

## Rassegna del 02/08/2019

	***		
Italia Oggi	39	Bandi europei per Tlc e Ict	Finali Massimiliano 1
Sole 24 Ore	17	Una nuova convergenza tra regole e reti	Guindani Pietro 2
Sole 24 Ore	21	Vendite su marketplace, dati fornitori da inviare pena l'addebito dell'Iva	Mastromatteo Alessandro - Santacroce Benedetto 3
Italia Oggi	31	Il Fisco arruola Amazon & Co.	Ricca Franco 4
Italia Oggi	28	La nuova web tax francese non colpirà Amazon, ma i suoi venditori	Rizzi Matteo 6
Corriere della Sera	35	Clients Amazon, ora il ritiro anche in edicola	... 7
Mf	11	Da Nexi il primo bonifico istantaneo europeo	Bertolino Francesco 8
Mf	11	Piattaforma fintech, Sia vara partnership	... 9
Mf	18	Libra dovrebbe diventare la valuta dell'Onu	Tortorella Massimo 10
Italia Oggi	17	Sgravi per chi investe in pubblicità, nuovo rinvio - Sgravi pubblicità, nuovo rinvio	Capisani Marco_A. 11
Italia Oggi	16	Pubblicità, il semestre a -5,7%	Livi Marco 13
Avvenire	2	Il successo di Telegram un mix tra luci e ombre	Rancilio Gigio 15
Repubblica	27	Tim, Gubitosi cerca nuovo socio per Open Fiber	Bennewitz Sara 16
Sole 24 Ore	13	Tim-Open Fiber: mandato a Gubitosi, resta il nodo prezzo	Olivieri Antonella 17
Il Fatto Quotidiano	7	L'americana Sky in Italia si affida ai cinesi di Huawei	Tecce Carlo 18

Proposte da inviare telematicamente entro il 14 novembre. Contributi fino al 75% dei costi

# Bandi europei per Tlc e Ict

## 25,5 milioni per cybersecurity, sanità e giustizia online

Pagina a cura  
DI MASSIMILIANO FINALI

**S**icurezza informatica, sanità e giustizia elettroniche, piattaforma digitale per formazione e lavoro, digitalizzazione delle gare di appalto e carta dello studente sono gli ambiti principali che la commissione europea si impegna a sostenere attraverso sette inviti a presentare proposte. I bandi attualmente aperti stanziavano risorse europee complessive per 25,5 milioni di euro, provenienti dal programma europeo per le sovvenzioni in materia di reti transeuropee di telecomunicazione nel quadro del meccanismo per collegare l'Europa valido nel periodo 2014-2020. Le istanze di accesso ai fondi potranno essere presentate direttamente uno o più stati membri, oppure, con l'accordo degli stati membri interessati, dagli enti locali, dalle organizzazioni internazionali, dalle imprese comuni, dalle imprese o dagli organismi pubblici e privati stabiliti nello stesso stato membro dell'Unione europea. Gli enti beneficiari possono richiedere un contributo a fondo perduto a copertura, generalmente, del 75% dei costi di progetto ammessi. Le proposte possono essere inoltrate in via telematica tra-

mite l'apposito sistema «Tentec esubmission» entro il 14/ novembre per tutti gli inviti.

**Cybersecurity.** Questo invito mette in campo lo stanziamento più elevato pari a 10 milioni di euro. L'invito aiuterà i beneficiari a limitare il danno economico e politico di incidenti informatici, riducendo al contempo i costi complessivi della sicurezza informatica, con impatto anche per l'unione europea nel suo insieme.

**eHealth.** Nell'ambito di questo invito da 5 milioni di euro, saranno finanziate proposte per sostenere la diffusione di servizi generici forniti negli stati membri nel settore della sanità elettronica.

**eProcurement.** L'invito stanziava un milione di euro per finanziare proposte volte a sviluppare la gestione elettronica dei contratti, la pubblicazione dei bandi di gara su portali telematici e il supporto a compagnie private e autorità pubbliche per rendere i loro sistemi interoperabili con il sistema eProcurement.

**European e-Justice.** L'obiettivo di questo bando da 3 milioni di euro è quello di continuare a sviluppare nuovi servizi generici che espandano l'area di copertura dei vari moduli della piattaforma di servizi di base e-Justice. Questa evoluzione è essenziale per

l'utilità di ogni servizio e per lo sviluppo dell'interconnessione telematica della giustizia a livello europeo.

**European platform for digital Skills and jobs.** L'invito destina un milione di euro al sostegno della connessione delle infrastrutture telematiche finalizzate al lavoro e alle capacità digitali. In particolare, il bando aiuterà le coalizioni nazionali e altre parti interessate a fornire contenuti e servizi coerenti e strutturati sulle competenze digitali. L'obiettivo è aiutare gli studenti e le persone in cerca di lavoro a trovare opportunità di formazione e tirocinio, ma anche supportare le imprese nell'affrontare le esigenze in termini di competenze e formazione dei dipendenti.

**Public open data.** Attraverso questo invito vengono messi a disposizione 5 milioni di euro per finanziare azioni che riguardino la generazione transfrontaliera e l'interoperabilità di servizi che riutilizzano le informazioni messe a disposizione attraverso il portale europeo dei dati in combinazione con altre fonti di informazione.

—© Riproduzione riservata—

### I bandi aperti

Invito	Fondi a disposizione	Scadenza
Cybersecurity	10 milioni di euro	14/11/2019
eHealth	5 milioni di euro	
eProcurement	1 milione di euro	
European e-Justice	3 milioni di euro	
European platform for digital Skills and jobs	1 milione di euro	
Public open data	5 milioni di euro	
Eu student card	2,5 milioni di euro	
Totale	27,5 milioni di euro	



# UNA NUOVA CONVERGENZA TRA REGOLE E RETI

di **Pietro Guindani**

La sostenibilità economica della filiera delle telecomunicazioni dovrà essere - a nostro avviso - un asse ispiratore della regolamentazione nei prossimi anni, innanzitutto riconsegnando la giusta centralità alla catena del valore. Nel medio-lungo termine, l'implicazione più rilevante di questo concetto riguarda l'applicazione della normativa antitrust, quando si presenta la necessità di *market repair*, mediante concentrazione tra operatori in un mercato sovraffollato, o l'opportunità di cospicui risparmi di costi industriali grazie a collaborazioni orizzontali: sono queste le premesse fondamentali della sostenibilità, più di qualunque altro fattore. Nel breve termine, invece, tre sono le questioni più rilevanti da affrontare: la valorizzazione dell'*asset* rete nell'integrazione tra fibra e 5G, la valorizzazione dei nuovi servizi "intelligenti" e la realizzazione di un nuovo e distinto mercato rappresentato dai servizi di assistenza alla clientela.

