

## Rassegna del 04/01/2017

\*\*\*

<b>Sole 24 Ore</b>	<b>1</b>	L'incrocio media-tlc e le leggi da riscrivere in Italia - Media-Tlc e le leggi da riscrivere	<i>Biondi Andrea</i>	<b>1</b>
<b>Sole 24 Ore</b>	<b>18</b>	Mediaset-Vivendi, fondi in manovra - Mediaset, fondi in manovra nello scontro con i francesi Il gruppo «duplica» il piano	<i>Filippetti Simone</i>	<b>3</b>
<b>Corriere della Sera</b>	<b>31</b>	Bolloré e l'Opa amichevole Il piano di Natixis su Mediaset	<i>Basso Francesca</i>	<b>5</b>
<b>Corriere della Sera</b>	<b>31</b>	All'Havas di Yannick la pubblicità di Tim	...	<b>6</b>
<b>Repubblica</b>	<b>11</b>	Contrordine, Berlusconi richiama Parisi	<i>Lopapa Carmelo</i>	<b>7</b>
<b>Repubblica</b>	<b>22</b>	Telecom, la pubblicità è "questione di famiglia"	<i>Livini Ettore</i>	<b>8</b>
<b>Repubblica</b>	<b>22</b>	Cattaneo porta tutti a New York da Merrill Lynch per il piano	<i>Bennewitz Sara</i>	<b>9</b>
<b>Mf</b>	<b>12</b>	Contrarian - Natixis, la banca amica di Bolloré, lancia compromesso su Mediaset: opa amichevole e le tv free a Berlusconi - Il compromesso di Natixis su Mediaset-Vivendi	...	<b>10</b>
<b>Mf</b>	<b>7</b>	Telesia presenta domanda di pre ammissione all'Aim	<i>Brustia Carlo</i>	<b>11</b>
<b>Messaggero</b>	<b>19</b>	Mediaset verso un futuro di convivenza con Vivendi	<i>L. Ra.</i>	<b>12</b>
<b>Giornale</b>	<b>20</b>	La via francese per Vivendi-Mediaset	<i>Meoni Cinzia</i>	<b>13</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>17</b>	Mediaset, la proposta Natixis: tv in chiaro a Fininvest a tempo e il resto a Vivendi	...	<b>14</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>13</b>	Commenti - Mediaset non era considerata strategica	<i>Chittofrati Mario</i>	<b>15</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>29</b>	Internet, il gestore è responsabile - Il sito risponde dei commenti	<i>Ciccio Messina Antonio</i>	<b>16</b>
<b>Italia Oggi</b>	<b>17</b>	Per Telesia domanda di pre-ammissione all'Aim - Telesia, presentata domanda di pre-ammissione all'Aim	...	<b>18</b>
<b>Gazzetta di Parma</b>	<b>5</b>	L'opa di Vivendi? E' poco probabile Mondadori vola	...	<b>19</b>
<b>Stampa</b>	<b>8</b>	Bufale, insulti e pagelle sulla libertà di stampa la lunga crociata di Beppe contro i mass media	<i>Feltri Mattia</i>	<b>20</b>
<b>Foglio</b>	<b>2</b>	Neppure l'Autorità della Veridicità può fermare il mercato delle bufale	<i>Carnevale Maffé Carlo_Alberto</i>	<b>22</b>
<b>ESTERA</b>				
<b>Expansión</b>	<b>5</b>	Telefónica minaccia di denunciare l'Argentina per il fatto di favorire Clarín	<i>Del Castillo Ignacio</i>	<b>24</b>
<b>Expansión</b>	<b>2</b>	La denuncia di Telefónica in Argentina	...	<b>25</b>

**Scenari.** L'era del web e della convergenza ha modificato il mercato dei media in tutto il mondo ma le normative sono rimaste le stesse

# L'incrocio media-tlc e le leggi da riscrivere in Italia

SCENARI - I CONFINI DEL NUOVO MERCATO GLOBALE

## Media-Tlc e le leggi da riscrivere

### NUOVI SCENARI

La partita tra Mediaset e Vivendi rischia di oscurare i temi chiave dal punto di vista industriale, a partire dalla convergenza tra telco e tv di **Andrea Biondi**

Lo scontro fra Mediaset e Vivendi ha messo sotto i riflettori l'assetto normativo e regolatorio che fa (e dovrà fare) da terreno di gioco per quel che sta succedendo e che fa (e dovrà fare) da base per un mercato audiovisivo del futuro in cui, alle porte, bussano con forza i colossi da Oltreoceano.

