il più straordinario spot commerciale (negativo) al quale un'azienda può essere esposta: l'altro giorno, durante un hearing al Congresso trasmesso in diretta tv, il senatore repubblicano Tom Cotton ha chiesto ai capi dei servizi segreti e di quelli investigativi americani (Cia, Fbi, Nsa e National Intelligence) se qualcuno di loro ha mai pensato di usare o di suggerire a qualche americano di acquistare un telefonino (o altro strumento tecnologico) della Huawei o della ZTE. Nessuno ha alzato la mano.

Non solo un invito agli americani a non acquistare i prodotti di questi due ditte: il capo dell'Fbi, Chris Wray, è andato molto più in là affermando che i due giganti digitali cinesi hanno rapporti molto stretti col governo di Pechino. E ha aggiunto che le aziende di telecomunicazioni, ma anche i cinesi inseriti nel mondo accademico Usa, studenti e professori, vengono usati dal regime di Xi Jinping per sottrarre segreti e tecnologia americana. Con l'obiettivo «di usurpare il ruolo

degli Stati Uniti come potenza dominante del Pianeta», come ha detto anche il capo della National Intelligence (il coordinamento dei servizi segreti), Dan Coats che ha spalleggiato Wray, rincarando addirittura la dose.

Nonostante un recente viaggio di Trump a Pechino e il dialogo mai interrotto tra i leader delle due potenze, le relazioni tra Cina e Stati Uniti sono in caduta libera da mesi con Washington che considera il gigante asiatico il mandante di gravi episodi di spionaggio industriale e di attacchi cibernetici. Già un mese fa, l'8 gennaio, l'accordo del leader Usa della telefonia, l'AT&T, per vendere in America il Mate 10 Pro, la risposta di Huawei, terzo produttore mondiale di cellulari, agli iPhone 8 e X, saltò all'improvviso, alla vigilia dell'annuncio.

Aziende cinesi sotto choc: lo stop fu provocato da una lettera inviata da alcuni leader di Camera e Senato alla FCC, l'autorità federale delle comunicazioni, per chiedere di frenare la diffusione di prodotti attraverso i quali potrebbero passare azioni di spionaggi cinesi in America. Da allora Huawei ha iniziato una campagna per cercare di convincere governo e opinione pubblica Usa che loro sono una società commerciale come tante altre, non una centrale di spionaggio: «Operiamo in 170 Paesi e nessuno sospetta di noi».

Ma negli Usa è diverso: l'America si sente sotto attacco e il capo dell'Fbi due giorni fa ha ampliato la platea dei sospettati di essere protagonisti o complici di una sistematica sottrazione di tecnologia: non

solo le imprese di telecomunicazione, ma anche tutte quelle che hanno stretto joint venture con società americane e, addirittura, il mondo accademico.

I parlamentari che hanno chiesto al capo dei «federali» se sospetta di docenti o studenti di computer science si sono sentiti rispondere che azioni per aiutare la Cina a scavalcare gli Usa come superpotenza vengono attuate nelle università grandi e piccole e in tutte le discipline accademiche. Se non una criminalizzazione generalizzata, il mandato del sospetto è stato gettato su tutti i 329 mila studenti cinesi che frequentano gli atenei americani e su migliaia di professori. Wray ha fatto notare che il numero di questi studenti è quintuplicato negli ultimi 10 anni e che le università, affamate di dollari, li accolgono a braccia aperte.

Anche perché i cinesi, in genere, pagano la retta intera senza chiedere sconti né borse di studio. Il governo di Pechino cerca di sdrammatizzare: «Siete e resterete leader, non dovete temerci. Non avete motivo di sentirvi insicuri e, comunque, la sicurezza assoluta non esiste». Ma difficilmente la morsa del diffidenza si allenterà, tanto più che stavolta anche i democratici, pur con reazioni meno aggressive, condividono i timori di Trump e dei repubblicani.



**Udienza**

Il direttore dell'Fbi, Chris Wray, 51 anni, a sinistra, con il capo della National Intelligence Dan Coats, 74, in Senato per un'udienza sui «rischi globali». I vertici delle agenzie di contro spionaggio Usa temono i rischi di una Cina «aggressiva»

Tra sicurezza e protezionismo. Allarme degli 007 in Congresso

L'intelligence Usa dichiara guerra agli smartphone cinesi

LA RISPOSTA DELLE AZIENDE

Huawei: «Operiamo in 170 Paesi dove esiste un rapporto di fiducia con governi e consumatori». ZTE: «Rispettiamo le leggi Usa»

Marco Valsania

NEW YORK

■ L'intelligence americana dichiara guerra alle grandi aziende cinesi Huawei e ZTE. I vertici dei servizi segreti degli Stati Uniti hanno invitato gli americani a boicottare di fatto gli smartphone e altri prodotti dei colossi hi-tech di Pechino perché rappresentano una minaccia alla sicurezza.

Cia, Fbi e Nsa - l'agenzia specializzata nella sorveglianza elettronica - hanno lanciato all'unisono l'allarme dal palco di audizioni annuali al Congresso. I capi delle agenzie hanno risposto a una domanda diretta del senatore repubblicano Tom Cotton, autore d'una proposta di legge che vieterebbe contratti federali con qualunque azienda ricorra alle tecnologie delle due società cinesi. Alla domanda se l'intelligence raccomanda acquisti dai due concorrenti dell'americana Apple, tutti e tre hanno risposto negativamente. Il direttore dell'Fbi, Christopher Wray, ha spiegato le ragioni: il rischio è che società «fedeli a governi stranieri» possano entrare nel sistema di tlc Usa, spina dorsale dell'economia e della sicurezza nazionale. Wray è stato ancora più esplicito: lo spettro è «fornire la capacità di modificare o rubare informazioni» per «condurre attività di spionaggio senza essere scoperti».

Huawei ha già avuto screzi con il governo americano: in gennaio

contatti tra la società cinese e la AT&T per la vendita di cellulari si sono bruscamente interrotti. Subito dopo Verizon ha annunciato che non toccherà i cellulari Huawei, citando le preoccupazioni di Washington. La sua promozione di tecnologie di networking ad alcuni enti federali è stata inoltre vietata fin dagli anni scorsi. E un rapporto congressuale del 2012 affermava che le due aziende cinesi devono essere «trattate con sospetto», accusa allora respinta seccamente da Huawei come «infondata».

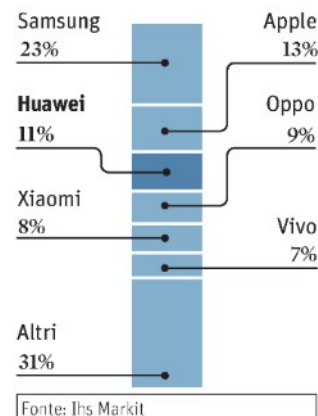
Le aziende hanno risposto ieri negando di presentare una minaccia. Huawei ha evidenziato la sua robusta posizione di mercato fuori dagli Usa. In nazioni dell'Europa centrale e orientale i suoi prodotti sono più popolari di quelli di Apple. «Operiamo in 170 Paesi dove esiste un rapporto di fiducia con governi e consumatori. Non poniamo rischi di cybersecurity maggiori di altri gruppi». Huawei ha precisato di non aver mai ricevuto «richieste di accesso alle proprie tecnologie, o di consegnare dati o informazioni su individui o organizzazioni ad alcun governo o a sue agenzie». ZTE ha sottolineato che i suoi smartphone contengono processori e altre componenti prodotte negli Usa. «Come società quotata siamo impegnati a rispettare tutte le leggi e regole degli Stati Uniti», ha fatto sapere.