Nella prima area, quella della rete, occorrerà creare le condizioni, industriali e regolamentari, perché le reti di telecomunicazioni ultra-*broadband* si affermino come infrastruttura aperta, interoperabile e capillare a livello nazionale; la discussione avvenuta recentemente a Bruxelles in tema di tecnologie radio per gli autoveicoli connessi conferma che occorre evitare sistemi di comunicazione settoriali, che frammentano i mercati, duplicano

gli investimenti e riducono le opportunità di integrazione dei servizi tra mercati contigui. Inoltre, di fondamentale importanza saranno le regole di costruzione delle reti 5G e in fibra per assicurare costi industriali efficienti.

Nella seconda area, quella dello sviluppo di nuovi servizi "intelligenti", basati su tecnologie 5G/fibra, IoT, *Big data*, *Edge computing* e *Artificial intelligence*, la formula sarà *win-win* se si svilupperà un ecosistema collaborativo di *partnership* tra operatori di rete, sviluppatori di applicazioni e imprese, per governare la "diffusione della convergenza", in una catena di servizi sempre più B2B2C. L'elemento che farà la differenza sarà l'applicazione equilibrata della *net neutrality*, onde evitare che vecchi e nuovi Ott, senza il peso degli investimenti infrastrutturali, possano concentrarsi nell'acquisire il valore dell'offerta del servizio al cliente finale, confinando il servizio di rete a *commodity*, priva di ritorni adeguati ad assicurare la continuità degli investimenti.

Nella terza area, quella dell'assistenza alla clientela, si potrà creare valore superando il principio di gratuità assoluto - ormai obsoleto rispetto alle tipologie di assistenza richieste - che rende questo servizio non più sostenibile economicamente, ne limita lo sviluppo e impedisce la nascita di un'impresoria di *customer care* in grado di integrare l'acquisizione della clientela con la crescita del suo valore attraverso la prestazione continuativa di servizi di assistenza di qualità. Una trasfor-

mazione auspicabile e necessaria, che ha bisogno di un aggiornamento della disciplina di tutela del consumatore: più libertà di offerta competitiva e innovativa, invece di un sistema dettagliato di vincoli, soddisferà meglio le esigenze della clientela e contribuirà anche alla sostenibilità occupazionale di questo comparto.

In conclusione, l'AgCom del futuro, nell'adempiere alle finalità di regolazione e controllo, interpreterà primariamente il proprio ruolo quale principale promotore dell'innovazione, nello spirito originario della legge Maccanico. Oggi, l'innovazione che emerge dalle reti ultra-*broadband* è la "diffusione della convergenza", estesa dalle infrastrutture di rete ai settori industriali e dei servizi pubblici e privati. Un'evoluzione che richiede importanti investimenti - possibili solo se sostenibili - e un sostanziale aggiornamento dell'attuale *corpus* regolamentare, da realizzare a partire dal recepimento del nuovo Codice europeo delle comunicazioni elettroniche. Alla base di tutto quanto detto è l'assoluta centralità della formazione del capitale umano. Una sfida da lanciare con una visione e un piano d'azione condivisi, in un orizzonte progressivo a 10-20 anni, partendo dalla formazione dei formatori e dall'educazione dei più giovani all'uso consapevole delle tecnologie.

È questo un impegno di reale "responsabilità sociale", che può realizzarsi solo in un'alleanza operativa tra imprese e istituzioni di cui, nel mondo del digitale, AgCom è il leader di elezione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**IL SOLE 24 ORE**  
1 AGOSTO 2019

Pietro Guindani, presidente Assotelecomunicazioni-Asstel, ha spiegato che una catena del valore più equa garantisce reti all'avanguardia.



**TRANSAZIONI ONLINE****E-COMMERCE**

# Vendite su marketplace, dati fornitori da inviare pena l'addebito dell'Iva

Utilizzo dei servizi telematici Entratel o Fisconline per trasmettere, anche avvalendosi di intermediari abilitati, entro la fine del mese successivo a ciascun trimestre, la comunicazione dei dati relativi alle vendite a distanza di beni realizzate attraverso marketplace. Il primo invio dovrà essere effettuato entro il 31 ottobre 2019, e comprende il periodo da aprile a luglio 2019; se la piattaforma elettronica tra il 13 febbraio e il 30 aprile 2019 ha ceduto anche tablet, laptop, console da gioco e cellulari, i relativi dati andranno recuperati e trasmessi. Con provvedimento direttoriale 660061 del 31 luglio 2019 è stata così data attuazione all'articolo 13 del decreto-legge crescita 34 del 2019 il quale impone ai soggetti che gestiscono i cosiddetti marketplace la trasmissione con cadenza trimestrale di una serie di dati relativi ai fornitori per le annualità 2019 e 2020.

La mancata trasmissione o l'invio di dati incompleti sposta la responsabilità dell'imposta dovuta in capo al soggetto obbligato all'invio della comunicazione, a meno che non sia in grado di dimostrare che la stessa è stata assolta dal fornitore. Il provvedimento, oltre a definire il perimetro soggettivo e oggettivo di operatività dell'adempimento, impone una tempistica decennale di conservazione dei documenti relativi alle vendite a distanza a partire dall'anno in cui l'operazione è stata effettuata.

In via generale, l'obbligo è posto in capo a tutti quegli operatori che, avvalendosi di piattaforme elettroniche, svolgono attività di facilitatori nelle vendite di beni consentendo di mettere in contatto acquirenti e fornitori, che vendono beni

tramite marketplace. Sono invece espressamente esclusi coloro che, pur facilitando le vendite, si limitano a realizzare solamente una delle seguenti operazioni: trattamento dei pagamenti; catalogazione o pubblicità di beni; reindirizzamento o trasferimento di acquirenti verso altre interfacce elettroniche in cui sono posti in vendita beni, senza ulteriori interventi nella cessione.

La comunicazione deve essere perciò trasmessa da tutti i soggetti, anche se non residenti nel territorio dello Stato, che facilitano le vendite a distanza di beni importati o le vendite a distanza di beni all'interno dell'Unione europea, tramite l'uso di un'interfaccia elettronica. Per trasmettere la comunicazione, i soggetti non residenti, quando privi di stabile organizzazione in Italia, sono obbligati ad identificarsi direttamente oppure ad avvalersi di un rappresentante fiscale residente nel territorio dello Stato.

Per ciascun fornitore che nel trimestre considerato ha effettuato almeno una vendita tramite marketplace, vanno trasmessi i dati relativi alla denominazione o i suoi dati anagrafici completi, inclusi residenza o domicilio, nonché l'identificativo univoco utilizzato per effettuare le vendite facilitate dall'interfaccia elettronica, il codice identificativo fiscale ove esistente, l'indirizzo di posta elettronica. Vanno inoltre comunicati il numero totale delle unità vendute in Italia e, a scelta del soggetto passivo, l'ammontare totale dei prezzi di vendita o il prezzo medio di vendita, espressi in euro.

