Google

Agcom: rischio «zero clic» con AI Overview. Il ricorso Fieg

Il tema è risultato chiaro fin dalla prima introduzione di AI Overview: erano due anni fa, mentre un anno dopo — era il 26 maggio del 2025 — lo strumento di Google è arrivato anche in Italia. Seguito qualche mese dopo dalla vera e propria AI Mode del motore di ricerca. Ora però le conseguenze appaiono un po' più chiare. «Il tool di Google ha trasformato il motore di ricerca in motore di risposta», ha spiegato Massimiliano Capitanio, commissario Agcom. Da questo cambio di paradigma ne è derivato «un calo degli introiti pubblicitari e del traffico almeno del 15% dall'ingresso di questo sistema». L'orizzonte che spaventa è quello che viene definito «zero clic»: gli utenti del Web, trovando risposte già confezionate — dall'intelligenza artificiale —, cliccano sempre meno i siti, cioè le fonti stesse da cui l'Ai raccoglie il materiale per «codificare» la sintesi.

L'esposto

- La Fieg ha presentato un esposto all'Agcom contro il servizio AI Overview di Google
- Gli editori lamentano un calo del traffico sui loro siti

Prosegue Capitanio: «La Federazione degli editori ha presentato un esposto alla nostra autorità, che sta valutando se trasmettere come digital service coordinator una segnalazione alla Commissione Europea per vedere se questo atteggiamento delle piattaforme stia creando un rischio sistemico di distruzione del pluralismo dell'informazione. E' una partita», conclude il commissario dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, «che vedrà impegnato il consiglio direttamente nei prossimi giorni». La tematica si è quindi allargata al sistema-informazione, in occasione dell'incontro alla Camera dei gruppi parlamentari per le celebrazioni del centenario dell'Inpgi, l'istituto di previdenza dei giornalisti italiani. «Con il 20% della popolazione che non legge nulla, né in forma tradizionale né digitale, ritengo sia fondamentale sfruttare le ore di educazione civica a scuola, così da riportare i giornali nelle case degli italiani». Capitanio ha quindi ricordato che «abbiamo creato i patentini digitali per contrastare la disinformazione e fare innamorare della nostra informazione i giovani».

Il «motore di risposta»
Con l'AI «il motore di ricerca si è trasformato in un motore di risposta», dice Capitanio (Agcom)

F. Cel.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'intervista

«Il consolidamento? Iliad avanti da sola La crescita accelera, puntiamo sull'Italia»

Il ceo Levi: regia equa per le frequenze

di **Maria Elena Zanini**

Telefonia Benedetto Levi, 37 anni, è amministratore delegato del gruppo Iliad Italia dal 2018

«I numeri confermano la nostra scelta, fatta otto anni fa quando siamo arrivati sul mercato italiano». Riassume così, Benedetto Levi, i conti 2025 di Iliad Italia, di cui è amministratore delegato dal 2018, che hanno visto un fatturato di 1,24 miliardi, in crescita del 9%, un Ebitda di 390 milioni (+27%), una generazione di cassa triplicata a 120 milioni e una base clienti che ha superato i 13 milioni. Risultati che si confrontano con quelli complessivi del gruppo francese che ha chiuso il 2025 con un utile raddoppiato a 752 milioni, ricavi cresciuti del 3,2% a 10,34 e con 52 milioni di utenti tra Francia, Italia, e Polonia.

Quali sono le principali leve competitive che vi hanno permesso di conquistare quote di mercato in un settore così maturo?

«Infrastrutture e fiducia degli utenti. Sono queste in sostanza le basi solide su cui abbiamo costruito la nostra strategia da otto anni a questa parte: abbiamo una rete mobile e fissa su cui abbiamo investito molto, circa 4 miliardi, il che ci porta ad avere la certificazione di wifi più veloce per il terzo anno di fila, e il 98% degli utenti che si dice soddisfatto. Una strategia corretta: siamo di fatto l'unico operatore che sta continuando a crescere».

Nell'ultima settimana il settore delle tlc ha visto un'accelerazione del consolidamento con l'Opas annunciata di Poste Italiane su Tim. In che modo questo può cambiare la vostra strategia di mercato, tra infrastrutture e tecnologia?

«Non abbiamo mai lasciato che il mercato ci influenzasse. Lo scenario più probabile è che si resti in un mercato con quattro attori. E in questo mercato vogliamo continuare a crescere. Certamente, guardiamo all'opportunità di accelerare questa crescita».

E riguardo alla possibilità di una fusione don Wind-Tre?

«Per il momento andiamo avanti così. Se c'è un'occasione la valutiamo, ma non è una necessità per il nostro gruppo».

Nel 2029 scadono i diritti d'uso delle frequenze tlc e bisognerà rinnovarli. Cosa chiedete al Governo?

«Il 31 dicembre 2029 è una data fondamentale per l'assetto del settore che vede una redditività calata negli ultimi quindici anni a fronte di un aumento degli investimenti. Per questo è necessario che si tenga conto di due fattori: innanzi tutto, diversamente dal passato in cui si è cercato di drenare al massimo le risorse degli operatori, occorre favorire gli investimenti in infrastrutture, solide e resilienti, che siano in grado di sostenere l'innovazione del sistema Paese. In secondo luogo chiediamo che l'allocazione dello spettro delle frequenze favorisca un vero level playing field tra gli operatori, andando a ribilanciare le dotazioni spettrali. L'obiettivo è sempre quello di garantire la competitività delle imprese, visto l'effetto moltiplicatore degli investimenti, motivo che ha spinto il gruppo a portare in Italia Scaleway, la nostra piattaforma di cloud e intelligenza artificiale che vuole creare un competitor europeo ai big stranieri, immune alle leggi extraterritoriali».