L'offensiva Usa potrebbe sferrare nuovi colpi alle complesse relazioni tra l'amministrazione Trump e Pechino, segnate da sforzi di dialogo politico sulla crisi coreana ma anche da tensioni commerciali e accuse di protezionismo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Huawei terzo produttore

Quote nel mercato mondiale degli smartphone. In % del totale



La sicurezza

Cellulari costruiti in Oriente allarme spie anche in Italia

Usa in trincea, senza esito un dossier dei nostri 007

La replica

Il colosso orientale: attività del governo finalizzate a influenzare il mercato

Le misure

In Inghilterra un comitato valuta il codice sorgente prima delle vendite

I servizi segreti

Esposito (Copasir) già nel 2015 telefoni collegati ai server

Conversazioni, audio e video ma anche il traffico internet potrebbe essere intercettato

Valentino Di Giacomo

«Non comprate smartphone cinesi perché potreste essere spiati»: è l'allarme lanciato ieri dagli 007 americani. I cellulari cinesi - secondo le informazioni a disposizione dell'intelligence statunitense - sarebbero utilizzati come strumenti per intercettare telefonate, messaggi, audio, video e traffico internet. Sotto accusa sono finite le due maggiori aziende cinesi: Huawei e Zte. L'accusa verso i colossi orientali è stata lanciata da Cia e Fbi soltanto ieri, ma del potenziale rischio ne sono a conoscenza da anni anche i Servizi segreti italiani. Un allarme che apre un enorme interrogativo sulle capacità del nostro Paese nel sapersi cautelare dalle attività di spionaggio e hackeraggio.

Intanto da Pechino non si è fatta attendere la replica di Huawei che ha giustificato l'attacco ricevuto con la volontà degli americani di indebolire l'espansione commerciale della multinazionale cinese. «La Huawei è consapevole di una serie di attività del governo degli Stati Uniti che sembrano destinate ad inibire il business della società sul mercato americano e - hanno scritto dall'azienda - siamo certi di godere della fiducia di governi e clienti in 170 Paesi in tutto il mondo».

Eppure del pericolo di spionaggio cinese, non solo attraverso gli smartphone Made in China, se ne parla da tempo anche in Italia. «Esistono informazioni - spiegò il vicepresidente del Copasir, Giuseppe Esposito, in un'intervista rilasciata già nel 2015 - che alcuni cellulari di marca cinese siano utilizzati per fare attività di spionaggio, peggio ancora funziona con router e server al punto che diversi Paesi del Nord Europa, Israele e Usa, hanno proibito la partecipazione a gare pubbliche a queste società». Non funziona così in Italia dove invece le gare d'appalto per le telecomunicazioni sono aperte a tutti gli operatori anche extraeuropei, nonostante il pericolo del Grande Fratello cibernetico sia conosciuto ormai da molto tempo. Gli smartphone sono in pericolo, ma il vero problema è rappresentato dalle infrastrutture critiche del Paese che adoperano tecnologie cinesi potenzialmente utilizzabili da Pechino per fare attività di spionaggio. Un dossier finito già da alcuni mesi sul tavolo del ministro dello Sviluppo Economico, Carlo Calenda, intenzionato ad apportare delle contromisure. Al momento gli operatori di telecomunicazione operanti in Italia si avvalgono in gran parte di tecnologie extraeuropee a differenza di quanto avviene all'estero.

Basti pensare che nel Regno Unito, prima di consentire la commercializzazione alla British Telecom di apparati Huawei, è stato costituito un apposito comitato e un laboratorio di valutazione per ispezionare i cosiddetti «codici sorgenti» e realizzare software verificati per l'utilizzo delle tecnologie cinesi. Anche i Servizi inglesi avevano infatti segnalato

l'influenza governativa cinese verso le due aziende nazionali. Negli Usa da tempo i due maggiori operatori di telecomunicazione, At&T e Verizon, hanno abbandonato le tecnologie Huawei. Allarmi inascoltati nel nostro Paese dove le reti 4G e 5G viaggiano per gran parte su strumentazioni made in China. Proprio all'inizio di febbraio, il comune di Roma ha siglato una partnership con Zte per lo sviluppo della rete 5G. Ciò avviene nonostante gli allarmi diffusi da anni dai Servizi di sicurezza internazionali nei propri dossier ritenendo la Cina un paese molto aggressivo nello spionaggio e nella cyber-intelligence, un atteggiamento che è parte integrante della propria dottrina militare. I cinesi - secondo i report degli 007 - utilizzerebbero la propria strategia commerciale a prezzi ribassati rispetto alla concorrenza proprio per penetrare nei mercati europei e appropriarsi di informazioni sensibili.

E se al momento il governo non ha regolato in maniera efficace le proprie infrastrutture critiche per difendersi dal possibile spionaggio cinese, non va assolutamente meglio con i russi: esattamente un anno fa proprio «Il Mattino» diffuse in esclusiva i documenti hackerati al Ministero degli Esteri. I server della Farnesina si avvalevano di software rus-



si per impedire agli hacker di penetrare nel proprio sistema e ancora oggi sia la Farnesina che la maggior parte dei ministeri italiani utilizza gli anti-virus della russa Kaspersky. Fino al 2020 il ministero dell'Interno avrà protezione dalla Kaspersky, così i Carabinieri, la Guardia di Finanza, il Comando C4 della Difesa, l'Aeronautica e la Marina. Ciò avviene nonostante le intelligence americane abbia messo in guardia più volte gli Stati alleati dei rapporti opachi - sempre smentiti da Kaspersky - tra la multinazionale russa e il Cremlino. Come se non bastasse anche Terna, la rete elettrica nazionale, usa tecnologie Kaspersky.

Ovviamente anche le denunce dell'ex agente della Cia, Edward Snowden, sulle operazioni di spionaggio poste in essere dagli 007 americani attraverso strumentazioni di società statunitensi obbliga l'Italia a prestare massima attenzione su ogni genere di tecnologia prodotta all'estero. Pur se con ritardo, almeno le infrastrutture critiche andrebbero messe al sicuro affidandosi al Made in Italy. È uno dei motivi per cui - dopo l'inchiesta del «Mattino» - il governo decise di affidare il tema della cybersecurity direttamente ai nostri Servizi segreti.

Quanto allo spionaggio dei cellulari non deve meravigliare che alcuni governi intendano spiare il traffico telefonico di semplici cittadini. Negli aeroporti di molti Paesi, ad esempio, le colonnine per ricaricare il cellulare sono utilizzate da diversi Servizi segreti - anche se spesso con scopi di antiterrorismo - per esfiltrare tutti i dati attraverso la porta Usb, senza che l'utente se ne possa accorgere, mentre il telefono è lasciato in carica. I tempi del Grande Fratello non sembrano conoscere la privacy.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I paesi

Clienti Huawei

Smartphone cinesi sono utilizzati in oltre 170 paesi in tutto il mondo, anche in Italia e negli Stati Uniti dove è stato lanciato l'allarme



Gli aeroporti

L'antiterrorismo

Le colonnine per ricaricare la batteria del telefono sono utilizzate da diversi Servizi segreti per verificare i dati attraverso la porta Usb



L'anti-virus

In Italia

Oltre la metà dei ministeri ancora utilizza la protezione della società russa Kaspersky, nonostante i report e i dubbi sollevati dall'intelligence Usa



Intercettazioni Smartphone spiati illegamente: l'allarme sui rischi potenziali è lanciato dagli Stati Uniti

Media. Nielsen

Raccolta adv stabile con Google e Facebook

■ La maggior parte della torta è ancora attribuibile alla tv che sul mercato pubblicitario a fine 2017 pesava per il 45,8%. Ma si tratta di una quota in discesa (46,7% a fine 2016), mentre al contrario il digital avanza: 29,8% contro il 27,7% di fine 2016. Se messi in termini di vincitori e vinti, non c'è dubbio che i dati Nielsen sul mercato pubblicitario abbiano messo sul podio i giganti del web. Con Google e Facebook il dato è stabile (+0,4% a 8,25 miliardi); senza si vaa -2,1% (6,25 miliardi). Stando dunque alle stime Nielsen, a Google-Youtube e Facebook sarebbero attribuibili intorno agli 1,7 miliardi di raccolta.

