

TESTATA: CORRIERE DELLA SERA

“Viaggio in Italia”, l’uso narrativo del materiale televisivo

DATA: 5 GIUGNO 2021

A FIL DI RETE di Aldo Grasso



## «Viaggio in Italia», l’uso narrativo del materiale televisivo

**L**e Teche Rai sono la Netflix della cultura nostrana, tanto per fare il verso a un nuovo canale in streaming. Ma lo sono davvero, perché raccolgono quasi 70 anni di programmi, di spezzoni, di lacerti, di schegge del nostro passato. Uno storico contemporanista non potrebbe fare a meno di questo prezioso repertorio se vuole raccontare il passato recente senza cadere in quell’«eterno presente» che Jacques Derrida chiamava «mal d’archivio»: il delirio documentale, l’ossessione per non concedere nulla all’oblio, l’autorità oscura che il passato rischia di avere sul presente. Perché l’archivio, a saperlo leggere, a saperlo montare, è sempre

### Vincitori e vinti



#### ULISSE: IL PIACERE DELLA SCOPERTA

Alberto Angela

Divulgazione per Rai1: gli spettatori sono 3.135.000, 15,7% di share



#### ULTIMA GARA

Raoul Gova

Docufilm per la serata di Canale 5: gli spettatori sono 2.131.000, 10,3% di share

spiazzante, mai consolatorio. Basta rivedere su [www.teche.rai.it](http://www.teche.rai.it) *Viaggio in Italia* di Filippo Porcelli del 1991, il primo esempio di uso narrativo del materiale televisivo e radiofonico.

Le trasmissioni appartengono principalmente agli Anni 60 (la radio dà notizia dell’assassinio di J.F. Kennedy, della morte dell’anarchico Giuseppe Pinelli, dell’allunaggio, dell’elezione del presidente Segni); i modelli principali delle automobili sono la 600, la 1100, la Giulietta; le canzoni vanno da *Notte di luna calante* cantata da Domenico Modugno a *Stand by me* prima che venisse resa sacrilega da *Preghero*; ci sono Vespe, Lambrette e molte, molte biciclette; Carosello accom-

pagna il pubblico nel regno dei consumi.

Le tratte sono quelle classiche di allora: Torino-Genova, Milano-Como, Milano-Bologna, Roma-Ostia, Cagliari-Olbia... Quanti Autogrill Pavesi e quanti paracarri! I vecchi, obsoleti paracarri, le pietre naturali che venivano un tempo disposte lungo i bordi delle strade o in corrispondenza di parapetti di ponticelli per proteggerli da eventuali urti delle ruote dei veicoli, con la loro «divisa bianca e nera». Anche per concedere un rapido riposo al viandante e alle «regine di corriere e paracarri». Non è retromania, è dare all’immagine dignità di documento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

TESTATA: LA STAMPA

L'Ue e Londra indagano su Facebook e il G7 accelera sulle tasse a Big Tech

DATA: 5 GIUGNO 2021

IPOTESI DI ABUSO NELLA PUBBLICITÀ ONLINE. MENTRE ZUCKERBERG BLOCCA TRUMP PER DUE ANNI

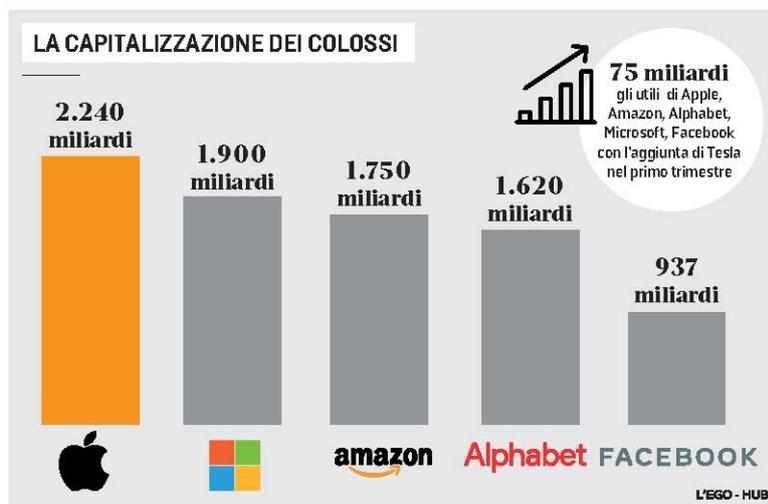
# L'Ue e Londra indagano su Facebook e il G7 accelera sulle tasse a Big Tech

L'accusa congiunta anglo-europea al colosso del web: viola le norme sulla concorrenza

EMANUELE BONINI  
BRUXELLES

Violazione delle regole dell'Ue sugli accordi anti-concorrenziali tra imprese e abuso di posizione dominante. La Commissione europea intravede irregolarità e accende i riflettori sulle pratiche commerciali di Facebook, con l'avvio di un'indagine che mette nel mirino Marketplace, il servizio di compravendita interno al social-network. Un'indagine parallela a quella avviata simultaneamente dall'Autorità britannica per i mercati e la concorrenza (Cma) del Regno Unito, con cui Bruxelles «cercherà di lavorare a stretto contatto man mano che le indagini indipendenti si sviluppano». Dopo la Brexit le due sponde della Manica si riavvicinano in nome della lotta alla concorrenza sleale.

L'esecutivo comunitario stima che ogni mese circa 3 miliardi di persone e quasi 7 milioni di aziende fanno pubblicità su Facebook. Si teme che il colosso del web - che ieri ha annunciato la sospensione di Trump per due anni - possa ricevere indicazioni precise sulle preferenze degli utenti dalle attività pubblicitarie dei suoi concorrenti e utilizzare tali dati per adattare il proprio servizio Marketplace e trarne benefici economici. «Analizzeremo in dettaglio se queste informazioni diano a Facebook un vantaggio



Mark Zuckerberg



Margrethe Vestager

competitivo indebito, in particolare nel settore degli annunci economici online», fa sapere Margrethe Vestager, capo dell'Antitrust a dodici stelle. In

caso di violazioni si prospettano multe salate, fino al 10% del fatturato annuo. Vorrebbe dire sanzioni per miliardi di euro.

