Alphabet, pesano le multe a Google. Male utili e pubblicità

Dopo **Facebook** e **Amazon**, tocca alla holding di **Google** dichiarare i dati dei primi mesi del 2019 al resto del mondo. **Alphabet** però, ha deluso le aspettative degli analisti, con risultati superiori a quelli dello scorso esercizio, ma non in linea con le attese.

Nonostante un anno pieno di turbolenze interne, tra problemi legati alla privacy e multe internazionali comminate per violazione delle norme antitrust, i ricavi si sono attestati a 36,3 miliardi di dollari, in aumento del 17% sull'anno precedente, ma al di sotto delle stime degli analisti che avevano indicato una quota superiore ai 37 miliardi.

8,2 miliardi di multe Ue

L'utile netto che si attesta a 6,7 miliardi con una flessione del 29%, anche a causa della maximulta decisa dalla **Commissione europea** a marzo per abuso di posizione dominante.

L'ultima multa in ordine di arrivo risale a marzo 2019, quando la Commissione Europea capitanata dal Commissario sceriffo **Margrethe Vestager** impose a Google il pagamento di 1,49 miliardi di euro per violazione delle norme **antitrust dell'Ue.** Questa multa se sommata all'altra multa di luglio scorso di 4,43 miliardi per il 'Caso Android' più i 2,2 miliardi di giugno 2017 per abuso di posizione dominante nel campo dei motori di ricerca, l'ammontare complessivo arriva a 8,2 miliardi di euro di multe accumulate nel giro di due anni.



In termini di utili per azione, si è passati a 9,5 dollari dai 13,33 di inizio 2018; al netto dell' ultima multa il dato è stato di 11,90 dollari, sopra le attese degli analisti per 10,61 dollari.

Amazon vero competitor dell'advertising

Il business pubblicitario di Alphabet resta ancora la punta di diamante, ma se da un lato la crescita ha contribuito ad aumentare le entrate complessive del 17%, ciò è stato inferiore a quello che gli investitori si aspettavano.

Perché sebbene il 92% delle ricerche Web avvenga sul motore di ricerca numero uno al mondo, oltre la metà delle persone che acquistano un prodotto online ormai si affidano oggi ad **Amazon**, aumentando il proprio business pubblicitario.

Pubblicità in perdita

I ricavi generati dalla pubblicità sono stati di 30,7 miliardi, in aumento di solo il 15% rispetto a un anno prima e al di sotto della media del 21% dei precedenti otto trimestri. Il gruppo ha dato la colpa a "variazioni significative" nei tassi di cambio e alla "tempistica di cambiamenti dei prodotti pubblicitari".

Il numero di click fatti dagli internauti su pubblicità apparse su siti legati a Google (il motore di ricerca, Gmail, YouTube) e che hanno generato introiti sono saliti del 39% annuo ma scesi del 9% rispetto all'ultimo trimestre del 2018. Il cost-per-click (una misura dei prezzi per la pubblicità attentamente monitorata) e' pero' calato del 19% annuo mentre e' salito del 5% trimestre su trimestre. Nel trimestre le "impression" (quanto spesso una pubblicità e' vista sulle proprietà dei partner di Google) sono aumentate del 6% annuo e il "cost-per-impression" (quanto Google puo' fare pagare per quelle visioni) e' salito dell'1%.

https://www.key4biz.it/alphabet-pesano-le-multe-a-google-male-utili-e-pubblicita/256254/