Relativamente ai singoli mezzi, male la stampa (-7,7% i quotidiani e -6,2% i magazine nell'anno) mentre la radio è in crescita (+5,4% nei 12 mesi). Riguardo al web, la raccolta dell'intero universo cresce del 7,7% rispetto al 2016 (+1,7% se si escludono il search e il social). Per la Tv, infine, il 2017 si è concluso a -1,6% (+4,8% dicembre). Secondo le elaborazioni sui dati Nielsen Mediaset ha chiuso a -0,8% a 2,1 miliardi; Rai, penalizzata dal confronto con l'anno di Euro 2016, ha chiuso a -8,1% a 733 milioni; Sky, che anche ha risentito del confronto, ha chiuso a +0,4% a 487 milioni; Discovery a +9,6% a 257 milioni e La7 a -2,3% a 153,4 milioni.

A. Bio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Spot 2017, l'anno nero della Rai

Volava invece la raccolta pubblicitaria di Google e Facebook

**Montanari
a pagina 15**

SENZA I GRANDI EVENTI SPORTIVI LA TV DI STATO HA RACCOLTO 733 MLN, -8% RISPETTO AL 2016

Pubblicità, l'anno nero della Rai

Tiene Mediaset anche se con saldo negativo, giù invece La7. Cresce di poco Sky e vola Discovery. Intanto decollano Google-Youtube e Facebook, che pesano per 1,65 miliardi. Il mercato ne vale 6,2

DI ANDREA MONTANARI

Senza eventi di grande richiamo, come gli Europei di calcio e le Olimpiadi, era chiaro che per la Rai il 2017 sarebbe stato un anno negativo. Nel frattempo la tv di Stato ha perso il responsabile della concessionaria di pubblicità, Fabrizio Piscopo e ancora un sostituto non è stato trovato. Anche perché con l'avvicinarsi della scadenza elettorale del 4 marzo la governance potrebbe venire rivoluzionata. Così Viale Mazzini ha archiviato lo scorso anno con una raccolta di 733,2 milioni, in calo dell'8,1% (-8% nel mese di dicembre con una raccolta di 59 milioni) rispetto al 2016 e in flessione rispetto anche al 2015 (751,1 milioni), anno senza manifestazioni sportive di richiamo. Se si va a ritroso nel tempo emerge come il dato relativo allo scorso anno sia il peggiore almeno dal 2010 (raccolta di 1,168 miliardi). Un flop da prendere con le molle se è vero che la tv pubblica aveva chiuso il primo semestre 2017 con una perdita di 2,2 milioni. Ma in un'annata che è stata negativa per quasi tutto il mercato, che si è chiuso con investimenti di 6,2 miliardi (-2,1% rispetto al 2016), anche Mediaset, secondo le elaborazioni effettuate da *MF-Milano Finanza*, ha registrato una leggera flessione. Il gruppo di Cologno Monzese, leader del settore (quota di mercato del 34,33%), ha incamerato spot per 2,15 miliardi (-0,8%) anche gra-

zie al +6% di dicembre. Il 2017 è stato un anno difficile anche per la La7 di Urbano Cairo che ha incassato 153,4 milioni, il 2,3% in meno rispetto al 2016, anche per il -10% registrato nel solo mese di dicembre. Si è salvata in corner, grazie al gran balzo (quasi 53 milioni per un solido +20%) dell'ultimo mese dell'anno, Sky Italia, che ha chiuso con una raccolta di 486,47 milioni (+0,4%). Chi continua a registrare crescita rilevanti è Discovery che sale a 257 milioni di spot per saldo più che positivo del 9,6%.

Chi invece sta occupando uno spazio sempre più preponderante sul mercato italiano sono i big dell'online e del digitale. Per avere dati precisi, ma non puntuali visto che non esistono numeri nei bilanci consolidati, occorre attendere le stime che la Nielsen elabora per tutto il 2017 e che sono state diramate ieri, assieme all'analisi puntuale sui settori industriali di investimento. Come emerge dalle analisi, Google, il motore di ricerca più famoso al mondo, pesa oggi per il 34% della spesa totale del settore web (2,45 miliardi), ovvero 835 milioni. A questa cifra, che da sola vale più della raccolta della Rai, va aggiunta quella calcolata per Youtube: 460 milioni. In totale, quindi, il gruppo di Mountain View in Italia incamererà spot per 1,295 miliardi, consolidando la posizione di secondo player del segmento advertising alle spalle di Mediaset-Publitalia. Mentre l'altro player che sta colonizzando il mercato pubblicitario

digitale, ovvero Facebook - è il social network più diffuso al mondo con 2,1 miliardi di utenti (33 milioni registrati in Italia) - si è aggiudicato una fetta di quasi 360 milioni di investimenti in advertising delle aziende che hanno scommesso sul mercato totale. Complessivamente, quindi, i due poli che dominano l'online, ossia Google-Youtube e Facebook, ormai in Italia valgono qualcosa come 1,65 miliardi. Peccato che di questa enorme massa di capitali incamerati, nelle casse dell'Erario non arrivino che le briciole. Questa continua escalation dei due poli digitali continua a provocare la discesa della pubblicità sulla carta stampata: i quotidiani a fine 2017 hanno raccolto 637,4 milioni (-7,7%) e i periodici 428 milioni (-6,2%). Il web tradizionale invece ha incassato 456,2 milioni (+1,7%) e il cinema è tornato a crescere: 20,42 milioni, +2,4%. Chi gode di ottima salute è la radio, che sfonda il muro dei 400 milioni, salendo a 405,15 milioni (+5,4%). Bene anche la Go Tv: 18 milioni, +12,3%. «Il 2018 potrà sicuramente chiudere in positivo grazie al favore dei mondiali di calcio», sostiene Alberto Dal Sasso di Nielsen, «e anche a una ripresa economica mondiale a cui l'Italia sembra essere bene agganciata». (riproduzione riservata)



DISCOVERY VOLA, SKY TIENE, GIÙ MEDIASET E LA7

Dati netti in milioni di euro

| | 2017 | Var. 2016 | % mese dicembre | % su totale tv | % su totale mercato |
|--------------------|----------------|---------------|--------------------|-------------------|------------------------|
| ◆ Mediaset | 2.146,12 | -1,80% | 6% | 56,83% | 34,33% |
| ◆ Rai | 733,22 | -9,10% | -8% | 19,42% | 11,73% |
| ◆ Sky Italia | 486,47 | -3,10% | 20% | 12,88% | 7,78% |
| ◆ Discovery | 257,09 | 9,10% | 9% | 6,81% | 4,11% |
| ◆ La7 | 153,41 | -1,10% | -10% | 4,06% | 2,45% |
| ◆ TOTALE TV | 3.776,3 | -2,90% | 5% | 100% | |
| ◆ quotidiani | 637,44 | -7,7% | | | |
| ◆ periodici | 428,05 | -6,2% | | | |
| ◆ internet | 456,17 | 1,7% | | | |
| ◆ radio | 405,15 | più 5,4% | | | |
| ◆ cinema | 20,42 | 2,4% | | | |
| ◆ go tv | 18,04 | 12,3% | | | |
| ◆ TOTALE | 6.250,7 | -2,1% | | | |

Fonte: elaborazione
MF-Milano Finanza
su dati di mercato

GRAFICA MF-MILANO FINANZA

Tar Lazio. Respinto il ricorso presentato contro la delibera

Da Google obbligo dati all'Agcom

Giovanni Negri

■ All'Agcom dovranno esser forniti tutti i dati, anagrafici ed economici, da parte degli operatori del settore dei media. Dati contenuti nella Ies (Informativa economica di sistema) e che dovranno essere forniti anche da Google. Quest'ultima aveva contestato l'obbligo, istituito anche per la definizione di una fotografia aggiornata del Sistema integrato delle comunicazioni, davanti al Tar Lazio. Nel mirino la delibera dell'Authority con la quale venivano individuati i soggetti tenuti all'obbligo di comunicazione.