— **Alessandro Mastromatteo**  
— **Benedetto Santacroce**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Prima  
trasmissione  
entro ottobre  
A regime  
entro la fine  
del mese  
successivo  
al trimestre





di avere adottato tutte le misure necessarie per la corretta rilevazione e individuazione dei dati presenti sulla piattaforma digitale.

La trasmissione va effettuata entro la fine del mese successivo a ciascun trimestre, a partire dal trimestre di entrata in vigore dell'art. 13 del dl n. 34/2019 (secondo trimestre 2019). In sede di prima applicazione, la prima trasmissione è effettuata entro il 31 ottobre 2019, sicché riguarderà i dati del secondo e del terzo trimestre 2019. Nella stesa data dovranno essere trasmessi i dati di cui all'articolo 11-bis, commi da 11 a 15, del dl n. 135/2018, per il periodo dal 13 febbraio 2019 al 30 aprile 2019, come previsto dall'art. 13, comma 4, del dl 34/2019. I soggetti passivi devono conservare la documentazione relativa alle vendite a distanza per dieci anni.

—© Riproduzione riservata—■

## La nuova web tax francese non colpirà Amazon, ma i suoi venditori

A pagare la web tax francese di Amazon saranno i venditori che utilizzano la piattaforma.

Ieri, il gigante americano dell'e-commerce ha inviato un avviso a tutti i venditori dell'Ue per comunicare un aumento del 3% sulla commissione applicata a coloro che vendono beni in Francia attraverso il sito web, stessa percentuale della web tax approvata dal parlamento francese lo scorso 11 luglio. L'avviso, «Prossime modifiche alla commissione per segnalazione su Amazon.fr» riporta quindi che «a seguito della creazione di una tassa sui servizi digitali del 3% in Francia, le nostre commissioni per segnalazione dovranno essere adeguate su Amazon.fr per riflettere il costo aggiuntivo».

Amazon ha comunicato che «a partire dal 1° ottobre 2019, l'importo della commissione per segnalazione sulle vendite che avvengono su Amazon.fr aumenterà del 3%». Incremento che, infatti, corrisponde alla nuova tassa del 3% che verrà applicata in Francia in maniera retroattiva dal 1° gennaio 2019 su tutti i giganti digitali del web con un fatturato di almeno 750 milioni di euro in tutto il mondo e di cui almeno 25 milioni di euro in Francia. Ma se il presidente francese, Emmanuel Macron, che ha promulgato la legge il 24 luglio scorso, ha riferito che l'introduzione dell'imposta è una questione di «equità fiscale», in quanto, secondo le stime della commissione europea, i giganti digitali versano in media il 14% di tasse in meno nell'Unione europea rispetto all'industria tradizionale, Amazon non sembra intenzionato a limitare il proprio margine di profitto, andando così a coprire parte dei costi della nuova tassa su chi utilizza la piattaforma.

Amazon, nell'avviso, ha riportato alcuni esempi di come cambierà la commissione applicata sulle vendite, «per esempio, su un articolo per il quale la commissione per segnalazione è attualmente del 15,00%, dovrà pagare una commissione del 15,45% a partire dal 1° ottobre 2019». La web tax francese del 3% è applicata su tre tipi di attività: vendita di beni, intermediazione di servizi e pubblicità online. La misura raccoglierà più 500 milioni di euro all'anno da circa 30 società, «non solo americane», come ha specificato il ministro dell'economia francese, Bruno Le Maire, «ma anche francesi, tedesche, cinesi e inglesi».

Matteo Rizzi

© Riproduzione riservata



**L'accordo di M-Dis**

## Clienti Amazon, ora il ritiro anche in edicola

**I**ntesa tra Amazon e M-Dis: le edicole aderenti al servizio «Punto di ritiro di PrimaEdicola.it» di M-Dis potranno fare parte del circuito degli Amazon Hub Counter. I clienti Amazon di Milano e Torino che desiderano ricevere il proprio ordine in un punto di ritiro fisico possono scegliere tra gli indirizzi della rete Amazon Hub Counter anche le edicole del circuito di PrimaEdicola.it. Dopo Milano e Torino, verranno coinvolte altre 4.000 edicole. «Un'importante evoluzione del mondo dell'e-commerce che si avvicina alle esigenze dei clienti», ha commentato Andrea Liso, alla guida di M-Dis, jr tra DeAgostini, RCS Mediagroup e Hearst.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Da Nexi il primo bonifico istantaneo europeo

di **Francesco Bertolino**

**N**exi lancia il bonifico istantaneo europeo. La società di pagamenti digitali è la prima in Italia a integrare la propria piattaforma con il nuovo servizio paneuropeo di regolamento per gli instant payments per l'eurozona, noto con l'acronimo Tips (Target Instant Payment Settlement) e gestito dalla Bce. I clienti delle banche aderenti al servizio Nexi potranno così inviare denaro all'estero in tempo reale; più precisamente, l'infrastruttura consentirà lo scambio di bonifici istantanei fra gli istituti dei 34 Paesi dell'area Sepa, 365 giorni all'anno e 24 ore su 24. «A oggi il 65% degli sportelli bancari attivi sul mercato dei pagamenti istantanei sta realizzando servizi di instant payment in larga parte col contributo di Nexi», spiega Renato Martini, digital banking solutions director di Nexi, «contiamo, grazie alla partnership con Tips, di accelerare lo sviluppo di questa importante disruption nel mondo dei pagamenti basati sull'iban».

Il bonifico istantaneo europeo potrebbe rivelarsi uno strumento interessante soprattutto per le pmi italiane, specialmente per quelle più orientate all'export. «I bonifici cross-border avvengono tipicamente fra imprese», aggiunge Martini, «il nuovo servizio consentirà per esempio sistemi di cash management più efficienti: le aziende multinazionali con sedi

anche all'estero potranno collegare i conti aperti su banche europee al conto principale di tesoreria e con il bonifico istantaneo procedere al cash pooling dei fondi, accentrando gli incassi in un unico Paese e senza dover rispettare gli orari di ufficio».

