

## Rassegna del 13/01/2017

	***		
Repubblica	27	"Non siamo invasori Con Mediaset intesa per un polo europeo"	de Puyfontaine Arnaud 1
Sole 24 Ore	28	Calenda «Vivendi opaca su Mediaset»	Olivieri Antonella 3
Sole 24 Ore	28	Dati Agcom: il valore del Sic nel 2015 supera i 17 miliardi - Il valore del Sic nel 2015 supera i 17 miliardi di euro	... 5
Mf	9	Fininvest al 15% del Sic. Vivendi all'erta	Montanari Andrea 6
Sole 24 Ore	28	Alleanza nei video: Il gruppo di Cologno entra in Studio 71 - Mediaset entra in Studio 71 Alleanza europea nei video	Festa Carlo 7
Giornale	21	Mediaset, alleanza anti Vivendi con Tf1	Camera Maddalena 8
Mf	8	Mediaset si allea con ProsiebenSat e i francesi di Tf1 per i video online - Mediaset, 22 mln sui web talent	Montanari Andrea 9
Corriere della Sera	8	Salvini punge: Mediaset finisce ai francesi? Non c'è scandalo	Cremonesi Marco 11
Sole 24 Ore	10	La Giornata - Salvini: Berlusconi inciucista, Mediaset? si può vendere	... 12
Sole 24 Ore	28	Via ai bond di Telecom Italia, Italgas e Prysmian - Bond Telecom da 1 miliardo La cedola al minimo storico	A. Ol. 13
Sole 24 Ore	25	Blackrock investe 100 milioni nell'italiana Linkem	... 14
Corriere della Sera	38	Apple rilancia, punterà sui contenuti	... 15
Italia Oggi	12	Bruxelles non fa sconti sulla privacy ai colossi Usa di Internet, WhatsApp, Skype, Messenger: stop alla raccolta abusiva di dati	Adinolfi Camillo 16
Italia Oggi	2	Il punto - L'Italia riesce a disintegrare anche Uber e la sharing economy	Luciano Sergio 17
		<b>ESTERA</b>	
Echos	24	Orange punta sui contenuti per la ripresa delle attività	F. Sc. 18

**L'intervento.** Il numero uno di Vivendi: i nostri progetti sono di lungo termine e trasparenti

# “Non siamo invasori Con Mediaset intesa per un polo europeo”



**FIDUCIA**

Voglio avere  
la fiducia  
dell'Italia  
C'è ascolto  
dalle vostre  
istituzioni

ARNAUD DE PUYFONTAINE\*

Caro Direttore,

In questi ultimi mesi sono state scritte molte cose sul gruppo Vivendi. Alcune esatte altre meno, ma tutte hanno contribuito ad alimentare un acceso dibattito in Italia. In qualità di Ceo di Vivendi, ho deciso di intervenire in prima persona per ristabilire qualche verità sull'azione positiva svolta da Vivendi in Italia. Azione che in alcuni casi è stata fraintesa o male interpretata. Tanto che alcuni hanno sintetizzato i nostri sforzi come opachi, speculativi o dettati da sete di conquista, suscitando in questo modo ostilità o sfiducia.

E' esattamente il contrario. Siamo in Italia per realizzare un progetto ambizioso, di lungo termine, costruito su ciò che l'Italia e la Francia hanno in comune: la vicinanza della loro tradizione latina. L'Italia, poi, ha molto da offrire cultura, storia, esperienza, talento, professionalità, creatività, bellezza. In altre parole, voglio sottolineare che è proprio l'italianità al centro del nostro progetto. In particolare, pensiamo che essa sia una risorsa formidabile per generare crescita sia in Italia, sia in Francia. Ecco perché vogliamo dare più importanza e valore all'italianità delle aziende di cui siamo azionisti, consolidando le loro radici. Un modo per farlo è quello di dare un contesto europeo alla loro azione. Raggiungere una

dimensione europea è un'opportunità unica per cogliere al meglio le sfide che offre un mondo ormai globalizzato.

Una delle caratteristiche riconosciute all'Italia in tutto il mondo è la sua elevata capacità imprenditoriale. Proprio per questo vogliamo fare leva su questo atout per rafforzare gli scambi tra i nostri due Paesi, la cui vicinanza è una realtà e rappresenta un significativo potenziale da valorizzare.

Il nostro approccio non è per nulla opportunistico ma finalizzato a rafforzare l'unicità, l'eccellenza e la competenza delle aziende italiane, combinandole con le peculiarità di altri Paesi europei, come la Francia o la Spagna. Si tratta di un progetto ambizioso ed equilibrato, che però ha bisogno di adesione e sostegno. I miei recenti contatti con il governo italiano, le istituzioni, le autorità di mercato, gli azionisti, i dipendenti, hanno un unico obiettivo: creare quella fiducia indispensabile, per portare avanti con successo un tale progetto. Spesso il confronto è stato acceso, ma io sono sempre stato attento affinché avvenisse in modo trasparente e nel rigoroso rispetto delle leggi e delle regole del mercato. A questo proposito, mi fa piacere evidenziare e riconoscere le qualità di accoglienza e di ascolto delle istituzioni italiane. È importante sdrammatizzare i toni del dibattito ed evitare inutili caricature. Nel 2015, la Francia ha investito in Italia 46 miliardi di euro. A sua volta, la Francia è stata il principale destinatario degli investimenti italiani. Un trend positivo, che dovrebbe essere valutato come un arricchimento e un'opportunità di crescita per tutti.

Vivendi ha dichiarato fin dall'inizio qual è il suo progetto: costruire e dar vita a un grande polo dell'Europa meridionale, che prevede di creare una ampia convergenza tra contenuti e telecomunicazioni. Francia, Italia e Spagna sono i tre principali Paesi da cui partire. Raf-

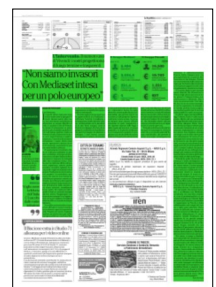
forzandosi in Sud Europa, Vivendi sta scommettendo sulla cultura europea per far fronte alla concorrenza sempre più agguerrita dei colossi anglosassoni, americani e cinesi.

È in questa logica e per centrare questi obiettivi che Vivendi ha investito negli ultimi due anni in Italia, prima in Telecom Italia e successivamente in Mediaset. Non è stato un percorso facile. Tutt'altro. Ma fino ad ora la nostra strategia, la nostra esperienza, le sinergie e le energie profuse hanno pagato, con risultati positivi per il mercato italiano delle Tlc e per i suoi utenti.