La Commissione Ue ha fret-

ta. Per le indagini sulla concorrenza non ci sono scadenze precise, ma l'esecutivo comunitario ha deciso di fare del caso una «questione di priorità» e chiudere il dossier il prima possibile. La multinazionale si difende. «Marketplace e Dating offrono alle persone più scelta e entrambi i prodotti operano in un contesto altamente competitivo, che presenta altri grandi player» fa sapere l'azienda, che si dice pronta a «collaborare alle indagini per dimostrare che non hanno fondamento».

Non è la prima volta che l'Ue

prende provvedimenti contro Facebook e soci. Nel marzo 2017 è stata inflitta una maxi-multa da 110 milioni di euro alla società di Mark Zuckerberg per aver fornito informazioni fuorvianti al momento dell'acquisto di Whatsapp, l'applicazione di messaggistica per smartphone. A marzo 2019 l'Ue ha imposto a Google di pagare 1,39 miliardi di euro per abusi nelle pubblicità online. Ancora, nel 2016 è stato chiesto a Apple di restituire 13 miliardi di euro di agevolazioni fiscali illegali (causa poi vinta dalla società della mela). Tutti esempi di come l'Europa agisca contro i colossi americani del web.

In questa attività l'Ue adesso non sembra più sola. I leader del G7, che si riuniranno in Cornovaglia dall'11 al 13 giugno, stanno definendo un'aliquota minima dell'imposta sulle società. Si parte dalla proposta degli Stati Uniti di un balzello del 15%. Il fatto che Washington apra alla possibilità rende la stessa più plausibile e il Tesoro americano si aspetta un'intesa già la prossima settimana. Gran Bretagna, Germania e Francia sono favorevoli, ma vogliono essere certe che le aziende come Amazon, margini di profitto inferiori rispetto ad altre aziende tecnologiche, la facciano franca. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# Facebook nel mirino dell'Ue: indagine sull'utilizzo dei dati

## Antitrust

Bruxelles vuole capire se ci siano comportamenti anticoncorrenziali

Inchiesta analoga avviata ieri anche nel Regno Unito dall'Autorità Cma

Andrea Biondi

All'appello mancava solo Facebook. Da ieri non più, visto che la Commissione Ue ha comunicato l'apertura di un'indagine formale sul colosso di Menlo Park. E così nessuna fra le big tech è riuscita a tenersi fuori dalle indagini formali dell'Antitrust Ue.

Osservato speciale è l'utilizzo dei dati a fini pubblicitari, con l'idea, che ha spinto Bruxelles a muoversi, che Facebook possa mettere in atto comportamenti anticoncorrenziali. Anche perché nella galassia del colosso del web fondato e guidato da Mark Zuckerberg dal 2016 è presente "Marketplace", vetrina-mercato dell'usato condivisa fra utenti della piattaforma.

Da qui l'apertura dell'indagine formale da parte della Commissione su una realtà con 2,85 miliardi di utenti attivi ogni mese sulla piattaforma e che nel primo trimestre ha realizzato ricavi - per la quasi totalità derivanti dalla pubblicità - per 26,17 miliardi di dollari (+48%) con utile netto di 9,5 miliardi di dollari: +94 per cento.

Un colosso, insomma, la cui centralità va anche oltre i numeri ed è testimoniata plasticamente dalla tenzone contro nientemeno che l'allora presidente degli Usa, Donald Trump, al quale è stato chiuso l'account (che, è stato annunciato ieri, resterà sospeso per due anni, a partire dallo scorso 7 gennaio e dai disordini di Capitol Hill). Trump, quindi, potrebbe ricominciare a usarli nel gennaio 2023, quindi dopo le elezioni di metà mandato e solo se la società tech considererà terminato il rischio per la sicurezza pubblica. In aggiunta Facebook ha annunciato la fine di ogni trattamento di favore sulla sua piattaforma per i responsabili politici.

L'utilizzo dei dati a fini pubblicitari è il nodo sul quale Bruxelles intende fare chiarezza, con in prima linea, ancora una volta, la vice presidente della Commissione europea, Margrethe Vestager che ha delegato proprio all'Antitrust. Possibile che i dati lasciati dagli inserzionisti sulla piattaforma da soli o anche mescolati a quelli dell'attività di Marketplace stiano dando a Facebook il potere di dare le carte sul mercato? A questa domanda ora sarà chiamata rispondere una Commissione Ue, alla quale si accompagna anche l'azione della Competition and Markets Authority (Cma) del Regno Unito che ha comunicato, sempre ieri, di aver avviato la propria indagine. In questo caso a essere finita nel mirino della Cma è sempre la possibilità che Facebook sfrutti la gran mole di dati a disposizione per avvantaggiarsi rispetto ai concorrenti nella pubblicità online, ma anche per la propria app di dating.

«Facebook è utilizzato da quasi 3

## 2,85

MILIARDI

Facebook ha 2,85 miliardi di utenti attivi mensili e 7 milioni di aziende che fanno pubblicità

miliardi di persone su base mensile e quasi 7 milioni di aziende fanno pubblicità» sulla piattaforma, ha spiegato la vicepresidente della Commissione Ue, con delega all'Antitrust, Margrethe Vestager. «Raccoglie grandi quantità di dati sulle attività degli utenti del suo social network e oltre, consentendogli di rivolgersi a gruppi di clienti specifici. Esamineremo in dettaglio - aggiunge la vicepresidente della Commissione - se questi dati danno a Facebook un vantaggio competitivo indebito, in particolare nel settore degli annunci economici online, dove le persone acquistano e vendono beni ogni giorno e dove Facebook compete anche con le aziende da cui raccoglie dati. Nell'economia digitale di oggi, i dati non dovrebbero essere utilizzati in modi che distorcono la concorrenza».

