

Rassegna del 09/11/2016

Corriere della Sera	39	Mondadori, utile a 17,9 milioni Effetto Premium, Mediaset in rosso	<i>giu.fer.</i>	1
Repubblica	29	Mediaset, conti in rosso per Premium	...	2
Sole 24 Ore	31	Mediaset non molla con Vivendi - Mediaset, nessun piano B per Premium	<i>A.Ol.</i>	3
Stampa	22	Mediaset, giù i conti "È l'effetto Vivendi"	<i>Spini Francesco</i>	5
Giornale	21	Vivendi pesa sui conti Pubblicità Ok	...	7
Messaggero	19	Mediaset, sui conti pesa il caso Vivendi	<i>Gi. Fr.</i>	8
Mf	15	Mediaset Premium e lo stallo con Vivendi costano un rosso di 116 milioni - Premium zavorra Mediaset	<i>Montanari Andrea</i>	10
La Notizia	13	I conti a Piazza Affari - Brutta trimestrale per Mediaset	<i>Fazio Patrick</i>	12
Italia Oggi	19	Chessidice in viale dell'editoria - Rai Way, in nove mesi utile di 32,6 mln	...	13
Sole 24 Ore	28	Brevi - Raiway. Utile netto in rialzo cresce anche l'Ebitda	...	14
Sole 24 Ore	27	Le regine del web siedono su un tesoro di liquidità - Le regine del web e il tesoro liquido	<i>Olivieri Antonella</i>	15
Stampa	22	Amazon si conferma la regina del Web Ma è iniziata la carica dei gruppi cinesi	<i>Grassia Luigi</i>	17
Mf	17	R&S Mediobanca: Amazon regina delle web company	<i>Polacco Franco</i>	18
Corriere della Sera	41	Ecco i 23 giganti del web Tanti utili, pochi dipendenti	<i>Savelli Fabio</i>	19
Giornale	21	Google & C. vale sei volte Piazza Affari	<i>Camera Maddalena</i>	20
Sole 24 Ore	33	Sale l'utile di Prysmian (+33% a 188 milioni) e di Maire (+69% a 56,7 milioni) - Prysmian, utile netto in crescita del 33%	<i>Mo.D.</i>	21
Giornale	24	Un patto per tutelare la libertà di Internet	<i>Mancia Andrea - Bressan Simone</i>	22
La Verita'	15	Due giovani senza Internet telefonino, sms e chat Com'è andata? Lei: «Male»	<i>Floder Reitter Patrizia</i>	25

I conti dei primi nove mesi

**Mondadori, utile a 17,9 milioni
Effetto Premium, Mediaset in rosso**

2,42

le quotazioni

in euro ieri
(-0,25%) del
titolo Mediaset
A inizio anno
era a 3,67 euro

(giu.fer.) Corre in Borsa Mondadori, dove ha guadagnato il 5,9% a 0,94 euro, dopo i conti dei primi 9 mesi chiusi con un utile di netto di 17,9 milioni rispetto alla perdita netta di 2,8 milioni dei primi 9 mesi dell'anno scorso. L'utile si riduce a 6,6 milioni senza considerare le attività dismesse. In aumento anche i ricavi, saliti a 935 milioni (+14%), dopo il consolidamento di Rizzoli Libri e Banzai Media. Sul fronte televisivo Premium fa salire del 223% il «rosso» di Mediaset, che ha chiuso i primi 9 mesi con una perdita di 116,6 milioni rispetto alla perdita di 36,1 milioni dello stesso periodo 2015. Nel solo terzo trimestre il rosso ha raggiunto 88,8 milioni. I ricavi netti consolidati sono saliti a 2.563,9 milioni dai 2.414,4 milioni dello stesso periodo di un anno fa (+6,1%). E aumenta l'indebitamento finanziario netto, salito da 859,4 milioni a fine 2015 a 1.123,3 milioni al 30 settembre 2016.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Pier Silvio Berlusconi



IL CFO: VIVENDI PAGERÀ

Mediaset, conti in rosso per Premium

MILANO. Mediaset Premium tinge di rosso i conti di Mediaset, ma il direttore finanziario Michele Giordani, resta convinto che la situazione della pay tv sia destinata a migliorare - grazie alle iniziative commerciali che saranno messe in campo a breve - e che nel 2017 il contratto con Vivendi sarà eseguito. La pubblicità torna a crescere - grazie alle inserzioni di auto e tlc - ma la pay tv stenta e si porta dietro 50 milioni di costi straordinari legati al contratto firmato ad aprile con i francesi. Queste spese extra, sommate alla perdite della tv a pagamento, portano il gruppo di Cologno a chiudere i primi 9 mesi con 116 milioni di perdita, una situazione che per gli analisti difficilmente sarà tamponata nel bilancio 2016, ma che Mediaset è pronta a farsi profumatamente risarcire da Vivendi. «Siamo ancora assolutamente fermi sulla validità dell'accordo di aprile con Vivendi - ha ribadito Giordani - Non prevediamo altro scenario se non la realizzazione del contratto: si può discutere su quando verrà attuato, ma non sul fatto che verrà realizzato». E a chi chiedeva lumi sulle gare di Premium sui diritti per la Serie A e della Champions League che si terranno a gennaio, Giordani ha risposto «L'unica cosa che posso dire è che se ne occuperà il nuovo proprietario di Premium». Per oggi è attesa la replica di Vivendi, che insieme ai conti, darà la sua versione su Premium.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Tv. Nessun piano B su Premium: «Per noi contratto vincolante»

Mediaset non molla con Vivendi

■ Mediaset non demorde sull'accordo con Vivendi per Premium. Nessun piano-B, ha assicurato il cfo del Biscione, Marco Giordani, alla conference call con gli analisti per illustrare i risultati dell'ultimo trimestre, penalizzati appunto dallo stallo sul destino della pay-tv, promessa sposa ai francesi, che l'hanno poi ripudiata. «Non prevediamo al-

tro scenario se non la realizzazione del contratto - ha puntualizzato Giordani - Si può discutere su quanto verrà attuato, ma non sul fatto che verrà realizzato».

Mediaset ha riportato nel terzo trimestre una perdita di 88,8 milioni, rispetto ai 60,2 milioni dello stesso periodo 2015.

Tra aprile e settembre il gruppo ha dovuto far fronte a 50 milio-

ni di oneri straordinari, relativi a Premium, che non erano stati preventivati.

La decisione di Vivendi di non dare corso all'accordo ha rallentato la crescita degli abbonamenti della pay-tv, con ricavi saliti del 5% nell'ultimo trimestre rispetto al +16% dei primi sei mesi dell'anno.

Media. Il rosso del gruppo si allarga a 116,6 milioni nei primi nove mesi: pesa lo stallo sulla pay-tv

Mediaset, nessun piano B per Premium

Il cfo Giordani: «Non c'è altro scenario se non l'esecuzione del contratto con Vivendi»

LE PREVISIONI

Attese positive nell'ultima parte dell'anno per la raccolta pubblicitaria, in ripresa del 4,1% a ottobre - Publitalia stima +2,7%-3,1% nel 2016

■ L'udienza al Tribunale di Milano per valutare la richiesta di Mediaset di sequestro del 3,5% di Vivendi è stata rinviata al 23 novembre. Ma il gruppo del Biscione resta fermo nella posizione di considerare il contratto firmato ad aprile come vincolante. Nella conference call per illustrare i risultati del trimestre - penalizzati dallo stallo sul destino della pay-tv - il cfo del Biscione, nonché presidente di Premium, Marco Giordani, non ha voluto parlare di alternative. «Non prevediamo altro scenario se non la realizzazione del contratto - ha puntualizzato - Si può discutere su quanto verrà attuato, ma non sul fatto che verrà realizzato».

La perdita consolidata di Mediaset si è allargata a 88,8 milioni nel terzo trimestre rispetto ai 60,2 milioni dello stesso periodo 2015. Tra aprile e settembre il gruppo ha dovuto far fronte a 50 milioni di oneri straordinari, relativi alla pay-tv che non è passata di mano, che non erano stati preventivati. La decisione di Vivendi di non dare corso all'accordo su Premium ha ral-

lentato la crescita degli abbonamenti, con ricavi saliti del 5% nell'ultimo trimestre rispetto al +16% dei primi sei mesi dell'anno. Situazione complicata dalla cogestione prevista nelle more del passaggio di proprietà, secondo cui le decisioni rilevanti riguardanti la pay-tv avrebbero dovuto essere approvate anche dai francesi. L'interim management è stato sciolto a ottobre, quando Vivendi l'ha comunicato a Mediaset, che è così tornata a gestire in proprio la controllata. Giordani ha promesso che si tornerà a spingere su ricavi e abbonati, ma intanto un trimestre è andato perso e «non sarà recuperato» nell'ultima parte dell'anno. Il gruppo sottolinea comunque in una nota che «recenti aumenti di capitale varati da Mediaset Premium, già previsti in sede di budget previsionale, sono stati fino a oggi sottoscritti pro-quota anche dal socio di minoranza Telefonica», che ha l'11% della pay-tv. Inoltre, le analisi dell'andamento dei principali indicatori interni ed esterni riguardanti le attività pay del gruppo dei primi nove mesi 2016 «hanno confermato in tutti gli scenari di sensitivity considerati la correttezza dei valori di carico in essere».

