

Economia & Imprese

«Facebook pagherà le tasse in base ai profitti per Paese»

SERVIZI ONLINE

Mendelsohn: trasparenza sui proventi a livello locale In Italia siamo già partiti

Il social network guarda al mercato pubblicitario (in crescita) delle Pmi

Laura Cavestri
Dal nostro inviato
LONDRA

«Stiamo lavorando con i nostri partners per contabilizzare, a livello locale, tutti i proventi realizzati e pagare le relative tasse in ciascun Paese. Non in tutti gli Stati il sistema è già operativo. In Italia, sì».

A chiarire che all'annuncio dello scorso dicembre - dopo aver chiuso una pendenza con l'Agenzia delle Entrate di oltre 100 milioni di euro - sono seguiti i fatti è stata, da Londra, Nicola Mendelsohn, vicepresidente di Facebook per l'area Emea, a margine dell'Ads Deep Dive, l'evento in cui il colosso di Menlo Park ha fatto il punto su strategie e modelli di crescita del mercato pubblicitario sui bouquet delle proprie piattaforme.

Revenues da mercato pubblicitario che galoppino e che guardano con sempre maggiore interesse anche alle piccole e medie imprese. Perché le grandi, sulle piattaforme, già ci sono. Mentre le Pmi vanno poco oltre gli account e i cataloghi fotografici.

Guardano con sospetto la gestione dei dati (lo scandalo Cambridge Analytica è ancora fresco) e temono per la *brand safety*, cioè l'eccessiva vicinanza del marchio a contenuti violenti o espliciti, che ne ledano la reputazione.

Facebook, invece, mette sul ta-



Nicola Mendelsohn. È vicepresidente Facebook su Europa, Africa e Medio Oriente

30mila

Fact-checker
Gli addetti che, in 50 Paesi, rimuovono fake news, violenza o pornografia

volò delle Pmi i suoi punti di forza. Da un lato, una profilazione estrema, capace di scandagliare ai raggi X, gusti, abitudini e interessi di ogni utente.

Dall'altro, l'adattamento "camaleontico" del messaggio alle piattaforme: Facebook, Instagram e Whatsapp soprattutto. In attesa che, il prossimo anno possa realmente debuttare Libra, la criptomoneta ancorata a moneta internazionale, euro o dollaro, in modo da corrispondere a un valore glo-

36%

Pubblicità online
È la quota di advertising online su un mercato che vale 8,2 miliardi

bale, che trasformerà le piattaforme di Mark Zuckerberg anche in sistema di e-commerce, capace di raggiungere 3 miliardi di utenti di Facebook, un miliardo e mezzo su Instagram e un altro miliardo e mezzo su WhatsApp.

«Facebook e Instagram sono piattaforme sicure - aggiunge Mendelsohn - Una sinergia ad incastro tra intelligenza umana e algoritmo, in cui a 30mila esperti di fact-checking in 50 Paesi si affiancano tecnologie di machine lear-

ning. È così - ha aggiunto - che nel solo primo trimestre 2019, abbiamo rimosso dalle piattaforme oltre 2,1 miliardi di falsi account, 6,4 milioni di contenuti terroristici, oltre 33 milioni di immagini e messaggi violenti e 4 milioni di hate speech».

Uno scudo - dopo gli errori del passato - contro le interferenze elettorali. Ma anche a protezione del business pubblicitario su foto, live video, sticker e della lotta alla contraffazione e per la tutela dei prodotti originali.

«Abbiamo imparato molto dalle elezioni Usa e non eravamo preparati - ammette Mendelsohn - agli effetti di una diffusione così capillare di fake news. Oggi chiediamo a partiti e organizzazioni politiche di registrarsi e sottoporsi a un sistema di autorizzazioni. Nei primi 3 mesi del 2018 solo il 35% degli hate speech era individuato dai nostri fact-checker. Oggi è il 65 per cento. Ma è anche vero che in 1 anno da 10mila sono diventati 30mila».

«Facebook è a disposizione delle aziende, anche Pmi - ha sottolineato James Williamson, Product Marketing Manager, Delivery & Targeting - che accompagnamo a capire quali sono gli obiettivi di comunicazione (cioè se vogliono vendere o fare traffico con i like), quale budget hanno e su quale target intendono agire. Dopodiché si lavora sul format e sulla capacità creativa. Assicuriamo - spiega ancora Williamson - la *brand safety* e siamo in grado di valutare, avvalendoci di partners anche nei diversi Paesi, l'efficacia della campagna social».