In effetti, dopo una fase difficile, oggi Telecom Italia è sulla buona strada. Merito del suo presidente Giuseppe Recchi e del nuovo amministratore delegato Flavio Cattaneo che hanno saputo voltare pagina dotando l'azienda di una nuova struttura organizzativa e mettendo a punto una missione al passo coi tempi e con le sfide che si profilano all'orizzonte. Si tratta di una strategia che è stata messa in campo di recente, ma che già in questi mesi, e ancor più nei prossimi darà degli ottimi frutti. Con beneficio di tutti i cittadini italiani che potranno usufruire di una infrastruttura sempre più moderna ed efficiente, in particolare attraverso gli investimenti dedicati alla banda larga.

Vivendi ha scelto di puntare sui contenuti e sulla convergenza con gli operatori di telecomunicazioni per creare valore. Il nostro gruppo è uno dei leader mondiali nei contenuti e continua a rafforzarsi con investimenti mirati in aziende di punta del settore. Si tratta di un gruppo diversificato - pay tv con Canal Plus, musica con Universal Music Group, film e serie con Studio Canal, videogames con Gameloft - presente in tutto il mondo e con un giro d'affari di circa 11 miliardi euro.

E' per questo che siamo interessati a un'alleanza con Mediaset, un'azienda con una forte notorietà, ricca di professionalità e di potenziali sinergie con Vivendi. Basti



pensare quali risultati si potrebbero raggiungere se Francia e Italia collaborassero nel campo del cinema e delle serie televisive. Nonostante le difficoltà per trovare un terreno comune con Mediaset, non abbiamo abbandonato il nostro progetto iniziale finalizzato alla creazione di un grande gruppo dell'Europa meridionale in cui convergano contenuti e tlc, di cui Mediaset rimane, secondo noi, uno dei pilastri. È per questo, che nel novembre 2016, abbiamo deciso di investire direttamente in Mediaset, diventandone il secondo azionista.

Noi siamo, ci tengo a ribadirlo, soci industriali che desiderano apportare il loro contributo al progetto paneuropeo che abbiamo deciso di sviluppare. La nostra azione è di lungo termine ed è trasparente. Questo, il senso delle mie dichiarazioni al Governo italiano e alla Consob. Non voglio qui entrare nel merito delle voci e delle indiscrezioni di mercato che circolano in continuazione. Desidero però ribadire il mio totale impegno nel difendere la validità del nostro progetto e nel ristabilire fiducia e serenità. Sono convinto che tutte le parti interessate ne trarranno dei benefici, l'Italia in primis. Questi sono i fatti e questi sono i nostri progetti.

*\*Ceo Vivendi*

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**LO SCONTRO**  
 Arnaud de Puyfontaine (in foto) ha guidato la scalata a Mediaset, di cui Vivendi controlla adesso il 29,94% dei diritti di voto

## Il Gruppo Mediaset

(dati 2015)

**5.484**  
 dipendenti

**3.524,8**  
 milioni di euro  
 ricavi netti consolidati

**231,4**  
 milioni di euro  
 risultato operativo

**4**  
 milioni di euro  
 utile netto

## Il Gruppo Vivendi

(dati 2015)

vivendi

**16.500**  
 dipendenti

**10.762**  
 milioni di euro  
 ricavi consolidati

**1.231**  
 milioni di euro  
 risultato operativo

**697**  
 milioni di euro  
 utile netto

**MEDIA/1**

# Calenda: «Vivendi opaca su Mediaset»

Antonella Olivieri ▶ pagina 28

**Media.** Il ministro dello Sviluppo: «Benvenuti gli investimenti esteri ma l'Italia non è un posto per scorriere»

## Calenda: «Vivendi opaca su Mediaset»

In consiglio Agcom informativa su istruttoria per presunta violazione delle norme su concentrazione tlc-media

### LA CRITICA DEL GOVERNO

Se Bolloré «voleva il controllo, allora doveva fare l'Opa, se non voleva il controllo allora puntava solo a paralizzare l'azienda con la quale era in causa»

Antonella Olivieri

■ La fiammata speculativa sul titolo Mediaset è subito rientrata, con le quotazioni tornate ieri a 4,188 euro, in calo del 3,99%. I tempi per un accordo con Vivendi - ipotesi che mercoledì aveva suscitato in Borsa aspettative di una possibile Ops - non sono ancora maturi, sebbene continuano a circolare voci che qualche contatto sia invece ripreso. La diatriba non è rimasta però confinata nei rapporti conflittuali - tra i due gruppi privati, ma si è allagata a coinvolgere le istituzioni.

Il clima non è favorevole alla scalata francese. Sul tema è tornato ieri il ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda che, intervenendo a Radio anch'io, ha definito «opaca» la condotta di Vivendi nella vicenda. Vivendi «non ha dichiarato perché comprava azioni: se voleva il controllo, allora doveva fare l'Opa, se non voleva il controllo, allora puntava solo a paralizzare l'azienda con la quale era in causa». Sulla liceità di tutto

questo, ha concluso Calenda, «si esprimerà la Consob», ma la posizione del Governo è chiara: «Benvenuti gli investimenti esteri ma l'Italia non è un posto per scorriere». «Bisogna essere molto cauti - ha aggiunto - La fase della storia è più dura. È arrivato il momento di alzare qualche difesa in più».

Nel frattempo al consiglio Agcom, che si è riunito ieri dopo la pausa per le festività, è stato fatto il punto sul caso Vivendi-Mediaset, per il quale è stata aperta un'istruttoria volta a verificare se c'è stata la violazione delle norme del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (Tusmar) - in particolare dell'articolo 43, comma 11 - considerato che la media company transalpina è anche l'azionista di riferimento di Telecom Italia e che la concentrazione delle quote dei due gruppi nei rispettivi settori supererebbe i tetti consentiti. Secondo i dati 2015, infatti, Telecom detiene una quota del 44,7% nel mercato delle telecomunicazioni e Mediaset del 13,3% nel sistema integrato delle comunicazioni (Sic). Ieri, dunque, il consiglio dell'Agcom avrebbe ascoltato il direttore della Direzione infrastrutture e servizi media, Antonio Provenzano, che è il responsabile del procedimento. Al momento non risulterebbero però ancora pianificate audi-

zioni di rappresentanti delle società coinvolte, anche se saranno probabilmente previste prossimamente. Mentre Fininvest ha presentato un esposto all'Authority, non risultano ancora pervenute le «memorie» che Vivendi ha la possibilità di depositare per illustrare il suo punto di vista.