Nei primi nove mesi, dunque, il rosso di Mediaset si è at-

testato a 116,6 milioni (36,1 milioni nello stesso periodo 2015), con ricavi a 2.563 milioni (+149,5 milioni). In particolare in Italia i ricavi sono stati pari a 1.853 milioni (da 1.741 milioni un anno fa), in Spagna a 711 milioni. L'Ebitda è stato di 892,9 milioni rispetto agli 871,4 milioni del 2015, l'Ebit è positivo per 32,7 milioni, ma in calo rispetto agli 82,4 milioni dei primi nove mesi 2015. L'indebitamento finanziario netto è passato dagli 859 milioni di fine 2015 a 1.123 milioni per le politiche di acquisizione (come le radio), distribuzione dividendi e acquisto azioni proprie.

Un segnale incoraggiante è arrivato dalla ripresa della raccolta pubblicitaria, salita a ottobre del 4,1%, lasciando spazio così alle «attese positive» per i due mesi conclusivi di cui ha parlato il direttore generale marketing di Publitalia, Matteo Cardani, che, per l'intero esercizio, prevede una crescita compresa tra il 2,7% e il 3,1%. Si tratta di un'accelerazione rispetto all'incremento del 2,6% segnato nel periodo gennaio-settembre a un totale di 1,39 miliardi.

A.OI.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Mediaset

Andamento del titolo a Milano



I conti di Mediaset. Sugli schermi del gruppo televisivo

SUI NOVE MESI PESA LA LITE PER PREMIUM CON 50 MILIONI DI ONERI AGGIUNTIVI

Mediaset, giù i conti “È l'effetto Vivendi”

Perdita da 116 milioni. Mondadori alza le stime

FRANCESCO SPINI
MILANO

I nodi vengono al pettine. Il dietrofront di Vivendi che non vuole più Mediaset Premium incide sui conti di Cologno Monzese. Il terzo trimestre della tv a pagamento, infatti, «è stato pesantemente condizionato dal mancato rispetto del contratto vincolante firmato con Vivendi». E così il gruppo Mediaset - fondato da Silvio Berlusconi, la cui famiglia tramite Fininvest è il maggiore azionista - chiude i nove mesi in «rosso» di 116,6 milioni di euro, contro la perdita da 36,1 milioni dello stesso periodo di un anno fa.

I conti finiscono per diventare l'ennesimo atto d'accusa nei confronti del gruppo guidato da Vincent Bolloré, che secondo Mediaset, ha sostanzialmente danneggiato la gestione della pay-tv nel periodo dell'«interim management», la guida congiunta Cologno-Parigi. In un primo momento le decisioni editoriali «indicate da Vivendi» hanno «determinato l'acquisizione di contenuti lineari non previsti a budget», come i canali Eurosport (Discovery) rinnovati, per giunta per tre anni (non per due, come era consuetudine). Poi «da metà giugno» Vivendi «si è resa inadempiente ai propri obblighi contrattuali di autorizzazione e condivisione delle principali scelte operative con il management della società». È sparita, accusano dal Biscione, causando «uno stallo decisionale» su Premium: ne risentono i ricavi della pay tv la cui dinamica rallenta dal +16% del primo semestre al +5% del terzo trimestre. Cologno - che il 23 novembre discuterà in Tribunale la richiesta di sequestro del 3,5% di Vivendi - conferma la richiesta dei danni. Già ingenti e a cui si sono aggiunti «oneri straordinari pari a 50 milioni di euro so-

stenuti da Mediaset tra l'8 aprile e il 30 settembre 2016, ovviamente non previsti a budget» e connessi con gli accordi disattesi da Vivendi.

Nell'attesa Mediaset non fa passi indietro: «Siamo ben saldi sulla validità dell'accordo» con Parigi, assicura agli analisti il direttore finanziario Marco Giordani, «quindi non vediamo altri scenari, il contratto è stato firmato, deve essere realizzato». Al limite «si può discutere su quando verrà attuato, ma non sul fatto che verrà realizzato». Tant'è che quando gli chiedono sulle prossime aste per i diritti del calcio, risponde: «Se ne occuperà il nuovo proprietario» di Premium, dove Telefonica - socio di minoranza con l'11% - continua invece a fare la propria parte, avendo pure sottoscritto quanto di competenza nei recenti aumenti di capitale. Al di là dei grattacapi con i francesi, i conti di Mediaset evidenziano ricavi netti in crescita del 6% nei nove mesi a 2.563,9 milioni. Sale del 2,5% anche il margine operativo lordo a 892,9 milioni. E segnali positivi arrivano dalla pubblicità: a ottobre è salita del 4,1%, le attese sono «positive» per novembre e dicembre. Il dg marketing di Publitalia, Matteo Cardani, stima una crescita della raccolta per tutto il 2016 tra il 2,7 e il 3,1%.

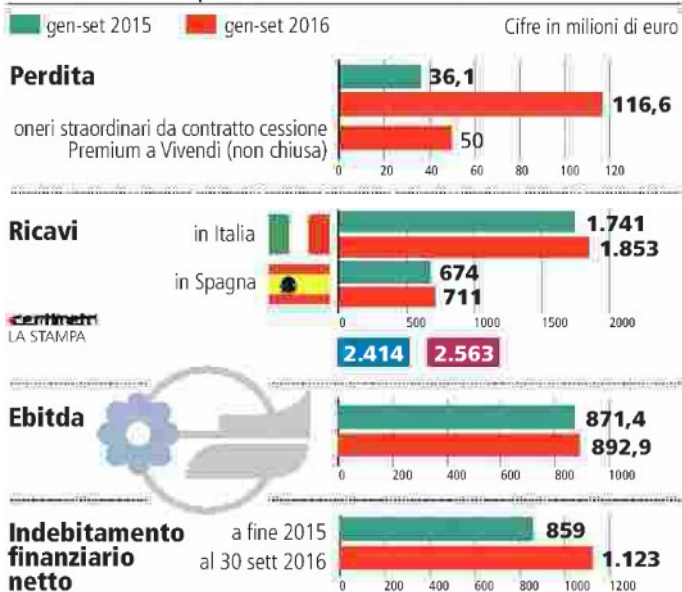
Per restare nella galassia berlusconiana, Mondadori nei nove mesi registra ricavi netti a 935 milioni, +14% con il consolidamento della Rizzoli Libri e di Banzai Media (senza, il fatturato è stabile). L'utile è di 17,9 milioni rispetto alla perdita netta di 2,8 milioni di un anno fa. La società presieduta da Marina Berlusconi rivede in meglio le stime 2016 (il mol «adjusted» crescerà a doppia cifra) e la Borsa apprezza: il titolo chiude in crescita del 5,9% a 0,94 euro.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Dir. Resp.: Maurizio Molinari

I conti dei primi nove mesi



MEDIASET

Vivendi pesa sui conti Pubblicità Ok

■ Salgono a ottobre i ricavi pubblicitari di Mediaset (+4,1%) che, però, chiude i primi nove mesi dell'anno in perdita di 116,6 milioni, contro il rosso di 36,1 milioni dello stesso periodo 2015. Sul risultato, spiega una nota, pesano anche 50 milioni di oneri tantum derivanti dagli impegni assunti dopo la firma del contratto con Vivendi per la cessione di Premium. Telefonica, che è socia di Premium con l'11% ha comunque sottoscritto l'aumento di capitale previsto. Per Mediaset l'inadempienza di Vivendi ha «depotenziato» l'intera stagione pay tv. Il cfo Marco Giordani ha sottolineato che la società persegue l'obiettivo di far rispettare a Vivendi quanto ha firmato.



TENACE
Pier Silvio Berlusconi



Mediaset, sui conti pesa il caso Vivendi

► I primi nove mesi chiusi con un rosso di 116,6 milioni ► Funziona la nuova fase Mondadori con Rizzoli libri
Pesa la retromarcia francese sull'acquisto della pay tv Torna l'utile, per i ricavi +14%. Migliora la redditività

**LA PRIMA UDIENZA
SULL'ACCORDO PREMIUM
FISSATA IL 23 NOVEMBRE
LA SOCIETÀ RIBADISCE:
«IL CONTRATTO RESTA
VALIDO E VINCOLANTE»
EDITORIA**

ROMA La vicenda del mancato accordo con i francesi di Vivendi per la vendita di Premium, pesa come un macigno sui conti di Mediaset, che chiude i primi nove mesi dell'anno con una perdita di 116,6 milioni, ovvero un rosso maggiore di 80 milioni e mezzo rispetto allo stesso periodo del 2015. È questo nonostante i ricavi abbiano raggiunto quota 2.563 milioni, in crescita di 149 milioni. Un trend che continua anche a ottobre, con ricavi pubblicitari in rialzo del 4,1% rispetto allo stesso mese del 2015.

