

Rassegna del 20/11/2016

Stampa	16 Si accende il faro dell'Europa Fuori legge gli extracosti per le telefonate di assistenza	<i>Riccio Sandra</i>	1
Sole 24 Ore	19 Ei Towers punta sul business radio	<i>Dominelli Celestina</i>	2
Giornale	18 Ei Towers nell'«Internet delle cose»	<i>Camera Maddalena</i>	3
Sole 24 Ore	17 Diritto e Impresa - Contenuti digitali oltreconfine, la Ue sceglie la gradualità	<i>Falce Valeria</i>	4

Si accende il faro dell'Europa Fuori legge gli extracosti per le telefonate di assistenza

Chiamate da decine di euro anche se la colpa è dell'azienda

il caso

SANDRA RICCIO
MILANO

Ci costano decine di euro. I pochi minuti al telefono, per recuperare un'informazione sul pacco che abbiamo ordinato e che non ci è ancora arrivato o magari per l'assistenza su un prodotto difettoso ancora in garanzia, sono pericolose trappole per le nostre tasche. Le aziende li chiamano servizi post-vendita e per questo fanno pagare la chiamata. Applicano però tariffe extra, ben più alte di quel che costa una normale telefonata, anche vicine all'euro al minuto. Su tutto questo le società ci fanno bei soldi. Con tanto di beffa: a volte, come nel caso del bene in garanzia da fare riparare, la telefonata costa più che risolvere il problema per conto proprio.

L'Ue sta pensando di mettere fine a questa pratica. Un primo passo è stato fatto grazie al parere dell'Avvocato Generale alla Corte di Giustizia europea, Maciej Szpunar, che ha detto che il post-vendita non può costare più di quel che spendiamo per chiamare un numero fisso o un qualsiasi cellulare. Il motivo? Questi servizi di assistenza li abbiamo già pagati con l'acquisto e sono inclusi nel prezzo di compravendita. Il parere dell'Avvocato Generale non è vincolante ma ora ci si aspetta che nei prossimi mesi la Corte accolga la valutazione e la trasformi in una sentenza. A quel punto i giudici di tutti i Paesi europei saranno vincolati dalle motivazioni.

Il parere accende un faro sul comportamento di operatori, shop online, società di assicurazioni, compagnie di luce e gas, società di vendita di biglietti per concerti e molti altri

ancora. L'elenco di chi applica gli extra-costi è lungo.

Disservizi Tiscali

Nella lista ci sono gestori Internet, per esempio Tiscali, che per i disservizi tecnici prevedono chiamate al costo di oltre 70 centesimi al minuto. C'è poi chi fornisce contatti soltanto attraverso le numerazioni a pagamento dell'199 o l'895 dopo gli acquisti fatti online. Il che significa che, se le scarpe che ci arrivano a casa sono di una misura diversa da quella che abbiamo chiesto, occorrerà sborsare altri soldi per cambiarle. «È un caso molto comune», spiega Pietro Moretti dell'Aduc.

I biglietti Trenitalia

C'è il caso poi dei biglietti del treno. Trenitalia consente, a seconda della tariffa, di spostare l'orario e la data di partenza, se si vuole evitare la coda e si chiama il servizio a pagamento vanno via 54,9 centesimi al minuto dopo uno scatto alla risposta di 30,5 centesimi. Il che significa almeno 5 euro per un cambio di biglietto. Se il ticket era della categoria «flessibile» allora nel prezzo dovrebbe essere inclusa già questa spesa.

Pure i bagagli smarriti dalle compagnie aeree finiscono sul conto salato dei servizi post-vendita.

I bagagli Ryanair

Con Ryanair, per citare un nome, si paga l'assistenza al telefono anche per il recupero delle proprie valigie. «Eppure - dice Pietro Moretti - la consegna del bagaglio fa parte del prezzo del biglietto aereo».

