

Rassegna del 24/11/2016

Sole 24 Ore	38 Vivendi acquista titoli e sale al 23,1% di Telecom - Vivendi punta a risalire al 25% di Telecom Italia	<i>Olivieri Antonella</i>	1
Mf	15 Vivendi scommette su Telecom	<i>Follis Manuel</i>	3
Sole 24 Ore	17 Sindacati in pressing per le scelte Agcom sulla rete Telecom	<i>Biondi Andrea</i>	4
Italia Oggi	21 Mediaset-Vivendi, il giudice blocca il ricorso d'urgenza	...	5
Messaggero	20 In breve - Mediaset Vivendi chiede spese legali	...	6
Foglio	3 Editoriali - Fibra fino all'impresa	...	7
Italia Oggi	19 Il Black Friday in tv vale per i marchi Usa quanto il Super Bowl	<i>Sottilaro Francesca</i>	8
Italia Oggi	20 Mindshare, le esperienze a confronto	...	9
ESTERA			
Echos	23 Amazon Prime Video vuole l'intera gamma di programmi tv	<i>Madelaine Nicolas</i>	10

TLC Vivendi acquista titoli e sale al 23,1% di Telecom

Antonella Olivieri ▶ pagina 38

Tlc. Il gruppo guidato da Bolloré acquista azioni e porta la partecipazione al 23,15%

Vivendi punta a risalire al 25% di Telecom Italia

A Piazza Affari il titolo chiude la seduta in rialzo: +0,79%

Antonella Olivieri

■ Vivendi batte un colpo e annuncia la volontà di risalire nel capitale di Telecom a sfiorare la soglia dell'Opa del 25%, dopo che la quota era stata diluita poco sotto il 22% dalla conversione obbligatoria del bond da 1,3 miliardi, avvenuta a metà mese. Il gruppo presieduto da Vincent Bolloré ha già iniziato a riadeguare la partecipazione, che alla data del 22 novembre era risalita al 23,15%. La cosa particolare è che non c'è stato nessun effetto sulle quotazioni di Borsa del titolo Telecom che ieri viaggiava intorno ai 70 centesimi (chiusura a 0,703 euro, +0,79% dal giorno prima), esattamente i livelli di prezzo del 15 novembre quando sono state consegnate le azioni rivenienti dalla conversione. Tra l'altro, sul fronte del debito, si registra la conferma del rating non sollecitato di Crif a BB con outlook stabile.

Il comunicato della media company transalpina parla di acquisti «sul mercato». È però possibile che la controparte sia stata qualche investitore che aveva preso grosse posizioni nelle settimane scorse. Per esempio Bank of America-Merrill Lynch, che era salita sopra il 5%, ha recentemente azzerato la posizione. Mentre invece BlackRock, che era stato tra i sottoscrittori del convertendo, ha comunicato proprio in settimana di detenere, alla data del 15 novembre, una partecipazione aggregata in Telecom Italia, pari al 5,027% del capitale ordinario: azioni con diritto di voto per il 3,493%, una parte-

cipazione potenziale per l'1,151% (azioni oggetto di prestito titoli con possibilità di rientro non prestabilita a discrezione del prestatario e del prestatore), altre posizioni lunghe con regolamento fisico per lo 0,002% (due contratti di opzione put di tipo americano con scadenza 18 novembre 2016 e il 16 dicembre 2016), altre posizioni lunghe con regolamento in contanti per lo 0,381% (contract for differences che non prevedono data di scadenza).

Ad ogni modo, il riadeguamento della quota di Vivendi, a tutti gli effetti di riferimento, dimostra che non c'è la volontà di passare la mano in Telecom, anche se non è chiaro quale sia il disegno. Tanto meno in questo contesto è chiaro se Telecom possa avere un ruolo - come suggeriscono alcune voci - nell'operazione su Mediaset Premium che, da alleanza tra i due gruppi dei media, è diventata una diatriba legale dall'esito e dai tempi incerti.