Il mercato pubblicitario complessivo in Italia ha chiuso il 2018 a quota 8,2 miliardi di euro, in crescita del 4% rispetto al 2017. L'Internet advertising pesa per il 36% del totale, con il tasso di crescita più alto, pari al +11 per cento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

INVESTIMENTI PUBBLICITARI



Upa taglia le stime 2019 per gli spot

Nel corso del 2019 «avevamo previsto che il mercato della raccolta pubblicitaria sarebbe cresciuto dello 0,8% invece crescerà dello 0,5%» rispetto all'anno precedente. Così il presidente di Upa, Lorenzo Sassoli de Bianchi (nella foto),

durante la conferenza stampa prima dell'assemblea annuale dell'associazione delle aziende che investono in pubblicità. «Sono più preoccupato per l'anno prossimo» in particolare «se perdura questa incertezza e se dovesse aumentare l'Iva».

Iliad diventerà indipendente Piano per la rete autonoma

TLC

L'obiettivo dei francesi è avere 3.500 siti propri entro la fine dell'anno

Andrea Biondi
MILANO

Iliad prosegue nei suoi investimenti per sviluppare una sua rete autonoma, «e diventare al più presto un operatore indipendente». Benedetto Levi, amministratore delegato di Iliad Italia, ha confermato l'impegno strategico della compagnia telefonica sbarcata poco più di un anno fa nel nostro Paese che passa attraverso uno sviluppo del network fino all'«indipendenza».

Lo ha fatto durante un'audizione in commissione Lavori pubblici del Senato con al centro il Ddl in materia di trasparenza delle tariffe telefoniche (attualmente in esame in commissione). Fra i punti del Ddl c'è il divieto per gli operatori di modificare le condizioni dell'offerta prima che siano trascorsi sei mesi dalla stipula del contratto. A questa condizione si uniscono altre indicazioni con l'ad di Iliad che ha parlato della telco come «assolutamente allineata con lo spirito della norma. Crediamo che la trasparenza debba essere una «con-

ditio sine qua non» e che abbia creato maggiore consapevolezza negli utenti del settore». A ogni modo per Levi è comunque necessario «chiare meglio la portata della norma, ovvero se questo divieto è riferito ai primi 6 mesi oppure è totale».

Sul tema è stata ascoltata anche Fastweb con l'head of media relation & public affairs, Lisa Di Feliciano, che si è detta d'accordo sul principio della necessaria trasparenza e rispetto al quale ha ribadito come Fastweb si sia già attivata eliminando dalle proprie offerte tutti i costi nascosti. Ha messo però in guardia sulle possibili distorsioni: «Non vorrei che fosse letto come una bacchettata sulle mani degli operatori considerati come quelli che non hanno cuore il bene degli utenti e la creazione di valore in generale». Il tutto in un mercato delle tlc che ha perso oltre 11 miliardi in 9 anni, con prezzi scesi del 22% fra 2007 e 2017 ha fatto presente Fastweb nella sua audizione.

La posizione dell'ad di Iliad Italia relativamente agli investimenti sulla rete arriva dunque nel corso dell'audizione con Levi che ha ricordato i dati della compagnia in Italia fra cui fatturato di circa 80 milioni di euro e «circa 400 dipendenti». In questo quadro lo sviluppo della rete è per Iliad la «priorità numero uno, là dove si concentrano la maggior parte dei nostri investimenti», anche per

adempiere ai previsti obblighi di copertura. Ma, ha aggiunto Levi, «ci scontriamo come operatore su due cose: i limiti delle emissioni elettromagnetiche che sono di un livello estremamente inferiore rispetto a tutti gli altri Paesi europei e la disomogeneità dei regolamenti urbanistici in Italia. A seconda del Comune e della Regione ci troviamo ad affrontare procedure estremamente diverse che vanno a rallentare lo sviluppo della nostra infrastruttura».