Da parte sua Mediaset sta cercando comunque di guardarsi intorno, come dimostra anche l'accordo appena annunciato con la tedesca ProSiebensat insieme con la francese Tfi, il canale privatizzato che oggi fa capo per oltre il 40% a Bouygues, gruppo dell'ex amico di Bolloré che il finanziere bretone aveva provato a scalare. A Londra, mercoledì prossimo, Mediaset dovrebbe illustrare le linee-guida per le strategie del prossimo triennio in un orizzonte internazionale, non limitato cioè soltanto all'Italia.

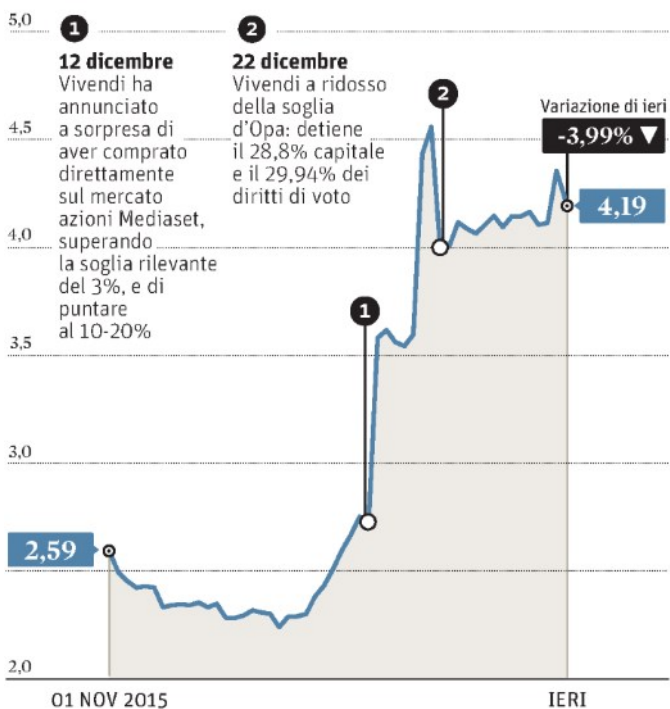
L'ad di EiTowers, Guido Barbieri, ha invece precisato ieri in assemblea che un'eventuale Opa di Vivendi su Mediaset non necessariamente si tradurrebbe in un'Opa a cascata anche sulla società delle torri che comunque dovrà restare quotata, dal momento che l'Antitrust nell'autorizzare la fusione tra Dmt e Elettronica industriale (che ha dato vita a EiTowers) aveva posto questa condizione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Mediaset

Andamento del titolo a Milano



1

**12 dicembre**

Vivendi ha annunciato a sorpresa di aver comprato direttamente sul mercato azioni Mediaset, superando la soglia rilevante del 3%, e di puntare al 10-20%

2

**22 dicembre**

Vivendi a ridosso della soglia d'Opa: detiene il 28,8% capitale e il 29,94% dei diritti di voto

Variazione di ieri

-3,99% ▼

4,19

01 NOV 2015

IERI

MEDIA/3

## Dati Agcom: il valore del Sic nel 2015 supera i 17 miliardi

Servizio ▶ pagina 28

**I dati dell'Agcom.** Dominante, con un peso del 49,5%, l'area radiotelevisiva

# Il valore del Sic nel 2015 supera i 17 miliardi di euro

■ Nel 2015 il valore complessivo del Sistema integrato delle comunicazioni (Sic) risulta pari a 17,1 miliardi di euro, con una incidenza del settore sul Pil pari all'1,05%.

L'area radiotelevisiva si conferma quale principale segmento del Sic, con un peso che nel 2015 è pari al 49,5%, mentre si riduce di un punto percentuale (dal 27,3% al 26,3%) l'incidenza dell'editoria nel suo complesso.

Cresce il peso della pubblicità online (9,7%) e aumentano le risorse destinate al settore cinematografico (872 milioni, il 5,1% del Sic), mentre i ricavi imputabili alla pubblicità esterna sono valutati in 380 milioni (2,2% del Sic) e le aree relative al "below the line" (1,2 miliardi di euro) rimangono sostanzialmente stabili e rappresentano il 7,2% del Sic.

È questo quanto emerge dalla chiusura del procedimento per la valutazione delle dimensioni economiche del Sistema integrato delle comunicazioni per l'anno 2015 e deliberato ieri dal consiglio dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, come riferito in una nota dal-

la stessa Agcom.

Nessuno dei gruppi censiti ha superato il tetto massimo consentito del 20%. I principali gruppi operanti nelle aree economiche che compongono il sic rappresentano congiuntamente - con circa 10 miliardi - il 59% delle risorse totali.

La quota più rilevante è detenuta dal gruppo 21 Century Fox con il 15,4% (Sky Italia 15,1%, Fox Network Group Italy 0,3%), seguita da Fininvest con il 14,9% (di cui riferito a Mediaset il 13,3% e a Mondadori l'1,4%), e dalla Rai con una quota del 13,7%. Il Gruppo editoriale L'Espresso arriva al 3,3%, Google al 3,2%, Rcs al 3%, Seat Pagine Gialle all'1,4%, mentre Facebook, il Gruppo Sole-24Ore e Cairo communication sono attestati all'1,3 per cento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