Oltre ai casi d'uso specifici il bonifico istantaneo europeo può poi servire agli stessi scopi i quello Italia su Italia, soltanto con una controparte estera: sblocco forniture, bonifici urgenti, ricariche di carte prepagate... Potranno infine affermarsi utilizzi inaspettati come già avvenuto con il predecessore partito nel novembre 2017 che è diventato lo strumento principe per le compravendite di beni usati fra privati, consentendo uno scambio sicuro fra parti che non si conoscono e possono anche non fidarsi l'una dell'altra. Il tutto completato dagli

algoritmi antifrode sviluppati da Nexi e in grado di identificare in real-time transazioni sospette, verificarle e se del caso bloccarle. «Nexi sarà la prima ad aprire in Italia il collegamento a Tips senza nessun tipo di investimento aggiuntivo per le banche clienti», sottolinea Martini, «lo schema di bonifici istantanei nell'area Sepa è partito nel novembre 2018 e vede attivi una ventina di istituti in Europa, ma grazie all'effetto rete contiamo possa diffondersi rapidamente». In Italia, del resto, si stima che il mercato degli instant payments possa raggiungere nel primo semestre 2020 l'80% delle banche. (riproduzione riservata)

### NEXI



## *Piattaforma fintech, Sia vara partnership*

**S**ia, società hi-tech leader in Europa nel settore dei servizi e delle infrastrutture di pagamento, e Supply@ME, scale-up di the AvantGarde Group, hanno siglato una partnership per il lancio attraverso l'infrastruttura SIA-chain della nuova piattaforma di «Inventory Monetization», ideata dalla fintech milanese di prossima quotazione sul mercato principale della London Stock Exchange. Supply@ME, si legge in una nota, ha infatti sviluppato una soluzione che permette alle imprese di creare valore dalle proprie rimanenze di magazzino che, grazie all'utilizzo di strumenti evoluti come gli «smart contract», sono smobilizzate commercialmente a società costituite da Supply@ME in vari paesi europei. Obiettivo principale dell'iniziativa è consolidare la leadership di Supply@ME nelle attività di valutazione, monitoraggio e smobilizzo delle rimanenze di magazzino di imprese di qualsiasi settore merceologico, tramite uno schema di cartolarizzazione cui hanno aderito vari partner finanziari istituzionali. (riproduzione riservata)



# Libra dovrebbe diventare la valuta dell'Onu

DI MASSIMO TORTORELLA\*

**L**ibra non è Bitcoin. Non funziona secondo le stesse regole, ma la forza di diffusione rappresentata da Facebook e dai suoi 4,7 miliardi di utenti potrebbe essere il vero acceleratore verso la democratizzazione dei sistemi di pagamento in tutti i Paesi oggi fuori dal sistema bancario. In questo senso la proposta avanzata da Davide Casaleggio, presidente della Casaleggio Associati, di coinvolgere un organismo internazionale come l'Onu nella definizione delle strategie legate alla diffusione di Libra (la criptomoneta che Facebook lancerà nel 2020) e di Calibra (il suo wallet) potrebbe essere una risposta alle critiche sollevate da Federal Reserve, Senato Usa e Commissione europea. Perché in fondo non crediamo che Facebook abbia davvero interesse a modificare gli equilibri mondiali, quanto a trovare nuovi filoni di redditività per le proprie attività. «Ben venga Libra», sostiene Casaleggio, «ma Facebook dovrebbe consegnare alle Nazioni Unite un controllo significativo della propria valuta. Come minimo, almeno la metà dei voti dell'Associazione Libra dovrebbe andare all'Onu, che aveva proposto una moneta globale già dieci anni fa, senza seguito». Ancora, l'Onu dovrebbe gestire un «nuovo passaporto digitale» per «attivare un sistema di verifica dell'identità» compatibile con le norme antiriciclaggio.

**È evidente che Libra** ha aperto una nuova fase dei rapporti tra il mondo della blockchain e quello delle istituzioni che vigilano su finanza,

mercati e valute nazionali. Lo stesso andamento del prezzo di bitcoin delle ultime settimane ha subito gli effetti dell'annuncio di questo progetto, passando dall'entusiasmo iniziale (con contestuale rush del prezzo) alla grande delusione (e forti vendite sul mercato) per le reazioni anche violente del sistema finanziario e politico americano ed europeo. Tra l'altro colpisce molto la rapidità e la forza con la quale le principali istituzioni europee e americane hanno risposto all'annuncio dell'azienda di Menlo Park, con prese di posizioni molto forti e minacce di sanzioni qualora l'azienda americana avesse proseguito nel suo percorso fuori dal contesto regolatorio. Questo dimostra ancora una volta di più che Libra è un progetto serio e percepito realmente come in grado di cambiare le regole del gioco, a differenza, per esempio, dell'attenzione che gli stessi attori istituzionali hanno riservato a Bitcoin, spesso molto sottovalutato. Ma se c'è una morale nella storia di Libra è che blockchain e criptovalute possono trovare una propria collocazione nel sistema mondiale, specialmente nei Paesi emergenti, che possono in questo modo parzialmente provare a ridurre il gap con le economie più industrializzate, che sia Libra o una valuta fiat su infrastrutture blockchain. È per questo motivo che noi abbiamo sempre sostenuto che il processo di cambiamento deve essere guidato con intelligenza e competenza tecnica, con grande beneficio di tutti coloro che sapranno per primi dare un assetto certo e sostenibile al settore. (riproduzione riservata)

\*presidente Consulcesi Tech



AL SENATO

## Sgravi per chi investe in pubblicità, nuovo rinvio

Capisani a pag. 17

*Il decreto legge 59/2019 con le agevolazioni fiscali deve tornare lunedì al Senato*

# Sgravi pubblicità, nuovo rinvio

## Resta solo settembre per rendere operativa la misura

DI MARCO A. CAPISANI

**N**on è ancora finita l'epopea delle nuove agevolazioni fiscali per chi aumenta gli investimenti in pubblicità, da pianificare su stampa ed emittenti locali radio-tv. Dopo il via libera lo scorso 25 luglio al Senato, ieri la Camera ha approvato alcune modifiche al decreto legge 59 del 28 giugno 2019 sulle fondazioni liriche, oltre che con misure di sostegno al settore audiovisivo e finanziamenti per Uefa Euro 2020. Le modifiche, però, non riguardano le agevolazioni sulle inserzioni pubblicitarie, contenute nello stesso decreto. Adesso, però, il testo deve tornare nuovamente al Senato. Il calendario dell'aula inserisce il voto sul decreto legge 59/2019 nei lavori di lunedì prossimo.

In questo modo, però, si restringono i tempi per rendere operativa una misura richiesta non solo dal mondo editoriale (in primis dalla Fieg-Federazione italiana editori giornali, presieduta da **Andrea Riffeser Monti**) ma anche e soprattutto già utilizzata dalle imprese inserzioniste (fino a usufruire dell'intera

capienza pari a 62,5 milioni di euro, stanziati per il 2018). Infatti, ammesso che il Senato dia l'approvazione finale al decreto legge prima della pausa estiva del Parlamento, servirà un dpcm (decreto del presidente del consiglio dei ministri) per fissare le risorse a disposizione per quest'anno. Peccato che, secondo il dpcm 90/2018, le domande per accedere agli sgravi possano essere presentate, nel 2019, solamente dal 1° ottobre fino a fine mese (a regime invece il periodo di riferimento è marzo). Così rimane solo il mese di settembre, al rientro dalle ferie, per decidere quanto stanziare e per poi avviare in concreto l'intero meccanismo (che coinvolge anche il Dipartimento per l'informazione e l'editoria-Die).