Nel comunicato la società punta il dito contro la retromarcia di Vivendi. E ricorda che sui conti pesano ben 50 milioni di euro di oneri straordinari una tantum, sostenuti per i «puntuali adempimenti» de-

gli accordi con Vivendi per la cessione di Premium, poi appunto saltata. Ben diversa infatti - sottolinea la società - era la situazione nel primo semestre. A fine giugno «si evidenziava un andamento economico in linea con il budget di periodo». I ricavi della pay tv viaggiavano a un ritmo di crescita del 16%, mentre nel terzo trimestre frenavano a +5%. Complessivamente la crescita dei ricavi nei primi nove mesi si è quindi attestata a +12,6%. La prima udienza della causa promossa contro i francesi si terrà il 23 novembre e sulla vicenda in casa Mediaset la linea non cambia: l'accordo sottoscritto ad aprile è valido e vincolante, «non prevediamo altro scenario» dichiara il cfo Marco Giordani. Nel frattempo l'indebitamento finanziario netto, per effetto degli investimenti in Mediaset Espana e nel gruppo RadioMediaset, passa da 859,4 milioni di euro del 31 dicembre 2015 a 1.123,2 milioni di euro del 30 settembre 2016.

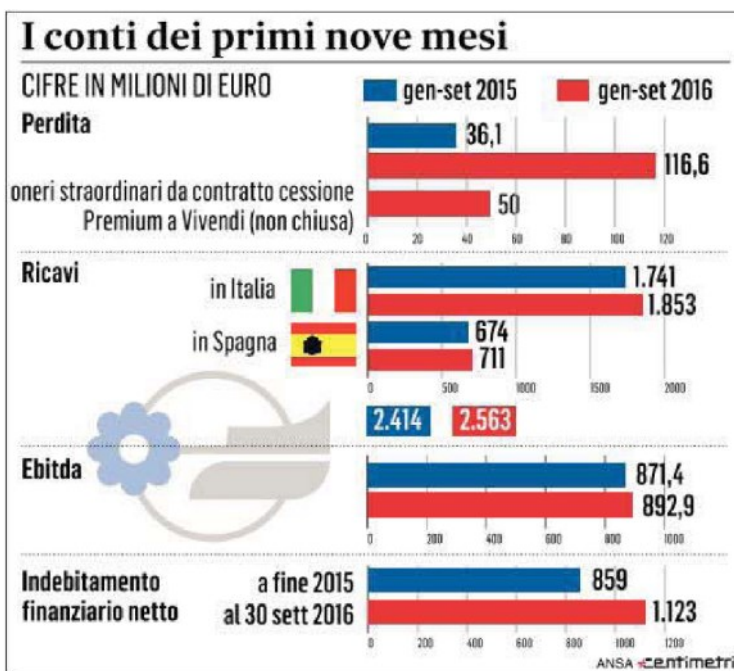
OTTIMISMO A SEGRATE

Procede senza intoppi la nuova fase della Mondadori, dopo l'acquisizione di Rizzoli Libri e Banzai Me-

dia, tanto da portare il management a ritoccare le stime per l'intero anno con un Mol adjusted in miglioramento del 35% (rispetto alla precedente stima del 30%). I primi nove mesi del 2016 sono stati chiusi con l'aumento dei ricavi, dell'utile e della redditività. In particolare i ricavi netti consolidati si attestano a 935,3 milioni di euro, in aumento del 14% includendo il consolidamento di Rizzoli Libri e Banzai Media e in sostanziale stabilità a perimetro omogeneo. L'ebitda adjusted è di 76,1 milioni, +59% con il contributo positivo delle società acquisite e +24% a perimetro omogeneo. L'utile netto è in miglioramento di oltre 20 milioni di euro attestandosi a 17,9 milioni a fine settembre contro la perdita netta di 2,8 milioni dei nove mesi 2015. A perimetro omogeneo l'utile netto è di 11 milioni di euro. La posizione finanziaria netta è negativa per 329 milioni rispetto ai 243 milioni precedenti «per effetto del costante incremento della generazione di cassa che ha consentito investimenti in acquisizioni per circa 170 milioni».

Gi. Fr.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Pier Silvio Berlusconi (foto Ansa)

MEDIASET
Premium
e lo stallo
con Vivendi
costano un rosso
di 116 milioni

(Montanari a pagina 15)

LA PAY TV, ANCHE A CAUSA DELLO STALLO CON VIVENDI, FA PERDERE 116 MILIONI AL BISCIONE

Premium zavorra Mediaset

Il business italiano, complici gli investimenti per i diritti (tv e cinema), va in rosso per 200 milioni
Linea dura con i francesi: il contratto è da applicare. Per fine anno pubblicità su del 2,8-3,1%



Pier Silvio Berlusconi

DI ANDREA MONTANARI

L'acquisto di diritti televisivi e cinematografici per un totale da inizio anno di 423,4 milioni (+37% rispetto al periodo gennaio-settembre 2015), unito ai 50 milioni di oneri straordinari legati allo scontro con Vivendi per l'acquisizione (al momento congelata) di Premium e ai minori ricavi incamerati dalla stessa pay tv rispetto alle attese (proprio per via dello stallo coi francesi), hanno zavorrato i conti di Mediaset. Così ieri il cda del gruppo di Cologno Monzese ha archiviato i nove mesi con una perdita di 116,6 milioni rispetto ai -36,1 milioni dello stesso periodo del 2015. Sul risultato hanno pesato i 632,4 milioni (+13,3%) di ammortamento dei diritti tv delle attività italiane, che nel complesso hanno chiuso in rosso per 198,7 milioni.

Tale mole di costi, anche di natura straordinaria, ha messo in secondo piano la crescita del giro d'affari in Italia e in Spagna (quest'ultimo mercato è sempre più la gallina dalle uova d'oro del gruppo con 711,7 milioni di ricavi e 170,7 di ebit). Il gruppo guidato da Pier Silvio Berlusconi ha registrato un fatturato di 2,56 miliardi (+6,2%) e un ebitda di 892,9 milioni (2,47%). A sostenere i conti del Biscione è stata soprattutto la raccolta pubblicitaria (1,4 miliardi a fine settembre: +2,6% e con una prospettiva di chiusura d'anno a +2,7/3,1% dopo il +4,1% del solo mese di ottobre). Ma ha contribuito anche la stessa Premium, i cui ricavi sono saliti a 457,4 milioni (+16% nel primo semestre e solo +5% nel terzo trimestre), nonostante l'ostruzionismo di Vivendi, che dapprima, con l'ok al contratto vincolante siglato l'8 aprile scorso, ha imposto l'interim management (da Parigi erano

arrivati dirigenti per definire il nuovo piano) e poi a fine luglio ha preso le distanze da Cologno Monzese non dando attuazione all'accordo. Ciò ha inciso sulle scelte di Mediaset, che ha ridotto l'offerta pay, scontando i listini, senza però lasciare andare a fondo Premium: la settimana prossima verrà presentata l'offerta per il periodo natalizio. Perciò, come ha ricordato in conference call il cfo Marco Giordani, «non prevediamo altro scenario che la realizzazione dell'accordo. Siamo così sicuri perché abbiamo un contratto



vincolante, che è stato firmato e quindi deve essere realizzato». Secondo il manager, «semmai si può discutere su quando verrà attuato, ma non sul fatto che verrà realizzato». Non a caso Mediaset di recente è passata alla vie legali, chiedendo anche il sequestro conservativo del 3,5% di azioni proprie in portafoglio a Vivendi (l'udienza, dopo un rinvio, è fissata per il 23 novembre). Va infine registrato oggi dovrebbe riunirsi il cda del gruppo francese per valutare le eventuali contromosse o valutare le modalità per evitare lo scontro frontale con Mediaset. (riproduzione riservata)

I conti a Piazza Affari

Brutta trimestrale per Mediaset

Le cifre

Il Biscione paga
con un rosso
da 116 milioni
la guerra con Vivendi
Male Bpm
e Banco Popolare

di PATRICK FAZIO

Sfilza di trimestrali a Piazza Affari, con notizie non sempre buone. In casa **Mediaset** i primi nove mesi del 2016 si sono chiusi con risultato netto negativo per 116,6 milioni di euro, in peggioramento rispetto ai -36,1 milioni conseguiti nello stesso periodo del 2015. A pesare è Premium, per la quale figurano sul conto economico 50 milioni di oneri straordinari sostenuti per la cessione a Vivendi. Operazione che non si è chiusa e che rischia di trasformarsi in una lunga battaglia legale. Se può parzialmente consolare, i ricavi delle televisioni controllate dalla famiglia Berlusconi sono saliti a quota 2.563 milioni (+149 milioni rispetto ai primi nove mesi dell'anno scorso). Altri conti con luci ma anche molte ombre sono quelli delle accasate **Banca Popolare di Milano** e Banco Popolare. L'istituto di Piazza meda ha chiuso i primi nove mesi con un utile netto di 88,3 milioni, in calo del 56,4% rispetto allo stesso periodo del 2015. Sui conti pesa l'onere relativo al nuovo fondo di solidarietà (165 milioni) che consentirà l'uscita di 585 dipendenti. Il **Banco Popolare** segna invece un rosso di 712 milioni nei 9 mesi, con rettifiche sui crediti però per 1,7 miliardi, dopo la cessione di robusti pacchetti di Npl (crediti problematici). Numeri da non incornciare anche per **Carige**, che ha chiuso i primi nove mesi dell'anno con 206,1 milioni di rosso, a fronte di un risultato negativo di 0,4 milioni a settembre 2015 che includeva la voce straordinaria di 68,1 milioni derivante dalla vendita del settore assicurativo. Anche qui sul risultato pesano rettifiche sui crediti per cassa pari a 417,2 milioni.



CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

Rai Way, in nove mesi utile di 32,6 mln.
 Rai Way ha chiuso i nove mesi con un utile netto di 32,6 milioni, in crescita del 7,9% rispetto allo stesso periodo del 2015, quando era pari a 30,2 milioni. I ricavi sono ammontati a 161,3 milioni, in crescita dell'1,9%. I ricavi riconducibili a Rai, a quota 135,5 milioni, sono aumentati grazie al contributo di 3,2 milioni derivante dai servizi evolutivi. L'ebitda è stato di 83 milioni, in aumento del 1% rispetto agli 82,1 milioni dei nove mesi del 2015. Il risultato operativo (ebit) è stato pari a 50,7 milioni (su del 7,2%), beneficiando di minori ammortamenti. L'indebitamento finanziario netto è di 24,5 milioni, in miglioramento rispetto ai 41,6 milioni al 31 dicembre 2015 per effetto della forte generazione di cassa.



BREVI

RAIWAY

Utile netto in rialzo cresce anche l'Ebitda

Rai Way archivia i primi nove mesi con un utile netto a 32,6 milioni (+7,9%), e ricavi a 161,3 milioni (+1,9%). Cresce anche l'Ebitda rettificato che tocca quota 86,4 milioni (+5,1%).



Indagine Mediobanca. Le 23 società con 340 miliardi di dote

Le regine del web siedono su un tesoro di liquidità

Studio Mediobanca. La cassa accumulata dalle 23 società top resta «parcheggiata» nella finanza

Le regine del web e il tesoro liquido

LO STUDIO MEDIOBANCA

Le 23 multinazionali del web e del software, censite dall'ufficio studi di Mediobanca, tutte insieme valgono in Borsa 2.784 miliardi. di **Antonella Olivieri**

Le 23 multinazionali del web e del software, censite dall'ufficio studi di Mediobanca, tutte insieme valgono in Borsa 2.784 miliardi. La più grossa, Google (483,6 miliardi a fine settembre), da sola vale l'intera Piazza Affari. Sono la parte più dinamica dell'economia mondiale con ricavi (466,8 miliardi a fine 2015) più che triplicati negli ultimi sette anni e dipendenti cresciuti del 137% dal 2009 a superare la soglia del milione (comunque poca cosa rispetto ai 28 milioni impiegati nelle multinazionali industriali). Nel campione rientrano aziende dell'e-commerce, comparto che pesa per il 39% dei ricavi totali; software (35%); servizi internet (24%) e entertainment software (2%). Un'industria immateriale che corre veloce, ma non sa che parcheggiare nella finanza l'enorme liquidità accumulata - 339,2 miliardi a fine 2015, pari al 37% del totale dell'attivo aggregato - mentre è aperto il dibattito se sia questo lo sviluppo che può far da volano all'economia reale.

■ Di certo, utilizza capitale umano in proporzioni dimezzate rispetto all'industria tradizionale: per ogni milione di totale attivo, infatti, le web-software impiegano 1,2 addetti mentre il resto delle mul-

tinazionali 2,7.

Una sfida che comunque, ormai, di fatto si gioca tra i pionieri Usa e gli emergenti cinesi. Gli americani dominano per dimensioni, con i primi tre player per ricavi tutti made in Usa: Amazon, che vanta un fatturato di 98,3 miliardi di euro, Microsoft che segue a quota 86 miliardi e Google con 68,9 miliardi. Ma i cinesi scalpitano per raggiungerli, tant'è che i maggiori tassi di crescita lo scorso anno - a parte Facebook che ha aumentato i ricavi del 43,8% - sono tutti all'ombra della grande muraglia, con JD.com che ha aumentato il giro d'affari del 57,6%, Baidu del 35,8% e Alibaba del 32,7%. Di europee nel gruppetto delle 23 società individuate c'è solo la tedesca Sap, concentrata sul lato più "tradizionale" del software. Dal 2009 i ricavi di Facebook si sono moltiplicati per 22, quelli di Baidu per 14, quelli della coreana Tencent per 7. In generale però la crescita sta rallentando se si considera che per 16 società l'incremento del 2015 è inferiore alla media degli ultimi anni.

Le dimensioni, anche qui, non sono però garanzia di redditività. Tant'è che il leader dimensionale Amazon è in coda alla classifica tra le società in attivo, con un risultato netto pari ad appena lo 0,6% del fatturato, mentre JD.com, per esempio, ha chiuso in perdita (per 1,3 miliardi). Dal 2009 Microsoft ha accumulato 100 miliardi di profitti, Google 62,8 miliardi e Oracle 51.

In generale la redditività è in calo, con un Roi (return on investment) passato dal 25,1 del 2009 al 14,9 del 2015, e un Roe (return on equity) sceso dal 27,2 al 16,9. Lo si vede anche dal margine

Ebit, passato dal 25,8% nel 2009 al 18,9% nel 2015. La marginalità più alta oggi - 26,1% (comunque in calo dal 30,4%) - è delle società che offrono servizi Internet. Tencent guida il drappello con una redditività del 37,3%. Di gratis al mondo non c'è niente. E di fatto queste società "vendono" l'attenzione che riescono ad attrarre dal pubblico degli internauti. Facebook, tanto per fare un esempio su tutti, origina dalla pubblicità più del 95% delle sue entrate, Google il 90%. Il comparto dei player attivi in questo campo è anche quello che riesce a giostrarsi meglio nell'ottimizzazione fiscale, con un tax rate del 17,7% che si confronta con il 50,9% di media delle società - la giapponese Nintendo e l'americana Electronics Arts - che offrono entertainment interattivo. Nel complesso il tax rate medio delle 23 web-software è pari al 23% contro il 30% delle multinazionali tradizionali.

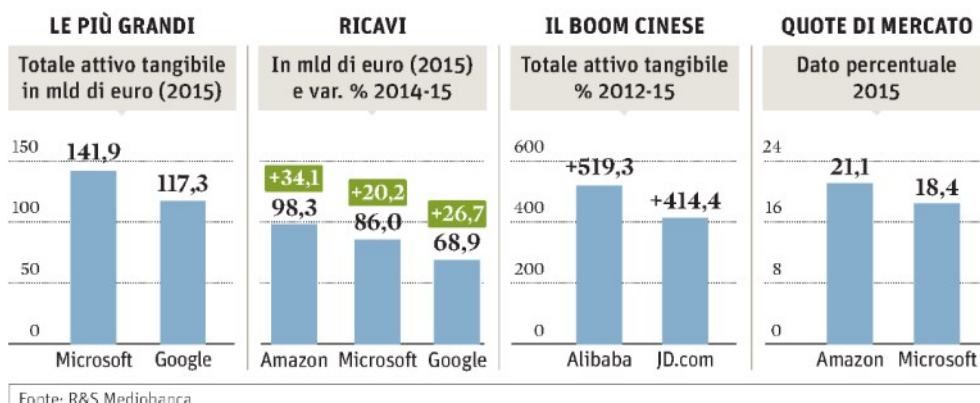
In Borsa le web-software piacciono, visto che nell'ultimo anno sono salite in media del 35%, con Alibaba a tirar la volata con un +75%. Sarà anche perché queste aziende sono molto liquide, con un tesoretto in pancia che complessivamente sfiora i 340 miliardi di euro. E una propensione a sostenere i titoli con i buy-back, con uno sforzo in proporzione doppio rispetto a quello delle multinazionali industriali.

Fatto sta che il 47,5% degli impieghi è fatto di cassa e titoli facilmente liquidabili, mentre sugli investimenti materiali vengono convogliate solo il 14,6% delle risorse (contro il quasi 40% delle multinazionali tradizionali).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I big del software e del web



LA GEOGRAFIA DELLA INTERNET ECONOMY SECONDO MEDIOBANCA

Amazon si conferma la regina del Web Ma è iniziata la carica dei gruppi cinesi

LUIGI GRASSIA

Il nuovo petrolio che fa girare l'economia globale è il settore digitale. I giganti del web crescono senza interruzione, perché soddisfano una domanda insaziabile (e spesso lo fanno pure esantasse, o quasi, il che fa un gran bene ai loro bilanci). La nuova geografia della Internet economy è svelata da uno studio di Mediobanca intitolato alle «Software & Web Companies».

Amazon si conferma la numero uno al mondo. Ma si fanno spazio a gomitate anche i gruppi cinesi come Jd.com e Tencent. Nel mondo l'economia del web ha raggiunto nel 2015 un fatturato di 466,8 miliardi di euro, segnando un +26% sul 2014 e addirittura un +212% sul 2009. La crescita media annua è avvenuta a un ritmo (più che cinese) del 21%.