Uno dei capisaldi dell'assetto normativo è il Sistema integrato delle comunicazioni (Sic), paniere individuato dalla legge Gasparri poi recepito dal Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (cosiddetto Tusmar) per evitare le concentrazioni nel mercato audiovisivo, a tutela del pluralismo con nessun soggetto che può superare il 20% del suo valore. Ritenuto troppo ampio e quindi troppo "pro-Mediaset" non mettendo paletti alle mire espansive della tv di Berlusconi, fu nel dicembre del 2003 fra le cause individuate dal presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi per motivare il rinvio alle Camere della legge di riforma del servizio radiotelevisivo. Oggi quelle stesse norme che si rifanno al Sic sono erette ancora una volta a baluardo per Mediaset. Questa volta alle prese, però, con chi al gruppo di Cologno pensa come preda. Insomma, Sic e legge Gasparri evergreen, per tutte le stagioni. La storia è storia. Amen.

Davanti ci sono sfide dettate dalla globalizzazione del mercato dei contenuti e dalle nuove tecnologie. Che portano a domande chiave: come affrontare la convergenza media-telco e il maggior peso assunto dalle piattaforme globali online? Meglio una deregulation o una regolazione più stringente? Meglio segmentare i mercati o considerare un unico mercato dell'audiovisivo?

Passata la buriana del caso Me-

diaset-Vivendi il tema sarà tutto da affrontare. E anche, se possibile, alla svelta per evitare che si creino improprie barriere all'ingresso o che si blocchino a origine senza un vero peso di vantaggi e svantaggi - quei movimenti che potrebbero generare campioni nazionali in grado di affrontare queste sfide.

Nel paniere della Gasparri rientrano le voci: Servizi di media audiovisivi e radio anche sul web, editoria quotidiana e periodica (e agenzie di stampa) anche sul web; editoria annuaristica e altra editoria elettronica anche sul web; pubblicità online; cinema; pubblicità esterna; iniziative di comunicazione di prodotti e servizi; sponsorizzazioni. L'ultimo aggiornamento di Agcom - l'Authority è tenuta a valorizzare il Sic ogni anno - è di 17,1 miliardi nel 2014, peraltro in calo. Nei prossimi giorni si conoscerà il dato 2015, da cui non si aspettano grandi novità e che comunque rappresenta già una fotografia vecchia. Nel 2012 il Sic è stato rimpolpato con la pubblicità online e quindi con i dati di Google e Facebook, per ora forniti, ma senza essere resi pubblici in forma disaggregata. Nel 2003 Ciampi ritenne troppo alto il limite del 20% in un paniere composito. Oggi quel paniere ci può apparire troppo ampio ed eterogeneo se visto in chiave "tutela del pluralismo", ma anche un po' minimal se lo si vuole considerare come una fotografia del mercato nell'era di Internet e della convergenza. Nel complesso gli Over The top in che misura sono dentro e quanto restano fuori al Sic con la loro attività?

Estendere i limiti previsti dal quadro normativo italiano attuale anche ai nuovi player e alle nuove modalità di comunicazione è senz'altro una possibile strada. Se questo si facesse ampliando il Sic, la diluizione della quota di Mediaset, qualora il suo peso scendesse sotto il 10%, renderebbe il gruppo di Cologno in teoria scalabile da Vivendi-Telecom (sempre partendo dall'assunto che Vivendi controlli Telecom o abbia influenza dominante) in base al quadro normativo dell'attuale Testo unico. Ma la partita tra Mediaset e Vi-

veni - che ha ora una sua specificità - non può che seguire un iter a sé - rischia di oscurare i temi chiave dal punto di vista industriale.

Innanzitutto il tema della convergenza telco-tv. Uno degli aspetti del mercato italiano della pay tv è l'assenza di un'integrazione strutturale fra le offerte di tv a pagamento e le offerte di telecomunicazione (voce, fissa e mobile, connessione Internet).

Dopo l'esperienza pionieristica di Fastweb (chiusasi nel 2012, con poco meno di 200 mila abbonati) tale integrazione è stata praticata solo a livello di iniziative di co-marketing e cioè di collaborazione commerciale fra gli operatori. Solo ora con Timvision, che rappresenta un'esperienza consolidata, partita peraltro anche nella produzione di contenuti, qualcosa si sta muovendo. Sul versante dell'offerta c'è da tenere presente anche il debutto di Vodafone Tv.

Nel frattempo su molti mercati questa integrazione è divenuta strutturale ed è andata rafforzandosi. In Usa, Uk e Spagna il 100% degli abbonati a servizi di pay tv sono abbonati di operatori che praticano il cosiddetto triple-play o quad-play (offerte integrate). Negli Stati Uniti il processo di integrazione fra mercato della pay tv e mercato delle Tlc ha ora avuto il suo acme con il takeover di AT&T su Time Warner. In Gran Bretagna l'ingresso di BT nella pay tv è stato la naturale risposta all'ingresso di Sky nel mercato delle Tlc. In Spagna, dopo l'acquisizione da parte di Telefonica di Digital+ e l'acquisizione di Ono da parte di Vodafone, l'intero mercato della pay tv è ora in mano a operatori di telecomunicazione. Il processo è avanzato anche in Francia e Germania.