Lo stesso sottosegretario con delega all'editoria **Vito Crimi**, nei giorni scorsi, ha ribadito come «con questa misura, sosteniamo tutte le piccole imprese che investono in pubblicità. Il contributo non va nelle casse degli editori, ma crea sviluppo, investimenti, muove risorse. E porta soprattutto un beneficio alle piccole imprese, che in questo modo

possono investire in pubblicità, quindi nella promozione dei propri prodotti e servizi, ricevendo un credito di imposta pari al 75% dell'investimento. Contemporaneamente ne beneficia il settore editoriale, che riceverà questi investimenti pubblicitari».

Nel momento in cui le agevolazioni diventeranno permanenti, andando a regime dal 2020, l'iter annuale dovrebbe semplificarsi. Tanto più che, tra le novità in via di approvazione definitiva, c'è anche la riduzione a una sola aliquota (del 75% sull'investimento incrementale), cancellando quella al 90% che era stata prevista nel caso di domande presentate da micro-imprese, pmi o start-up innovative (vedere *ItaliaOggi* del 27/7/2019). Rimarrà per l'appunto solo il compito al ministero dello sviluppo economico e allo stesso Dipartimento per l'informazione e l'editoria di stabilire quanto destinare, ogni singolo anno, per questa misura attingendo dal budget complessivo del Fondo per il pluralismo e l'informazione. Come, per l'appunto, un ordine del giorno di ieri al Senato già impegna il governo a fare per il 2019.

—© Riproduzione riservata—





**Andrea Riffeser Monti**



**Vito Crimi**

Con search, social e ott il periodo chiude giù dell'1,3%. Ok cinema (+24,8%) e Go Tv (+5,8%)

# Pubblicità, il semestre a -5,7%

## Quotidiani -10,1%, periodici -14,7%. Radio +1,4%

DI MARCO LIVI

Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia chiude il mese di giugno in negativo, a -6,8% rispetto allo stesso periodo del 2018, portando la raccolta nel primo semestre in negativo (-1,3%). Se si esclude dalla raccolta web la stima Nielsen sul search, social, classified (annunci sponsorizzati) e dei cosiddetti over the top (ott), l'andamento nel periodo gennaio-giugno si attesta a -5,7%.

«Al di là delle dinamiche congiunturali note e proprie del mercato pubblicitario in un periodo che si confronta con un mese di giugno 2018 fortemente condizionato dall'impatto positivo dei Mondiali di Calcio, è necessario tenere in considerazione il quadro economico in cui le aziende stanno operando in Italia», spiega **Alberto Dal Sasso**, ais managing director di Nielsen. «E' recente la stima flash dell'Istat che conferma la stagnazione in cui si muove il Paese da ormai 5 trimestri e la "crescita zero" tendenziale dell'ultimo trimestre dell'anno: tutto questo in un più ampio contesto dove anche l'Eurozona rallenta la crescita e l'inflazione diminuisce. Si tratta quindi di dati non confortanti per le aziende che devono effettuare le

proprie scelte di investimento in uno scenario incerto, anche dal punto di vista politico».

La tv è il mezzo che risente maggiormente dell'assenza del Mondiali di calcio, con un calo nel singolo mese del 20%. Il primo semestre si chiude così a -6,3%. Bene invece la Go Tv, in crescita del 5,8%. «Il primo semestre conferma per la Go Tv un andamento vivace in controtendenza rispetto al totale mercato. Con un fatturato superiore ai 10 milioni di euro, la Go Tv è tra i media top performer per crescita con un +5,8% nei primi sei mesi del 2019 che fa seguito alla straordinaria crescita del 2018 pari al +16,1% nel totale anno e al +17,6% nei primi sei mesi 2018», ha commentato il presidente di Fcp-Assogotv **Angelo Sajevo**. «È così comprovato il consolidamento nella videostrategy dei tre player di mercato (Grandi Stazioni, Telesia e Vidion) per la copertura dei target meno esportati alla tv tradizionale. I key client della Go Tv hanno tutti rinnovato nel 2019 con investimenti in crescita, quasi il 40% del totale clienti pianifica almeno tre settimane e circa il 20% oltre quattro settimane, avvalorando il contributo della Go Tv alla continuity dei piani di comunicazione. Il pharma diventa il primo setto-

re per investimento (dal terzo posto), gli alimentari il secondo (dal quarto). Se agli alimentari aggiungiamo la distribuzione, insieme conquistano la pole position. Con soddisfazione rileviamo l'importante crescita dell'automotive sulla Go Tv (+27%), in controtendenza rispetto alla performance sul totale mercato, grazie alla presenza dei top brand e al contributo fondamentale del programmatic».

Viaggiano in negativo i quotidiani, che a giugno perdono il 7,6% consolidando il periodo cumulato gennaio-giugno a -10,1%. Stesso andamento per i periodici, sia nel singolo mese che per il semestre, con cali rispettivamente dell'11,1% e del 14,7%. Il mese di giugno è in calo per la radio, che registra un decremento del -2,2% rispetto a giugno 2018. Rimangono tuttavia in positivo (+1,4%) gli investimenti per i primi sei mesi di quest'anno.

Sulla base delle stime realizzate da Nielsen, la raccolta dell'intero universo del web advertising nel primo semestre mesi del 2019 chiude in positivo, a +8,5% (+1,2% se si considera il solo perimetro Fcp AssoInternet). Il cinema cresce del 24,8%, mentre sono in negativo l'outdoor (-6,2%) e il transit (-3,0%).