Secondo lo studio di Mediobanca, Amazon mantiene la leadership con un fatturato di 98 miliardi (+20,2% sul 2014), davanti a Microsoft (86 miliardi, +7,8%), Google (68,9 miliardi, +13,6%) e Oracle (34 miliardi, in flessione del 3,1 per cento).

La ricerca rilevato però che è un'azienda cinese a realizzare la prestazione migliore: Jd.com, con ricavi per 25,7 miliardi di euro, in crescita del 57,6%, che conquista il quinto posto scavalcando la tedesca Sap (+18,4%). Facebook con 16,5 miliardi (+43,8%) guadagna due posizioni arrivando alla settima.

Ovviamente, non tutti possono avanzare in graduatoria. La scissione di PayPal ha fatto

precipitare eBay dalla settima alla quattordicesima posizione; giù anche Symantec, che dopo la cessione di Veritas alla Carlyle, vede i ricavi crollare a 3,3 miliardi (-44,7%), il che la fa precipitare dal quattordicesimo posto del 2014 al ventitreesimo.

Quanto alle quote di mercato, Amazon ne conquista il 21,1% con una crescita di 9,7 punti percentuali rispetto al 2009. Pur mantenendo salda la seconda posizione con il 18,4% di quote di mercato, Microsoft subisce un ridimensionamento e perde ben 8,6 punti mentre Google, con il 14,7%, segna un +3,7% rispetto al 2009. Oltre a Microsoft perdono terreno Nintendo e Oracle.

Le Web Companies si confermano vive su tutti i fronti: «Un settore giovane e dinamico - scrive Mediobanca - che, oltre a crescere in dimensioni e ricavi, si caratterizza per buona redditività, solidità e liquidità finanziaria, e per la capacità di creare posti di lavoro».

Le Software & Web Companies di cui R&S Mediobanca ha tracciato l'identikit sono 23 e coprono diversi ambiti, definiti da una raffica di termini inglesi: dall'internet services all'internet retailing, dai software products all'interactive entertainment software. Sedici sono americane, 4 cinesi e 2 giapponesi, mentre l'Europa - e la Germania nello specifico - compare con una sola.

Le società del settore nel loro complesso dal 2009 al 2015 hanno triplicato le vendite e accresciuto del 136 per cento i posti di lavoro.

© BY NC ND AL CUNO DIRITTI RISERVATI



ANSA (EPA)



R&S Mediobanca: Amazon regina delle web company

di Franco Polacco

Un settore giovane e dinamico che, oltre a crescere nelle dimensioni, si caratterizza per buona redditività, solidità e liquidità finanziaria nonché per la capacità di creare posti di lavoro. È l'identikit delle 23 Software & Web Companies analizzate da R&S Mediobanca, che nel 2015 hanno messo a segno un giro d'affari complessivo di 466,8 miliardi di euro, in crescita del 26% rispetto al 2014 e del 212% sul 2009 (pari a una crescita media annua del 21%). Rispetto al 2014 si confermano le prime quattro posizioni per ricavi. Amazon mantiene la leadership con un fatturato pari al corrispettivo di 98,3 miliardi euro, davanti a Microsoft (86 miliardi), Google (68,9 miliardi) e Oracle (34 miliardi). Ma è una cinese a realizzare la performance migliore: JD.com ha infatti registrato ricavi in crescita del 57,6% a 25,7 miliardi, conquistando il quinto posto a scapito della tedesca Sap. Facebook, con i suoi 16,5 miliardi, guadagna due posizioni e si aggiudica il settimo posto. Il primato di Amazon si ripropone anche dal punto di vista delle quote di mercato, dei cui il gigante dell'e-commerce detiene il 21,1%. Microsoft, Google e Oracle si confermano le società più grandi, rispettivamente con 141,9 miliardi, 117,3 miliardi e 66,7 miliardi di totale attivo tangibile. In quarta posizione si ritrova Amazon (56 miliardi), che cresce del +40,5%. Seguono le cinesi Tencent (+69,7% a 41,2 miliardi) e Alibaba (+78,3% a 39,3 miliardi), che guadagnano posizioni collocandosi rispettivamente al quinto e al settimo posto. Lo scenario del settore si presenta quindi in rapida evoluzione, con un evidente rafforzamento della Cina. Sul fronte della redditività, se nel 2014 gli Stati Uniti detenevano il primato con Facebook, Oracle e Priceline.com, nel 2015 la classifica vede al primo posto la cinese Tencent (37,3%), mentre al quinto posto sale Alibaba (31,3%). Le Software & Web companies sono anche le multinazionali più liquide, le uniche con mezzi superiori ai debiti finanziari (di media di 2,1 volte), dato particolarmente rilevante perché aumenta la possibilità di effettuare future acquisizioni. Automatic Data Processing toglie il primato a Facebook affermandosi come leader indiscusso con una liquidità di oltre 191 volte superiore ai debiti finanziari: 1,5 miliardi a disposizione e solo 8 milioni di debiti finanziari. La più liquida in valore assoluto è Microsoft (quasi 88,7 miliardi), la quale ha però un rapporto più contenuto rispetto ai debiti finanziari (2,7 volte). Da segnalare infine che il web è anche una fabbrica di nuovi posti di lavoro: tra il 2009 e il 2015 le Software & Web Companies hanno infatti aumentato la propria forza lavoro del 136,7%. Le imprese del settore nel periodo hanno assunto oltre 600 mila persone. Nel complesso le 23 aziende esaminate danno occupazione a quasi 1.045.000 dipendenti. (riproduzione riservata)



Ecco i 23 giganti del web

Tanti utili, pochi dipendenti

Un solo gruppo in Ue
 Solo la tedesca Sap tra big. Il colosso cinese JD ha aumentato i ricavi del 57,6% nel 2015

Lo studio

di **Fabio Savelli**

MILANO Hanno più che triplicato il loro fatturato nei sette anni di Grande Crisi, ma hanno aumentato la forza lavoro soltanto di 1,4 volte, sfondando il milione di addetti in tutto il mondo. Conservando una redditività molto sostenuta (con un roe del 16,9%, superiore alle aziende manifatturiere). Anche per un tax rate, un carico fiscale, medio del 23% inferiore al 30% della tassazione gravante sull'industria.

Sono le 23 software e web company globali, artefici dell'ultima rivoluzione industriale di cui Internet è stato il detonatore. Protagoniste del rapporto R&S Mediobanca dedicato alle software e web company. Dodici, e non poteva essere altri-

menti, sono americane. Da Amazon, la prima per fatturato (98,3 miliardi) a Microsoft. Da Google ad Oracle. Da Facebook a Priceline, la conglomerata del turismo globale che controlla Booking.com e Rentalcars. Da eBay a Netflix, pioniera dello streaming online. Quattro sono cinesi, e anche questo è un segno dei tempi che cambiano. Soprattutto la sconosciuta, da noi, ma con un tasso di crescita medio annuo vertiginoso: JD, l'Amazon cinese, la rivale di Alibaba, anche questa tra le Big23 online. Come l'anti-Google, il motore di ricerca cinese Baidu e l'altro colosso dell'e-commerce Tencent Holdings, che controlla anche il software di messaggistica più diffuso al mondo, che non è WhatsApp ma il cinese WeChat. Una sola europea: la tedesca Sap. Sono tutte centri di competenze trasversali ed evolute. Scrive Mediobanca che sono «fabbriche di abilità e servizi». Che spaziano dai prodotti software per le aziende e privati (Oracle e Microsoft) all'intrattenimento (Nintendo). Dall'internet retail basato sul commercio elettronico

(Amazon, eBay ed Expedia) ai servizi Internet (Google e Facebook). Nel rapporto non figurano altri due colossi come Apple e Samsung. Cupertino perché con un fatturato monstre di 214 miliardi di euro, ha una quota di ricavi derivanti da software inferiore al 10%. Il gigante sudcoreano perché non dichiara i ricavi da prodotti fisici. A ben vedere la Borsa li ha premiati. Soprattutto Wall Street con una crescita media del titolo del 35% nell'ultimo anno. Google risulta la più capitalizzata (483,6 miliardi di euro) seguita da Microsoft (399,4 miliardi) e Amazon (353,2 miliardi).

Eppure figurano alcune criticità. Nonostante abbiano complessivamente una redditività (rispetto al capitale proprio) molto elevata risulta in calo negli ultimi sei anni. Scrive Mediobanca che «gli ingenti flussi di cassa alimentano molti investimenti finanziari, come liquidità e buy-back, ma gli investimenti fisici sono limitati e inferiori» alle aziende manifatturiere.