Il rischio per Facebook non è trascurabile. Sebbene le spalle delle big tech siano oltremodo robuste, Bruxelles ha presentato vari conti a Google per un totale di 9 miliardi di euro. E di recente ha intensificato le indagini su Amazon e Apple.

Da parte sua Facebook assicura che continuerà «a collaborare pienamente alle indagini per dimostrare che non hanno fondamento». L'azienda ricorda il lavoro costante «per sviluppare servizi nuovi e migliori che possano soddisfare le esigenze in evoluzione delle persone che usano Facebook». Marketplace e Dating «offrono alle persone più scelta ed entrambi i prodotti operano in un contesto altamente competitivo, che presenta altri grandi player», precisa un portavoce.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

AFP



TRUMP BANDITO DA FACEBOOK

Facebook ha annunciato la sospensione di Donald Trump dalla piattaforma fino al 7 gennaio 2023. Si tratta di due anni esatti dopo che l'ex presidente Usa è stato escluso da Facebook a causa dei suoi commenti che hanno incitato la folla ad assaltare il Congresso



TESTATA: ITALIA OGGI

Faro di Ue e Uk su Facebook

DATA: 5 GIUGNO 2021

*Inchieste coordinate che riguardano anche l'impiego delle informazioni dei clienti pubblicitari*

# Faro di Ue e Uk su Facebook

*Dati dei concorrenti usati per competere sui servizi di annunci*

DI ANDREA SECCHI

**N**uova indagine antitrust su Facebook a livello europeo. La Commissione Ue ha annunciato ieri l'apertura di un procedimento che servirà a verificare se il social network fondato da **Mark Zuckerberg** abusi della propria posizione dominante nel mercato degli annunci online in cui è presente con il suo Marketplace. A questa inchiesta si è aggiunta anche quella della Cma, la Competition and Markets Authority inglese, che per la prima volta dopo la Brexit ha avviato una collaborazione in questo campo con l'Ue.

Il nodo è l'utilizzo della grande mole di dati che Facebook ottiene in virtù dell'essere un social network in cui la quasi totalità dei navigatori di internet lascia le proprie informazioni personali, ma un operatore pubblicitario e un fornitore di servizi di annunci di compravendita con Marketplace, altre due fonti importanti di dati di privati e aziende. A utilizzare gli strumenti pubblicitari del

social sono gli stessi operatori concorrenti nel mercato dei classified ads e Facebook, secondo la Commissione, riceve così informazioni sulle preferenze degli utenti anche dalle attività pubblicitarie dei competitor. Il risultato è che tali dati possono essere usati per adattare il Marketplace a scapito di quelli delle altre aziende. La Cma oltre a Marketplace ha messo sotto la lente anche Dating, il servizio di incontri di Facebook, con le stesse motivazioni.

«Facebook è utilizzato da quasi 3 miliardi di persone su base mensile e quasi 7 milioni di aziende fanno pubblicità sul social», ha spiegato **Margrethe Vestager**, vicepresidente esecutivo della Commissione e responsabile della concorrenza. «Facebook raccoglie una grande quantità di dati sulle attività degli utenti del proprio social network e oltre, che gli consentono di rivolgersi a specifici gruppi di clienti. Noi verificheremo in dettaglio se questi dati danno a Facebook un indebito vantaggio competitivo in particolare sul settore degli online classified



Mark Zuckerberg

ads, dove le persone acquistano e vendono beni ogni giorno, e dove Facebook compete anche con le aziende da cui raccoglie i dati. Nell'odierna economia digitale, i dati non dovrebbero essere utilizzati in modo da distorcere la concorrenza».

Rispondendo alle indagini coordinate, Facebook ha dichiarato che le indagini sono prive di merito e che Marketplace e il servizio di incontri «offrono alle persone più scelte ed entrambi i prodotti operano in un ambiente altamente competitivo con molti grandi operatori storici».

© Riproduzione riservata

## L'Antitrust tedesco indaga su Google News Showcase

L'antitrust tedesco ha aperto un'inchiesta nei confronti del servizio News Showcase di Google, per accertare se il motore di ricerca non discrimini alcuni media. Lanciato in Germania nell'autunno scorso (in Italia è arrivato a marzo di quest'anno), Google News Showcase permette ai media partner - tra cui le principali testate della stampa tedesca - di essere remunerate in cambio di una selezione di contenuti arricchiti messi poi a disposizione gratuitamente da Google ai propri utenti.

L'antitrust intende però accertare che la posizione di forza di Google non abbia come effetto di scartare le offerte concorrenti di alcuni editori o di altri provider di informazione. La nuova legge tedesca sulla concorrenza, adottata nel gennaio scorso, ha rafforzato le competenze dell'Autorità antitrust, in particolare per la lotta alle pratiche anticoncorrenziali delle grandi multinazionali digitali.

«Collaborare con Google può essere un'opzione interessante per gli editori e altri fornitori di notizie e offre ai consumatori servizi di informazione nuovi o migliorati», ha detto **Andreas Mündt**, presidente dell'antitrust tedesco. «Tuttavia, si deve garantire che ciò non comporti discriminazioni tra i singoli editori».

© Riproduzione riservata

# Industria e consumi l'Italia ritrova fiducia e la ripresa accelera

L'Istat rivede al rialzo le stime di crescita per quest'anno, al 4,7%  
Da riaperture e vaccini una spinta al terziario. Bonomi: "Sono ottimista"

di Roberto Petrin

**ROMA** - L'uno dopo l'altro come i birilli del bowling i comparti del nostro sistema produttivo si rimettono in piedi. Risollepati dalle vaccinazioni e dalle riaperture e spinti dalla fiducia dell'immenso programma di investimenti del Recovery Plan ritrovano fiducia e fatturato. L'industria, in movimento dalla fine dello scorso anno, aveva già risposto: mancavano all'appello i servizi che ora, settore per settore, riprendono a macinare attività.