—© Riproduzione riservata—

Mezzo	Variazione (giugno 2019 vs giugno 2018)	Variazione (primo semestre 2019 vs primo semestre 2018)
Go Tv	+5,8%	+5,8%
Quotidiani	-10,1%	-10,1%
Periodici	-14,7%	-14,7%
Radio	+1,4%	+1,4%
Altri	-6,8%	-1,3%
<b>Totale</b>	<b>-5,7%</b>	<b>-1,3%</b>

## Così la raccolta sui diversi mezzi

STIMA DEL MERCATO PUBBLICITARIO (DATI NETTI)	GEN./ GIU.2018	GEN./ GIU.2019	VAR. %
<b>TOTALE PUBBLICITÀ</b>	3.229.031	3.043.468	-5,7
<b>QUOTIDIANI <sup>1</sup></b>	296.874	266.922	-10,1
<b>PERIODICI <sup>1</sup></b>	199.917	170.514	-14,7
<b>TV <sup>2</sup></b>	2.026.251	1.899.444	-6,3
<b>GO TV</b>	9.960	10.539	5,8
<b>RADIO <sup>3</sup></b>	217.578	220.571	1,4
<b>DIGITAL <sup>4</sup></b>	226.562	229.347	1,2
<b>OUTDOOR <sup>5</sup></b>	36.175	33.949	-6,2
<b>TRANSIT</b>	71.098	68.998	-3,0
<b>CINEMA</b>	8.483	10.587	24,8
<b>DIRECT MAIL</b>	136.132	132.598	-2,6

L'universo di riferimento è quello dei mezzi rilevati da Nielsen ad eccezione dei Quotidiani dove sono utilizzati i dati FCP-ASSOQUOTIDIANI solo per le tipologie: Locale, Rubricata e Di Servizio e delle Radio dove sono utilizzati i dati FCP-ASSORADIO solo per la tipologia Extra Tabellare (comprensiva c.a.).

<sup>1</sup> Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP - ASSOQUOTIDIANI e FCP - ASSOPERIODICI. Per i dati dei Quotidiani Commerciale Locale, Rubricata e Di Servizio la fonte è FCP-ASSOQUOTIDIANI

<sup>2</sup> Il dato comprende le emittenti Generaliste, Digitali e Satellitari

<sup>3</sup> Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP - ASSORADIO

<sup>4</sup> Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP - ASSOINTERNET

<sup>5</sup> Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di AUDIOOUTDOOR

Copyright © 2019 The Nielsen Company (Italy) S.r.l.

## Vite digitali

# Il successo di Telegram un mix tra luci e ombre

GIGIO RANCILIO

**N**ove milioni di italiani usano l'app Telegram, e non solo per scambiarsi messaggi. Se non siete tra questi e chiedete in giro cosa sia, probabilmente vi risponderanno che è una specie di WhatsApp. Ma è molto di più. Per i fratelli russi Nikolai e Pavel Durov, che l'hanno fondato nel 2013, «Telegram è più veloce e più sicuro di WhatsApp». Ma il successo crescente di Telegram (+30% in Italia, solo nell'ultimo anno, e un tempo medio di utilizzo di 3 ore e mezza al mese) è legato anche alla facilità con la quale si possono reperire informazioni di ogni tipo e contenuti anche pirata (soprattutto film, software e musica). Tutto nasce dal fatto che i dati degli utenti sono protetti. Non vengono venduti alla pubblicità ma nemmeno messi al servizio della giustizia. Così, mentre Telegram difende la privacy di tutti permette anche l'anonimato a chi diffonde contenuti pirata o usa l'app per comunicazioni illegali. Non a caso, fino a qualche tempo fa, i terroristi islamici avevano addirittura creato su Telegram dei canali che usavano per comunicare al mondo le loro malefatte. Oggi, invece, delinquenti, terroristi e non solo loro usano le «chat segrete» del sistema. Per due motivi: sono totalmente criptate e si possono autodistruggere al termine, cancellando ogni traccia.

Su Telegram è possibile cancellare anche le conversazioni "normali", o parti di esse, anche andando indietro nel tempo. Una funzione a prima vista molto utile ma che nasconde un'altra faccia della medaglia: in questo modo infatti si fanno sparire anche dai computer centrali prove di reati, facendo felici i colpevoli e mettendo in seria difficoltà le vittime.

Ciò che rende facile la pirateria attraverso Telegram è anche il fatto che si possano inviare file di grandi dimensioni, fino a un massimo di 1,5 GB, cioè come un film in ottima risoluzione (su WhatsApp il limite massimo è di 100 MB nella versione per smartphone Android e di 128 MB per quella IOS/Apple).

C'è anche la possibilità di creare canali nei quali pubblicare contenuti criptati. Come quella di

aprire gruppi fino a 200mila utenti (mentre quelli di WhatsApp al massimo ne contengono 256). C'è poi un'altra caratteristica che rende Telegram molto versatile. L'esistenza di una piattaforma per permettere, a sviluppatori terzi, di creare Bot. Cioè, dei contatti Telegram "automatici" in grado di svolgere molte operazioni e fornire le più disparate informazioni. Per esempio: per condividere video da YouTube in un messaggio basta digitare nel testo @vid e il nome dell'artista o il tema del video (esempio @vid Ligabue e vi appariranno tutti i video disponibili su YouTube del rocker di Correggio). Lo stesso vale per le voci di Wikipedia (@wiki), le immagini (@bing), le informazioni sui film (@imdb).

Ancora: se cercate il bot Unit Conversion vi aiuterà a convertire tutte le unità di misura. WeatherBot fornisce informazioni meteo, GroceryListBot vi permette di creare liste della spesa, Translatebot traduce le frasi in maniera istantanea, anche in chat di gruppo mentre Moolahbot fornisce i cambi aggiornati delle monete. TreniBot comunica gli orari di arrivo e partenza dei treni (segnalando anche i ritardi), SudokuBot permette di giocare a Sudoku direttamente dal dispositivo mentre 4K Download Bot vi fa scaricare file audio e video da piattaforme come YouTube, SoundCloud, Vevo, Facebook, Vimeo, Dailymotion. Con TrackBot potete tenere traccia di spedizioni fatte attraverso numerosi corrieri nazionali ed internazionali mentre con PollBot potete creare in maniera molto semplice sondaggi per gruppi e canali Telegram. A proposito di canali Telegram: anche Avvenire ne ha uno. È dedicato al Santo del giorno. Per iscriversi basta digitare «Il Santo del giorno» nella barra di ricerca dell'app oppure andare qui: <https://t.me/santoavvenire>

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Tim, Gubitosi cerca nuovo socio per Open Fiber

**L'obiettivo è un fondo  
infrastrutturale che  
rilevi il 50% di Enel  
Ricavi in calo del 3,4%**  
*di Sara Bennewitz*

**MILANO** – Partita doppia per Telecom Italia nell'ultimo cda prima dell'estate. Da un lato i conti della semestrale, con ricavi scesi del 3,4% a 9 miliardi, dall'altra la partita sulla rete. Chiusa con successo l'operazione delle torri, ora il gruppo andrà alla ricerca di un socio per trovare una soluzione con Open Fiber che porti alla creazione di un'unica società della rete in fibra. Ieri il cda ha dato mandato all'ad Luigi Gubitosi di esplorare tutte le soluzioni.