Il tema, ha sottolineato ancora il ceo di Iliad Italia, è «per noi di primaria importanza» e la compagnia telefonica lavora «con tutti i principali fornitori del settore per sviluppare la nostra rete e diventare al più presto un operatore indipendente, con l'obiettivo di avere, a fine 2019, 3.500 siti installati». L'idea è di abbandonare la dipendenza dal roaming di Wind Tre generata dalla condizione di remedy taker con cui Iliad è entrata nel Paese in seguito alla fusione fra Wind e 3 Italia. Una mossa messa in conto da tempo, anche perché la stessa Iliad ha investito, mettendo mano pesantemente al portafoglio per le frequenze 5G durante l'ultima asta: 1,2 miliardi per lo spettro in banda 3,7 GHz (immediatamente utilizzabile) e per la porzione in banda 700 MHz, che però arriverà a disposizione delle telco dal 2022.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Hi-tech per turbine a gas, rilancio Usa sulla Valtellina

INNOVAZIONE

Da Baker Hughes-Ge investimento per nuove lavorazioni a Talamona

Luca Orlando

Oltre cinque milioni di investimenti, quindici assunzioni in arrivo. Lo stabilimento BHGE Nuovo Pignone di Talamona continua a crescere e aggiunge agli asset attuali una nuova linea produttiva per realizzare rivestimenti superficiali hi-tech per componenti delle turbine a gas, elementi già realizzati all'interno del sito valtellinese. L'investimento ha permesso in particolare di portare all'interno dell'azienda tecnologie derivate dai motori aeronautici, dunque nuove competenze. Legate alle tecnologie più avanzate per la deposizione e la diffusione di strati metallici protettivi a mezzo plasma o flusso d'ossigeno, la spruzzatura ed iniezione a freddo, l'elettrolitica galvanica e i trattamenti termici in alto vuoto. Innestando in questo modo sul territorio una tipologia di lavorazione precedentemente svolta da fornitori esteri. L'investimento vale 5,5 milioni e rappresenta un ulteriore passo in avanti di quello che è già riconosciuto come centro di eccellenza globale per la produzione di componenti strategici delle turbine a gas. «La

nuova linea - spiega Davide Marra, vice president Global Supply Chain TPS di BHGE - permetterà di combinare lavorazioni di elevata qualità e tecnologia ad un risparmio dei costi di produzione e di logistica. Con notevoli benefici anche in termini di abbattimento delle emissioni di CO₂, circa 70 tonnellate in meno per ogni anno». La nuova linea produttiva sarà operativa già a partire dai prossimi giorni ed entrerà a pieno regime entro la fine dell'anno. I lavoratori (160 gli addetti globali a Talamona) sono già stati formati

Impegno da 5,5 milioni per il rivestimento dei componenti, attività in passato realizzata da fornitori esteri

alla nuova lavorazione con corsi specifici sull'utilizzo degli impianti e il funzionamento dei processi. Entro la fine dell'anno sono previste 15 nuove assunzioni, in arrivo in prevalenza dal territorio valtellinese. «Con il completamento di questo progetto - aggiunge Marra - il sito diventa sempre più centrale nelle strategie di BHGE Nuovo Pignone e di tutto il business TPS, con la realizzazione di componenti ad alto valore tecnologico per le turbomacchine progettate, realizzate e collaudate nei siti italiani del gruppo,

contribuendo in maniera rilevante a quella che è una vera e propria eccellenza italiana riconosciuta a livello globale». L'impianto di Talamona non è nuovo a processi di upgrade tecnologico e negli ultimi anni è stato oggetto di un ampio rinnovamento, con l'aggiunta nel 2016 di due linee di produzione di parti calde delle turbine a gas, investimento da 10 milioni di euro. Nello stabilimento sono presenti tecnologie avanzate anche nell'area dell'additive manufacturing e nel corso degli anni sono state inserite dosi crescenti di automazione, con robot antropomorfi che svolgono le lavorazioni in autonomia sotto il controllo e la supervisione umana. Il sito di Talamona è stato inoltre premiato a livello di gruppo per le proprie performance in tema di sicurezza, avendo raggiunto i 2.000 giorni consecutivi senza incidenti. La controllante Baker Hughes nasce nel 2017 dalla fusione tra GE Oil & Gas e Baker Hughes, ed è attiva nella produzione di attrezzature e servizi per la filiera dell'Oil&Gas. Ha attività in più di 120 paesi dove sono dislocati i suoi 64.000 dipendenti (5400 in Italia) che operano nelle divisioni Oilfield Services, Oilfield Equipment, Turbomachinery & Process Solutions e Digital Solutions. La divisione Turbomachinery & Process Solutions (TPS) ha il quartiere generale a Firenze. Il gruppo fattura poco meno di 23 miliardi di dollari.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Vivere secondo il tuo stile

In edicola venerdì 5 luglio con Il Sole 24 ORE a 0,50€*

ilsole24ore.com

*oltre al prezzo del quotidiano