Il risultato è che l'Istat, che ieri ha diffuso una dettagliata nota, parla di "sostenuta crescita" del Pil e prevede per quest'anno una crescita del 4,7 per cento, una revisione al rialzo dello 0,7 rispetto a quanto si stimava nel dicembre scorso e che si accompagna a quelle degli ultimi giorni dell'Fmi, dell'Ocse e della Banca d'Italia. I dati dei primi tre mesi del 2021 sottolineano con forza il rimbalzo: le autoriparazioni salgono del 22 per cento, i servizi di delivery scattano del 21,8, le attività legali e di consulenza alle imprese vanno a +10,2 per cento, seguono i servizi degli studi di architettura e ingegneria (tirati dall'ecobonus), l'informatica, il commercio all'ingrosso.

**Anche gli investimenti sono ripartiti**  
**L'allarme della Cgil: rimbalzo diseguale e senza occupazione**

L'Istat descrive così la situazione: «risalita» dell'industria e recupero ancora differenziato delle attività del terziario: in poche parole i servizi alle imprese già sono tornati alla normalità ma sono rimasti ancora al palo i servizi legati ai consumi. Restano penalizzati, come dimostrano le cifre, i settori ancora afflitti nei primi mesi dell'anno dal lockdown come i tour operator, il trasporto aereo e per mare, gli alberghi, i ristoranti. Tuttavia nel secondo trimestre, quello in corso, le cose cambieranno sulla scia della riapertura. Lo dicono con chiarezza i due grafici contenuti nella nota dell'Istat che danno conto del clima di fiducia delle imprese e delle famiglie in maggio: entrambi hanno segnalato un incremento vicino a 10 punti percentuali rispetto ad aprile.

Senza cedere troppo all'entusiasmo perché, come nota la Cgil, la ripresa rischia di essere «diseguale e senza occupazione», si può comunque affermare che il rimbalzo c'è: tanto più che l'Istat lo consolida anche nell'anno prossimo quando la stima di crescita del Pil segna già 4,4 per cento. La differenza la fanno gli investimenti: la spinta all'innovazione prevista nel Recovery Plan, con gli obiettivi di digitalizzazione e

transizione ecologica, sta migliorando le aspettative degli imprenditori che investono: per quest'anno l'Istat prevede una accelerazione del 10,9 per cento. La Banca d'Italia, nelle Considerazioni finali dei giorni scorsi, ha segnalato che stavolta, a differenza della crisi di una decina di anni fa, gli operatori stanno già programmando gli investimenti per la seconda metà dell'anno. La ragione è semplice: allora la crisi nasceva all'interno di una economia infarci-

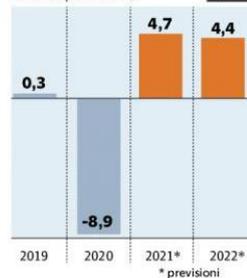
ta di titoli "tossici", oggi è dovuta ad un maledetto fattore esterno come il virus; una volta sconfitto si riprende rapidamente. «Sono ottimista», certifica il presidente della Confindustria Carlo Bonomi.

Giocheranno un ruolo anche i consumi: durante l'anno del lockdown gli italiani, impauriti, hanno risparmiato più del solito e lasciato i soldi nel conto corrente, creando una riserva di liquidità di oltre 1.700 miliardi. Ora si conta sul fatto che,

## La ripartenza dell'Italia

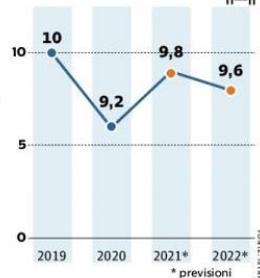
### CRESCITA (Pil)

Variazioni percentuali rispetto all'anno precedente



### TASSO DI DISOCCUPAZIONE

In percentuale



con le riaperture e la possibilità di circolare, e con la spallata di giugno al Covid assicurata da Figliuolo attraverso i vaccini, la massa di liquidità si riversa sui consumi, come peraltro stima l'Istat che prevede un forte aumento della propensione.

La scommessa dell'Italia si muove all'interno di uno scenario planetario favorevole: il commercio mondiale, cui si agganciano le nostre esportazioni, che nell'anno terribile è calato del 9 per cento, quest'anno

crecerà dell'8,7. Gli Stati Uniti, trainati dal possente piano Biden, faranno +6,3 e la Cina +7,9 per cento. Una volta tanto non indossiamo la maglia nera d'Europa: la Germania, secondo le proiezioni diffuse negli ultimi giorni dalla Commissione, crescerà quest'anno meno di noi, del 3,4 per cento, la Francia più di noi, del 5,7, ma siamo perfettamente in linea con la media dell'eurozona, che viaggia al 4,3 per cento.

© ISTAT/ISTAT/ISTAT

*Il punto*

## Per Vivendi un futuro meno Universal

di Sara Bennewitz

**C**he ci fanno un cinese, un americano e un francese nel colosso della musica che è anche azionista di Spotify? Sembra una barzelletta, ma invece è la storia di Universal Music Group (Umg) che fa largo a soci di tutti i continenti. Vivendi ha annunciato che sta trattando con Bill Ackman, creatore del fondo hedge Psth, la vendita alla sua Spac di un 10% di Umg a un prezzo che valuta il 100% 35 miliardi di euro (compresi 2 di debiti). Il primo 20% di Universal, colosso che fa capo a Vincent Bolloré, era stato ceduto ai cinesi di Tencent per 6 miliardi. Ora nei piani c'è di tenere un 10% in Vivendi e distribuire il 60% ai soci, a partire proprio da Bolloré (che avrebbe così il 18%). Ackman ha detto al Wsj che è pronto a salire ancora in Umg, senza precisare come, anche se la via potrebbe passare da Vivendi, che tra le altre cose è sotto attacco degli attivisti, nonostante il valore creato con Universal. Il gruppo che a marzo aveva 0,3 miliardi di debiti tra la cedola e il futuro disimpegno di Mediaset (di cui ha il 28,8%) e la cessione del 10% di Umg, si troverà in cassa oltre 4 miliardi, risorse con cui finanziare la crescita nei media, magari partendo da dove ha già un piede, come in Lagardère (Hachette) o nella spagnola Prisa (El Pais).