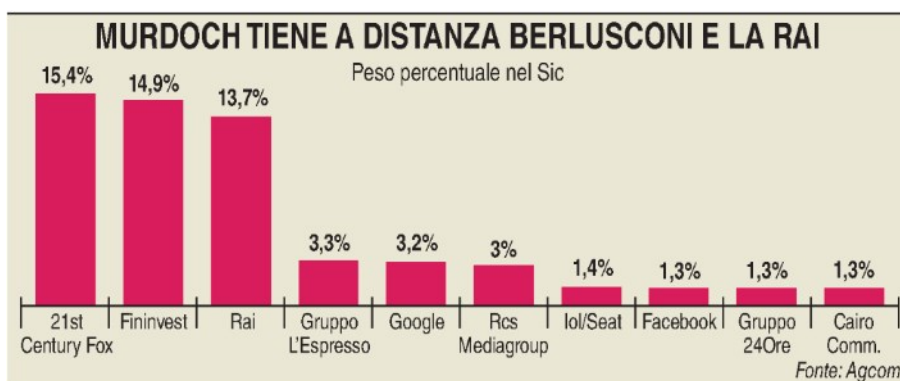


# Fininvest al 15% del Sic. Vivendi all'erta

DI ANDREA MONTANARI

**S**empre più televisione e sempre meno carta stampata. La crisi che ha colpito il settore editoriale dal 2008 a oggi indica questo trend. E la conferma è arrivata dall'aggiornamento, al 2015, del Sistema integrato delle comunicazioni (Sic) deliberato ieri dal consiglio dell'Agcom, l'autorità che ha avviato un'istruttoria sul ruolo e sul peso azionario di Vivendi (29,77% del capitale votante) in Mediaset. Come emerge dalla ricerca, il Sic vale complessivamente 17,1 miliardi, con una incidenza del settore sul pil dell'1,05%. L'area radiotelevisiva si conferma la più importante con un peso del 49,5% (nel 2016 potrebbe essersi incrementata ulteriormente, visto che secondo i dati Nielsen, relativi ai soli investimenti pubblicitari, il peso sulla raccolta totale sfiora il 60%), mentre si riduce di un punto percentuale (dal 27,3% al 26,3%) l'incidenza dell'editoria. A conferma che quotidiani e periodici non riescono a uscire dal tunnel. Cresce, invece, come logico, il peso della pubblicità online (9,7%), anche se poi come accade nel computo dell'advertising ci sono fenomeni come Google e Facebook che magari hanno quote di mercato ancora più rilevanti, raccogliendo già ben più di 1,5 miliardi di investimenti pubblicitari. Ma ovviamente l'attenzione del mercato è tutta sul valore della tv che, come si legge nella documentazione Agcom, vede i canali free crescere dell'1,7%

grazie al positivo andamento degli spot (Mediaset domina con il 55-60% della spesa delle aziende) e del canone Rai. Mentre la pay-tv, quindi di fatto Sky Italia e Premium, registra un calo del 2,4%. In termini aziendali, la leadership è saldamente nelle mani del colosso Usa 21st Century Fox con il 15,4% (Sky 15,1% e Fox Network, 0,3%), seguita da Fininvest, 14,9% (di cui Mediaset 13,3% e Mondadori, 1,4%, una quota destinata a salire nel 2016 e nel 2017 con l'acquisizione di Rcs Libri), chiude il podio la Rai col 13,7%. La crescita della tv generalista gratuita, e quindi soprattutto del Biscione, può avere un impatto sul potenziale risiko in atto sul mercato nazionale con Vivendi che in meno di un mese ha rastrellato fino al 29,77% del capitale avente diritto di voto di Mediaset. Una quota che si va indirettamente a sommare al 24,7% di Telecom Italia (società che detiene già il 44,7% del mercato prevalente del segmento tlc come riferito dalla stessa Agcom) e che, in applicazione delle regole vigenti (legge Gasparri) renderebbe impossibile una fusione Mediaset-Vivendi-Telecom, visto anche il peso del network di Cologno Monzese. Anche se va detto che la partecipazione del gruppo francese che fa riferimento a Vincent Bolloré nell'incumbent telefonico non è considerata di controllo (l'Antitrust Ue non si è mai espressa) e, quindi, sulla carta il merger non è da escludere. Sempre che, invece, non si trovino altre soluzioni a livello azionario. (riproduzione riservata)



GRAFICA MF-MILANO FINANZA



MEDIA/2

# Alleanza nei video: Il gruppo di Cologno entra in Studio 71

Carlo Festa ▶ pagina 28

**Convergenza.** Il Biscione investirà circa 25 milioni per una quota del 5,5%

## Mediaset entra in Studio 71 Alleanza europea nei video

### L'ACCORDO

L'operazione consentirà a Cologno di entrare nel settore dei filmati sul web, a livello globale, con Tf1 e ProSiebenSat

**Carlo Festa**

■ Alleanza tra Mediaset, la tedesca ProSiebensat e la francese Tfi nelle piattaforme di distribuzione di video online.

Mediaset ha acquisito una partecipazione in Studio 71, il principale multichannel network in Europa, e tra i primi cinque al mondo, controllato dal gruppo tedesco ProSiebenSat Media.

I multichannel network come Studio 71 operano sulle principali piattaforme gratuite di distribuzione video, a partire da YouTube, assicurando ai talent creatori di contenuti maggiori visibilità e monetizzazione grazie alla massa critica del network. Studio 71 sviluppa oltre 6 miliardi di video visti al mese ed è presente in cinque Paesi con circa 200 dipendenti. In Italia, gestisce già un inventory di oltre 40 milioni di video visti al mese.

Mediaset avrà una quota iniziale del 5,5% e il gruppo francese Tfi avrà il 6,1 per cento. Il Biscione e la tv transalpina faranno il loro ingresso nella media company tramite un aumento di capitale: l'investimento totale dei due nuovi entranti è di circa 50 milioni (con un gettone del gruppo di Cologno per circa 25 milioni di euro) per una valutazione complessiva della società di 400 milioni di euro.

Alla fine la compagine azionaria di Studio 71 vedrà la tedesca ProSiebenSat (ora al 78,5%) in maggioranza e in minoranza Mediaset, Tfi e una serie di piccoli soci americani, entrati nel gruppo qualche tempo fa all'atto della fusione con la società statunitense Cds.

Non è da escludere che Mediaset possa aumentare la sua quota in futuro, come pure che Studio 71 possa, alla fine, essere quotata. Inoltre, verrà presto costituita una controllata italiana nella quale Mediaset avrà il 49 per cento.

L'obiettivo sarà quello di costituire il più importante gestore europeo di talent digitali in stretta sinergia con la tv generalista.

«La genesi del progetto - spiega Pier Paolo Cervi, direttore business digital del gruppo Mediaset - nasce dalla volontà di essere protagonisti nella convergenza tra televisione Internet. Il video sta diventando sempre più il driver di questa convergenza, soprattutto tra la generazione «Millennial». Per Mediaset l'operazione è focalizzata su questo obiettivo. La filosofia alla base dell'operazione è quella di unire le forze con player simili a Mediaset, leader televisivi nei loro Paesi e con un dna analogo. Inoltre verranno create sinergie in un operatore globale, presente sia in Europa sia negli Stati Uniti». Advisor dell'operazione sono stati Chiomenti, Milbank e Cameron McKenna.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Accordo con ProSiebenSat per il network online Studio 71

# Mediaset, alleanza anti Vivendi con Tf1

*La piattaforma conta oltre 6 miliardi di video visti al mese*

## il caso

**Maddalena Camera**

■ Alleanza anti Vivendi per Mediaset nel settore dell'online video. La società guidata da Pier Silvio Berlusconi ha acquisito una partecipazione in Studio 71, il principale *multi-channel network* in Europa, e tra i primi cinque al mondo, controllato dal gruppo tedesco ProSiebenSat.

Si tratta di una rete che opera sulle principali piattaforme video (a partire da Youtube), assicurando a chi crea contenuti per la rete visibilità e remunerazione grazie alla pubblicità raccolta. Studio 71 sviluppa oltre sei miliardi di video visti al mese ed è già presente in cinque Paesi con circa 200 dipendenti, 1200 canali web e 400 milioni «abbonati». In Italia, gestisce oltre 40 milioni di video al mese.