Il Tar, con la sentenza 1739 del 14 febbraio, ha invece respinto l'impugnazione sostenendo la piena legittimità del provvedimento. La delibera, datata luglio 2013, ridefinendo il perimetro dei soggetti obbligati alla comunicazione dei ricavi, vi ha compreso anche le imprese concessionarie di pubblicità che esercitano direttamente o per conto terzi attività di negoziazione o conclusione di contratti di vendita di spazi pubblicitari da trasmettere sul web e, solo per i ricavi realizzati sul territorio nazionale, le società con sede all'estero, anche se non operanti nel settore radiotelevisivo o dell'editoria.

Un allargamento strettamente collegato all'obiettivo di evitare la concentrazione di posizioni dominanti in un settore assai delicato. Per il Tar, l'estensione è del tutto coerente con una serie di dati normativi, di diversa fonte, ma concordi nell'equiparazione delle attività svolte sul web a quelle più tradizionali nel campo delle comunicazioni. L'esclusione, nella versione originaria dell'obbligo di comunicazione a carico delle concessionarie di pubblicità digitale si spiega, sottolinea il Tar, anche con la scarsa diffusione del fenomeno al momento della redazione della norma, era il 1996.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il Tar: indifferente che la sede sia all'estero, l'informativa riguarda il fatturato in Italia

Google deve comunicare i ricavi

I dati serviranno all'Agcom per verificare il pluralismo

DI MARCO LIVI

Anche gli over the top operanti in Italia sono soggetti agli adempimenti in materia di informativa economica e quindi devono comunicare i propri ricavi all'Agcom. È quanto sostiene il Tar del Lazio che ha rigettato il ricorso di Google (Italy e Ireland) contro il provvedimento con il quale l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni aveva esteso alle concessionarie di pubblicità attive sul web e alle società operanti in Italia con sede all'estero l'obbligo di fornire i dati per l'Informativa economica di sistema (Ies). Tali dati, peraltro, sono rilevanti ai fini della valutazione del Sistema integrato delle comunicazioni (Sic) per la verifica del rispetto del pluralismo. La notizia è stata diffusa ieri da Confindustria radio televisioni che era intervenuta nel giudizio davanti al Tar a sostegno dell'Agcom.

Google Ireland limited e Google Italy srl avevano impugnato il provvedimento dell'Agcom sostenendo, tra l'altro, «di essere, rispettivamente, una società di diritto irlandese del gruppo Google, che sottoscrive in Italia i contratti con gli inserzionisti pubblicitari, senza operare nel settore audiovisivo o in quello editoriale; e una società che svolge attività di consulenza a favore di altre società del gruppo Google in materia di marketing, servizi legali, relazioni istituzionali,

ricerca della clientela» e come tali non erano sottoposti all'obbligo.

Accogliendo le tesi sostenute dall'Autorità guidata da **Angelo Marcello Cardani** e ribadite dai legali di Crtv (**Giuseppe Rossi** e **Cesare San Mauro**), il Tar del Lazio ha rilevato come «la funzione del Sistema integrato delle comunicazioni, e di conseguenza dell'Informativa economica di sistema quale strumento per verificare il rispetto del principio del pluralismo rende indifferente, ai fini della ricorrenza dell'obbligo di comunicazione, il fatto che la sede legale si trovi o meno nel territorio nazionale, fermo restando che la comunicazione riguarderà i soli ricavi prodotti in Italia».

Quanto al richiamo al Testo unico dei servizi media audiovisivi e radiofonici (il Tusmar), il Tar afferma che lo stesso, pur facendo riferimento ad operatori «stabiliti» in Italia «non osti all'estensione dell'obbligo di comunicazione», anche perché non si prevede alcuna esclusione per operatori non aventi la sede legale in Italia.

«**La linea seguita dall'Agcom fin dal 2013**», ha commentato il presidente di Crtv **Franco Siddi**, «quando assunse la delibera sugli obblighi di comunicazione per la Ies non solo è legittima, ma risulta oggi ancora più qualificante rispetto all'azione di trasparenza e di garanzia del pluralismo intrapresa dall'Autorità».

—© Riproduzione riservata—■



Il cofondatore di PayPal è stato uno dei pochi esponenti dell'hi-tech a finanziare la campagna elettorale di Donald Trump

Thiel lascia la Silicon Valley: troppo ideologizzata

DI MARCELLO BUSSI

Silicon Valley addio. Peter Thiel ha deciso di trasferirsi da San Francisco a Los Angeles, dove sposterà non soltanto la residenza ma anche le sue attività imprenditoriali. Il cofondatore di PayPal era finito sotto i riflettori per essere stato uno dei rarissimi esponenti della comunità hi-tech a sostenere la campagna elettorale di Donald Trump per poi diventare consulente della Casa Bianca. Pur essendo gay dichiarato, Thiel non ha mai nascosto la propria insofferenza nei confronti del conformismo della Silicon Valley, tutta schierata con i Democratici e portabandiera del politically correct. Le sue idee libertarie lo hanno messo in contrasto con i big della comunità ancora prima del suo impegno a favore di Trump. Il mese scorso, durante un dibattito alla Stanford University, ha fatto capire che la misura, a suo modo di vedere, era colma: «La Silicon Valley è uno Stato a partito unico», ha detto. Thiel è stato il primo investitore di Facebook nel 2004, pagando 500 mila dollari per una quota del 10%, che oggi vale oltre 1 miliardo di dollari. Secondo quanto riportato dal *Wall Street Journal*, in una conversazione telefonica avvenuta l'estate scorsa il fondatore del social network, Mark Zuckerberg, ha discusso con Thiel in merito all'opportunità della sua permanenza nel consiglio di amministrazione di Facebook, pur senza chiedergli esplicitamente di rassegnare le dimissioni, perché sospettava che il cofondatore di PayPal fosse l'artefice di una fuga di notizia dal cda. Thiel ha risposto che non se ne sarebbe andato volontariamente.

