

«I big del web a rischio posizione dominante»

LA RELAZIONE AGCOM

Il presidente Cardani: è il momento di far partire una indagine sul mercato

In pole per la presidenza per il prossimo settennato il giurista Zeno Zencovich

Andrea Biondi
Carminio Fotina

Sette anni fa non esistevano le telecomunicazioni in 5G; chi parlava di banda ultralarga era poco più di un visionario; l'intelligenza artificiale era fantascienza; i social network un gioco per pochi.

Oggi, alla chiusura del mandato settennale, nella sua ultima relazione il presidente dell'Authority per le comunicazioni, Angelo Marcello Cardani, descrive un mercato delle comunicazioni completamente trasformato, al punto che le nuove piattaforme digitali – da Facebook a Google – rischiano di cancellare tutte le vecchie logiche costituendo nuove posizioni dominanti basate anche sull'utilizzo non regolato dei big data. «Viviamo già oggi, e vivremo sempre di più in futuro – ha detto Cardani in un passaggio della sua relazione – un'epoca di "trasformazione dei dati". Già oggi possiamo affermare che Facebook ha trasformato in dati le relazioni sociali; LinkedIn quelle lavorative; Twitter le opinioni e gli orientamenti; Amazon le pro-

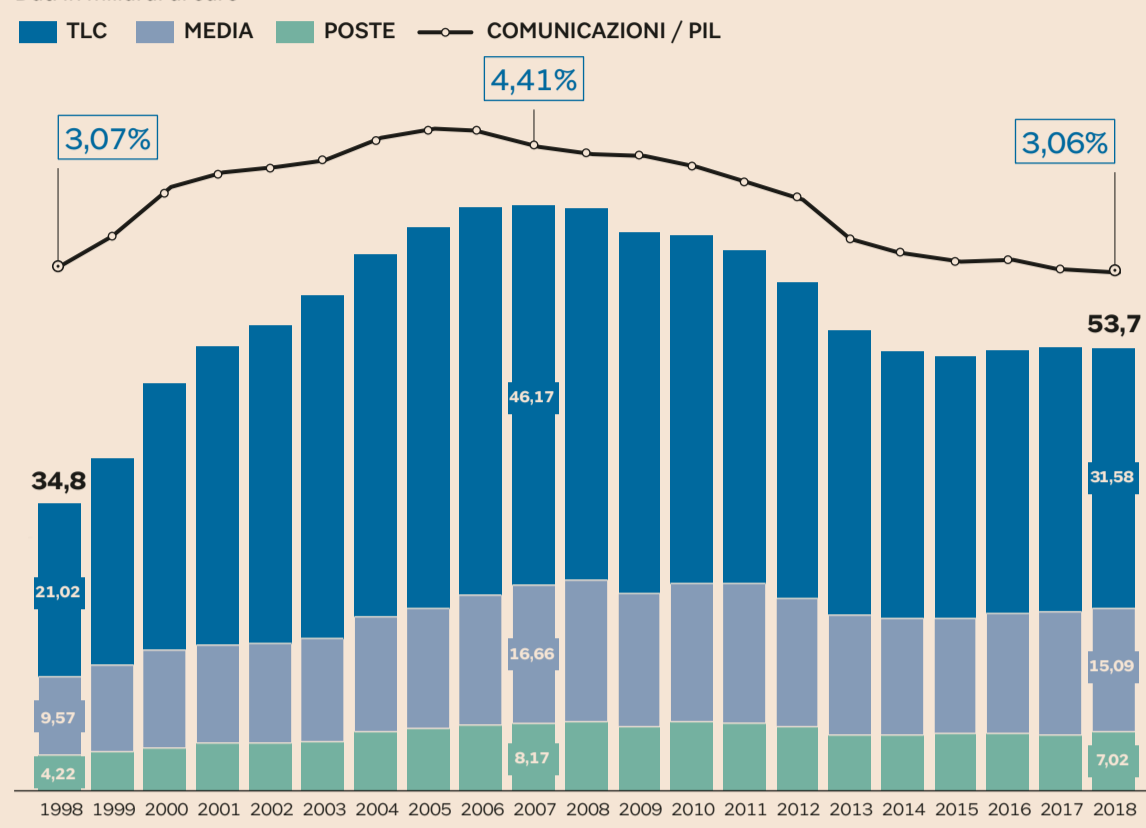
pensioni al consumo, i gusti le capacità di spesa; Google, ragionevolmente, tutto questo, tutto insieme».