Per questo Mediaset, con il 5,5%, e il gruppo francese Tf1 (il maggior concorrente di Vivendi in Francia controllata da Martin Bouygues, nemico giurato di Vincent Bolloré), con il 6,1%, sono entrati nella società con un investimento di circa 50 milioni, valutando Studio 71 400 milioni.

L'obiettivo è quello di costituire il più importante gestore europeo di talent digitali in stretta sinergia con la tv generalista.

Tra l'altro sia la società italiana, sia quella francese apriran-

no nei rispettivi Paesi delle joint venture. Mediaset avrà una partecipazione pari al 49% in Studio 71 Italia. E la pubblicità per il network italiano sarà raccolta da Publitalia 80, ossia la concessionaria di Mediaset.

Studio 71 nasce dalla fusione tra il multichannel network di ProSiebenSat e quello americano di Collective Digital Studios. L'azionariato attuale vede i tedeschi al 78,5% mentre il 21,5% è nelle mani del management di Cds e di fondi di investimento Usa. Comunicando i conti al 30 settembre, il gruppo tedesco aveva segnalato che la pubblicità legata ai video-on-demand di Studio71 è stato il principale traino della crescita dei ricavi dell'area «intrattenimento digitale» con un fatturato di circa 304 milioni nei primi nove mesi del 2015. «Il mondo dei video online sta in effetti orientandosi sempre più verso il modello di business Avod (Advertising Video On Demand) con accesso gratuito, grandi ascolti e ricavi provenienti integralmente dalla pubblicità», ha spiegato Mediaset in un comunicato.

Ieri intanto l'Agcom ha comunicato il valore 2015 del Sistema integrato delle comunicazioni (Sic) in Italia che risulta pari a 17,1 miliardi. Tra i privati, nell'area tv, Fininvest, con Mediaset e Mondadori, è cresciuta al 14,9% restando comunque dietro al gruppo 21 Century Fox (Sky) che detiene il 15,4%.



Pier Silvio Berlusconi



## NASCE STUDIO 71

# Mediaset si allea con ProSiebenSat e i francesi di Tfl per i video online

(Montanari a pag. 8)

IL GRUPPO TV CON TF1 NEL CAPITALE DI STUDIO71 DI PROSIEBENSAT.1 PER I VIDEO ONLINE

# Mediaset, 22 mln sui web talent

È la prima mossa su scala europea in chiave anti-Vivendi. Ma niente piattaforma ott per fare concorrenza a Netflix. In Italia il Biscione ha già il 40% di Blasteem. Da Ei Towers 40 milioni

DI ANDREA MONTANARI

Che Pier Silvio Berlusconi avesse velleità internazionali era chiaro da luglio, quando al termine della presentazione dei palinsesti autunnali di Mediaset aveva anticipato la volontà di portare il gruppo in Francia, Germania e Inghilterra, passando dai new media e dal digitale in particolare. Poi a dicembre, al momento di presentare la prima serie tv su Papa Francesco (comprata da Netflix per tutti i mercati non europei), il top manager del network di Cologno Monzese aveva ribadito l'intenzione di cercare partner oltreconfine che non rispondessero esclusivamente al nome di Vivendi. E ieri è arrivata la conferma. Ma non sarà un progetto in chiave anti-Netflix. Non nascerà la piattaforma europea in streaming per la produzione e distribuzione di contenuti digitali sul modello (vincente, negli Usa) dell'over-the-top d'Oltreoceano. Per ora, si tratta di un progetto significativo ma solo nel campo dei video on demand. E in particolare della distribuzione (a partire da YouTube) di video di web talent. Il Biscione ha messo sul piatto 22 milioni per acquisire il 5,5% di Studio71 (valutata complessivamente 400 milioni), la piattaforma che aggrega 1.200

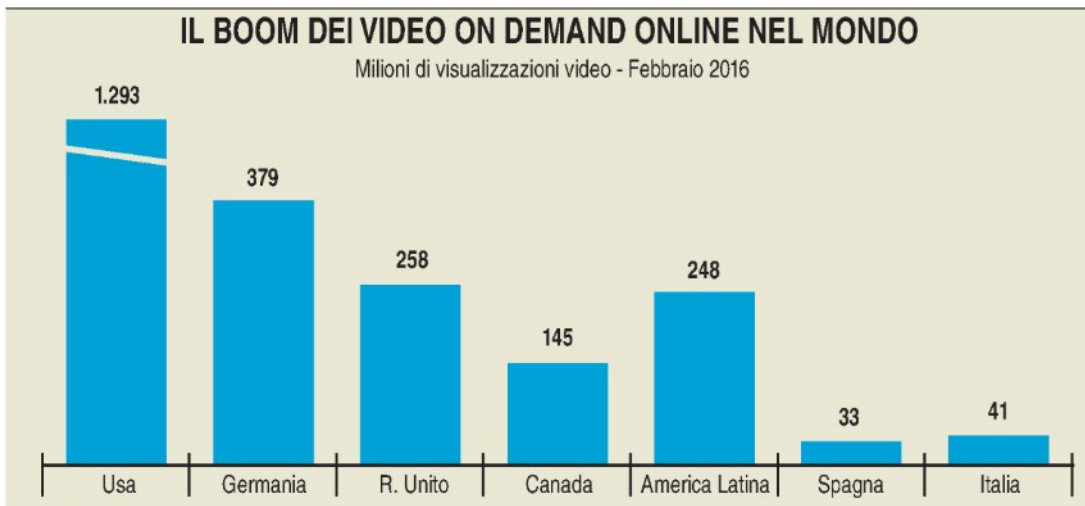
canali web con 405 milioni di iscritti e più di 6 miliardi di video visionati su base mensile, oltre a 215 ore di produzione di contenuti originali, di proprietà (78,5%) del network tedesco ProSiebenSat.1. A fianco di Mediaset, nel capitale di Studio71 ci sarà anche la francese Tfl (avrà il 6,1%), l'emittente partecipata al 44% dal gruppo Bouygues, rivale storico della Vivendi di Vicent Bolloré. L'alleanza darà poi vita a Studio71 Italia, di cui la tv dei Berlusconi avrà il 49%. E Publitalia '90 sarà la concessionaria esclusiva del nuovo network. La svolta digitale imposta da Berlusconi jr nel campo dei video digitali e dei talent non è nuova. Come già anticipato a giugno da *MF-Milano Finanza*, Mediaset, a fronte di un investimento di 1 milione, è entrata con il 40% nel capitale della start-up piemontese Blasteem che oggi conta 60 web star italiane (20 milioni di fan) e che poi finirà inglobata nel nuovo progetto targato Studio71.