L'ultima puntata riguarda la rinuncia da parte del Biscione alla richiesta di sequestro preventivo del 3,5% di Vivendi che era il pagamento in natura concordato ad aprile per il 100% di Premium e il 3,5% della capogruppo Mediaset. Per i legali di parte francese la richiesta non avrebbe potuto essere accolta, in quanto non c'erano dubbi sulla "solvibilità" di Vivendi che ha già queste azioni in portafoglio (in ogni caso il contratto prevedeva anche la possibilità di pagamento cash). Da parte di Mediaset la ri-

nuncia a far valere la richiesta vorrebbe essere anche un "ramoscello d'ulivo" legale per non inasprire i toni. Fatto sta che i legali di Vivendi hanno chiesto ieri il rimborso delle spese sostenute, ma la questione sarebbe stata rinviata alla conclusione della causa per il rispetto del contratto firmato ad aprile che, nel merito, vedrà una prima udienza solo a marzo dell'anno prossimo. L'anno prossimo oltretutto dovranno tenersi le aste per i diritti del calcio sia della serie A sia della Champions League per il successivo triennio e Mediaset dovrebbe trovare una soluzione per la pay-tv, considerato che prima di stringere l'accordo con Vivendi aveva esplorato anche la strada di un'alleanza con Sky. Non è chiaro invece se Vivendi abbia ancora la volontà di proseguire il cammino con Mediaset. L'impressione è di assistere a un "matrimonio combinato" con il promesso sposo che si attacca a ogni pretesto per sottrarsi all'altare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Telecom Italia

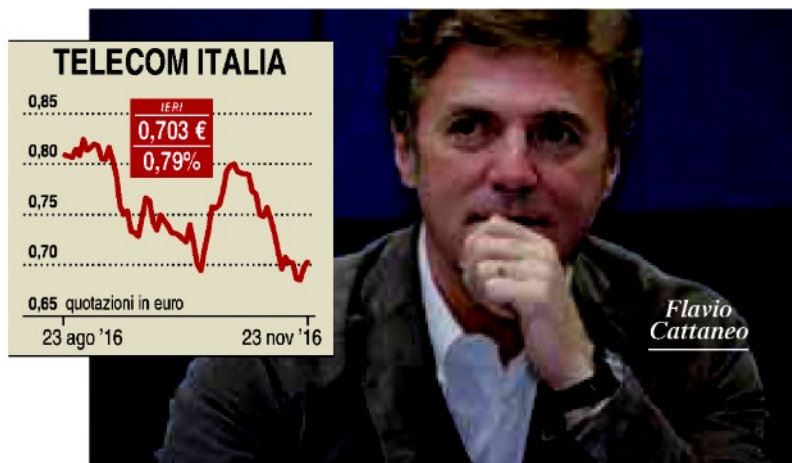
Andamento del titolo a Milano



I FRANCESI COMPRANO AZIONI DOPO LA DILUIZIONE LEGATA ALLA CONVERSIONE DEL BOND

Vivendi scommette su Telecom

Il gruppo guidato da Bolloré incrementa la quota dal 21,9 al 23,15% e presto potrebbe tornare a ridosso del 25%. Ieri rush finale del titolo, che chiude in rialzo dell'1,36% sopra quota 0,7 euro



DI MANUEL FOLLIS

Il socio di maggioranza relativa di Telecom Italia crede nell'azienda e continua ad acquistare titoli della società telefonica. Il gruppo francese guidato da Vincent Bolloré e Arnaud De Puyfontaine ha infatti annunciato ieri che, in risposta alla diluizione della sua partecipazione nel capitale sociale di Telecom Italia dal 24,68 al 21,91% (dopo la conversione in azioni del bond da 1,3 miliardi di euro, avvenuta a metà novembre), ha acquistato ulteriori azioni ordinarie Telecom sul mercato «al fine di portare la propria partecipazione ai livelli precedenti». La diluizione è appunto il risultato dell'avvenuta scadenza del prestito obbligazionario con conversione obbligatoria in azioni ordinarie del gruppo tlc italiano. E così Vivendi martedì scorso possedeva il 23,15% delle azioni ordinarie della società guidata da Flavio Cattaneo e presieduta da Giuseppe Recchi. Le operazioni d'acquisto, fa sapere il colosso transalpino, sono già state notificate all'autorità di vigilanza statunitense (Sec) e saranno comunicate alle autorità di vigilanza italiana (Consob) in conformità con le disposizioni regolamenta-