In seguito ha discusso con i suoi più stretti collaboratori l'ipotesi di dimettersi, ma poi ha deciso di rimanere, almeno per il momento. In precedenza un altro membro del cda di Facebook, ossia Reed Hastings, che è anche il chief executive officer di Netflix, aveva chiesto le dimissioni di Thiel definendo «catastrofica» la sua decisione di sostenere la campagna elettorale di Trump. In quell'occasione era stato difeso da Zuckerberg, secondo il quale le «differenze ideologiche» erano

diventate una componente necessaria della diversità sul posto di lavoro e nel cda di Facebook. Secondo alcune fonti, nel frattempo Thiel è diventato sempre più disilluso su quella che considera l'intollerante politica di sinistra che egemonizza l'area della Baia di San Francisco e sempre più pessimista riguardo alle prospettive delle imprese tecnologiche a fronte dei crescenti rischi di regolamentazione. Così Thiel ha deciso di trasferirsi definitivamente nella gigantesca magione affacciata sul Viale del Tramonto, acquistata sei anni fa. Il cofondatore di PayPal sposterà a Los Angeles anche Thiel Capital e Thiel Foundation, le due società che sovrintendono ai suoi investimenti. Il trasloco di Thiel è certamente un brutto segnale delle crescenti divisioni ideologiche che si stanno allargando negli Stati Uniti, mettendo a rischio addirittura la convivenza all'interno dei luoghi di lavoro. Qualcuno sostiene che queste tensioni possano mettere seriamente a rischio la creatività, ingrediente indispensabile per il successo delle imprese che operano nella Silicon Valley. Se così fosse, sarebbe una pesante sconfitta per tutta l'economia americana. (riproduzione riservata)



Peter Thiel



MF SHIPPING & LOGISTICA

L'AD SPIEGA COME SFIDERÀ I MARKETPLACE NEI TRASPORTI VIA MARE

Maersk affronta Amazon

Digitalizzazione e copertura logistica completa potrebbero essere le armi per risollevare un settore che è costato agli azionisti 110 miliardi \$ in 21 anni

PAGINA A CURA
DI NICOLA CAPUZZO

«**S**e non puoi sconfiggere il tuo nemico, fattelo amico». E' il motto di Giulio Cesare che anche Soren Skou, numero uno del gruppo Maersk, si ripromette di seguire a proposito della minacciosa avanzata dei maggiori marketplace mondiali come Amazon e Alibaba nella logistica distributiva dei prodotti. La minaccia, d'altronde è reale perché Amazon negli anni scorsi ha ottenuto le autorizzazioni necessarie per operare come spedizioniere in Asia e negli Stati Uniti, ha fatto decollare gli aerei di Amazon Prime Air e, secondo quanto rivelato dal Wall Street Journal, sempre negli Usa si prepara ad avviare un proprio servizio di spedizioni denominato Shipping with Amazon (Swa), entrando così in diretta concorrenza con corrieri come Fedex e Ups. «Amazon è una minaccia se noi non siamo in grado di offrire loro un buon servizio», ha affermato Skou in un'intervista a Bloomberg. «Se non riusciremo a fare bene il nostro lavoro non c'è dubbio che grandi gruppi come dell'e-commerce penseranno di poterlo fare meglio da soli». La scelta di prendere direttamen-

te il controllo di alcune attività di logistica e distribuzione dei prodotti consente peraltro ai marketplace più flessibilità e li aiuta a evitare possibili congestioni nei magazzini. Skou precisa poi che la questione Amazon non riguarda solo l'esigenza di consegnare i prodotti al consumatore finale nel più breve tempo possibile, ma ruota anche, e soprattutto, attorno alla capacità di fornire al cliente informazioni dettagliate sulle spedizioni. Per questo il gruppo Maersk ha da tempo avviato un programma per velocizzare e digitalizzare le procedure in un comparto dove le prenotazioni dei container da imbarcare spesso avvengono ancora con una telefonata tra spedizioniere e agente marittimo. «Amazon non vuole scambi via e-mail e telefonate, ma relazioni basate sulla tecnologia», ha spiegato Skou. Cerca un servizio di spedizioniere e trasporto container end-to-end e noi intendiamo proprio offrire loro questo pacchetto completo». Maersk è infatti la prima compagnia al mondo per numero di navi portacontainer, è attiva nei terminal portuali con la Apm Terminals e controlla anche la casa di spedizioni Damco. Quest'ultima, se paragonata a realtà analoghe, non è però forte per dimensioni. «Damco non ha

la necessaria dimensione e copertura globale», ammette Skou parlando del servizio da offrire ai big del commercio elettronico, ma aggiunge che potrebbero pensare ad acquisizioni mirate, «piccole società in grado di apportare competenze, tecnologie o skill che non abbiamo». Nonostante nel 2017 Maersk sia tornata all'utile (il risultato d'esercizio è stato positivo per 541 milioni di dollari) secondo un'analisi di McKinsey il business del trasporto marittimo di container negli ultimi 21 anni è costato agli azionisti delle compagnie di navigazione ben 110 miliardi di dollari. Ma il dry bulk (trasporto marittimo di rinfuse secche) è riuscito a fare peggio, con un ritorno sul capitale investito inferiore al 2% annuo, mentre ha guadagnato parecchio chi ha scommesso sulle crociere con ritorni superiori al 12% l'anno. A zavorrare i rendimenti finanziari delle compagnie di navigazione è sempre il solito peccato originale dello shipping, vale a dire l'eccesso di stiva rispetto alla domanda di trasporto marittimo. Un fattore destinato a incidere negativamente anche nel prossimo decennio anche assumendo previsioni prudenziali sui nuovi investimenti dei principali vettori. Per gli analisti di McKinsey per riportare i rendimenti del settore decisamente in positivo servirebbe un'ulteriore ondata di M&A: il consolidamento visto finora non viene basta a invertire il trend attuale. (riproduzione riservata)



La Emma Maersk



Hi tech. Nuovo passo dopo supermercati, farmacie e ospedali

Amazon diventa anche banca: alleanza con BofA sui prestiti

L'OBIETTIVO

Il gruppo vuole rafforzare il servizio «Amazon Lending», che concede credito alle piccole aziende che vendono prodotti sulla piattaforma di Bezos

Marco Valsania

NEW YORK

■ Se per rivoluzionare la sanità Jeff Bezos ha scelto di allearsi con JP Morgan, per trasformare il mondo dei prestiti alle piccole aziende è entrato in squadra con un altro marchio dell'élite finanziaria statunitense, Bank of America. Amazon ha trovato in BofA il partner che cercava per sostenere lo sviluppo del suo «Amazon Lending», lanciato nel 2011 per concedere credito alle società di minori dimensioni che vendono prodotti e servizi sul suo onnipresente marketplace elettronico.

L'alleanza consente al leader dell'e-commerce di ridurre il rischio e di avere accesso più facilmente e rapidamente a capi-

tali specificamente destinati a elargire prestiti. Un passo che allarga il ventaglio delle imprese in grado di beneficiarne, per rafforzare le loro scorte e la loro produzione.

Il programma è e resta limitato, segno di una crescita che in questo ambito Amazon vuole mantenere graduale e sotto controllo per evitare sorprese negative che durante la crisi del 2008 hanno bruciato anche colossi non bancari della Corporate America. È unicamente a invito e la sua generosità varia da mille a un massimo di 750.000 dollari, con scadenza fino a un anno per la restituzione. Viene offerto esplicitamente a società che abbiano difficoltà a ottenere udienza presso tradizionali istituti di credito.

Ad oggi il programma è decollato: lo scorso giugno Amazon aveva riportato la concessione di prestiti per un miliardo di dollari nel corso dei dodici mesi precedenti, un significati-

vo incremento rispetto agli 1,5 miliardi complessivi dei quattro anni prima di allora. Negli ultimi due anni di calendario, tuttavia, la concessione di crediti si è stabilizzata, a cifre leggermente inferiori ai 700 milioni, un dato che riflette la nuova prudenza di un impero altrimenti aggressivo nello sfondare su nuovi settori e mercati. I dati sono emersi dal recente bilancio 2017 comunicato dal gruppo.