Nei casi raccolti negli anni dalle associazioni c'è persino quello di una compagnia di luce e gas che prevedeva un numero a pagamento per l'autolettura del contatore.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

199

il numero

In caso di spedizioni sbagliate i consumatori sono costretti a chiamare numeri a pagamento

5

euro

È il prezzo che si arriva a pagare al telefono per il cambio di un biglietto ferroviario



Strategie. Crea una controllata ad hoc

Ei Towers punta sul business radio

Celestina Dominelli

■ Il primo passo, nel settore, è stato messo a segno con l'acquisizione di una piccola realtà della Liguria che apporterà 500 mila euro di Ebitda aggiuntivo. Ma i piani di Ei Towers per la conquista del mondo radiofonico sono solo all'inizio, tant'è che il management è già al lavoro su una nuova operazione, sempre nel Nord Italia, che vale quasi 2 milioni di Ebitda addizionale e che servirà ad accrescere ulteriormente il "peso" della società in questa fetta del mercato. Non un singolo e isolato tassello, dunque, ma una strategia di lungo periodo al servizio della quale è stato creato un terzo braccio, EITRadio, controllato al 100% da Ei Towers e che andrà ad affiancarsi ai due già esistenti: Towertel, attivo nelle tlc, e Netrotter, l'avamposto dedicato all'internet delle cose e alla sensoristica. E a guidarlo sarà Carlo Ramella che ricopre il ruolo di chief operating officer di Ei Towers e di presidente di Towertel e che ha alle spalle un'esperienza più che decennale nel settore dopo un solido trascorso in Dmt (Digital Multimedia Technologies), il tower operator indipendente che ha fuso per incorporazione nel 2012 la controllata Mediaset.

L'obiettivo del gruppo, al cui timone c'è Guido Barbieri, è chiaro: replicare l'esperienza di Towertel che è riuscita, con una campagna molto mirata, ad acquisire tutta una serie di aziende attive nelle telecomunicazioni o fornitori di servizi e infrastruttura, disseminati sull'intero territorio nazionale. Lo shopping nel mondo delle radio sarà dunque portato avanti guardando, come di consueto, alla qualità del bersaglio e al possibile ritorno e tenendo ben presente che lo scenario è costellato di una miriade di piccole realtà molto radicate a livello locale. Da qui, la scelta di EITRadio di proporsi, offrendo la piena copertura delle attività di hosting e manutenzione degli apparati, come una sorta di "coordinatore" tra gli operatori preesistenti e

le compagnie radiofoniche. Una modalità molto snella con cui il nuovo veicolo punta ad assicurarsi, nel prossimo biennio, fino a 3 milioni di euro di Ebitda addizionale. Potendo già contare su un target potenziale molto ampio, rappresentato dalle emittenti rilevate nei mesi scorsi dal Biscione e confluite in RadioMediaset. Una terza gamba, quindi, che si muoverà secondo logiche molto simili a quelle di Towertel, decisa anch'essa a proseguire la sua espansione. Così, dopo aver portato a casa, nel 2015, 16 società distribuite tra Liguria e centro-Italia, per 6 milioni di Ebitda aggiuntivo su base pro-forma, il faro resta puntato ora su nuove opportunità, di "taglia" però decisamente più piccola rispetto al passato.

È l'appetito di Ei Towers è intatto anche per quanto riguarda il fronte internazionale, dove il gruppo potrà presentarsi forte altresì della proposta, appena approvata dal board che sarà al vaglio dell'assemblea dei soci in programma il prossimo 12 gennaio, di una cedola straordinaria (3,60 euro per azione), che gli consentirà di ottimizzare la propria struttura finanziaria allineandosi ai principali peers. La decisione, insieme al piano di buyback deliberato nei mesi scorsi e alle piccole operazioni di M&A (fusioni e acquisizioni), permetterà infatti a Ei Towers di centrare già entro la metà del 2017, in anticipo rispetto alla tabella di marcia, l'obiettivo che i vertici si erano dati fin da settembre 2014, cioè quello di raggiungere una leva di circa 2,5 volte entro la chiusura dell'esercizio 2018. Oltreconfine, quindi, archiviata la partita spagnola per Axion, il secondo operatore iberico di torri tlc e broadcasting, giudicata troppo dispendiosa, il management continua a monitorare la situazione, senza però perdere di vista l'approccio opportunistico che ne ha finora contraddistinto le scelte, anche in Italia. Avanti sì, insomma, laddove si creassero opportunità interessanti, ma senza svenarsi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Manager.** Carlo Ramella, al vertice di Towertel e di EITRadio

il caso Gruppo Mediaset

Ei Towers nell'«Internet delle cose»