ri applicabili in tali Paesi. A questo punto è probabile che gli acquisti continueranno nei prossimi giorni, vista la dichiarazione del gruppo francese di voler portare la partecipazione ai livelli precedenti, ossia oltre il 24%. Non solo; gli analisti di Banca Imi ad esempio non escludono che «Vivendi possa acquisire ulteriori azioni Telecom fino a poco meno della soglia d'opra del 25%». Tale scelta piace al mercato, visto che certifica la presenza di un'azionista di comando. Icbpi ad esempio ieri ha confermato il rating buy con target price a 1,07 euro sul titolo Telecom dopo la notizia degli acquisti effettuati da Vivendi. L'operazione, segnalano gli analisti, «conferma l'investimento strategico in Telecom Italia da parte di Vivendi». Il problema è che, se Bolloré crede in Telecom, non altrettanto ha fatto finora Piazza Affari, visto che il titolo anche dopo la conversione delle obbligazioni (che probabilmente comprimevano le quotazioni) non è riuscito a dare segnali di recupero nonostante Vivendi stesse acquistando sul mercato (come si è appreso in seguito). La conversione a 0,76 euro è avvenuta

l'11 novembre e da quella data (chiusura a 0,714 euro) il titolo è sceso fino agli 0,685 euro di lunedì 21, mentre ieri grazie a un rush finale ha fatto meglio del mercato e ha chiuso in rialzo dell'1,36% superando la soglia psicologica di 0,7 euro (0,707). Per Vivendi in ogni caso gli acquisti rappresentano un modo per mediare il prezzo di carico della partecipazione. I francesi avevano in carico la quota di Telecom a circa 3,1 miliardi (per un prezzo medio di quasi 1,1 euro per azione) e per questo i prezzi attuali permettono di abbassare leggermente il valore medio di carico. Pochi giorni fa il fondo americano BlackRock ha comunicato di detenere alla data del 15 novembre una partecipazione aggregata in Telecom pari al 5,027% del capitale ordinario. Da segnalare infine che Crif Ratings ha confermato il rating unsolicited BB per Telecom Italia con outlook stabile. (riproduzione riservata)



Tlc. Nel mirino l'apertura ad altri operatori

Sindacati in pressing per le scelte Agcom sulla rete Telecom

I CONTENUTI

Si punta a scongiurare ripercussioni sull'occupazione.

Le organizzazioni temono problemi come nei call center

Andrea Biondi

■ Sulla contrattazione di secondo livello (disdettata unilateralmente da Telecom) sono ai ferri corti e per il 13 dicembre ci sarà sciopero. Su altro però sindacati e Telecom stanno facendo fronte comune, con Agcom sul versante opposto. Un'alleanza per scongiurare il rischio di una mannaia occupazionale che i sindacati temono per gli addetti Telecom impiegati sulla rete (in tutto sono 9mila). I timori sono legati alla possibilità per gli operatori alternativi di agire sulla rete dell'ex monopolista in totale autonomia, per le attivazioni e per la manutenzione dei guasti.

«Gli scenari che intravediamo nelle possibili scelte di totale disintermediazione di Tim nella filiera degli appalti di Rete - si legge in un documento che riassume l'audizione in Agcom del 2 novembre - ci restituiscono un quadro nel quale si rischia seriamente di perdere, da un lato, migliaia di professionalità pluriennali e, dall'altro di livellare il settore verso il basso a discapito della qualità del servizio». Il pericolo, sostengono i sindacati, è che si replichi quanto accaduto con i call center, vittime di «parcellizzazione della filiera» e dove «lo Stato deve ora intervenire con l'utilizzo di ammortizzatori sociali non contemplati in precedenza e, quindi, con sensibile aumento di costi per la collettività». Tutto verte sulla delibera Agcom 623/15/CONS e successiva deli-

bera 122/16/CONS. La decisione finale sarà inviata a Bruxelles a breve. Il tema della manutenzione e dell'accesso alla rete, del resto, è da sempre pomo della discordia fra Telecom e operatori che sovente hanno lamentato lentezze e ostruzionismo. Antitrust ha anche sanzionato un anno fa Telecom (21 milioni) e altre aziende che si occupano della rete, accusate di fare cartello.

Ora, in gioco ci sono due modelli. Il primo è la "disaggregazione", che vede Telecom e operatori condividere imprese certificate dall'ex monopolista. Il secondo, "l'esternalizzazione", prevede la disintermediazione di Telecom. Qui i sindacati vedono il *vulnus*. «Si scatenerebbe una guerra sui prezzi - dice Vito Vitale (Fistel Cisl) - legata alla presenza delle più disparate ditte che si avvicinerrebbero al business. E non ci sarebbe garanzia di qualità». Anche per Massimo Cestaro (Slc Cgil) ci sono rischi legati «sia al fatto che chiunque potrebbe mettere mano sulla rete, sia alla mancanza di un prezzo unico nazionale che creerebbe una giungla, esattamente come nei call center». «Noi - aggiunge Salvo Ugliarolo (Uilcom Uil) - abbiamo fatto presente ad Agcom di fare attenzione, per le ricadute sulla qualità e per i riflessi occupazionali». Domanda inevitabile: non è la difesa di un monopolio contestato? Uguale la risposta dei tre sindacati. «Noi - replica Vitale - siamo per una regolamentazione chiara dei meccanismi di accesso con i quali Telecom deve garantire tempi e modalità agli operatori alternativi. Ma aprire la rete senza paletti pone inevitabili problemi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Mediaset-Vivendi, il giudice blocca il ricorso d'urgenza