Obiettivi futuri?

«Rimanere coerenti con i nostri valori e con la nostra strategia di crescita, puntando sempre sulla trasparenza. E continuando a investire in infrastrutture».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Riforma del Tuf

Il nuovo codice per le quotate oggi al varo del governo

È attesa per oggi alle 17 in Consiglio dei ministri la riforma del Testo unico della finanza (Tuf) e conterrà una serie di modifiche per le società quotate. Tra questa anche la cancellazione della doppia soglia del 5%, o di 500 mila euro di valore, da verificare per beneficiare della tassazione agevolata all'1,2% con la participation exemption (Pex). L'effetto sarà retroattivo dal 1° gennaio scorso. Una scelta dovuta alla necessità di «semplificare al massimo la vita degli operatori e quindi non ingessare gli investimenti interni ed esteri», come ha detto il viceministro dell'Economia, Maurizio Leo, al *Sole 24 Ore*. Tra le altre novità l'intervento sugli incarichi incrociati nei cda (interlocking): la riforma elimina il divieto introdotto a suo tempo dal governo Monti che impediva a amministratori e consiglieri d'amministrazione di ricoprire ruoli in società concorrenti nei settori bancario, finanziario e assicurativo. Viene poi allargato il voto plurimo per consentire alle imprese maggiore libertà nella struttura del capitale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

a cura di MilanoMedia System

INFORMAZIONE PROMOZIONALE

ACCOGLIERE CON STILE
Il Valore Strategico delle Strutture e destinazioni Pet Friendly

Accogliere con stile oggi significa interpretare un cambiamento profondo nelle abitudini di viaggio e di consumo: gli animali da compagnia non sono più semplici presenze, ma veri e propri membri della famiglia. In questo scenario, l'ospitalità pet-friendly evolve e si amplia, trasformandosi da servizio accessorio a leva strategica capace di generare valore, differenziazione e nuove opportunità di mercato. Non si tratta più soltanto di accettare la presenza degli animali, ma di progettare ambienti, servizi ed esperienze in grado di rispondere in modo autentico alle esigenze di una clientela sempre più attenta e consapevole. Dalla qualità dell'accoglienza nelle strutture ricettive fino alla possibilità di vivere il territorio senza rinunce, emerge un nuovo paradigma in cui benessere, inclusività e personalizzazione diventano elementi distintivi. Le realtà protagoniste di questa evoluzione dimostrano come innovazione e visione possano tradursi in modelli concreti, capaci di coniugare ospitalità ed esperienza in chiave contemporanea.

Accoglienza a 4 zampe: FOOD FOR DOGS valorizza l'ospitalità pet friendly

Sempre più spesso i proprietari condividono con i loro amici a quattro zampe momenti di svago: tra cene, aperitivi e viaggi la compagnia del cane è parte integrante dell'esperienza. **FOOD FOR DOGS**, brand specializzato in prodotti e servizi per l'accoglienza pet friendly, interpreta questa tendenza e si rivolge al settore hospitality.
Dai Doggy lunch box pensati per nutrire i cani in modo sano e comodo al ristorante o in hotel, agli allestimenti per camere d'hotel: arredi eleganti, in coerenza con lo stile della struttura, personalizzabili e realizzati a mano, con materiali sostenibili. I welcome kit, utili al proprietario e divertenti per l'amico a quattrozampe, possono essere composti con giocattoli e cosmetici naturali e puntano a sorprendere l'ospite fin dal primo ingresso.
L'offerta si completa con una consulenza su misura per le strutture ricettive interessate a proporre un'esperienza pet friendly autentica e in linea con i propri standard di ospitalità.
FOOD FOR DOGS promuove un'accoglienza inclusiva, dove il benessere degli animali va di pari passo con il comfort dell'ospite.
www.foodfordogs.it

TripForDog, servizi e itinerari su misura per viaggiare con il cane senza rinunce, tra cultura ed esperienze condivise

TripForDog ridefinisce il concetto di pet friendly andando oltre la semplice accoglienza in struttura. Qui il viaggio con il cane diventa un'esperienza completa, fatta di attività, servizi e momenti condivisi pensati davvero per entrambi. Non si tratta solo di trovare hotel che accettano animali, ma di vivere il territorio insieme, senza rinunce.
Un esempio? A Firenze è possibile visitare gli Uffizi in totale tranquillità grazie al servizio di dog sitting dedicato: professionisti affidabili si prendono cura del cane mentre ci si immerge nell'arte. E una volta fuori, l'avventura continua.
Dalla caccia al tartufo nelle colline piemontesi, dove il cane diventa protagonista, fino ai percorsi di trekking lungo la Via Francigena e la Via di Francesco, ogni proposta è pensata per essere condivisa.
Itinerari, esperienze e servizi costruiti su misura trasformano ogni viaggio in un'occasione per rafforzare il legame con il proprio amico a quattro zampe, scoprendo il territorio in modo autentico e senza compromessi.

www.tripfordog.com