Tramite la rete di Nettetrotter lancia le prime app con Sigfox

SENZA CARTE SIM O CANONE

I primi dispositivi sono per controllare i consumi e gli animali domestici

Maddalena Camera

■ Sono in dirittura di arrivo le prime applicazioni «pratiche» dell'Internet of thing (Internet delle cose). L'idea è di Nettetrotter, società del gruppo Ei Towers, quello che possiede la rete di trasmissione dei canali tv di Mediaset. Tra le prime applicazioni ad essere commercializzate c'è un Pet Tracker (ossia un collare virtuale per cani e gatti) e un Power Meter domestico. Si tratta di dispositivi a basso costo, privi di scheda SIM e di canone mensile, che permettono di conoscere, in tempo reale, rispettivamente, la posizione del proprio animale domestico e il consumo di energia in casa. Da notare che il dispositivo e l'app per la funzione dei servizi sono inclusi nella soluzione per un periodo di due o tre anni.

Nei prossimi mesi la rete di Nettetrotter garantirà la diffusione di altri servizi e applicazioni, tra cui i dispositivi per il tracciamento di bambini, anziani, automobili, motociclette, biciclette e altri sistemi low cost domestici. Una iniziativa interessante che si basa sulla rete che Nettetrotter ha sviluppato per garantire la copertura nazionale entro la fine del 2016, sostenendo investimenti con l'obiettivo di diventare il primo ope-

ratore a offrire una rete completa per l'Internet of Things nel nostro Paese.

Con oltre 7 milioni di connessioni, l'Italia rappresenta uno dei maggiori mercati M2M (ossia la comunicazione tra «macchine») in Europa e si prospettano significativi tassi di crescita per i prossimi anni. Ei Towers gestisce in Italia oltre 3mila siti, di cui 2.300 torri broadcasting e circa mille per telecomunicazioni.

Quanto alle applicazioni, sono basate su tecnologia Sigfox, leader mondiale della fornitura di connessione cellulare esclusivamente dedicata all'Internet of Things. Attualmente distribuito in nove paesi, Sigfox ha 5 milioni di dispositivi registrati. «Nettetrotter - ha spiegato l'ad della società Carlos Lambarri che è anche socio di minoranza - sarà l'unica azienda a offrire nel Paese una vera Low Power Wide Area Network, nonché efficienti soluzioni per l'Internet of thing a basso costo. Aziende, enti e utenti finali, che cercano dispositivi e soluzio-

ni innovative, potranno usufruire della nostra rete, realizzata a livello nazionale. Prodotti accattivanti come il Pet Tracker e il Power Meter saranno in grado di stimolare profondamente il mercato».



DIRITTO E IMPRESA**Osservatorio Fondazione Bruno Visentini - Ceradi**

A cura di Valeria Panzironi

Contenuti digitali oltreconfine, la Ue sceglie la gradualità

di **Valeria Falce**

Garantire l'offerta transfrontaliera dei contenuti digitali è un obiettivo strategico per l'Europa. Non stupisce allora che con due recenti proposte di regolamento (la n. 627, incentrata sulla portabilità dei contenuti online nel mercato interno, e la n. 594, dedicata all'esercizio del diritto di autore e dei diritti connessi alle trasmissioni e ritrasmissioni online) Parlamento europeo e Consiglio abbiano deciso di accelerare il passo e di avviare la fase 2, introducendo nuove regole e all'occorrenza adattando quelle esistenti per facilitare l'immissione sul mercato e la circolazione cross border delle opere audiovisive e dei relativi servizi di media audiovisivi.