Ma quanto vale questo mercato dei web talent, che non è certo paragonabile, per portata, al fenomeno Netflix? In Italia ancora poco, qualcosa come alcuni milioni di euro. Ma negli Usa e nel mondo è un fenomeno che sta dilagando. Anche se a fronte dei miliardi di visualizzazioni i ricavi sono nell'ordine delle

centinaia di milioni di euro. Come risulta dai dati contabili di ProSiebenSat.1, Studio71 è uno dei primi cinque multichannel network a livello globale. E per il gruppo tedesco, fino al 30 settembre il filone di business rappresentato dall'intrattenimento digitale valeva oltre 300 milioni. Un'attività che ora la nuova joint venture intende ampliare e trasformare «nel più importante gestore europeo di talent digitali in stretta sinergia con la tv generalista». Non è da escludere poi che in futuro su questo asse con Tfl e ProSiebenSat.1 si trovino nuove forme di collaborazione e si valutino nuovi progetti multimediali su scala continentale. Un modo per far capire a Vivendi (il titolo ieri ha perso l'1,5% in borsa) che a Cologno non si scherza e che non sarà facile trovare una soluzione alla guerra legale e societaria in corso da mesi, dopo che i francesi non hanno rispettato l'accordo vincolante di aprile per l'acquisto di Mediaset Premium.

Intanto al Biscione sta per arrivare un assegno straordinario di quasi 40 milioni rappresentato dall'extra-dividendo (3,6 euro per azione) approvato ieri dall'assemblea della partecipata (40%) Ei Towers, ovvero la società guidata dall'ad Guido Barbieri, sempre pronta a processi di integrazione sul mercato nazionale (RaiWay? Inwit?) per rendere meno attaccabile il settore. (riproduzione riservata)





GRAFICA MF-MILANO FINANZA



GRAFICA MF-MILANO FINANZA



Dir. Resp.: Luciano Fontana

## Il leader leghista

# Salvini punge: Mediaset finisce ai francesi? Non c'è scandalo

**C**i sarà anche Matteo Salvini al summit delle eurodestre di Coblenza. Il segretario leghista sarà nella città tedesca sabato 21 gennaio. Padrona di casa è Frauke Petri, la quarantenne leader del movimento euroscettico Alternativa per la Germania (Afd). Con lei, oltre a Salvini, la leader del Front national francese, Marine Le Pen, l'olandese Geert Wilders che guida il Partito della libertà (Pvv) e il segretario dell'austriaco Fpo Harald Vilimsky. In sostanza, i leader di molti dei partiti che formano l'eurogruppo Europa delle nazioni e della libertà (Enf).

Il summit, però, prima ancora di iniziare ha dato il via a polemiche proprio nel campo populista. La decisione di Petri di partecipare a un summit con Le Pen ha suscitato proteste nel suo partito. L'accusa nei confronti del Front è quella di essere contraddistinto da «forti correnti di socialismo», mentre Afd è nettamente liberista. In secondo luogo, Alternativa per la Germania ha vietato l'ingresso a parecchi giornalisti: quelli di «tutti i media pubblici», dall'*Handelsblatt* allo *Spiegel*, dalla *Frankfurter Allgemeine Zeitung* fino a

una rivista vicina ai populistici, *Compact*.

Ma è proprio sulle vicende europee che si può misurare il distacco ormai totale tra Lega e Forza Italia. Salvini ha annunciato che non voterà il candidato azzurro alla vicepresidenza del Parlamento europeo, Antonio Tajani. Anche se l'alternativa è il democratico Gianni Pittella: «Per me pari sono» ha detto. E ieri, alla «Zanzara» su Radio24, non ha usato mezzi toni: «Con Berlusconi oggi siamo lontanissimi. Parla bene di Prodi, di Renzi e di Gentiloni, vota il salvabanche, 20 miliardi regalati. Quello che inciucia non è il Berlusconi che ricordavo». Poi, l'avviso: «Se non condivide il nostro programma per uscire dall'euro e controllare i confini, un'alleanza è impossibile». Salvini non esita a toccare i punti più sensibili: «Se i francesi comprassero Mediaset non sarebbe uno scandalo». Certo, ha aggiunto, «io preferirei che l'informazione rimanesse in mani italiane, se però l'informazione è quella della Rai, preferirei la comprassero i francesi».

**Marco Cremonesi**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## LA GIORNATA

### CENTRODESTRA

# Salvini: Berlusconi inciucista, Mediaset? si può vendere

■ Nessuna intenzione di sedersi al tavolo per discutere del futuro del centrodestra. Il segretario della Lega Matteo Salvini ha lanciato ieri un doppio affondo contro il leader di Fi Silvio Berlusconi, che viene accusato di essere «un inciucista» con cui è impossibile parlare di alleanze. Ma più che sul versante politico, il leader della Lega ha attaccato il Cavaliere su un piano più privato bollando Mediaset come «un'azienda non strategica per il Paese» per cui non ci sarebbe «da scandalizzarsi» se i francesi la dovessero comprare.

Salvini non ha intenzione di dialogare con il leader di Fi e Berlusconi incontrando lo stato maggiore del suo partito ha ribadito che la priorità resta la legge elettorale il più possibile proporzionale che garantisca agli azzurri mani libere nella corsa elettorale e poi, a urne chiuse, la possibilità di allearsi. E se Berlusconi ha intenzione di giocare una partita da protagonista, il segretario del Carroccio non ha concesso spazi di manovra: «Se Berlusconi non condivide il nostro programma per uscire dall'euro e controllare i confini - ha avvertito - un'alleanza è impossibile». Altro discorso sono gli accordi locali in vista delle amministrative della prossima primavera. Per tutti rappresentano un test in cui far pesare i propri voti in attesa poi delle politiche. La questione sarà affrontata da una Commissione ad hoc nominata da Berlusconi e presieduta da Altero Matteoli che avrà il compito di individuare i candidati più adatti confrontandosi anche con il resto dei partiti del centrodestra. Ad incidere sul perimetro del futuro centrodestra sarà la nuova legge elettorale: gli occhi sono tutti puntati sulla sentenza della Corte Costituzionale. Dopo si capiranno anche le intenzioni della maggioranza per la nomina del successore di Anna Finocchiaro alla presidenza della commissione Affari costituzionali di Palazzo Madama, che sarà il cuore della trattativa sulla nuova legge elettorale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**EMISSIONI.** LE OPERAZIONI CORPORATE