 [@fabiosavelli](#)
 © RIPRODUZIONE RISERVATA

Le software & web companies nel 2015

141,9 mld € Microsoft	+519,3% Alibaba Group	98,3 mld € amazon	21,1 mld € amazon	+174.600 amazon
117,3 mld € Google	+414,4% JD.COM	86 mld € Microsoft	18,4 mld € Microsoft	+85.810 JD.COM
Le più grandi Tot. attivo tangibile 2015	Il boom cinese Tot. attivo tangibile: % 2012-2015	Ricavi Dato 2015 in miliardi di €	Quote di mercato Dato % 2015	Occupazione Dato 2011-2015

d'Arco

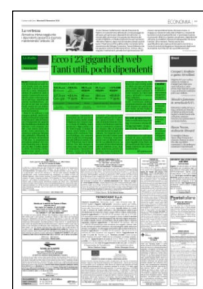
● Il tasso di crescita più vertiginoso è del gigante e-commerce cinese JD

L'analisi

● Sono 23 le software e web company protagoniste nel rapporto di Mediobanca

● Hanno tutte un fatturato superiore a tre miliardi di dollari

● Dodici sono americane, quattro sono cinesi



Google & C. vale sei volte Piazza Affari

Le prime 16 società websoft del mondo sono statunitensi, 4 cinesi, solo una europea

OCCUPAZIONE

Rispetto alle società industriali creano meno posti lavoro e registrano fatturati più modesti

Maddalena Camera

■ Portano il mondo sul web, sono relativamente piccole per ricavi, rispetto ai giganti dell'industria mondiale, ma valgono molto in Borsa. Sono le prime 23 società nel settore software e web esaminate dal rapporto di Mediobanca R&S. Su 23 sono 16 statunitensi, quattro cinesi, due giapponesi e una tedesca e hanno tutte avuto un fatturato 2015 superiore ai 3 miliardi.

Per ricavi la classifica è guidata da Amazon (98,3 miliardi), seguita da Microsoft (86), Google (68,9) e Oracle (34). Non molto dunque rispetto all'industria. Exor, società italiana di media grandezza ha avuto ricavi nel 2015 per 136,4 miliardi. In compenso la Borsa le premia visto che le prospettive di crescita sono interessanti e tra il 2009 e il 2015 hanno più che triplicato il fatturato contro il +48% delle multinazionali

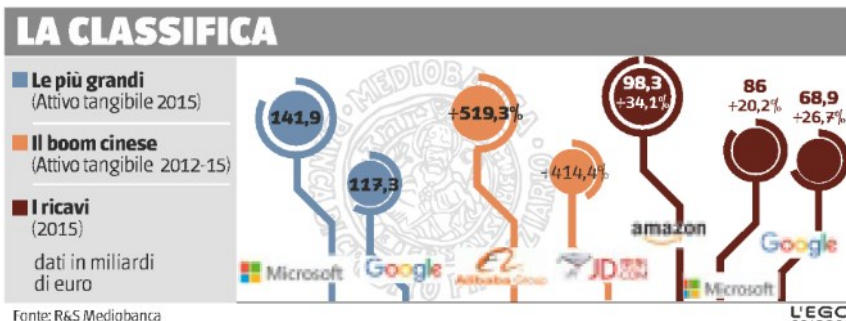
manifatturiere e gli incrementi più modesti di tlc (+27%), utilities ed energia (+22%). Il risultato è che Google, la più capitalizzata, vale da sola 483 miliardi seguita da Microsoft (399) e Amazon (353).

Complessivamente le magnifiche 23 valgono 2,7 miliardi ossia oltre sei volte il valore dell'intera Borsa italiana composta da 389 società. Un bel record che non si replica però sul fronte dei dipendenti. Questi ultimi sono in tutto circa 1 milione contro i 28 milioni delle multinazionali industriali. Il che vuol dire che per ogni milione di euro di attivo le websoft producono 1,2 dipendenti contro i 2,7 delle imprese industriali. Da specificare inoltre che nella ricerca non c'è Apple (fatturato 2015 pari a 214,7 miliardi), perché meno del 10% dei suoi ricavi viene dal software. Tornando alle websoft è buona la redditività. Nel 2015 il Roi medio era al 14,9% e il Roe al 16,9%, entrambi tuttavia sono sotto la media del periodo, dato che la dinamica è calante e vicina a quella dei settori tradizionali. In compenso sul fronte delle tasse so-

no avvantaggiate: la media dell'aliquota fiscale pagata è stata del 24,7% nel 2015 (23,1% la media 2009-2015), contro il 30% delle multinazionali industriali. I comparti in cui operano le 23 società websoft prese in considerazione da Mediobanca sono quattro: e-commerce (39% del totale dei ricavi in base ai conti 2015), prodotti software (35%), servizi internet (24%) e software per l'intrattenimento (2%).

Tranne questo ultimo mercato, che vede la presenza di due player, Electronic Arts e Nintendo, che si spartiscono quasi equamente il mercato, negli altri tre, il primo ne controlla più della metà. Nell'e-commerce è prima Amazon (con il 54,3% del totale), nei prodotti software Microsoft (con il 52,4%) e nei servizi internet c'è Google (con il 60,5%). Concludendo sul fronte delle aree geografiche si tratta di una corsa a due: Stati Uniti e Cina.

Solo la tedesca Sap, che realizza software per grandi industrie, rappresenta l'Europa in questo settore che è comunque destinato a guidare lo sviluppo finanziario e occupazione nei prossimi anni.



WEBSOFT Sopra Bill Gates e la sede di Amazon



I PROFITTI DEI PRIMI NOVE MESI Sale l'utile di Prysmian (+ 33% a 188 milioni) e di Maire (+69% a 56,7 milioni)

Servizi ▶ pagina 33

Trimestrali/1. I ricavi salgono dell'1,8% Prysmian, utile netto in crescita del 33%

■ Fatturato e redditività in miglioramento per Prysmian nei primi nove mesi dell'anno. Il gruppo, guidato da Valerio Battista, ha chiuso il periodo con un utile netto in crescita del 33,3% a 188 milioni di euro. Il margine operativo lordo (Ebitda) rettificato si è attestato a 527 milioni di euro, in progresso dell'1,5% rispetto allo scorso anno e sostanzialmente in linea con le attese degli analisti (526 milioni) mentre i ricavi hanno mostrato una variazione organica positiva dell'1,8% a 5,66 miliardi, sotto il consensus pari a 5,71 miliardi.

A fronte dei risultati ottenuti Prysmian per l'anno in corso ha confermato gli obiettivi con un Ebitda rettificato nella parte alta della forchetta di 670-720 milioni di euro. «La capacità di esecuzione degli importanti progetti di trasmissione di energia in portafoglio e la conferma del solido trend di crescita nel Telecom hanno spinto i risultati del gruppo nei nove mesi 2016» spiega l'ad Valerio Battista, proseguendo: «I ricavi risultano in crescita, in linea con il primo semestre, ma so-

prattutto registriamo un ulteriore balzo della redditività, con margini in espansione in pressoché tutti i business se si esclude l'Oil & Gas, che risente ancora delle pessime condizioni di mercato. A premiare è anche la costante focalizzazione sulla riduzione dei costi e i progressi fatti nella razionalizzazione del footprint produttivo. Il trend di mercato si conferma solido nei business strategici della trasmissione di energia, interconnessioni e off-shore windfarms, e dei cavi ottici per reti telecomunicazioni a banda larga, mentre prevediamo una progressiva stabilizzazione dei business più ciclici e il proseguimento delle difficoltà nell'Oil & Gas».

Mo.D.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IL LABORATORIO DELLE IDEE

Un patto per tutelare la libertà di Internet

*La Rete nasce libertaria e tale deve rimanere
Ma la «Dichiarazione d'indipendenza
del cyberspazio» va aggiornata all'epoca
dei colossi informatici grandi come Stati*

*Facebook, Youtube e altri
iniziano a rapportarsi
con gli utenti esattamente
come fanno i governi*

di **Andrea Mancia**
e **Simone Bressan**

È il 1996 e siamo a Davos, in Svizzera, sede dell'annuale summit del World Economic Forum. Tra gli invitati di quest'anno ci sono anche importanti esponenti del mondo della cosiddetta Information Technology, come Michael Bloomberg e il fondatore di Microsoft Bill Gates. Il tema della rete inizia a fare capolino tra i grandi dell'economia mondiale. E, proprio in questi giorni, Bill Clinton sta maturando la decisione di firmare il *Communications Decency Act*, che consegna ad un'autorità federale il potere di censurare la trasmissione online di contenuti ritenuti "osceni", mutuando in tutto e per tutto la disciplina regolatoria applicata alle radio e alle televisioni.

Da qualche parte, a Davos, c'è anche John Perry Barlow, noto ai più per essere l'ex paroliere della band di rock psichedelico *Grateful Dead* e per aver fondato (insieme a Mitch Kapor e John Gilmore) la Electronic Frontier Foundation, un'organizzazione no profit che si occupa di tutelare la libertà di espressione nel mondo digitale. Barlow ascolta le argomentazioni dei grandi della terra, vede i governi iniziare a discutere di internet come uno dei tanti ambiti da regolare senza comprenderne la portata rivoluzionaria, beve (per sua stessa ammissione) una discreta quantità di champagne, lascia le riunioni di Davos e si rifugia in una camera di albergo da dove inizia a scrivere il suo personale Manifesto. Nasce così la *Dichiarazione di indipendenza del cyberspazio*, un testo asciutto e visionario al tem-

po stesso, in cui Barlow rivendica per internet e per i fruitori della rete il diritto a «essere lasciati in pace». Quel «leave us alone», diretto formalmente a «voi del passato» ma sostanzialmente alle autorità statali, segna l'inizio di un filone culturale che identifica nella rete lo spazio vitale di un rinnovato spirito libertario. Lontano da confini fisici, regole materiali, distinzioni per razza o censo, gli abitanti del cyberspazio indipendente affermano con orgoglio di non aver mai accettato alcun tipo di «patto sociale» con lo Stato e di considerarsi quindi «terra di nessuno» perché pensieri, parole e valore creato online appartengono solo agli individui che li hanno generati.

