

SIGLATO UN ACCORDO COMMERCIALE CHE PERMETTERÀ AI CLIENTI DI VEDERE PRIME VIDEO

Tim con Amazon in Brasile

In Sudamerica si delinea la strategia del gruppo sui contenuti. In stallo la trattativa con Dazn. Il titolo soffre

DI MANUEL FOLLIS

Mentre in Italia Tim sta ancora cercando la sua strada per quanto riguarda i contenuti, in Brasile ha annunciato un accordo con Amazon Brasil che prevede che i clienti con contratti prepagati avranno gratuitamente accesso ai servizi di Prime Video. Una partnership che potrebbe portare a molti nuovi clienti al gruppo nel Paese sudamericano, ma che soprattutto indica una strada da seguire anche per la controllante italiana. Nel dettaglio, in Brasile Tim per i clienti dei pacchetti *Tim Pré Top* e *Tim Beta* metterà a disposizione l'abbonamento a Prime Video «Cellular Version». L'opzione sarà infatti accessibile esclusivamente tramite smartphone e disporrà di funzioni speciali per ridurre il consumo di dati e ottimizzare l'immagine per lo schermo del dispositivo. Alla base della scelta di Tim in Brasile c'è il focus sempre più evidente sui servizi di streaming, un tema che andrà affrontato anche in Italia. L'interesse sulle strategie di Tim da parte del mercato è evidente e anche nel corso del recente Capital Market Day ci sono state domande in merito, soprattutto relative alla trattativa con Dazn. Il gruppo guidato da Pietro Labriola, come noto, ha affiancato Dazn nell'offerta

per i diritti della Serie A di calcio. Il ruolo di Tim è quello di partner tecnologico e in base all'accordo il gruppo tlc versa ogni anno 340 milioni di euro a Dazn. Una cifra che, alla luce dei benefici portati al gruppo tlc, è risultata presto non congrua, tanto che Tim ha chiesto di rivedere o rinegoziare l'accordo.

Il risultato è stato finora un nulla di fatto e anche alle domande dirette in merito Labriola nel corso del Capital Market Day ha spiegato che, se ci saranno aggiornamenti, essi arriveranno



Pietro Labriola
Tim

in occasione dell'annuncio dei conti del semestre. Tutto questo mentre il titolo Tim, nel bel mezzo del roadshow del ceo a Londra, ha chiuso la seduta in calo del 3,27% a 0,2515 euro.

L'attuale ceo non può dirlo con chiarezza, ma è evidente che non condivide la strategia, sul-

Bezos attende 12,5 miliardi di vendite nel Prime Day

di Francesco Bertolino

Amazon tenta di dare slancio alla crescita dei ricavi con i Prime Day 2022, la due giorni di sconti riservati agli abbonati Prime. Secondo le stime di mercato le vendite potrebbero raggiungere 12,5 miliardi di dollari, battendo il record di oltre 11 miliardi stabilito nel 2021. A differenza degli anni passati, però, il sorpasso negli incassi non è scontato: mercato e analisti cercano infatti nel Prime Day indicazioni sulla propensione all'acquisto dei consumatori.

L'inflazione vicina alla doppia cifra negli Stati Uniti e in Europa non ha risparmiato l'e-commerce. I prodotti sulla piattaforma Amazon hanno subito un incremento medio nei prezzi del 9% e nei mesi scorsi il colosso ha addebitato ai rivenditori una extra-commissione del 5% sulle consegne per via del caro-carburanti. Secondo alcuni esperti il sentiment negativo dei consumatori condiziona

in negativo il risultato dei Prime Day. Secondo altri, la possibilità di usufruire di sconti spingerà più che in passato i consumatori a concentrare gli acquisti nella due giorni, nella speranza di spuntare prezzi più bassi. In ogni caso per Amazon non si tratterebbe di una buona notizia.

Dopo il boom pandemico, nel primo trimestre i ricavi di Amazon sono aumentati "solo" del 7% e il gruppo ha preventivato ulteriori rallentamenti nel secondo trimestre. Da inizio anno, così, il titolo ha perso quasi il 27% a Wall Street. Non stupisce allora che Amazon stia studiando un secondo Prime Day. Secondo indiscrezioni, infatti, il colosso sta pensando di organizzare un nuovo evento di sconti per gli abbonati sotto Natale. Si tratterebbe della prima volta che Amazon organizza due Prime Day in un solo anno, a riprova delle difficoltà incontrate nelle vendite. La società non ha ovviamente confermato l'ipotesi, nel timore di spingere i consumatori a rinviare gli acquisti. Avrebbe tuttavia già inviato ai rivenditori una comunicazione per sondare la loro disponibilità a proporre sconti esclusivi e maggiorati nel mese di dicembre. (riproduzione riservata)



far crescere la redditività dei clienti di Telecom. Da questo punto di vista la sensazione è che prima o poi Tim annuncerà

altre partnership, non soltanto in Brasile ma con ogni probabilità anche in Italia.