L'idea che sta prendendo piede per soddisfare l'interesse dei due soci di Open Fiber, ovvero la Cdp (che è pronta a scambiare il suo 50% in azioni Telecom) ed Enel (che invece vorrebbe essere liquidata in contan-

ti), è quella di trovare un fondo infrastrutturale pronto ad acquistare il 50% di Open Fiber in mano al gruppo guidato da Francesco Starace. La soluzione offrirebbe il vantaggio di avere tra i soci un partner finanziario di lungo termine, capace di pagare il prezzo a cui punta il capoazienda di Enel, il quale ieri si è espresso in toni molto più concilianti verso l'operazione. Tuttavia, difficilmente un fondo infrastrutturale potrebbe investire in una quota di co-controllo (che è destinata a diventare di minoranza), senza sapere già a che condizioni potrebbe essere celebrato un matrimonio tra Open Fiber e Flash Fiber, cioè la joint venture tra Tim e fastweb per la fibra ottica. Pertanto, Gubitosi è stato incaricato dal cda di trattare con Enel e Cdp, per trovare una soluzione che contemperasse gli interessi di tutte le parti.

Per quel che riguarda i risultati, se le attività brasiliane sono salite e promettono di fare meglio nella seconda parte dell'anno (+5,9% il margine lordo a 1,32 miliardi di euro), quelle domestiche hanno fatto un altro passo indietro (-4,2% il mol a 2,75

miliardi). Tuttavia, grazie a flussi di cassa quasi raddoppiati a 1,49 miliardi, scendono di oltre mezzo miliardo i debiti, che a fine giugno erano pari a 24,7 miliardi. La parte domestica è a due velocità: va bene l'attività all'inrosso e male quella consumer, mentre il mobile soffre per un difficile confronto con il primo semestre 2018, quando ancora non si sentiva l'effetto del concorrente Iliad. In questo comparto, comunque, il secondo trimestre è andato meglio e promette di migliorare in futuro. Per compensare il crollo delle linee in rame con una migrazione a quelle in banda larga (salite a 6,3 milioni a fine giugno), Telecom arricchirà l'offerta di TimVision con Netflix e Now Tv (la Internet Tv di Sky, che comprende anche il calcio). Tuttavia la contrazione dei risultati della telefonia fissa, che è il vero polmone della redditività, è la prima preoccupazione del gruppo e ieri è stata a lungo discussa in cda. Anche perché l'arrivo di un concorrente come Sky rischia di rendere le previsioni future ancora più pessimistiche.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

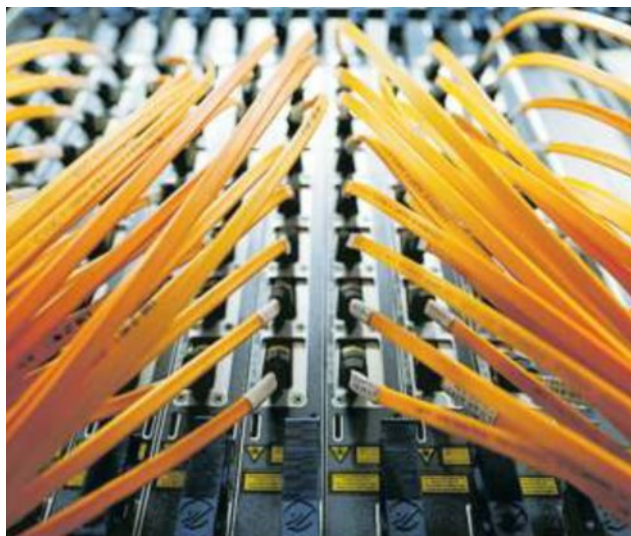
## I numeri Il debito in calo

# -539

**Risparmi**  
L'indebitamento finanziario netto al 30 giugno cala di 539 milioni da fine 2018

# 662

**Contenzioso fiscale**  
Esito favorevole in Brasile per 662 milioni di euro



▲ **Fibra**  
Cavi in fibra ottica in una centralina telefonica di Telecom



# Tim-Open Fiber: mandato a Gubitosi, resta il nodo prezzo

## IL CDA SUI CONTI

Chiuso con un accordo sulle partite di calcio il contenzioso con Sky

**Antonella Olivieri**

Nelle aspettative doveva essere il consiglio della svolta sulla rete unica. Ma da Telecom sono usciti solo i conti del semestre, mentre il dossier Open Fiber è in pausa di riflessione, anche se l'ad Luigi Gubitosi ha ottenuto mandato dal cda a proseguire le trattative e Francesco Starace, ad dell'Enel che è socio paritetico con Cdp di Open Fiber, è uscito con dichiarazioni più concilianti. «Tim sta studiando come mettere al lavoro le sinergie sulla fibra che possono esserci tra la propria rete e quella di Open Fiber - ha detto Starace in conference call - Ci sono molte strade: non abbiamo fretta e non siamo preoccupati, ma nei prossimi mesi queste strade saranno più chiare».

In effetti, gli advisor delle diverse parti in causa - Vitale&C. e Rothschild per Telecom, JP Morgan e UniCredit per Open Fiber, Mediobanca per Enel e Credit Suisse per Cdp - si sono cimentati a stendere tutti gli scenari possibili, ma finora nessuno è decollato, stante che lo scoglio della valutazione non è stato superato. Da parte Telecom le stime sull'enterprise value (equity più debito) di Open Fiber non arrivano a 3 miliardi, quelle di parte Enel individuano invece il valore attuale del progetto in 6 miliardi, 8 considerate le sinergie. Telecom non può correre il rischio di pagare tanto la quota di Open Fiber che l'Enel a valutazione "piena" sarebbe tentata di vendere, considerato che Metroweb - la rete in fibra di Milano confluita in Open Fiber - era stata pagata meno di 800 milioni solo un paio d'anni fa. E Enel, che pure è quotata, non può permettersi di spuntare meno di quanto è stato riconosciuto a reti analoghe. Fa testo l'accordo stipulato dalla francese Altice a fine novembre per cedere a Allianz, Axa e al fondo canadese Omers il 49,99% del-

la controllata SFRFTTH, al prezzo di 1,8 miliardi che valorizza 3,6 miliardi il 100% dell'equity della società. Malo sfidante transalpino della rete in fibra ha 3 milioni di abitazioni collegate su un piano di 5 milioni, Open Fiber ne ha 6,5 milioni su un progetto complessivo di 19 milioni.

Il dossier Open Fiber, come prevedibile, si è rivelato complicato: ci vorrà ancora tempo per trovare una soluzione. Ma non si può dire che nel frattempo il management di Telecom sia rimasto con le mani in mano. Gubitosi ha portato a casa, nei tempi stabiliti, l'accordo con Vodafone che farà di Inwit il più grande operatore delle torri per la telefonia mobile in Italia, con un aumento a regime di 200 milioni di Ebitda, e il beneficio (in dieci anni) di 800 milioni di sinergie per ciascuna delle due compagnie grazie agli accordi di condivisione. Telecom inoltre ha impostato un'analoga operazione in Brasile con Vivo (Telefonia) e - la notizia è di ieri - ha chiuso il contenzioso con Sky, siglando un accordo che consentirà a Tim di commercializzare l'offerta NowTv - Ticket sport, con eventi sportivi tra i quali sette partite su dieci della serie A. Tim Vision realizzerà un pacchetto che aggriperà i contenuti degli altri partner: Discovery, Mediaset, Netflix, Amazon Prime e Eurosport.