TESTATA: LA REPUBBLICA

Sapori di mare per giovani e nostalgici

DATA: 5 GIUGNO 2021



**Multischermo**

di Antonio Dipollina

## Sapori di mare per giovani e nostalgici

### ◀ Vento d'estate

Ludovico Tersigni è tra le star di *Summertime*, la serie Netflix giunta alla seconda stagione

**L**a musica, prima di tutto. Si va da Jimmy Fontana ai Soft Cell, a Salmo e Venerus, dai Jesus and Mary Chain a Fulminacci ad altri assai amati dai giovani, ma senza perdere di vista le citazioni dal passato: e alla fine la colonna sonora di *Summertime* è una sorta di Festivalbar attualizzato, ma con reminiscenze. Per il resto, siamo alla seconda stagione della serie di Netflix che richiama i "Sapori di mare" di una volta e soprattutto rimpasta all'infinito il sacro testo originario di Federico Moccia (*Tre metri sopra il cielo*). Però lo fa cercando di essere accattivante il più possibile, con i colori vividi di tutto quanto (vagamente Ryan Murphy qui e là), un mare di citazioni, personaggi giovanissimi e meno giovanissimi che alla fine

procurano simpatia a prescindere, gayezze occasionali e comunque anche chi è demandato a quei due, tre ruoli da sfigato/a della situazione è sempre un fior di ragazzo/a (asterischi vietati). E stavolta c'è il valore aggiunto, sbocciato quasi alla gloria, di Ludovico Tersigni, imminente conduttore di *X Factor*: e qui nel ruolo principale di Ale, teoricamente un pilota di moto molto promettente ma ora pieno di dubbi, tra un padre allenatore assillante e la voglia di avere più tempo per sé. Intanto spiagge, bikini pericolosamente adolescenziali, battute, litigi e incomprensioni, i maschi che quando sono in gruppo fanno un po' paura ma singolarmente sono pezzi di pane etc etc. Dove gli autori

si divertono davvero è nei richiami al pubblico altro, diciamo vintage, con prese in giro smaccate, come vedremo. Dopodiché, Moccia e la sua lezione imperitura sembravano dispersi nel tempo, ma qui c'è ancora molto da scoprire. Infine, proprio *Summertime*: è il nome della giovane protagonista, ma si chiama così perché ai genitori piaceva Gershwin.

\*\*\*

Poco rispetto per gli anziani, in *Summertime*: c'è la scena della discoteca in spiaggia, parte lo spazio Old (come una volta partivano i lenti) e risuona *I like Chopin*. I genitori si buttano in pista e uno dei figli commenta: "Ecco, a questi bastano due note degli anni 80 e gli resuscita l'ormone". Ecco, appunto. © RIPRODUZIONE RISERVATA

# L'Istat conferma la ripresa e rivede al rialzo le stime per il 2021: Pil in crescita del 4,7%

## Le prospettive

Segno positivo anche per il 2022 (+4,4%), traina la domanda interna

Carlo Marroni

Migliorano le prospettive per l'economia nazionale, ormai in piena ripresa dopo il crollo del 2020. Per il 2021 l'Istat stima una «crescita sostenuta» del 4,7% (4,4% nel 2022), in miglioramento rispetto sia alle previsioni Ocse e Mef (4,5%). La stima ingloba la revisione del primo trimestre, passato da 0,4% di fine aprile a +0,1% comunicato nei giorni scorsi. «Nei primi mesi dell'anno lo scenario internazionale è stato caratterizzato da una decisa ripresa del commercio mondiale e da un progressivo miglioramento della produzione, seppure con tempistica e ritmi eterogenei tra i paesi» scrive l'Istat, che precisa come nel biennio di previsione l'aumento del Pil sarà determinato dalla domanda interna

al netto delle scorte trainata dagli investimenti e, con un'intensità minore ma significativa, dalla spesa delle famiglie. La domanda estera netta è attesa contribuire marginalmente al processo di recupero, con un apporto positivo nell'anno corrente e negativo nel 2022 mentre le scorte fornirebbero un contributo nullo nell'orizzonte di previsione. L'evoluzione dell'occupazione sarà in linea con quella del Pil, con una accelerazione nel 2021 (+4,5%) e un aumento nel 2022 (+4,1%). L'andamento del tasso di disoccupazione rifletterà invece la progressiva normalizzazione del mercato del lavoro con un aumento nell'anno corrente (9,8%) e un lieve calo nel 2022 (9,6%). «Lo scenario presentato incorpora gli effetti della progressiva introduzione degli interventi previsti dal PNRR. I rischi associati allo scenario sono legati all'effettiva capacità di realizzazione delle misure programmate e all'evoluzione dell'emergenza sanitaria».