Quello dei contenuti resta un rebus per le società di tlc, schiacciate a livello internazionale tra la necessità di fornire servizi che giustifichino gli abbonamenti e il bisogno di limitare il più possibile i costi. Qualche giorno fa Play, l'operatore po-

lacco che fa capo a Iliad, ha acquisito una quota di larga maggioranza (92,5%) in Redge Technologies, piattaforma di distribuzione di video online, che dovrebbe consentirle di sviluppare i servizi di streaming di Iliad in Polonia. Redge ospita servizi video online sia per operatori mobili sia per fornitori di contenuti. L'operazione, secondo alcuni analisti, potrebbe però consentire alla piattaforma tecnologica di sfruttare, grazie all'accordo con un operatore tlc internazionale, anche opportunità di business in altri Paesi europei; i principali dove opera Iliad sono Francia e Italia. (riproduzione riservata)

Mancano i componenti: Renault e Tesla offrono consegne rapide di vetture in bianco e nero. Oggi i conti di Stellantis

Auto, contro il calo delle vendite le case alzano i prezzi

DI FRANCESCO BERTOLINO

La mancanza di componenti rallenta le vendite dei costruttori. Mercedes, Bmw, Volvo e Renault – le prime a pubblicare i dati del primo semestre – hanno subito fra gennaio e giugno un taglio alle immatricolazioni fino al 20% rispetto al 2021. Per Renault, in realtà, il dato è stato ancor più negativo (-30%), ma la casa francese scosta il sofferto abbandono del mercato russo, il suo secondo per volumi. Oggi sarà la volta di Stellantis, attesa dalla prova dei conti. Dai dati di vendita nei vari Paesi è facile prevedere che anche il gruppo nato dalla fusione fra Fiat-Chrysler e Peugeot accuserà un calo delle vendite. Sarà però interessante valutare se ancora una volta la casa sarà riuscita a compensare la riduzione dei volumi con l'aumento dei prezzi ai clienti, sostenendo i ricavi e migliorando al contempo i margini. I dati di Stellantis offriranno un'indicazione utile in vista dei risultati dei concorrenti, tutti intenti a concentrare la scarsa produzione sull'alta gamma e sulle vetture elettriche. A dispetto degli annunci ottimistici di Volkswagen,

Bmw e Mercedes, infatti, le forniture di chip all'auto restano di gran lunga insufficienti a soddisfare la domanda. A questa carenza si sommano le crescenti difficoltà di approvvigionamento di altri componenti che stanno spingendo le case ad adottare decisioni drastiche e inusuali.

Tesla e Renault sono per esempio tornate al bianco e nero. Per ovviare alla drammatica mancanza di materiali, i due costruttori stanno proponendo ai clienti di ordinare vetture con una limitata gamma di colori e di rinunciare ad altri optional per semplificare il processo produttivo.

In cambio offrono tempi di consegna accelerati rispetto alle attuali previsioni che superano i nove mesi. I SUV Model Y di Tesla usciranno così dalla gigafactory di Berlino in due colori: bianco e nero. Secondo il magazine tedesco *Automobilwoche*, la casa texana ha garantito ai clienti che sceglieranno queste vernici la consegna a ottobre del 2022, entro cioè

tre mesi. Chi invece optasse per altri colori dovrà attendere la spedizione dalla gigafactory di Shanghai, al momento attesa non prima di marzo 2023. La fabbrica cinese, centro di esportazione di Tesla in Europa, ha infatti incontrato negli ultimi mesi non pochi problemi di produzione a causa della politica zero-Covid adottata dal governo di Pechino.

Renault propone invece un servizio di consegna rapida in 30 giorni ai clienti che rinunciano alla personalizzazione del SUV Arkana. La scelta in questo caso è fra tre colori: bianco, grigio e bianco. La motoriz-

zazione è unica così come il tipo di equipaggiamento. Per chi desiderasse altre alimentazioni o volesse optional diversi, la casa francese non garantisce i tempi di consegna, *c'est-à-dire* l'attesa è al momento indefinita.

Le decisioni di Renault e Tesla sono certo figlie di difficoltà produttive senza precedenti, legate anzitutto alla carenza dei chip ma ormai riguardanti molti componenti e macchinari, inclusi gli impianti di verniciatura. La semplificazione dell'offerta potrebbe tuttavia sopravvivere alla crisi delle forniture. Le case hanno per anni spinto agli estremi

la personalizzazione delle vetture. Questa strategia ha dato risultati modesti in termini di vendite, ma ha complicato molto i processi produttivi. Molti esperti prevedono perciò che le case utilizzeranno il pretesto della crisi per una retromarcia con l'obiettivo di tagliare i costi e di liberare risorse per gli investimenti sull'elettrico. (riproduzione riservata)

LE VENDITE DELLE CASE NEL PRIMO SEMESTRE

Casa	Vendite	Differenza 21/22 (%)
Bmw	1.160.000	-13,3
Renault	1.000.199	-30
Mercedes-Benz	998.000	-16
Volvo Car	119.770	-28,2