## Via ai bond di Telecom Italia, Italgas e Prysmian

Servizi ▶ pagina 28

### Emissioni/1. Tasso fisso, scadenza 2023

# Bond Telecom da 1 miliardo

## La cedola al minimo storico

■ Telecom inaugura l'anno con l'emissione di un bond da 1 miliardo. Il prestito obbligazionario - curato da Banca Imi, Bnp-Paribas, Mediobanca, Soc-Gen e UniCredit come joint bookrunner - è stato collocato al costo più basso di sempre. Con scadenza 19 luglio 2023 (e durata quindi sei anni e mezzo), il bond a tasso fisso presenta una cedola del 2,5% e un rendimento all'emissione del 2,622% sul prezzo di 99,288. Inizialmente, per un importo di 500 milioni, era stata fornita una guidance di 255-260 punti base sul tasso mid-swap. Alla fine, lo spread è stato fissato a 237 punti base e l'importo raddoppiato a 1 miliardo, a fronte di una domanda per oltre 2,5 miliardi. Nel book oltre 350 investitori di qualità elevata: oltre il 60% fondi, l'11% fondi pensione/assicurazioni, il 22% banche, tra le quali anche Banca d'Italia che è intervenuta nell'ambito del piano Bce di acquisto di titoli corporate. Un terzo dell'importo è stato allocato a investitori italiani, il 14% in Uk, il 15% in Francia, il 13% in Germania-Austria, il 5% in Svizzera.

Per quest'anno le esigenze di rifinanziamento di Telecom sono stimate complessivamente nell'ordine di 1,5-2 miliardi. Il grosso è stato fatto quindi con l'emissione di ieri che, nonostante le aspettative di inversione di tendenza dei tassi, è stata collocata alle condizioni migliori per Telecom: basti pensare che il costo medio del debito a fine settembre si attestava al 5,1%. L'ammontare dei bond in circolazione ha raggiunto i 25 miliardi.

**A.OI.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Tlc**

**BANDA LARGA**

## **Blackrock investe 100 milioni nell'italiana Linkem**

Blackrock entra in Linkem, il provider italiano di servizi a banda larga, e con gli attuali soci, tra cui Leucadia ational Corporation e Cowen roup, investono 100 milioni di uro per «accelerare la crescita della società attraverso l'estensione della sua rete ultrabroadband LTE su tutto il territorio». «Questo nuovo passaggio finanziario assicura tutto il capitale necessario per conseguire il nostro prossimo obiettivo: raggiungere l'80% della famiglie italiane e portare servizi ultrabroadband a milioni di clienti» ha dichiarato Davide Rota, ad di Linkem.



## Il progetto

# Apple rilancia, punterà sui contenuti

Apple prepara la sfida a Hollywood. Investendo sulla produzione di contenuti originali nel tentativo di bilanciare il calo delle vendite degli iPhone. Pur senza aspirare, almeno per il momento, a diventare una nuova Netflix o una nuova Amazon, Cupertino ha avviato trattative con alcuni produttori per la fornitura di contenuti originali, da offrire con il suo servizio in abbonamento di musica in *streaming*, che incontra difficoltà a tenere il passo con Spotify. Con l'ingresso nei contenuti televisivi originali e nei film, Apple potrebbe segnare l'apertura di un nuovo fronte di battaglia con Hollywood. Ma per il gruppo di Cupertino vale la pena prendere il rischio: la strategia può segnare una svolta per Apple a società media e non più solo distributore di altre aziende media.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





## Bruxelles non fa sconti sulla privacy ai colossi Usa di Internet, WhatsApp, Skype, Messenger: stop alla raccolta abusiva di dati

DI CAMILLO ADINOLFI

**N**on ci sono solo i cosiddetti cookies terzi, quelli inseriti quasi di soppiatto, cioè senza il consenso degli internauti, nei siti web e che servono a spiare i comportamenti e i profili commerciali dei consumatori nel mirino della Commissione europea che da martedì scorso si occupa di *Digital single market* (Mercato unico digitale) come ha anticipato *ItaliaOggi* del 10 gennaio.

**Sotto la lente del presidente Andrus Ansip**, estone, ex primo ministro del suo paese, un passato nel partito comunista e oggi nel partito riformatore, ci sono anche gli operatori telefonici *Ott* (*Over the top*), quelli che stanno sul bancone, come dice la stessa definizione, non dispongono cioè di una rete e di sistemi proprietari ma sfruttano le infrastrutture degli altri.

**Stiamo parlando di applicazioni diffusissime e di grande successo come WhatsApp, Facebook, Messenger, Skype, iMessage, Viber** che ogni giorno mettono in comunicazione milioni di utenti sui telefonini, sui pc, sui tablet e che per una semplice ragione, diciamo, di anagrafe giuridica (non esistevano quando Bruxelles ha approvato la direttiva sulla e-privacy del lontano 2002), non sono costretti a rispettare tutti gli obblighi di riservatezza (oltre al divieto di cessione a terzi dei dati dei propri utenti) a cui sono, invece, sottoposti gli operatori telefonici tradizionali, dalla francese **Orange** alla nostra **Tim**.

**Ovviamente, una situazione insostenibile contro la quale le società telefoniche**, che si sono viste parassitare traffico e clienti dagli Ott, protestano

energicamente da anni. E ora, finalmente, hanno trovato ascolto dalla Commissione. La quale ha già fatto sapere che in materia di protezione dati «*il n'y a pas question*», non si discute neanche (mentre si discuterà a lungo sulla faccenda dei cookies terzi che impattano sul business pubblicitario).

**Insomma, i colossi americani di Internet proprietari dei vari WhatsApp, Skype, Messenger** e di tutte le altre applicazioni, che vendono collegamenti gratis in cambio dei dati dei clienti, dovranno sottostare alle stesse regole delle società telefoniche.

**Quindi, niente raccolta abusiva d'informazioni** (a meno che non ci sia il consenso esplicito dell'interessato), niente gestione dei *Big Data* e, soprattutto, niente cessione a terzi, cioè alle tante società, come il colosso francese del *retargeting* **Criteo** (quotato al Nasdaq), che lavorano le informazioni ad uso e consumo dell'industria pubblicitaria.

**Non solo: gli over the top avranno gli stessi obblighi sociali** delle compagnie telefoniche. Per esempio, l'accesso gratuito ai numeri di emergenza (come il 112 europeo), l'allerta meteo o catastrofi naturali, la possibilità per i non vedenti di dettare un sms e così via. Insomma, il Far West è finito. Dal bancone si rientra nei ranghi.

**Per sfuggire alle regole europee, forse, non c'è da fare altro che** lasciare l'Europa come ha fatto la californiana **Snapchat**, quella del fantasma e dei messaggi che si cancellano dopo qualche secondo: in tempi di Brexit ha deciso di installare il suo quartier generale a Londra. Ci sarà un motivo, no?