Questo passaggio della relazione del presidente Agcom di per sé già spiega molto del senso di una conclusione di un settennato di lavoro in cui il mercato delle comunicazioni ha paradossalmente perso sostanza. Tra il 2011 e il 2018 il valore del settore delle comunicazioni nel suo complesso è sceso da oltre 60 a 54 miliardi. I ricavi delle tlc sono diminuiti di un quarto, la tv in chiaro ha perso il 13%, quella a pagamento il 2%. L'editoria è crollata del 40 per cento. Ed il segnale in controtendenza della raccolta pubblicitaria online (+93%) vale ancora "solo" 2,7 miliardi. Inevitabile però evidenziare che il peso di internet e dei colossi del web è aumentato in un trend impetuoso che non ha potuto che mostrare carenze normative e che impone di dare risposta a domande non da poco. C'è il rischio, avverte non a caso Cardani, «che si determinino posizioni dominanti sul mercato pubblicitario anche avuto riguardo alle modalità di raccolta, alle asimmetrie con gli altri protagonisti del mercato, a tutti i possibili nuovi usi dei dati di audience e diffusione, nonché all'utilizzo dei Big Data da parte di questi soggetti». Per Cardani è quindi ovvio considerare «maturati i presupposti per l'avvio di un'analisi del mercato».

Una palla lanciata evidentemente nella metà campo del suo successore. Cardani, il cui mandato scade il 25 luglio, potrebbe comunque restare in sella per una breve proroga tecnica in attesa che si completi l'iter di

Lo scenario

I ricavi del settore delle comunicazioni
Dati in miliardi di euro



Fonte: elaborazioni Sole 24 Ore su dati Autorità e bilanci

I NODI DEL SETTORE

Mercato in cambiamento

Secondo i dati presentati ieri con la relazione annuale Agcom nelle telecomunicazioni tra il 2011 e il 2018 si sono persi circa un quarto dei ricavi. Nello stesso periodo, nel settore media il trend fortemente negativo dei ricavi pubblicitari ha trascinato in rosso i conti della tv in chiaro (-13% il valore economico del settore).

la crescita del web

Se il settore editoriale ha proseguito una fase di declino (-40%) in crescita è risultato il mercato della raccolta della pubblicità online, le cui risorse sono passate dai 1.407 milioni del 2011 agli oltre 2.700 milioni del 2018 (+93%)

nomina e di insediamento del suo successore. Tra i nomi dei candidati più accreditati resta quello del giurista Vincenzo Zeno Zencovich, già emerso nei mesi scorsi.

Il nuovo presidente si troverà a fare i conti con un mercato alle prese con un momento di forte innovazione tecnologica: si pensi in particolare agli scenari del 5G e dell'internet delle cose. Proprio dall'asta delle frequenze 5G lo Stato ha incassato 6,5 miliardi («un caso di successo unico in Europa», ha detto il presidente Agcom) sui 9,5 miliardi totali relativi a procedure regolate dall'Authority nei sette anni, e la banda ultralarga ha visto l'Italia risalire rapidamente posizioni in termini di copertura del territorio sebbene permanga un oggettivo ritardo nella diffusione dei servizi e degli abbonamenti superveloci.

I sempre più frequenti processi di convergenza tra telco e media e i continui mutamenti nel comporta-

mento dei consumatori rendono comunque inevitabile pensare a un settennato non banale. Anche perché, come ha voluto sottolineare lo stesso Cardani – «nel sistema dell'informazione online e soprattutto nei social network emergono fenomeni di polarizzazione nella formazione dell'opinione pubblica e di disinformazione che possono configurarsi come vere e proprie strategie». Per questo «è essenziale il ruolo del legislatore».

Guardando ai singoli settori, nel mercato Tlc in cui serve «equilibrio fra l'esigenza di sviluppare infrastrutture e quella di mantenere un adeguato livello competitivo» le risorse complessive sono calate del 2% raggiungendo i 31,6 miliardi. Tim mantiene il primato, seguita da Vodafone e Wind e con la new entry Iliad che nel mobile si è fatta sentire. Nel settore dei media è Sky in testa alla classifica, seguita da Mediaset.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Competenze digitali, Italia sotto media Ue Pa all'anno zero

FED 2019

Milano è la più grande area d'Europa dove si sperimenta il 5G

Enrico Netti
MILANO

«È davvero un piacere confrontarmi con un Forum di innovatori che contribuiscono a cambiare il Paese – ha detto ieri il premier Giuseppe Conte intervenendo alla 4 edizione del Forum dell'economia digitale promosso da Facebook e i Giovani imprenditori di Confindustria –. Stiamo vivendo una quarta rivoluzione che ha un impatto sull'economia e sulla società ancora più profondo di quello della rivoluzione industriale».