La ripresa già avviata dell'attività del settore manifatturiero, collegata anche all'intensificarsi degli scambi internazionali, congiuntamente a quella delle costruzioni,

quindi, «è attesa consolidarsi nei prossimi mesi. I segnali provenienti dal clima di fiducia di famiglie e imprese, che a maggio hanno registrato un miglioramento di notevole intensità, forniscono un ulteriore elemento a supporto della ripresa delle attività» Il «recovery», quindi, sarà trainato anzitutto dalla domanda interna, mentre la domanda estera netta fornirebbe un limitato apporto positivo, e quello delle scorte sarebbe nullo in entrambi gli anni di previsione. «La fase espansiva dell'economia italiana è prevista estendersi anche al 2022 quando, verosimilmente, l'attuazione delle misure previste nel PNRR dovrebbe fornire uno stimolo più intenso». Sul fronte dei consumi nel primo trimestre del 2021, nei principali paesi europei, la spesa è diminuita in termini congiunturali a eccezione della Francia in cui è rimasta stabile (+0,1%). In Italia i consumi fina-

li nazionali hanno segnato un calo congiunturale ma in corso d'anno si prevede un incremento dei consumi delle famiglie in termini reali (+3,6%) con un leggero aumento della propensione al consumo mentre, nel 2022, il progressivo miglioramento delle condizioni sul mercato del lavoro, congiuntamente a una più decisa riduzione della propensione al risparmio, porterebbe a una crescita di intensità maggiore (+4,7%). Anche i consumi della P.A. sono attesi aumentare nel 2021 (+2,4%) per poi registrare un rallentamento nel 2022 (+0,3%).

Il miglioramento delle aspettative sul clima economico, legato anche alla generalizzata riduzione dei contagi, le misure di sostegno della liquidità e gli incentivi agli investimenti in costruzioni, hanno determinato, nel primo trimestre 2021, una crescita congiunturale degli investimenti fissi lordi (+3,6%), che ha coinvolto tutte le tipologie: abitazioni (+4,8%), fabbricati non residenziali (+5,2%), costruzioni impianti, macchinari e armamenti (+3,5%) e proprietà intellettuale (+0,4%).



**Anche l'anno prossimo sarà caratterizzato da una fase espansiva, a fare da stimolo le misure del Pnrr**

TESTATA: IL SOLE 24 ORE

Tavolo Editori Radio, Silvestri alla presidenza

DATA: 5 GIUGNO 2021

**DIRETTORE GENERALE DI RADIO 24**

## Tavolo Editori Radio, Silvestri alla presidenza

Nuovo presidente per Ter – Tavolo Editori Radio srl, la società che cura la rilevazione degli ascolti radiofonici in Italia. Il cda ieri ha nominato all'unanimità Federico Silvestri che subentra così a Marco Rossignoli, Coordinatore di Aeranti-Corallo, nella sua relazione di fine mandato ha ricordato che «la Radio, oggi, ha oltre 33 milioni di ascoltatori nel giorno medio e oltre 43 milioni nei 7 giorni, con 262 radio rilevate (17 nazionali e 245 locali) su ogni tipologia di device». Il nuovo presidente di Ter - Tavolo Editori Radio Federico Silvestri, Direttore Generale di Radio 24, ha voluto ringraziare «anche a nome del consiglio d'amministrazione, Marco Rossignoli per quanto ha fatto nel triennio di presidenza. Mi fa particolarmente piacere accettare questo incarico rispetto al quale cercherò di dare il mio contributo, insieme a tutti i membri del cda, per consolidare il posizionamento strategico della radio tra i media e per intercettare e valorizzare i tanti cambiamenti in atto e le sfide che ci attendono». Per Ter ora le sfide più importanti sono quelle di riavvicinare Upa coinvolgendola, di far evolvere l'indagine e sostanzialmente di trarre il mezzo radio nel post lockdown.

—A Bio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# Mediaset-Vivendi, la pace non si tocca

## Media

L'eventuale mossa Ue sulla norma anti scalata non cambia i patti siglati

Andrea Biondi

Mediaset e Vivendi procedono sulla strada degli accordi messi nero su bianco con la pace siglata lo scorso 3 maggio e che ha messo fine a cinque anni di battaglie legali.

Qualunque sia la decisione di Bruxelles sull'apertura o meno di una procedura d'infrazione determinata dalla norma "Salva Mediaset", non c'è nessuna possibilità che «abbia effetti su quel contratto, semmai è una questione che riguarda l'Italia e l'Europa», per dirla con le parole consegnate da fonti legali a Radiocor.

Dopo l'indiscrezione di La Repubblica secondo cui dalla Ue potrebbe scattare a breve una procedura di infrazione contro il governo italiano per il cosiddetto emendamento "Salva

Mediaset", anche senza alcuna reazione ufficiale dalle due aziende è stata rispedita al mittente la lettura di un possibile dietrofront (francese nella fattispecie) sugli accordi.

La Commissione Ue ritiene che «le misure contenute nella legge italiana di novembre avrebbero dovuto essere notificate in base alla direttiva sulla trasparenza» ha commentato un portavoce che non ha confermato l'avvio di una pre-procedura segnalando però che la Ue «sta valutando il rispetto della legge adottata con la legislazione europea e la sentenza della Corte Ue» e che «la Commissione considera la protezione del pluralismo dei media della massima importanza».

Parole che denotano tutto il fastidio per la norma introdotta dall'allora governo "Conte 2" a fine 2020 dopo che la Corte di Giustizia Ue aveva giudicato contrario al diritto Ue l'articolo 43 del Testo unico sul sistema radiotelevisivo. L'emendamento affidava all'Agcom il compito di valutare, con istruttorie di massimo sei mesi, le posizioni di soggetti con partecipazioni nei settori media-tlc, giudicando sulle possibili compromissioni del pluralismo dell'informazione.

I rilievi Ue però non impatteranno sull'accordo tombale fra i due soci che hanno duellato in lungo e largo per i tribunali d'Europa dopo la mancata esecuzione da parte di Vivendi del contratto di acquisto di Mediaset Premium nel 2016. La Borsa sembra aver derubricato i timori visto che il titolo Mediaset ha chiuso in marginale rialzo. L'assemblea dello scorso 27 maggio, con l'abolizione del voto maggiorato a favore della quale hanno votato sia Vivendi sia Simon Fiduciaria (con il suo 19,19% dato in gestione da Vivendi sulla base della norma bocciata da Strasburgo a settembre), è dall'altra parte il primo tangibile segnale dell'accordo. Il prossimo sarà con l'assemblea ordinaria e straordinaria del 23 giugno, per il trasferimento della sede in Olanda. Il closing dell'accordo è fissato per il 22 luglio. E prevede la vendita della quota in capo a Simon in 5 anni e la vendita del 5% di quote Vivendi a Fininvest. Vivendi rimarrà con un 4,61%, che potrà essere venduto o meno. A supportare l'uscita c'è il dividendo straordinario di 0,3 euro per azione.