«Non doversi procedere» in merito al ricorso d'urgenza presentato da Mediaset contro Vivendi, nello scontro in atto dallo scorso luglio per la cessione della pay tv Mediaset Premium: è quanto ha disposto con un'ordinanza il giudice civile di Milano Vincenzo Perroziello. Nell'udienza di ieri, infatti, Mediaset ha formalizzato la rinuncia al ricorso come preannunciato nei giorni scorsi. Secondo indiscrezioni di stampa, gli avvocati delle parti non hanno spiegato le ragioni della rinuncia né hanno fatto cenno a eventuali ipotesi di accordo. Adesso tutto è rinviato al 21 marzo 2017, quando è in calendario

la convocazione davanti al giudice per la discussione nel merito. È stato a metà ottobre che il Biscione guidato dall'a.d. e vicepresidente Pier Silvio Berlusconi ha depositato una richiesta di sequestro di azioni con una procedura d'urgenza, per ottenere in breve tempo un'udienza cautelare che imponesse il sequestro del 3,5% di azioni proprie in mano a Vivendi. Il 3,5% del capitale è la quota che avrebbe dovuto essere scambiata reciprocamente tra le due aziende, secondo l'accordo dello scorso aprile sulla cessione del 100% di Premium a Vivendi. Accordo poi contestato dai francesi guidati da Vincent Bolloré alla fine di luglio.

Il gruppo di Cologno Monzese ha fatto causa contro quello francese chiedendo 50 milioni di euro di danni per ogni mese di mancata esecuzione del contratto indicando in 1,5 miliardi il danno complessivo nel caso in cui l'accordo non venga onorato. Il 21 marzo, quindi, il giudice si pronuncerà nel merito della vicenda a meno che italiani e francesi non trovino prima un nuovo punto d'intesa.



Vincent Bolloré



Pier Silvio Berlusconi



MEDIASET
Vivendi chiede
spese legali



Ieri, nel giorno della mancata udienza sulla richiesta da parte di Mediaset di sequestro cautelativo del 3,5% delle azioni Vivendi, il gruppo francese ha chiesto il riconoscimento delle spese legali. Questo dopo che il Biscione ha ritirato la richiesta spiegandolo con il fatto che le memorie depositate dalla controparte erano tranquillizzanti sulla disponibilità di azioni proprie.

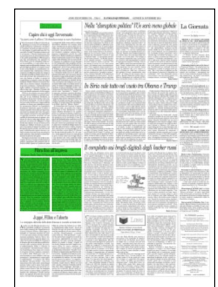


EDITORIALI

Fibra fino all'impresa

Nel piano banda larga di Hammond c'è una lezioncina per l'Italia

Nel revival infrastrutturale del Regno Unito spinto dal governo conservatore post Brexit di Theresa May, c'è spazio anche per il potenziamento della banda ultralarga e delle connessioni per *mobile* con finanziamenti pubblici. Il cancelliere dello Scacchiere, Philip Hammond, alla presentazione del budget autunnale ha annunciato che verranno stanziati 400 milioni di sterline per gli operatori di rete in fibra ottica a banda ultralarga che intendono migliorare i servizi. Altri 740 milioni andranno a chi metterà alla prova la tecnologia 5G, connessioni senza fili ad alta velocità. Un miliardo per raggiungere almeno 2 milioni in più di abitazioni e di imprese, con lo scopo di aumentare la produttività. Il governo May è in una situazione simile a quella del governo Renzi di un anno fa, quando lanciò il Piano nazionale per la banda larga in uno dei paesi europei più arretrati. Renzi ha promesso 4 miliardi di euro. Per ora ha ottenuto il notevole risultato di spingere l'ex incumbent Telecom Italia a investire come mai prima – la spesa per investimenti (Capex) della telco controllata dalla francese Vivendi è ai massimi da anni. Lo stesso tenta il governo inglese con Bt, l'ex incumbent riluttante a rinnovare la rete con finale in rame, proprio come Telecom. Per Virgin Media, Hammond ha solo gettato una goccia di soldi pubblici nel mare. Vedremo. Tuttavia l'intenzione di guardare anche alle imprese è una lezione per l'Italia. Una connessione rapida, soprattutto in upload, è un fattore produttivo capace di aumentare del 10-16 per cento il valore aggiunto di un'azienda. Ma in Italia il 70 per cento delle imprese è in aree catalogate come "grigie" dove c'è un solo operatore, non c'è concorrenza tra provider (aree nere) e non sono così isolate da richiedere intervento pubblico (bianche). Non c'è un'azione mirata sui distretti – almeno fino al 2017 quando andrà notificato alla Commissione Ue cosa fare con le "aree grigie"; non risultano avviati i colloqui tra governo e dg Concorrenza. Il dibattito pubblico s'è concentrato molto sulle tecnologie per portare la fibra fino a casa o al cabinet, poco sulla fibra fino all'impresa. L'Italia è l'ottava potenza manifatturiera, ma per capacità di sfruttare le reti è 55esima (Wef). Poco per mantenere una posizione dignitosa nella nascente Industria 4.0 visto l'accesso ridotto a sistemi di produzione digitali. Il rischio è quello di perdere competitività.