Una giornata dedicata al «Be the chance», al cambiamento, a come l'innovazione, la trasformazione tecnologica possono e devono essere affrontati «dalle imprese anche con la formazione in chiave digitale, asset fondamentale in un mondo in trasformazione» rimarca Luca Colombo, country director Facebook Italia. Perché l'Italia certo non brilla in competenze digitali: basta scorrere l'indice Desi (digitalizzazione dell'economia e della società) e scendere fino alla 26 posizione per trovare l'Italia quasi a fine classifica. Il livello delle digital skill di base e avanzate degli italiani è, infatti, al di sotto della media Ue. Solo il 44% delle persone tra i 16 e i 74 anni possiede competenze digitali di base, contro il 57% nell'Ue. L'importante dunque è fare entrare la cultura nelle scuole per fare nascere la prossima generazione di innovatori, manager e imprenditori di domani.

«La digitalizzazione delle imprese sta andando avanti ed è a buon punto: ci sono stati investi-

menti di oltre 10 miliardi solo con Industry 4.0, ma con la pa siamo indietro. È a 0.0 nella migliore delle ipotesi, in alcuni uffici pubblici ci sono ancora matita e gomma per cancellare» rimarca Alessio Rossi, presidente dei Giovani Imprenditori di Confindustria. Certo non tutte le amministrazioni sono ancorate alla matita copiativa. Roberta Coco, assessore alla trasformazione digitale e servizi civici del comune di Milano, spiega che la metropoli «punta a diventare un hub di innovazione e tecnologia ed è la più grande area in Europa dove si sperimenta il 5G».

In tutti i casi il digitale è trasversale e permette nuovi livelli di co-



municazione personalizzata B2C e «più le aziende sono in grado di personalizzare l'offerta secondo la necessità delle persone maggiore è il ritorno» sottolinea Colombo.

Nerio Alessandri, fondatore e presidente Technogym, avverte: «Piccolo è bello non funziona più e il Paese deve tornare a pensare in grande sognare e competere contro Usa e Cina». Le soft skill digitali applicate al wellness permettono la condivisione e di creare nuove esperienze che si possono aggiungere alle peculiarità del Bel Paese come la dieta mediterranea e un'alimentazione sana, la cultura umanistica e quant'altro caratterizza l'Italia. «Dobbiamo essere produttori di qualità della vita e attirare investitori, turisti» conclude l'inventore di Technogym.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IN BREVE



AMAZON A Roma apre un nuovo centro di smistamento

Amazon ha inaugurato ieri il nuovo deposito di smistamento di Roma Settecami che migliorerà la logistica nella regione. Nel deposito lavoreranno a tempo indeterminato 110 addetti: 35 sono impiegati nell'attività di preparazione dei colli a cui si aggiungono una ottantina di autisti che provvederanno alle consegne. Il centro si sviluppa su una superficie di circa 9 mila metri quadri e si aggiunge a quelli di Roma Magliana e Pomezia.

PIANO 2019/20

Ubi chiude 76 filiali ma niente esuberanti

Seguendo le linee guida annunciate con il piano industriale 2019/20 il Gruppo Ubi Banca procederà alla chiusura di 76 tra filiali e minisportelli collocati in tutta Italia e alla rilocalizzazione (spostamento di sede) di altre 4 filiali. Ieri, a Bergamo, il gruppo ha incontrato i sindacati per annunciare questo ulteriore passo nella realizzazione del Piano di razionalizzazione e ammodernamento della struttura distributiva del gruppo. Ai rappresentanti dei lavoratori sono arrivate garanzie che l'iniziativa non avrà alcun impatto occupazionale per i circa 200 dipendenti interessati. Le parti si sono riaggionate al 24 luglio.