—© Riproduzione riservata—■



Andrus Ansip



IL PUNTO

# L'Italia riesce a disintegrare anche Uber e la sharing economy

Lo dimostra un confronto fra Parigi e Milano

DI SERGIO LUCIANO

**P**arigi esterno notte. Un gruppo di sei turisti deve raggiungere l'aeroporto dal centro della città. Non si trovano taxi, le centraline radio sono intasate. Uno dei turisti però è cliente affezionato di Uber: in 9 minuti, puntuale come un orologio svizzero, arriva un Minivan Mercedes da sei posti più bagagli che per 70 euro (guarda combinazione, la stessa cifra che sarebbe stata necessaria per i sei biglietti del treno) porta la comitiva a destinazione.

**Due ore più tardi, all'atterraggio**, il problema si ripropone a Malpensa. Solo che nell'operoso hinterland milanese Uber non ha alcun Minivan a disposizione. E la tariffa delle auto normali è di 130 euro, addirittura più cara dei taxi normali. Quindi in teoria per 6 persone sarebbe stato necessario usare due auto Uber, per 260 euro. Impensabile.

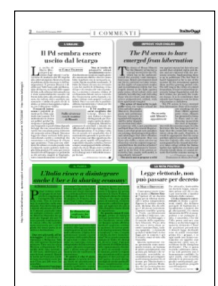
**Cosa dimostra l'apologo**, recentissimamente verificato sul campo? Che anche le piattaforme disruptive come Uber possono poi essere disrupted da un sistema Paese torpido e infingardo, come il nostro. In pratica, la Francia, dove pure Uber è stata osteggiata e contenuta fortemente negli ambiti di attività diretta dalle autorità, offre oggi un servizio complementare ai taxi classici

molto efficiente. L'Italia, dove polemichette iniziali a parte l'irruzione della piattaforma di para-taxi è stata vissuta come un ennesimo, innocuo sottoprodotto dell'abusivismo, - «signò, glie serve un passaggio?», i prezzi sono già volati tanto in alto da vanificarne la convenienza.

**Il punto è che il sistema paese**, lo spirito del luogo, tende ad anestetizzare e amalgamare tutto in un indistinto inefficiente, soprattutto da Roma compresa in giù (ma in questo caso anche a Milano). Torna davvero in mente il dramma del povero marziano di Ennio Flaiano, il verdognolo alieno che atterra a Roma e che, dopo qualche giorno di notorietà, si ritrova trascurato e addirittura ignorato ad aggirarsi da solo a Villa Borghese finché decide di ripartirsene.

**In questo senso il renzismo**, prima di infoiarsi nell'ego ipertrofico del leader fondatore, aveva colto un bisogno sociale effettivo: cambiare qualcosa, credere in qualcosa. Se invece perfino la sharing economy, finisce a tarallucci e vino, o meglio a schifio, da dove ricominceremo? Se in questo momento esistono in Italia 18, diconsi 18, diverse leggi regionali sull'attività di bed&breakfast, tutte rigorosamente disattese, prive di controlli e prive di sanzioni, perché le regioni non concordano nulla e quasi sfoggiano il loro perenne ordine sparso, di quale disruption digitale stiamo parlando? Siamo, semplicemente, al solito casino burocratico.

—© Riproduzione riservata—



## Orange axe sa rentrée sur les contenus

Le PDG d'Orange a indiqué qu'il suivait avec intérêt les mouvements à l'étranger.

### TÉLÉCOMS

**L'opérateur va se lancer dans la production de séries cette année.**

Pour Orange, l'année 2017 sera une année charnière dans la stratégie des opérateurs télécoms vis-à-vis des contenus. C'est, selon nos informations, l'un des principaux messages qu'a tenu à faire passer Stéphane Richard, le PDG d'Orange, mardi soir à l'occasion de la présentation de ses vœux aux salariés du siège de l'opérateur.

Orange est, depuis longtemps, déjà présent dans les contenus avec ses propres chaînes cinéma, OCS, mais aussi ses investissements dans le septième art. Mais, cette année, ces activités devraient prendre encore plus d'importance. « Stéphane Richard a placé l'année 2017 sous le signe du contenu. Il a fait un long développement sur le sujet, le présentant comme un axe de développement important pour l'entreprise », explique un salarié, présent aux vœux. « Il a sensibilisé les cadres en leur disant qu'il fallait continuer à s'intéresser aux contenus », renchérit un autre.

Le PDG d'Orange a indiqué qu'il suivait avec intérêt les mouvements à l'étranger, citant en exemple le mariage en cours entre ATT et Time Warner. Il a rappelé qu'Orange était en train de développer une première série télé et qu'il serait le principal partenaire du prochain film de Luc Besson, « Valérian ». « Il a aussi dit qu'il regardait attentivement comment SFR venait

manger le territoire de Canal+ », pointe un salarié.

Le PDG de l'opérateur historique avait créé le buzz en décembre en déclarant que, si Canal+ était à vendre, « c'est certain qu'Orange s'y intéresserait ». Lors de ses vœux, il a mentionné Canal+ sans donner de détails. Les salariés en ont conclu que les échanges avaient toujours lieu avec Vincent Bolloré, président du conseil de surveillance de Vivendi, la maison mère de la chaîne cryptée, en vue d'une éventuelle alliance. Orange pourrait prendre une participation, même minoritaire, dans Canal+, et réclamer un siège au conseil pour peser dans la stratégie contenus de Canal+. Si c'était le cas, Orange irait ainsi beaucoup plus loin dans les médias qu'il ne l'a jamais fait.

### Une année charnière

2016 a été marquée par l'offensive de SFR dans les médias, poussant ses concurrents à réagir. L'opérateur de Patrick Drahi a lancé cinq chaînes sportives, deux chaînes d'infos, s'est offert l'exclusivité des droits TV de la Premier League anglaise et des séries avec Discovery et NBCUniversal. Il joue complètement sur le terrain de jeu de Canal+, qui doit désormais faire face à un rival puissant. D'où l'hypothèse d'adossement à Orange. « En Espagne, nos abonnés progressent fortement. Or, c'est le seul pays où Orange achète en direct les droits TV du foot. En interne, on finit par se demander si ce n'est pas aussi grâce à cela, relève un cadre d'Orange. Cela a pu faire évoluer l'analyse de Stéphane Richard. »

En tout cas, pour beaucoup de salariés de l'opérateur historique, c'est la première fois, depuis 2010, que le PDG parle autant de médias. Cette année-là, juste après avoir pris la tête de l'opérateur, il avait fait marche arrière dans les contenus en mettant fin aux achats de droits sportifs et en fermant peu de temps après sa chaîne Orange Sport. — F. Sc.

Orange punta sui contenuti per la ripresa delle attività