Il Black Friday in tv vale per i marchi Usa quanto il Super Bowl

DI FRANCESCA SOTTILARO

Se anche in Italia la febbre per gli affari ha trasformato il Black Friday (il venerdì americano di shopping scontato che segue il giorno del ringraziamento) in uno degli asset portanti per le vendite del Natale, gli Stati Uniti fanno pure i conti con i ritorni che il Thanksgiving day genera per i marchi a livello televisivo. Milioni di famiglie Oltreoceano si accingono oggi a ritrovarsi davanti al tacchino, piatto tipico della tradizione, ma soprattutto alla tv o ai tablet di casa per seguire la Parata dei grandi magazzini Macy's di New York e poi cominciare le spese online o offline.

La festa, trasmessa da Nbc Universal, è simile a un carnevale nazionale popolare solo che i carri sono sponsorizzati e i brand possono mettersi in luce sia con gli spot tradizionali sia semplicemente con un palloncino. L'importanza della cerimonia è amplificata dal numero di spettatori: nel 2016 l'hanno seguita 41,3 milioni di persone, 3,5 milioni solo per le strade della Grande Mela, per una media in tv di 22,3 milioni di ascoltatori e una penetrazione nel pubblico della fascia 18-45 anni che l'ha resa il primo evento dopo il Super Bowl (la finale di football americano) per notorietà e ritorni. Kantar Media ha stimato l'anno scorso 30,1 milioni di dollari (oltre 28 mln di euro) di entrate pubblicitarie.

Nella parata di Macy's di oggi ci saranno le mascotte del largo consumo e delle major (da Dreamworks

a Pillsbury Doughboy, da Ronald McDonald a SpongeBob Squarepants) e 26 carri con i colori dei brand, siano colla o zucchero: sfilano infatti Krazy Glue, Cracker Jack (snack), Kentucky Fried Chicken, Ocean Spray (conservenze di mirtilli), l'operatore bancario Discover, Build-a-bear (giocattoli), Hallmark Channel, Domino sugar (dolcificanti), fino a Delta Air Lines e Homewood Suites by Hilton.

Ma la grande novità è il partner tecnologico scelto quest'anno dalla Nbc: Verizon. L'operatore di tlc ha assicurato una diretta streaming grazie a 360 telecamere sparse per New York, senza interruzioni pubblicitarie al di fuori dei suoi prodotti, ovvero il telefono Pixel di Google, alcuni auricolari e il visore per la realtà aumentata Google Daydream view VR.

C'è chi parla di Natale per i brand: «La parata del giorno del ringraziamento crea la stessa connessione degli eventi sportivi, per questo i marchi ne sono attratti», spiega Mary Zalla, presidente di Landor, firma della consulenza a servizio dei brand del gruppo Wpp. «Dal punto di vista del marketing è una specie di sogno». La trasmissione televisiva che andrà in onda dalle 9 a mezzogiorno, e poi di nuovo dalle 14, offre «una grande esperienza di visualizzazione multigenerazionale», ha spiegato ad *Adweek* Dan Lovinger, capo di Nbc Universal sports group sales, «hai inteso famiglie che guardano e questo è esattamente il target cui gli inserzionisti mirano».

