

Altro che patto anti Mountain View

## De Benedetti cambia idea e diventa amico di Google

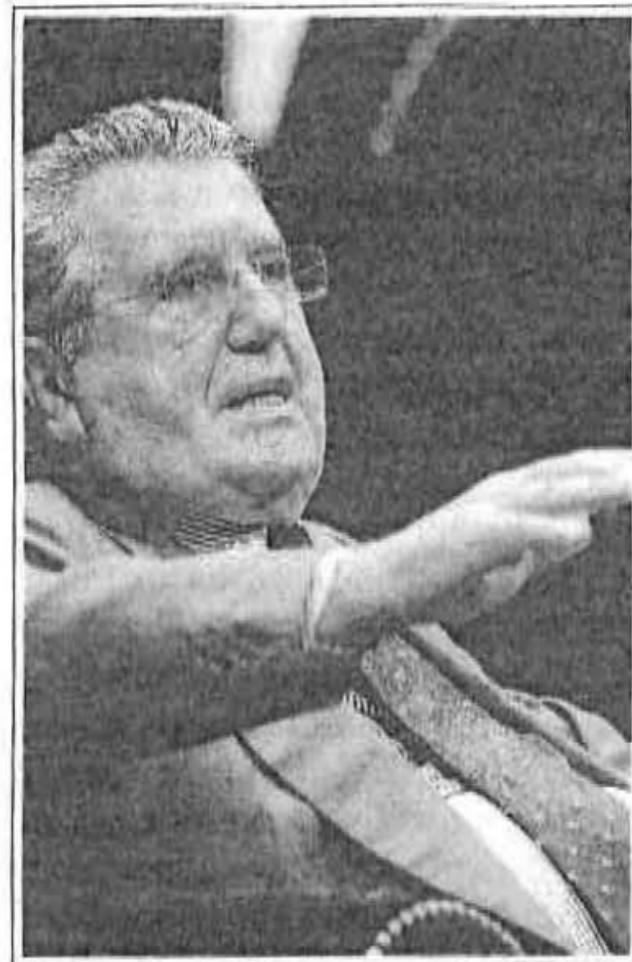
■ ■ ■ Fino a pochi mesi fa era il grande nemico del quale avere paura, tanto da invocare una sorta di equity tax per sterilizzare i trucchi che usava per sfuggire al fisco. Oggi invece diventa un alleato con il quale stringere accordi che magari potrebbero essere forieri di ulteriori intese a venire. I soggetti sono Carlo De Benedetti, l'accusatore di un tempo, e Google, l'accusato divenuto alleato. Non molto tempo fa, infatti, metà 2014, Carlo De Benedetti, presidente dell'Espresso confidava di «avere paura di Google...» e invitava l'Europa a im-

porsi per far rispettare le regole (anche fiscali) in essere per tutti gli altri concorrenti del settore. Fino ad arrivare alla equity tax di cui sopra.

Ieri, invece, la concessionaria pubblicitaria del Gruppo Espresso, Manzoni, ha siglato un accordo di collaborazione per la gestione degli spot digitali con Google. A partire da settembre 2015, Manzoni adotterà la piattaforma Doubleclick for Publishers di Google, strumento evoluto per la gestione, l'ottimizzazione e l'erogazione della pubblicità tradizionale e video online. Non solo.

Manzoni utilizzerà la piattaforma Doubleclick Ad Exchange di Google per vendere in modalità programmatica alcuni spazi dei prodotti digitali Desktop, Mobile e Tablet non gestiti dalla propria rete commerciale.

E pensare che appena un anno alcune tra le principali concessionarie pubblicitarie del Paese avevano sottoscritto un accordo per la costituzione di un soggetto, «Gold 5», dedicato alla vendita degli spazi pubblicitari. Ci sarebbero, tra gli altri, Manzoni & C, Banzai Media, italiaonline, Mediaworld e RCS MediaGroup. Un accor-



*L'ingegnere Carlo De Benedetti, presidente del gruppo  
L'Espresso [Ansa]*

do che fece molto discutere. Oggi, invece, che si tratta di stringere intese con il grande nemico, la Manzoni si muove da sola.

Evidentemente all'Espresso hanno pensato che fosse più conveniente seguire il solco tracciato dai principali editori europei (tra questi «Les Echos», «FAZ», «The Financial Times» e «La Stampa») che hanno stretto un patto con Google («Digital News Initiative») per sostenere il giornalismo di qualità attraverso l'innovazione. Per la serie: quando non puoi batterlo fattelo amico.