Il processo è condivisibile, come pure è comprensibile la decisione di affrontare da subito e di petto alcuni dei nodi più spinosi. Il riferimento è al principio di territorialità che con l'affermarsi dell'industria 4.0 è in cerca di una nuova identità. Internet è, infatti, accessibile da chicchessia, in qualunque momento e in ogni luogo. Grazie alla rete, chiunque, dovunque si trovi, è in grado di accedere e condividere in ogni istante qualunque contenuto digitale. Certo, occorre un collegamento, occorre cioè una connessione fisica a una rete elettronica che trasferisca dei dati espressi in linguaggio binario utilizzando il protocollo di trasmissione Ip. Ricorrendo a questa condizione, peraltro connaturata alla rete, l'ecosistema digitale si presenta ubiquo per definizione, transazionale per vocazione.

Fatto sta che, indipendentemente dalle sfumature e prescindere dalle implicazioni che a queste si accompagnano, le caratteri-

stiche genetiche di internet si scontrano con il dna dei contenuti che sulla stessa viaggiano, i quali sono protetti da regole (i diritti esclusivi di proprietà intellettuale), che si fondano sugli ordinamenti nazionali e si applicano entro confini precisi. A fronte di possibili utilizzi transfrontalieri delle opere, si pone subito il problema di identificare la legge (cioè l'ordinamento) che governa quegli sfruttamenti e da quella risalire al contenuto dei diritti ivi riconosciuti e tutelabili.

A questi interrogativi risponde il diritto internazionale pubblico e privato, che fa leva sul principio di territorialità. A governare la circolazione delle opere non è insomma un diritto sovranazionale, ma la "geograficità" del diritto di proprietà intellettuale. Coerentemente, le due proposte di regolamento ora in discussione corrono lungo questo binario.

Nel tentativo di agevolare la prestazione transfrontaliera dei servizi accessori delle emittenti e di quelli di ritrasmissione delle imprese, il regolamento n. 594 agisce su due livelli. Da un lato (per i rapporti fra emittenti e right owners per l'acquisizione dei diritti sui servizi accessori) ricorre al criterio del Paese di origine: stabilisce che le azioni di comunicazione al pubblico e di riproduzione sono «considerate come aventi luogo esclusivamente nello Stato membro in cui si trova la sede principale dell'organismo di diffusione televisiva» (articolo 2). Dall'altro (per gli organismi di ritrasmissione nei loro rapporti con i right owners e con le emittenti) rimanda al meccanismo della gestione collettiva obbligatoria (con licenze collettive estese e possibilità di opt out) per i titolari dei diritti e alla tecnica della negoziazione diretta con le emittenti. Così facendo, il regolamento allarga

l'operatività di una regola (quella del Paese di origine) e favorisce alcune tecniche negoziali, ma non deforma il paradigma della territorialità dei diritti, di cui viene espressamente ammessa la segmentazione.

Quanto all'altra proposta, questa prevede a carico dei prestatori di servizi uno specifico obbligo, cioè consentire la portabilità a parità di condizioni (stessi contenuti, stessi dispositivi per numero e funzionalità), per poi escludere la violazione del diritto di autore quando il medesimo utente accede a quello stesso contenuto da un altro Paese. Nemmeno in questo caso viene sconfessato il principio di territorialità: la portabilità dei servizi di contenuti online - ribadisce la Commissione - non mette di per sé in discussione l'esclusività territoriale delle licenze.

In conclusione, nella quarta rivoluzione industriale non si incide in termini sistematici sul tema generale della messa in rete di opere dell'ingegno né si rinuncia alla regola della territorialità dello sfruttamento. Non è un'occasione mancata, perché i tempi sono maturi per promuovere un adattamento di principi e regole, ma non il loro smantellamento. Viceversa, l'occasione è preziosa perché consentirà alle Autorità di concorrenza, europee e nazionali, di rafforzare la cultura della concorrenza in settori di attività che sempre più saranno modellati su sistemi complessi di licenze esclusive.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