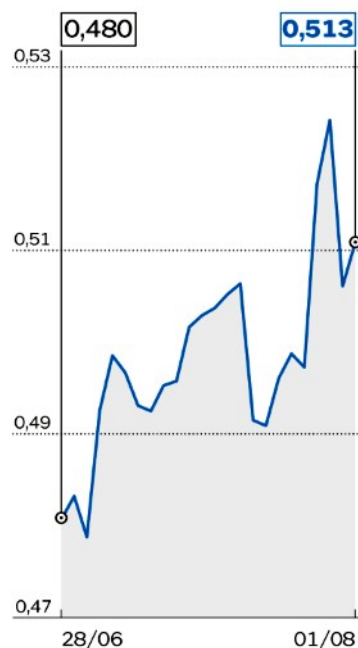
Quanto ai conti del semestre - approvati all'unanimità - i ricavi sono scesi del 4,4% a 8,99 miliardi, con una riduzione "organica" del 3,4% «quasi interamente imputabile al traffico voce internazionale di Sparkle». L'Ebitda è aumentato dell'8,9% a 4,39 miliardi, grazie anche a partite non ricorrenti, «che beneficiano per 662 milioni dell'esito favorevole per Tim Brasil dei contenziosi relativi a una doppia imposizione fiscale, in parte controbilanciati da 296 milioni di accantonamenti». L'applicazione dell'Ifrs 16 ha portato inoltre un beneficio di 326 milioni. L'Ebitda organico, al netto di un saldo positivo delle poste non ricorrenti pari a 332 milioni, è in flessione del 2,3% a 3,73 miliardi. L'utile attribuibile ai soci si attesta a

551 milioni, beneficiando di proventi non ricorrenti per 53 milioni: su basi comparabili risulterebbe in calo di 111 milioni. Nel periodo però la generazione di cassa è triplicata a 786 milioni e l'operating free cash flow è salito di 604 milioni a 1,5 miliardi, permettendo la riduzione dell'indebitamento netto a 24,7 miliardi, 539 milioni in meno rispetto a fine dicembre. Da segnalare infine, a testimonianza di un clima più collaborativo all'interno del board, che il neo consigliere espresso da Vivendi, Frank Cadoret, è entrata a far parte del comitato strategico, insieme al presidente Fulvio Conti e all'ad Luigi Gubitosi, e ai consiglieri Arnaud de Puyfontaine, Massimo Ferrari e Rocco Sabelli.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Telecom Italia

Andamento del titolo a Milano



**Beffa Trump** L'emittente di proprietà di Comcast, per l'ingresso nel mercato italiano di Internet, sceglie la società accusata di spionaggio

# L'americana Sky in Italia si affida ai cinesi di Huawei

## Apparecchi

Il colosso di Pechino fornisce tecnologia e avrà accesso ai dati sensibili degli utenti

## L'ACCORDO

» CARLO TECCE

**U**na multinazionale americana che stringe un accordo con i cinesi di Huawei per il debutto nel mercato dell'Internet veloce. Accade in Italia.

Huawei è sospettata di spionaggio dall'amministrazione di Donald Trump, è nella lista nera della Casa Bianca come minaccia per la sicurezza nazionale, eppure Sky Italia, di proprietà degli americani di Comcast, sceglie gli apparecchi e le tecnologie dei cinesi - si tratta dei sistemi terminali - per portare internet in fibra ottica nei salotti, negli uffici, nei locali d'Italia.

**IL GRUPPO TELEVISIVO** utilizza Huawei per "attivare" la rete in cavi che compra da Open Fiber, azienda italiana controllata da Enel e Cdp, da tempo alleata dei cinesi e principale fornitore dell'emittente con sede a Rogore-

do. Il contratto di Sky Italia con Huawei ha un valore di decine di milioni di euro e i cinesi, per il ruolo che svolgono, avranno accesso ai dati sensibili degli utenti.

Con l'avvento al vertice di Maximo Ibarra (da ottobre), un esperto del settore telefonico per la carriera tra Omnitel, Wind e Veon, Sky Italia si prepara a offrire ai circa 5,2 milioni di clienti un abbonamento integrato: i pacchetti televisivi del gruppo e la connessione domestica a Internet. Il progetto di espansione, in ritardo rispetto alle intenzioni (*il Fatto* ne parlò in ottobre), ricalca il modello di Sky nel Regno Unito e s'interseca con gli affari di Comcast, principale venditore di telefonia fissa e televisione via cavo negli Stati Uniti con un fatturato di oltre 95 miliardi di dollari e una capitalizzazione in Borsa di 197 miliardi. All'asta di Londra, un anno fa, la famiglia Roberts ha strappato Sky Europa alla famiglia Murdoch - fu pure una battaglia di dinastie - per 33 miliardi di euro più altri 13,5 miliardi per completare l'operazione. Per i Roberts, nel gigantismo dell'economia, Sky Europa è la più florida emittente a pagamento del continente, ma soprattutto un serbatoio con più di 23 milioni di clienti da Londra a Roma, da Madrid a Berlino. Per pun-

tellare i bilanci e sfornare guadagni non bastano più gli eventi sportivi e le serie tv più raffinate, che richiedono investimenti sempre più ingenti con una concorrenza mondiale, perciò il cliente deve pagare il solito contenuto a cui non può rinunciare (il calcio) e lo strumento (Internet) che gli permette di gustarsi una partita a casa in alta definizione. Il concetto è ben chiaro a Sky Italia, che spende 1,115 miliardi di euro di diritti tv per l'esclusiva delle coppe europee di calcio e del 70 per cento del campionato italiano a fronte di 3 miliardi di ricavi.

**HUAWEI È AL BANDO** negli Stati Uniti, ma scorzazza felice in Italia con un controllo statale blando, il governo diviso, la Lega che raccoglie i timori dei diplomatici americani, i Cinque Stelle col cuore sempre più a Pechino. E la beffa per Trump è che Comcast s'affida ai cinesi proprio in Italia. Al Comcast Center di Filadelfia sono informati delle strategie di Sky Italia? A Rogoredo dicono di sì, ma non commentano il patto con Huawei per ragioni di riservatezza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**In uscita**

Andrea Zappia, ad di Sky Italia, resterà nel gruppo

Ansa



**Manager**

Maximo Ibarra, nuovo amministratore delegato di Sky Italia Ansa