—© Riproduzione riservata—



La parata di Macy's



CON HUDDLE

*Mindshare,
le esperienze
a confronto*

Tecnologia, giornalismo, televisione, innovazione digitale sono stati l'altro ieri al centro di Huddle, un nuovo format di incontri creato dall'agenzia media Mindshare. Un palinsesto composto da 24 interventi che si sono alternati nel corso della giornata in quattro aree tematiche negli uffici di Mindshare. Hanno partecipato i colossi che stanno guidando la rivoluzione digitale, da Ibm a Facebook, da Google all'agenzia 72andSunny. Ancora, Amazon, Tim, grandi firme del giornalismo ed esperti di public affair che hanno portato la loro riflessione su come siano cambiati informazione e relazioni con i media. Poi rappresentanti della tv e dei grandi gruppi editoriali, oltre ad alcune delle nuove realtà digitali italiana più interessanti. «Huddle è una «non-conferenza»: ognuno infatti ha potuto scegliere quali interventi seguire», ha detto Roberto Binaghi, ceo di Mindshare, «condividendo i contributi di ospiti dalle esperienze più varie, ciascuno dei quali ha portato in Huddle la sua visione del futuro. Un modo nuovo e diverso di fare le cose coerente con la nostra filosofia».



Amazon Prime Video veut toute la gamme des programmes télé

TÉLÉVISION

Le service vidéo du géant du Web veut des chaînes en linéaire, notamment en France, et du sport en live.

Nicolas Madelaine
 @NLMadelaine

Le service de vidéo à la demande d'Amazon, Amazon Prime Video, est en passe de changer d'échelle. Non seulement il devrait bientôt être disponible dans 200 pays ou territoires, dont la France, vers la fin de l'année, mais il cherche à proposer à ses abonnés des chaînes en linéaire, notamment dans l'Hexagone, ainsi que du sport en direct. Jusqu'à maintenant, Netflix, la référence dans la vidéo à la demande, a fait des incursions dans les programmes de flux (jeux, divertissement...), mais il propose avant tout des séries et du cinéma. Bien plus puissant financièrement, Amazon se prépare donc, de son côté, à être en concurrence frontale avec les opérateurs de télévision payante.

Des matchs en direct ?

Selon le « Wall Street Journal », Amazon Prime Video est en discussion avec la National Basketball Association (NBA), la Major League Baseball (MLB) et la National Football League (NFL), autrement dit les sports de masse, pour retransmettre des matchs en direct. Il discuterait aussi avec les instances représentatives de sports moins populaires, comme le surf et le football (« soccer »). La firme de Jeff Bezos réfléchirait à acquérir

les droits de la NBA pour des pays étrangers, mais elle aurait aussi contacté des fédérations étrangères, comme celle du cricket en Inde.

Alors que les gens sont de plus en plus tentés de picorer leurs contenus audiovisuels dans les offres de diffuseurs en streaming (Netflix...) ou en téléchargement (iTunes...), le sport en direct est considéré comme le programme le plus générateur d'abonnements à la télévision payante. Nul doute, donc, que les opérateurs de type ESPN, Sky ou même Canal en France surveilleront de près les ambitions d'Amazon...

S'agissant de son projet d'offrir des chaînes en linéaire, les discussions prennent du temps. Des rumeurs ont commencé à circuler il y a plus d'un an aux Etats-Unis. En France, dit un connaisseur du secteur, Amazon est un peu échaudé par le fait que les consommateurs utilisent peu les offres de diffusion en streaming de type Netflix, par rapport aux Etats-Unis. Mais il n'a pas renoncé et vise des chaînes payantes proposant notamment de la fiction. Ses « skinny bundles » (bouquets de chaînes restreints mais pas chers) pourraient gêner les opérateurs de télé payante.

Tous ces développements sont à l'état de projets, mais Amazon est connu pour sa vision à long terme. A la faveur de son prochain déploiement mondial, qui devrait le mettre sur un pied d'égalité avec Netflix (présent dans 190 pays), les analystes estiment qu'il va dépenser 4 milliards de dollars par an en programmes (contre 6 milliards pour Netflix). Seuls Disney et NBCUniversal dépensent plus aujourd'hui. ■

Les chiffres clefs

4

MILLIARDS DE DOLLARS PAR AN
 Le montant que devrait investir Amazon à l'avenir dans les programmes.

200

PAYS OU TERRITOIRES
 dont la France vers la fin de l'année : le nouveau domaine du service vidéo.

Amazon Prime Video vuole l'intera gamma di programmi tv