Internet è sempre stato considerato qualcosa di «sinistra»: da Howard Dean nel 2004, al movimento «Occupy Wall Street»,



passando da Barack Obama e arrivando, in Italia, a Beppe Grillo e Matteo Renzi. Ci sono, invece, molti buoni motivi per considerare internet il luogo ideale per una destra degna di questo nome. Non c'è soltanto il manifesto di Barlow: ci sono anche le riflessioni di importanti futurologi come Alvin Toffler e George Gilder, esponenti tra i più brillanti di due filoni classici della destra americana, quello libertarian e quello conservatore. C'è poi l'esperienza concreta: la struttura profonda della rete presenta importanti analogie con qualcosa che la sinistra, soprattutto europea, ha sempre contrastato nel tempo con tutta la forza che ha. Internet è, infatti, la cosa più simile al libero mercato "perfetto" teorizzato dai grandi classici del pensiero liberale, da Von Hayek a Einaudi.

Quanto sta accadendo in questi anni avanza, però, dei dubbi che è opportuno affrontare. Come dovrebbero porsi liberali e conservatori davanti a soggetti privati che si comportano in tutto e per tutto come degli Stati? Le grandi major dell'informatica sono diventate qualcosa di più di semplici aziende in competizione all'interno di un mercato regolato. Innanzitutto hanno assunto dimensioni sconosciute in passato: la sola Apple capitalizza oggi sul mercato una cifra pari al pil dell'Arabia Saudita. Inserito in un'ipotetica classifica e confrontato con gli altri Paesi sovrani, il colosso di Cupertino risulterebbe oggi la 19esima potenza del nostro pianeta, superando di slancio economie moderne come la Svizzera, la Svezia, la Polonia, l'Austria e la Norvegia. C'è di più: queste aziende non sono solo grandi come uno Stato, ma iniziano anche a rapportarsi con i propri utenti esattamente come fanno i governi. I casi di censura e oscuramento per motivi ideologici portati avanti da YouTube o la promozione (fuori dalle regole dichiarate) di alcuni contenuti messa in campo da Facebook dimostrano una chiara "agenda politica" parallela, e, in alcuni casi, sovraordinata rispetto alle sole dinamiche commerciali. L'inquadramento giuridico stesso dei nostri rapporti con questi soggetti, poi, inizia a assomigliare sempre più a una burocrazia

europea che a un rapporto privato tra un fornitore di servizi e un fruitore degli stessi.

Molti, oggi, si recano alle urne senza sapere su cosa si vota, sulla base di sensazioni e suggestioni, allo stesso modo in cui le persone accettano le condizioni di contratto fornite da Apple, Google o Facebook. Nessuno ha mai letto il programma di un candidato e nessuno ha mai letto a fondo quello che accettiamo quando ci iscriviamo ad un servizio online. Come buona abitudine di ogni governo nazionale, poi, queste aziende cambiano in continuazione le "leggi" che regolano i nostri rapporti e tendono a rendere molto complesso accedere ai database dove sono contenuti i nostri dati. Informazioni che, è bene ricordarlo, sono utilizzate con modalità e intensità sconosciute a larga parte degli utenti, che mai avrebbero consentito una tale violazione della propria privacy se solo fossero stati consapevoli di quello che stavano sottoscrivendo con un semplice "clic" in fondo ad un lungo testo che nessuno ha mai letto davvero.

Queste distorsioni rendono internet un luogo non fisico così radicalmente mutato rispetto alla Dichiarazione di indipendenza del cyberspazio di vent'anni fa? Certamente no. Come ogni mezzo di comunicazione, la rete tende a essere neutrale rispetto al messaggio che veicola e questa teorica neutralità rende internet ancora oggi una grande occasione da cogliere per chi aspira a un ambiente in cui non esistano barriere all'ingresso, ci siano pochissime rendite di posizione e la competizione rappresenti la cifra più importante della convivenza tra iniziative economiche. È comunque evidente che, lontani dall'utopismo degli inizi, chi oggi ha a cuore il futuro e la libertà di internet ha il dovere di risolvere delle questioni che nel 1996 non si ponevano affatto.

La tentazione che molti hanno avuto è stata quella di armare nuovamente la mano regolatrice dello Stato. Un vizio comune a destra, sinistra e a molti governi nazionali. Non si tratta di un fenomeno circoscrivibile alla sola sinistra mondiale figlia del duo Bill Clinton - Al Gore: l'atteggiamento "statalista" ha fini-

to per contaminare in tempi recenti anche un (presunto) leader della (presunta) destra francese come Nicholas Sarkozy. Al G8 del 2011, l'allora presidente transalpino ammoniva gli operatori del settore esplicitando il suo obiettivo di "civilizzare" internet e ricordando che «la rete non può essere considerata un universo parallelo dove non vigono le leggi che regolano gli stati democratici». L'esatto contrario di quanto messo nero su bianco da Barlow e l'esatto contrario di quello che una "destra moderna" dovrebbe fare.

Questa furia regolatrice che vorrebbe porre nelle mani dello Stato il monopolio delle decisioni su quanto avviene online parte dal presupposto sbagliato che le condizioni di squilibrio si siano create a causa dell'assenza di un'autorità pubblica. È vero l'esatto contrario: queste grandi aziende proliferano e derivano le loro posizioni di forza dallo sfruttamento dell'inefficienza statale. I contratti che regolano i rapporti tra piattaforme e utenti sono così complessi perché le leggi lo impongono. Sono incomprensibili e scritti con linguaggio burocratico, perché così è stabilito in qualche provvedimento. Sono praticamente inapplicabili perché la giustizia (pubblica) è lenta e inefficiente e mette i più deboli nelle condizioni di non poter far valere i loro diritti. È un surplus, non un deficit, di mano pubblica quello che sta mettendo in evidenza alcuni lati oscuri della rete.

Questo vale ancor di più dal punto di vista strettamente economico. Internet è un grande acceleratore di imprese e di idee. Online è possibile creare un sito in meno di mezz'ora, farlo diventare un piccolo negozio in un'ora e offrire i propri prodotti al mondo intero con meno di 10 euro l'anno. Lo stato che dovrebbe tutelare gli utenti come si comporta? Come suo solito: limita, proibisce, crea regole inapplicabili e per questo mette fuori dal perimetro legale ogni tipo di iniziativa non tradizionale. Preferisce, insomma, la formalità burocratica all'innovazione so-

stanziale. Eppure le grandi rivoluzioni sono nate da rotture con il passato prodotte da idee capaci di rompere i paradigmi. Una regolazione pesante e pervasiva, modificabile solo con processi legislativi lunghi e spesso imprecisi, è il modo migliore per distruggere la più grande opportunità mai offerta alla nostra generazione.

Per questo, oggi, vent'anni dopo il manifesto di Barlow, è necessario pensare a una nuova «dichiarazione d'indipendenza del cyberspazio», aggiornata ma non stravolta rispetto all'originale. E solo i liberali e i conservatori, quelli insomma che hanno più fiducia nelle persone che nello Stato, sono attrezzati per iniziare un cammino così complesso e articolato. La destra rinasce e torna centrale se si occupa di ciò che la caratterizza al di là di ogni contingenza: la libertà delle persone di crescere e di arrivare là dove il talento e le idee sono in grado di spingerle. Quella libertà che un tempo si ritrovava tra gli "animal spirits" del mercato e che oggi vive su internet. Trasformare la rete in un baluardo di resistenza contro la furia ideologica, etica e redistributiva di certi governanti non è solo una buona idea: è l'unica possibile. Per la libertà della rete e, soprattutto, per la nostra.