IL NUOVO CDA  
**Il prossimo appuntamento è fissato il 23 giugno per l'assise ordinaria e straordinaria di Mediaset**

TESTATA: MF

bruxelles attacca Facebook sulla pubblicità digitale

DATA: 5 GIUGNO 2021

# Bruxelles attacca Facebook sulla pubblicità digitale

di Marco Capponi

**V**ia a un nuovo braccio di ferro tra Unione Europea e colossi tecnologici sul tema della concorrenza. L'Antitrust Ue ha infatti aperto, in tandem con quella britannica, un'inchiesta su Facebook per abuso di posizione dominante nella pubblicità digitale. L'authority sarà chiamata ad accertare se il social network fondato da Mark Zuckerberg abbia abusato del vantaggio ottenuto attraverso i dati personali nell'ambito dell'advertising. Al contempo Bruxelles ha avviato un'interrogazione formale per stabilire se la società abbia usato le informazioni raccolte dagli inserzionisti per competere con loro in mercati in cui Facebook è attivo direttamente. L'indagine approfondirà se l'azienda abbia collegato al social il servizio di annunci classificato



come Facebook Marketplace: un'azione che violerebbe la disciplina sulla concorrenza. Utilizzando questo espediente la piattaforma avrebbe infatti accesso a informazioni precise sulle preferenze degli utenti, acquisite tramite le attività dei competitor e poi utilizzate per adattare l'attività del marketplace a proprio vantaggio. Con quasi 3 miliardi di iscritti in tutto il mondo e circa 7 milio-

ni di aziende che utilizzano la piattaforma per fare pubblicità, Facebook tratta una mole di dati che le permette di rivolgersi a gruppi di clientela iper-specifici: il compito delle autorità sarà stabilire se questa operazione viene svolta nel rispetto del quadro regolamentare vigente.

Non è la prima volta che simili procedimenti vengono avviati contro le big tech statunitensi. Lo scorso novembre Bruxelles ha accusato Amazon di utilizzare informazioni ricavate dai venditori presenti sulla piattaforma e-commerce per migliorare i prodotti a marchio proprio. Si tratta dello stesso principio alla base della nuova azione verso Facebook, che sarà coordinata con l'Antitrust britannico. Quest'ultimo avrà anche la responsabilità di esaminare se il social network si serve dei dati pubblicitari per favorire il suo servizio di dating online. (riproduzione riservata)

TESTATA: MF

Così la pandemia ha modificato il ruolo degli Ott

DATA: 5 GIUGNO 2021

IL PUNTO di MAURO MASI\*

## Così la pandemia ha modificato il ruolo degli Ott

Una delle poche cose su cui c'è oggi unanimità di vedute è che il mondo dopo la pandemia non sarà più quello di prima. Come si legge nel bel saggio di Carlo Alberto Carnevale Maffè sul n. 92 di *Aspenia*, «dopo la pandemia il digitale non è più terra promessa della tecnologia ma vera e propria necessità economica e sociale, indispensabile per recuperare produttività e solidarietà perdute. L'innovazione tecnologica, dopo lo shock economico della pandemia, si trasforma in un'indispensabile, quasi ovvia modalità di riscatto, pena la recessione, la decadenza, la povertà». Così anche il ruolo e l'essenza stessa delle grandi



imprese hi-tech (le mitiche Over The Top) è diventato piuttosto diverso da quello che si è pensato sinora. Google, Amazon, Facebook, Twitter, Apple, Microsoft sono state considerate le grandi dominanti della Rete, quelle «sopra a tutto» (over the top, appunto) che hanno fissato a loro piacimento gli standard che hanno plasmato Internet come ora lo conosciamo. La pandemia ha esaltato il ruolo delle grandi High Tech. Ce li ha fatti scoprire come strumenti fondamentali per garantire la continuità dei servizi essenziali, dalla scuola alla pubblica amministrazione, un ausilio indispensabile per gli Stati (e, spesso, molto più efficienti degli Stati);

così come sono stati efficientissimi veicoli di commercio e distribuzione di ogni genere di mercanzia, anche di quelle più essenziali, come il cibo o le medicine. Ma c'è di più, hanno reso possibile il miracolo delle innovazioni scientifiche come quella del vaccino a mRNA con i loro algoritmi di intelligenza artificiale. Dopo la pandemia gli Ott si avviano a essere un'altra cosa. Restano tanti e gravi problemi, ma che devono essere trattati con grande discernimento perché, per esempio, quello che prima del Covid poteva essere un problema di legislazione antitrust ora è anche, e forse soprattutto, un problema di scelta di modelli di vita. E cambia tutto. (riproduzione riservata)

*\*delegato italiano alla  
Proprietà Intellettuale*

TESTATA: ITALIA OGGI

Chessidice in viale dell'editoria

DATA: 5 GIUGNO 2021

## CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

**Vivendi tratta con Spac per cedere un 10% in Universal Music.** Vivendi ha confermato di essere in trattative con la società Spac Pershing Square Tontine Holdings per la vendita di una quota del 10% nella sua controllata Universal Music Group, con un accordo che conferirebbe alla maggiore azienda musicale al mondo un valore di mercato di 35 miliardi di euro (42,44 miliardi di dollari).