Dalle indiscrezioni emerse, il coinvolgimento di Bank of America è iniziato nell'ottobre del 2016, con una «credit facility» da 500 milioni di dollari. In quell'occasione Amazon non aveva svelato il nome del partner. La facility è stata aumentata adesso a 600 milioni e l'azienda ha indicato che periodicamente potrebbe crescere ulteriormente previa autorizzazione della banca partner. I tassi annuali applicati sui prestiti, sempre secondo quanto affiorato, variano generalmente dal 6% al 14 per cento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Colosso globale. Il logo di Amazon, gruppo fondato da Jeff Bezos nel 1994



La società misurerà gli ascolti della tv online partendo dai 350 canali che sono pronti

L'Auditel fa 30 anni ed è connessa

Imperiali: la nuova rilevazione col digitale entro il 2018



DI CLAUDIO PLAZZOTTA

La nuova Auditel, in grado di misurare gli ascolti dei contenuti tv anche sui dispositivi digitali connessi (smartphone, tablet, pc), potrebbe essere pronta entro la fine di luglio, anche se il presidente **Andrea Imperiali d'Afflitto di Francavilla** preferisce non darsi una scadenza precisa, impegnandosi comunque a fornire i dati «entro il 2018».

In gioco ci sono circa 440 canali tv, con tutte le loro declinazioni sui varie piattaforme digitali, editi da società grandi, medie o piccole: «Editori più o meno digitalizzati, con diverse capacità di spesa. Anche i broadcaster», spiega il presidente di Auditel Imperiali, «devono fare un investimento per essere rilevati da Auditel nella loro total audience. E qualcuno sta ancora pensandoci. Diciamo che all'inizio dovremmo rilevare circa 350 canali, ovvero 50-60 editori. Un centinaio di canali, quelli più piccoli, resterà probabilmente fuori dalla prima rilevazione. Rilevazione che, ripeto, riguarderà solo i broadcaster televisivi. Non le app tipo Netflix o Amazon Prime Video, o i canali YouTube. Per quelli dobbiamo ancora decidere il come e il quando».

E nel corso del convegno sui 30 anni di Auditel, ieri a Roma alla Camera dei deputati, il tema più dibattuto è stato proprio quello degli Over the top e del trattamento dei

cosiddetti Big data. «Il nuovo regolamento europeo sul trattamento dei dati personali entrerà in piena applicazione dal prossimo 25 maggio», dice **Giovanni Buttarelli**, garante della privacy Ue, «e un anno e mezzo fa Auditel ci ha contattati per fare un piano strategico che già rispondeva ai nuovi standard di privacy richiesti in Italia e in Europa. Questo, lo devo ammettere, ci ha piacevolmente sorpreso. Perché bisogna fare scelte importanti sul trattamento dei Big data. Andiamo verso una società in cui le aziende ci contatteranno sempre meno, in quanto cittadini e consumatori, per proporci qualcosa. Poiché, grazie ai Big data, conoscono già in anticipo i beni o i servizi di cui abbiamo bisogno. Necessaria, quindi, una maggiore tutela dei diritti, e Auditel fa bene a intraprendere da subito un percorso con approccio europeo».

La nuova Auditel nata sotto la presidenza di Imperiali, con un super panel di 16.100 famiglie, pari a circa 41 mila individui, e le rilevazioni in arrivo per gli ascolti digitali domestici e in mobilità, «fa funzionare bene il mercato, con un meccanismo di certificazione basato sulla trasparenza. Non dimentichiamo», ricorda **Giovanni Pitruzzella**, presidente dell'Antitrust, «che nel 2011 l'Antitrust sanzionò Auditel proprio per mancanza di trasparenza. Ora, invece, è trasparente. Prosegue, però,

l'opacità di Facebook, Google, Amazon, degli Over the top che sono scatole nere dotate di algoritmi. Noi, ovviamente, come Antitrust non possiamo imporre ai soggetti Ott di rendere trasparenti i loro algoritmi. Però, quando usano il loro potere di mercato distorcendo le dinamiche competitive, possiamo intervenire sanzionandoli. E l'Europa è all'avanguardia in questo campo: pensiamo alla sanzione a Google di 1,4 miliardi di euro, o alle nostre sanzioni a Facebook per l'operazione con WhatsApp. Le battaglie di questo tipo, tuttavia, non si fanno solo con strumenti legali. Occorre fare tanta comunicazione, in modo che i consumatori abbiano consapevolezza che gli Ott o i social network non sono gratis o a prezzi bassi: c'è un costo nascosto, ovvero l'utilizzo dei nostri dati. Il garante alla privacy, l'Antitrust e Agcom», conclude Pitruzzella, «hanno lanciato insieme una nuova indagine conoscitiva sui Big data. Un'indagine centrale per il futuro del settore audiovisivo».

Qui, però, c'è anche una responsabilità degli investitori pubblicitari. Perché se da un lato c'è un sistema trasparente, con Auditel e affini, e dall'altro c'è una scatola oscura e opaca, quella degli Ott, va tuttavia detto che gli investitori hanno privilegiato parecchio il «lato oscuro della forza» in questi anni, dirottando verso di esso tante risorse un tempo invece intercettate dagli editori più



trasparenti. «È una giusta osservazione», risponde **Lorenzo Sassoli de' Bianchi**, presidente di Upa (Utenti di pubblicità associati, ovvero le più grosse aziende che investono in pubblicità), «ma devo anche dire che adesso il clima con gli Ott non è più così ostile, ci stiamo parlando. Dobbiamo trovare delle tecniche che accontentino noi e loro. Certo, poi le aziende investono le loro risorse pubblicitarie dove vogliono, e noi di Upa non possiamo costringere nessuno. Ma di recente ci sono state nette prese di posizione da colossi come P&G o Unilever in termini di trasparenza richiesta. E noi, in quanto Upa, dobbiamo continuare fare pressione in tutte le sedi e a pubblicare libri bianchi».

Auditel è una società controllata al 33% dalla Rai, al 20,22% da Rti cui sommare il 6,45% di Mediaset, e poi al 20% da Upa, l'11,5% Assap Servizi, il 3,33% da La7, il 3% da Confindustria Radio tv, l'1,5% da Unicom e l'1% da Fieg. È governata da un consiglio dove però la maggioranza è costituita dalla componente «mercato», mentre gli editori televisivi si riservano un ruolo più di controllo e vigilanza, e meno di gestione.

L'ultimo bilancio disponibile, quello dell'esercizio 2016, ha chiuso con un valore della produzione pari a 23,2 milioni di euro, e costi della produzione pari a 23 milioni, di cui circa 21 milioni vanno per realizzare le ricerche sugli ascolti. All'approvazione del bilancio 2017, nelle prossime settimane, il presidente Imperiali si presenterà in scadenza. Molto probabile una sua rielezione, anche perché il lavoro iniziato nel febbraio del 2016 non si è ancora concluso (piano strategico 2017-2021).

Quanto, infine, alla mancata pubblicazione, dallo scorso settembre, dei dati Auditel sul sito istituzionale, «non c'è nessuna operazione di oscuramento dei dati», rassicura Imperiali, «poiché stiamo ripensando completamente il sito stesso, e quando sarà pronto i dati torneranno a essere pubblici».