La pirateria presenta il conto con danni per oltre 1 miliardo

AUDIOVISIVO

Dati Ipsos per Papav: fenomeno in frenata, ma a rischio 6 mila posti

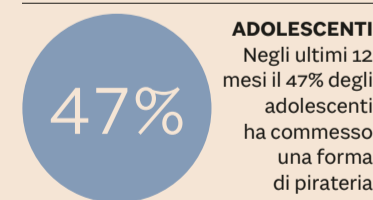
Qualche miglioramento nel tempo si sta evidenziando. Ma la pirateria audiovisiva ha dimensioni da far tremare i polsi. E tali da convincere che c'è da rimbocarsi le maniche perché in gioco ci sono introiti mentre che vengono a mancare al settore e posti di lavoro che rischiano di saltare. In entrambi i casi non si tratta di numeri da poco. Si parla infatti di 1,08 miliardi quanto a fatturato perso da tutti i settori economici italiani. Di questo, ammonta a 600 milioni il conto presentato dalla pirateria al solo settore audiovisivo, per un colpo in grado di mettere in pericolo oltre 6 mila posti di lavoro.

I numeri emergono da un'indagine Ipsos per Papav presentata a Roma ieri, ultima di tre anni di ricerche. «Questi tre anni di studi – ha dichiarato Federico Bagnoli Rossi, Segretario Generale Papav – hanno consentito di definire con precisione il trend della pirateria audiovisiva in Italia: i dati presentati rivelano una sostanziale stabilità dell'incidenza della pirateria, ma una contrazione legata al numero degli atti di pirateria compiuti dagli utenti. Questo è certamente dovuto da una parte al rafforzamento dell'attività di enforcement e di sensibilizzazione del consumatore, dall'altra alla crescita dell'offerta legale, sempre più ricca e diversificata».

Insomma, la maggiore offerta che si sta sviluppando in termini di piattaforme via web sta offrendo una possibilità maggiore rispetto al passato, sempre più accolta, di fruire legalmente di contenuti senza ricorrere a siti pirata o ai decoder "pez-zotto". E infatti in due anni la stima

degli atti di pirateria, considerando il totale della popolazione, è calata del 14%, scendendo a 577,9 milioni. A partecipare alla frode è il 38% della popolazione over 15.

In questo quadro, si sta assistendo a un progressivo ridimensionamento del numero di giovani che ricorrono alla pirateria: se nel 2017 quasi 2 pirati su 3 avevano meno di 45 anni, oggi sono poco più di 1 su 2. E così, in riferimento invece alla popolazione under 15, è vero che negli ultimi 12 mesi il 47% degli adolescenti ha commesso almeno una forma di pirateria, privilegiando modalità digitali e film come contenuto preferito, rispetto alle serie tv e ai programmi, ma è altrettanto vero



che gli atti di pirateria nel 2018 sono stati poco sopra i 31 milioni, con calo del 14% rispetto all'anno precedente.

Problema nel problema – come sa anche la Lega Serie A che entro 10 giorni presenterà un piano di contrasto al fenomeno – è quello della pirateria di eventi sportivi live. In questo caso il fenomeno è invece in ascesa: +52% gli atti fra 2017 e 2018. Sono quasi 5 milioni gli italiani che nel corso del 2018 hanno dichiarato di aver visto illegalmente contenuti sportivi live, in streaming sui propri device (computer, tablet, smartphone, smart Tv) o presso amici e familiari. Nell'ultimo anno si stimano oltre 22 milioni di atti di pirateria sportiva, soprattutto di eventi calcistici, seguiti da Formula 1 e MotoGP, e circa 5,3 milioni di fruizioni perse.

—A. BIo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



GRUPPO 24 ORE

24 HOLES

24 HOLES GOLF INVITATIONAL

Olgiate Golf Club

Ringraziamo tutti i giocatori che hanno preso parte all'evento



Complimenti ai vincitori che si sono aggiudicati il trofeo 24 HOLES GOLF INVITATIONAL 2019

VINCITORI

1° Lordo
FRANCESCA FIORELLINI - PUNTI 39

2° Categoria - 1° Netto
GABRIELE DE GENNARO - PUNTI 40

3° Categoria - 1° Netto
VALERIO BALDI - PUNTI 46

1° Categoria - 1° Netto
VIRGINIA VOTANO - PUNTI 43

2° Categoria - 2° Netto
CLAUDIA DEL DUCE - PUNTI 40

3° Categoria - 2° Netto
RICCARDO CONFLITTI - PUNTI 41

1° Categoria - 2° Netto
ALESSIO GATTAMELATA - PUNTI 41

1° Ladies
GAIA ZONCHELLO - PUNTI 38

1° Seniors
XAVIER SANTIAPICHI - PUNTI 40

Segreteria Organizzativa: Gruppo Mario Mele & Partners - 02 46776391 - 24holes@ilssole24ore.com