SCONNETTIAMOCI! Due giovani senza Internet telefonino, sms e chat Com'è andata? Lei: «Male»

Singolare esperimento condotto per una settimana da un programma di Rsi
I protagonisti potevano usare solo il telefono di casa e guardare la tv tradizionale

Paolo: «Il vantaggio più grande è stato concentrarmi solo su quanto stavo facendo, leggere o lavorare, senza le solite distrazioni di messaggi, social, chiamate in arrivo»

Servono 64 secondi per tornare al lavoro dopo l'interruzione dovuta a un'email. Ogni 180 secondi siamo distratti dagli strumenti digitali che usiamo quotidianamente

di **PATRIZIA FLODER REITTER**

■ Una settimana senza cellulare, senza Internet, senza sms, senza chat, le condizioni in Rete, i gps, le smart tv, qualsiasi distrazione digitale. Insomma, sette giorni sconnessi. È questa la sfida che due giovani di Lugano hanno accettato, partecipando alla trasmissione *Patti chiari* realizzata dalla Radiotelevisione svizzera di lingua italiana (Rsi). Nessun reality, solo la curiosità di mettersi alla prova rinunciando a dispositivi tecnologici che fanno parte del nostro uso quotidiano. Paolo Andina e Claudia Giovannini, 28 e 35 anni, sull'emittente elvetica hanno raccontato come possa essere difficile, ma non impossibile, rinunciare a Facebook (1,5 miliardi di persone che sfogano i loro umori e malumori su questo social), a Youtube (1 miliardo di persone che vi bazzica), a Twitter (più di 300 milioni di persone che affidano le loro riflessioni sulla piattaforma creata nel 2006). Il loro impegno nella sfida era di utilizzare unicamente te-

lefonni attraverso rete fissa e tv tradizionale. Com'è andata la prova? Per Paolo Andina, fondatore con Joel Stutz del gioco online Onedollarcountry.com («Si compra un Paese e ci si impianta la bandiera della propria azienda: il valore del Paese si triplica e il compratore intascherà il doppio di quanto ha speso non appena lo Stato verrà rivenduto», spiega il giovane), Internet è una regola di vita.

IL TELEFONO DISTRAE

Paolo guarda la televisione via Youtube, si rilassa con le onde del telefonino, chiacchiera con gli amici su Whatsapp, «eppure durante l'esperimento il vantaggio più grande è stato concentrarmi al cento per cento su quanto stavo facendo, ovvero leggere, lavorare. Il telefono anche se non suona è sempre una fonte di distrazione. Svantaggi? Sul fronte dell'efficienza. Si può sopravvivere ma non vivere senza telefono». Claudia, che aveva confessato: «Internet è una presenza fissa nella mia famiglia, serve per organizzare la giornata lavorativa e tenere sotto controllo le figlie», dopo qualche giorno è apparsa in difficoltà. «Come va?», le avevano chie-

sto gli organizzatori del programma televisivo. «Male», la sua risposta, «ho le figlie che tornano da scuola e sono in ritardo. Non so se è successo qualche cosa, non posso chiamarle, non posso chiamare me che non ho un telefono fisso».

Tra le difficoltà evidenziate da Claudia, l'impossibilità di chattare, di leggere social e notizie, ma anche di avere la consueta sveglia digitale.

Dopo sette giorni sconnessi, i due sfidanti si sono ritrovati nello studio televisivo di Rsi. Con loro anche un adolescente, Marco Paillace, 16 anni, che ha raccontato di utilizzare il cellulare «5 ore al giorno, ovvero 24 ore in una settimana. Mai ho pensato a quello che potrei fare in alternativa», è stato il suo commento. Per Paolo Andina, l'esperienza è servita a «togliersi le notifiche di Facebook e mi sono ripromesso di guardare le mail solo due volte al giorno». Claudia rifarebbe l'esperimento, però attivando una linea telefonica di casa. Fin qui, la puntata di *Patti chiari*. Ma sul tempo che butti via al cellulare e «navigando» o naufragando su Internet, i dati si moltiplicano. Oltre il 60 per cento della popolazione mondiale ammet-



te di essere dipendente dalla Rete. Francesco Sole, «professione youtuber», conduttore con Belén Rodríguez del talent show *Tu si que vales*, lo scorso aprile decise di chiudere tutti i suoi profili social per un esperimento che lo porterà a scrivere un libro: «Questo è il mio ultimo post, poi spegnerò il cellulare. Mi sono posto un obiettivo: vivere senza Internet. Senza telefono. L'ansia ci incatena ai cellulari. Ma si può vivere senza?», annuncio e si chiese prima di sparire dalla Rete.

Francesco Pozzi, psicologo e analista del comportamento, sta eseguendo lo studio Digital detox per conto del gruppo di Nudge Italia, composto da un team di ricercatori, trainers e consulenti, ciascuno specializzato in diverse aree di applicazione. Il gruppo si occupa della possibilità di disintossicarsi dall'utilizzo intenso dei device digital, smartphone soprattutto, ma anche tablet, notebook, dispositivi tecnologici indossabili, per ridurre i livelli di stress e ansia.

Tra le iniziative adottate, i cesti porta-smartphone, corredati da slogan che invitavano a posarli e dall'hashtag #posalo, in alcuni pub milanesi. Lo scopo? Suggestire modi diversi di trascorrere il tempo con gli amici: «Quando stai al telefonino non chiacchieri bene, non presti attenzione, perdi la capacità di relazionarti con gli altri».

DIGITAL DETOX

Your digital detox è la prima realtà italiana dedicata alla ricerca di un giusto rapporto con la sfera digitale; lavora a stretto contatto con università e centri ricerche. Sul sito leggi: «Il digitale è un'occasione per crescere, non una gabbia: studi scientifici indicano che la maggioranza delle persone controlla lo smartphone entro un'ora dal risveglio. Altri lo fanno ancora prima di alzarsi dal letto. E prima di andare a dormire non manca il controllo delle notifiche. Questa è la sindrome Fomo, ovvero fear of missing out, la paura di perdere qualcosa di importante».

Hai usato il telefonino dopo le 21? La produttività del giorno successivo ne risente. E pas-

sare da un compito all'altro attraverso dispositivi digitali non migliora la qualità del lavoro. Il mito del multitasking crolla, questo il risultato delle ricerche: «Non puoi gestire più compiti nello stesso tempo senza influenzare il rendimento».

DIGITAL DISTRACTION

Alessio Carciofo, fondatore del metodo Your digital detox che ha diffuso i dati sulle tecnodipendenze, incalza: «L'Università di Londra ha dimostrato che l'abitudine di impegnarsi in più attività con dispositivi digitali, abbassa l'intelligenza fino a 15 punti di quoziente intellettuale». L'esperto ricorda che «per tornare al lavoro dopo essere stati interrotti da una mail ci vogliono all'incirca 64 secondi, come affermano i ricercatori della Loughborough university. Se poi sommiamo le distrazioni per l'arrivo di telefonate, notifiche dei social network, si può dire che mentre siamo al lavoro finiamo con l'essere interrotti ogni 180 secondi».

L'APNEA DA EMAIL

Secondo Linda Stone, ex manager di Apple, quando leggi la posta elettronica trattienni il fiato. Entri in uno stato d'ansia e rispondi in ogni momento alle email. La Stone chiese lumi agli specialisti del National institute of health. Sconcertante il responso: alla base di malattie come l'obesità e il diabete ci sarebbe anche la consuetudine di alcuni di trattenerne il fiato, mentre si leggono i messaggi informatici.

Uno studio, curato dal centro americano Kleiner Perkins Caufield & Byers's, ha stabilito che diamo una «controllatina» al telefono ogni 6 minuti. «Ogni giorno, in media, controlliamo il cellulare 150 volte. Spesso senza alcuna necessità. Con il risultato che due milioni di italiani sono a rischio di stress tecnologico, con attacchi di ansia, insonnia, perdita di memoria, panico e ipertensione», riferiva nel novembre dello scorso anno *Eta beta*, programma quotidiano Rai dedicato ai fermenti innovativi che investono la società.

NUOVE TRIBÙ URBANE

In controtendenza, con l'obiettivo di vivere meglio a casa, al lavoro e con la famiglia, aumenta la popolazione degli «sconnessi». Una nuova tribù urbana, li ha definiti il quotidiano spagnolo *El Mundo*. Tra i «desconectados», David Macián, 36 anni, autore di cortometraggi premiato anche in Italia, rivela di usare il vecchio cellulare solo per ricevere ed effettuare chiamate. «Non ho connessione a Internet, la batteria mi dura una settimana. Credo che le reti sociali isolino, rendendoci più individualisti».

Enric Puig Punyet, docente di filosofia a Barcellona e a Parigi, ha appena terminato di scrivere *La gran adicció. Cómo sobrevivir sin internet y no aislarse del mundo, ovvero La grande dipendenza. Come sopravvivere senza Internet e non isolarsi dal mondo*, libro nel quale raccoglie testimonianze di dieci persone di nazionalità diverse, che si sono sconnesse «non per romanticismo ma per avere una miglior qualità di vita». Tra queste, l'inglese Kaya, che dopo anni passati a organizzare feste dove l'unica preoccupazione erano le immagini e i selfies migliori da «postare» sui social, ora a Londra è ricercatissima per i suoi party senza foto e cellulari.

L'involuzione tecnologica affascina e attrae proseliti. Ad aprile di quest'anno, l'artista di strada Francesco Biancospavento, meglio noto come Biancoshock, ha trasformato Civitacampomariano, piccolo paesino molisano in provincia di Campobasso, in un set ideale per le sue installazioni provocatorie. I 400 abitanti vivono praticamente senza Internet, cellulari o copertura di Rete? Nel suo progetto Web o.o ha dimostrato che le connessioni esistono, comunque e da sempre, fotografando la signora più anziana e saggia del paese accanto alla scritta Wikipedia; la buca delle lettere riporta la scritta Gmail, Twitter si fa spettegolandosi su una panchina, mentre Facebook è la bacheca per le affissioni comunali e il furgoncino per le consegne si chiama Wetransfer.

© RIPRODUZIONE RISERVATA