— © Riproduzione riservata — ■

Auditel: focus sui device digitali

di Ester Corvi

Il mercato televisivo ha subito negli ultimi anni mutamenti radicali. La digitalizzazione dei contenuti e l'innovazione tecnologica hanno permesso l'ingresso di nuovi operatori, mentre si modificano i linguaggi e le modalità di fruizione. «In poco più di un decennio dalle sei/sette reti nazionali generaliste, oggi si possono contare centinaia di emittenti. L'innovazione tecnologica ha poi moltiplicato le piattaforme, intrecciando l'etere e il web» ha detto Andrea Imperiali, presidente Auditel, in occasione della conferenza «Le nuove sfide, la società italiana che cambia», che si è tenuta ieri a Roma alla Camera dei deputati in occasione dei 30 anni di Auditel. Per questo motivo, Auditel si prepara a rilevare già da quest'anno gli ascolti televisivi anche sui device digitali. «Il monitoraggio dei nuovi dispositivi», ha continuato Imperiali, «ha richiesto un'analisi molto più capillare e individuale. Per questo Auditel ha siglato un protocollo di intesa con Istat, per monitorare i consumi mediatici della popolazione. Il nuovo campione e il piano di implementazione sono stati oggetto di un accurato processo di verifica e condivisione con Agcom, riguardo l'univocità della metrica e la massima inclusività delle 440 emittenti rilevate. Ciò ha consentito alla società di intraprendere un percorso regolato e condiviso, svolgendo il proprio compito in maniera severa e trasparente». (riproduzione riservata)



Il caso

Fastweb contro Open Fiber: troppi ritardi

Esposto all'Autorità concorrenza: la società di Enel e Cdp accusata di non soddisfare le attivazioni richieste

ALESSANDRO LONGO, ROMA

Approda all'Antitrust lo scontro sulle nuove reti banda ultra larga, in fibra ottica. Fastweb ha infatti denunciato Open Fiber, la società controllata da Enel e Cassa depositi che sta creando la principale rete fissa alternativa a quella di Tim. Nell'esposto Antitrust si legge che Fastweb ha dovuto frenare le proprie attività di vendita della fibra su Milano ai clienti, perché Open Fiber non riuscirebbe a soddisfare le richieste. Open Fiber è gestore della rete su cui vanno le offerte di Fastweb a Milano (come di altri operatori alternativi a Tim).

Fastweb - si legge - vorrebbe attivare 2.500 clienti a settimana, ma Open Fiber si ferma a 900. Ne deriverebbero danni sia a Fastweb sia ai clienti, costretti ad attendere la fibra per mesi dopo averla richiesta.

«A fronte delle doglianze manifestate dalla scrivente, Open Fiber ha replicato sostenendo di non avere a disposizione forza lavoro da incrementare da mettere sul territorio», si legge nell'esposto; motivazione che Fastweb sostiene non veritiera.

Da Open Fiber fanno sapere che l'esposto non è stato ancora notificato (segno che l'Antitrust non ha avviato ancora un procedimento) e che il tutto è da ricondurre a «normali dialettiche commerciali tra i due soggetti».

La questione è rilevante per-

ché, partendo dalla città più importante, investe per la prima volta l'Antitrust del compito di indagare su un dossier strategico per l'Italia. Ossia sulla capacità di operare con efficienza da parte del soggetto che vuole costruire la prima grande rete nazionale alternativa a quella di Tim. Forte di un piano che si avvale tra l'altro di 2,6 miliardi di euro di fondi pubblici (per l'aggiudicazione di bandi del governo).

L'obiettivo del piano industriale Open Fiber è giudicato "sfidante" da molti analisti di settore. Prevede di mettere la fibra ottica in 9,6 milioni di unità immobiliari entro il 2022. Ora sono a quota 2 milioni quelle dove in effetti la fibra è vendibile (dicono dalla società). In 2,5 milioni di case la fibra arriva vicino (manca l'ultimo tratto, il più complicato: quello nelle case degli utenti, che richiede lavori ulteriori). Bisogna considerare che sono partiti con una eredità di 1,1 milioni di case già coperte da Metroweb (che hanno comprato). A regime quindi hanno messo la fibra (vendibile) in 900 mila case circa in un anno.

Numeri alla mano, per centrare l'obiettivo, da qui al 2022 Open Fiber dovrebbe coprire effettivamente 1,4 milioni di case all'anno. La società afferma che sarà possibile, dato che il personale impiegato tra sei mesi triplicherà rispetto a quello del 2017; tanto che nei prossimi anni non ci sarà più una discrepanza tra case coperte "sulla carta" e quelle dove in effetti è comprabile la fibra. «Siamo appena nati, dopo tutto», ribadiscono.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Vivendi e il «nodo» del trust su Mediaset

I TEMPI PER UN'INTESA

Nel prolungarsi del confronto con il socio di Parigi, Mediaset ha fissato l'assemblea sul rinnovo del cda a fine giugno

Simone Filippetti

■ Per Vincent Bollorè, il raider francese signore della finanza in Italia, prende sempre più corpo l'idea del «Blind Trust» per Mediaset. Su Vivendi, il colosso francese dei mediascomodo secondo azionista del «Biscione», incombe lo scenario del fondo «cieco», un veicolo terzo e super partes dove parcheggiare le azioni Mediaset frutto della scalata ostile di fine 2016 orchestrata da Bollorè.

La primavera dell'anno scorso l'Autorità per le Comunicazioni, gli sceriffi delle Tlc, avevano messo nel mirino Vivendi, primo azionista di Telecom Italia e in odore di posizione dominante dopo il blitz su Mediaset (che aveva presentato una segnalazione all'AgCom): i regolatori, con la delibera 178 del 2017, stabilirono che Vivendi aveva violato la legge sulla concorrenza e imposero ai francesi di smobilitare la posizione su Mediaset entro un anno. A stretto giro, da Parigi risposero con una lettera dove Vivendi si impegnava a ubbidire alle richieste delle autorità italiane (ma comunque aveva anche presentato ricorso al Tar per far annullare tutto il provvedimento): avrebbe conferito a un soggetto terzo il 19,95% delle azioni di Mediaset, tenendo per sé una quota inferiore al 10%. Ora la scadenza si avvicina e a Parigi si starebbero preparando al «divorzio»: strutturare la separazione dei titoli e la creazione del Trust che dovrà gestire le azioni. Unica alternativa al «fondo cieco» è che i francesi trovino in extremis un accordo con Pier Silvio Berlusconi: ma se ne parla da più di un anno, e finora, nonostante i rumor che con cadenza periodica spuntano (l'ultimo lo scorso settembre

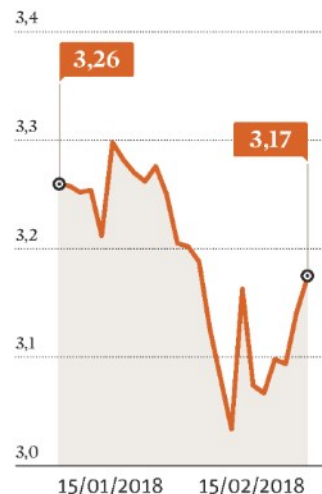
quando sembrava cosa fatta), non è successa nulla. E se anche il 17 aprile, non ci saranno altre novità, allora sarà inevitabile ricorrere al trust.

La scadenza, casualità, viene a cadere subito dopo le elezioni: a metà aprile l'Italia potrebbe non ancora avere un nuovo Governo in carica e Silvio Berlusconi potrebbe essere tornato prepotentemente sulla scena politica. Coincidenza anch'essa, Mediaset ha fissato l'assemblea a fine giugno. Anche l'anno scorso ci fu un analogo slittamento: ma quest'anno l'appuntamento è più delicato. C'è da rinnovare il consiglio di amministrazione, con il nemico dentro casa, mai successo prima. Lo scorso dicembre Fininvest, socio di maggioranza di Mediaset col 39,5%, ha disinnescato la mina, grazie a un cambio di statuto del gruppo tv: col sistema proporzionale puro, che aveva governato il Biscione da sempre, unica tra le «Blue Chip» di Piazza Affari, si rischiava il «ribaltone». Ora, adeguatasi agli standard di governance europei, i francesi potranno al massimo avere 2 posti in consiglio.