**Passaggio di testimone a Ter - Tavolo editori radio.** Il consiglio d'amministrazione di Ter - Tavolo editori radio, la società che cura la rilevazione degli ascolti radiofonici in Italia, ha nominato ieri all'unanimità Federico Silvestri presidente che sostituirà Marco Rossignoli, coordinatore di Aeranti-Corallo, in carica per tre esercizi consecutivi. Silvestri è direttore generale di Radio 24.

**Tivusat, novità per il passaggio all'alta definizione.** Comincia da Milano, nella centrale Piazza Argentina per il primo week end di giugno la campagna informativa di Tivusat per descrivere il passaggio alla tecnologia Dvb-S2 per la visione dei canali in chiaro in alta definizione, sulla piattaforma satellitare gratuita con contestuale spegnimento della trasmissione

dei canali in Sd. Dall'11 al 13 giugno, sarà la volta di Genova, in Piazza De Ferrari, per poi concludersi a Piazza Garibaldi, a Napoli dal 18 al 20 giugno prossimi. Sulle strade centrali delle città verranno installati 30 graffiti contenenti un codice QR che i cittadini potranno inquadrare e, rispondendo ad un semplice quiz online di tre domande, ricevere un codice sconto di 15 euro per l'acquisto del decoder, apparato con il quale continuare a vedere i canali sul satellite. Nel 2021 gli utenti tivusat avranno accesso con la massima qualità a eventi come le Olimpiadi di Tokyo e gli Europei di calcio, visibili sempre in HD o 4K.

**Qualitel, in crescita indice di gradimento offerta Rai.** È pari a 7,8, in crescita di +0,1 punti rispetto all'anno precedente l'indice di gradimento complessivo dell'offerta tv Rai 2020, misurato su scala 1-10. Lo si evince dalla rilevazione del gradimento e della qualità percepita, prescritta dal Contratto di Servizio, sull'offerta Rai dello scorso anno sulle diverse piattaforme (tv, radio, digital e l'offerta tv dedicata ai minori) effettuata dalla direzione marketing Rai in collaborazione con il consorzio composto da Mg Research, Noto Sondaggi, EMG Acqua e GPF.

—© Riproduzione riservata—

TESTATA: ITALIA OGGI

Disney, in Italia ricavi a -20,3%

DATA: 5 GIUGNO 2021

*I conti 2020. Il publishing cala del 5,5%, ok il licensing (+5,3%). Perdite per 26,9 milioni*

# Disney, in Italia ricavi a -20,3%

## Giù incassi da cinema (-66%) e home entertainment (-30%)

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

Il momento negativo di Disney in Italia, già analizzato su *ItaliaOggi* del 1° giugno scorso, ora è ufficializzato dai numeri del bilancio di esercizio di The Walt Disney Company Italia chiuso al 30 settembre 2020.

Il valore della produzione scende del 17,2% rispetto al 2019, a quota 256,5 milioni di euro, i ricavi caratteristici cedono il 20,3% e si attestano a 229,3 milioni. E Disney deve archiviare perdite complessive per 26,9 milioni di euro (8,4 milioni di utili nel 2019), con un rosso di 6,1 milioni ante imposte, e poi ulteriori 3,6 milioni di imposte (pagate il 22 marzo 2021) relative a un accertamento dell'Agenzia delle entrate su annualità pregresse di Fox networks group Italy, società incorporata in Disney Italia dal 22 giugno 2020, e altri 17,22 milioni di euro di imposte differite e anticipate su perdite fiscali accumulate da Fox nell'esercizio corrente e in quelli precedenti.

Coordinandosi con quanto accaduto a livello mondiale, anche in Italia Disney si è quindi fusa con Fox. E le conseguenze sul fronte occupazionale sono state drammatiche. Al 30 giugno 2019 erano impegnati in Fox 154 dipendenti, mentre al 30 settembre 2019 lavoravano in Disney 203 persone. Un totale, quindi, di 357 unità. Dal luglio 2019 in Disney era già partito un piano di licenziamenti collettivi, e poi si erano proposti incentivi all'esodo per il personale di entrambe le società.

Il risultato finale della fusione, tuttavia, è stato che al 30 settembre 2020 Disney, con in pancia Fox, impiega complessivamente 234 persone: 41 dirigenti, 67 quadri e 126 impiegati. Insomma, in poco meno di un anno si sono persi per strada 123 dipendenti, quasi tutti di Fox, il cui organico è stato decimato, soprattutto a causa del trasferimento delle attività da Roma a Milano.

Il grosso dei ricavi Disney arriva dalla divisione Media,



Daniel Frigo

quella che vende i diritti dei contenuti alle varie piattaforme distributive: nel 2020 ha raggiunto quota 149,1 milioni, in calo di 10 milioni di euro rispetto al 2019. Gli incassi al botteghino dei film Disney, Marvel, Pixar, Star

Wars ecc sono crollati del 66,4% causa cinema chiusi per pandemia; l'home entertainment si è fermato a 10,6 milioni di euro (-30,5%); il licensing è cresciuto del 5,3%, mentre il publishing è sceso del 5,5%.

Certo, il 24 marzo del 2020 è partito anche in Italia l'over the top Disney+, e il 23 febbraio 2021 è stato integrato con tutti i titoli di Star. Tuttavia la presenza di Disney sulla Penisola è ancora un po' freddina e distaccata, non ci sono contenuti locali (prossimamente arriveranno su Disney+ una nuova stagione di *Boris* e la serie tv tratta da *Le fate ignoranti*, quindi non proprio delle novità) e anche i vertici del management conoscono poco il business della Penisola: il presidente di The Walt Disney company Italia è **Anthony Chambers** (dal 28 novembre 2019) e i due amministratori sono **Daniel Frigo** e **Hugh Collier**.

Nonostante il momento piuttosto complicato, la società italiana ha comunque staccato a favore della controllante The Walt Disney company Limited un dividendo di 30 milioni di euro lo scorso 28 settembre 2020, e uno di 35 milioni di euro lo scorso 16 dicembre.

© Riproduzione riservata