L'esito non era scontato: si temeva che Bollorè potesse dare battaglia, anche perché proprio nella medesima risposta all'AgCom, Vivendi, pur prevedendo il Trust per il 19%, si riservava la facoltà del 29% dei diritti di voto in caso di cambio statuto. E invece i francesi non si sono nemmeno presentati in assemblea. Non si erano fatti vedere nemmeno alla precedente assemblea di bilancio, che pure era la prima dopo l'invasione d'Olttralpe. Un atteggiamento rispettoso e irrituale per un personaggio come Bollorè: Vivendi lancia segnali di disgelo e di «appeasement» verso Berlusconi, e verso le authority. Ma da Cologno Monzese si limitano a rispondere che per ora «il contenzioso procede: l'udienza della causa civile prevista per il 27 febbraio è confermata».

Mediaset

Andamento del titolo a Milano



© RIPRODUZIONE RISERVATA



PARTERRE

Piano nuovo, squadra nuova In Tim continua il ricambio

Piano nuovo, squadra nuova. In Telecom continuano i movimenti nel management. Cambio della guardia in Flashfiber, joint con Fastweb per la banda ultralarga, dove è stato nominato nuovo ad Luigino Giannini, al posto di Stefano Ciurli. Massimo Arciulo, l'economista-matematico in azienda dall'89, continuerà invece il suo lavoro di responsabile del pricing, ma in Poste italiane dal 1° marzo. Sta per lasciare Telecom anche il controller "storico" Enrico Zamponi che potrebbe approdare a Ntv, la società dei treni che l'ex ad della compagnia telefonica, Flavio Cattaneo, ha appena portato nelle braccia degli americani di Gip. Altri manager delle prime linee starebbero considerando di approfittare degli incentivi previsti per la ridurre di un centinaio il numero dei dirigenti. In compenso potrebbero essere a buon punto la ricerca all'esterno di un direttore commerciale unico, affidata al cacciatore di teste Spencer Stuart, che costituisce uno dei perni della riorganizzazione a riporto dell'amministratore delegato. L'aspettativa, almeno, è che sia individuato il candidato in tempo per il consiglio del 6 marzo quando sarà presentato il piano di Amos Genish. (A.O.)



Media. Contributo di Telecom in calo a 144 milioni - Va avanti la causa con Mediaset: udienza il 27 febbraio

Universal music traina i conti di Vivendi

IL NUOVO PERIMETRO

Havas, consolidata solo da metà dell'esercizio, ha riportato ricavi in leggera flessione a 2,2 miliardi, con margini operativi in calo

Antonella Olivieri

■ Vivendi archivia il 2017 con ricavi in aumento del 15% a 12,4 miliardi, grazie in particolare al consolidamento di Havas a partire dal 3 luglio, che ha portato 1,15 miliardi in più. L'Ebita, il risultato prima degli interessi, delle tasse e degli ammortamenti, si è attestato a 987 milioni, in aumento del 36,4%, grazie soprattutto - anche qui - al contributo di Havas per 111 milioni. In leggero calo, invece, l'utile netto da 1.256 milioni a 1.228 milioni. Per contro l'acquisizione da 3,9 miliardi di Havas (posseduta dal 100% al 14 dicembre) pesa sulla situazione di cassa, passata da positiva per 1,231 miliardi a fine 2016 a un indebitamento finanziario netto di 2,34 miliardi a fine 2017. In assemblea sarà proposto un dividendo in aumento del 12,5% a 0,45 euro per azione, che oggi vale in Borsa circa 22 euro.

Molto positivo è stato l'andamento della controllata Usa Universal music che ha riportato ricavi per 5,67 miliardi di euro, in crescita del 10% a parità di cambi e perimetro, e 761 milioni di Ebita (+20,6% a condizioni invariate). Il peso di Universal music ha sopravanzato quello del gruppo Canal Plus che ha registrato ricavi sostanzialmente stabili a 5,246 miliardi, con un Ebita migliorato del 32,1% a 318 milioni dopo

aver speso oneri di ristrutturazione. Sotto cura in particolare le attività di Canal plus in Francia che ha rallentato il calo dei ricavi, scesi nel 2017 del 3,8%. Non sono state fornite però cifre in dettaglio sull'andamento della pay tv domestica che aveva chiuso il 2016 in rosso per 399 milioni.

Havas, che è consolidata solo da metà dell'esercizio, nell'intero anno ha riportato ricavi in leggera flessione (0,7%) a 2,259 miliardi, con un Ebita di 212 milioni e margini operativi in calo dal 14,5% all'11,2%.

Il contributo di Telecom Italia all'Ebita di Vivendi è indicato in 144 milioni rispetto ai 173 milioni dell'anno prima. Il dato merita di essere spiegato per non ingenerare equivoci. Vivendi pubblica i risultati di bilancio prima di Telecom, quindi riflette i conti della partecipata per i dodici mesi che vanno dal 1° ottobre 2016 al 30 settembre 2017. L'utile netto pro-quota (per il 17,15% posseduto sul capitale totale) - che contribuisce al risultato operativo di Vivendi per 144 milioni - deriva per 47 milioni dal pro-quota dei profitti dell'ultimo quadrimestre 2016, per 157 milioni dal pro-quota dei primi nove mesi 2017, con una decurtazione contabile di 60 milioni, «escluso il risultato netto rettificato, corrispondente all'ammortamento degli attivi immateriali legati all'allocatione del prezzo d'acquisizione di Telecom Italia». La partecipazione non è stata svalutata rispetto al prezzo di carico di 1,07 euro per azione.

Pochi commenti sono stati fatti in conference call sulla situazione in Italia. Su Telecom, il ceo di Vivendi Arnaud de Puyfontaine, che è anche presidente del gruppo di tlc, ha ribadito che con l'ad Amos Genish c'è l'obiettivo di creare valore, che c'è pieno supporto all'ad e al management, che col Governo italiano sono in corso contatti positivi sul tema golden power e che è fiducioso di riuscire a dimostrare i benefici per Tim di avere un partner industriale di lungo periodo. Quanto a Mediaset (il contenzioso su Premium non è ancora risolto), De Puyfontaine ha ribadito che l'obiettivo resta sempre lo stesso - perseguire il progetto di distribuire contenuti "europei" - e ha ricordato che c'è un negoziato in corso. Dichiarazioni che sono state parzialmente corrette da Cologno, che ha precisato come sia confermata per il 27 febbraio l'udienza civile al Tribunale di Milano per il mancato rispetto del contratto su Premium e che quindi «il contenzioso va avanti». Tradotto: non saranno chiesti altri rinvii al Tribunale e una transazione extragiudiziale per fine mese non è in vista.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Arnaud de Puyfontaine



DENARO&LETTERA**GEDI: -3,74%****Pochi in gara su Persidera,
per i soci l'incasso sarà più basso**

Si riducono i gruppi in corsa per conquistare Persidera, la società dei multiplex televisivi controllata al 70% da Telecom Italia e al 30% da Gedi. In vista delle offerte da consegnare agli advisor Lazard e Barclays, attese entro il fine settimana, va in affanno a Piazza Affari il titolo del gruppo editoriale Gedi, che perde il 3,74%.

Telecom è obbligata a vendere Persidera (come condizione posta dall'Antitrust Ue per il via libera al controllo di Vivendi sulla società italiana di tlc). In base a quanto riportato da Il Sole 24 Ore, in corsa per conquistare i multiplex ci sarebbero RaiWay, il fondo F2i, forse in cordata, ed Ei Towers (in calo, invece, le quotazioni di Discovery come papabile acquirente). L'offerta più probabile potrebbe essere quella di Raiway assieme ad F2i, ma una sola proposta sul tavolo renderebbe probabilmente poco appetibile l'incasso della cessione di Persidera per Telecom Italia e Gedi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