Prima o poi, in un modo nell'al-



tro anche la realtà italiana si dovrà adeguare. Non c'è modo migliore per le telco di competere sul mercato della banda larga se non con i servizi vidcotelvisivi, integrati alle stesse offerte di voce e connessione. L'integrazione impatta positivamente sul business: incrementa i ricavi medi per utente (l'Arpu), riduce i costi di acquisizione degli utenti e soprattutto riduce il tasso di disdetta degli abbonamenti. La customer base risulta più stabile perché fruisce di servizi integrati a valore aggiunto.

La base normativa attuale - quella che ha impedito e impedisce un'osmosi Mediaset-Telecom - è dunque al passo? Qualche dubbio c'è anche fra gli esperti. Ernesto Apa, dello studio Portolano Cavallo, definisce il Sic «privo di

senso». Il suo ragionamento fa leva sul fatto che la legge Gasparri «ha previsto un sistema di limiti che è pletorico, quanto inadeguato: alla sovrabbondanza dei divieti non corrisponde un'efficace tutela del pluralismo».

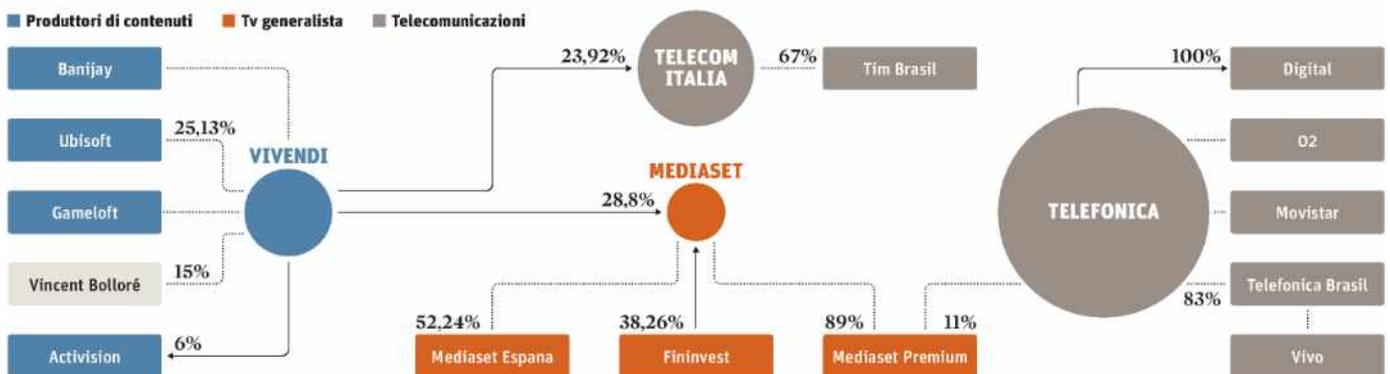
Altra questione: quella dei contenuti. La globalizzazione dell'industria culturale negli ultimi anni ha avuto una trasformazione importante. Fino a qualche tempo fa erano i contenuti a circolare. E quei film o serie tv made in Usa negli anni '80 servivano ad alimentare le piattaforme (le tv banalmente) nazionali con prodotti internazionali. Oggi a viaggiare sono le stesse piattaforme. Quindi quei prodotti internazionali ora fanno la fortuna di colossi che li tengono in casa, come fa Netflix. A questo punto si capisce bene come la ca-

pacità degli operatori nazionali di produrre e gestire piattaforme distributive forti sia essenziale. Se questa capacità si indebolisce potremmo avere un mercato audiovisivo culturalmente dominato da operatori internazionali.

Il quadro di regole oggi a disposizione in Italia mette al riparo da questa prospettiva? La risposta è fondamentale: c'è il rischio di minare alla base la possibilità di reazione del sistema impedendo la creazione di campioni nazionali in grado di competere nel mondo. Sarebbe paradossale se questo avvenisse sull'altare del rispetto di norme che solo in apparenza tutelano il pluralismo, ma in realtà, se mal congegnate, non servono al pluralismo stesso rischiando invece di danneggiare lo sviluppo della nostra industria.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### Telecom Italia, Mediaset e Vivendi e l'intreccio di partecipazioni



**MEDIA**

# Mediaset-Vivendi, fondi in manovra Il gruppo «duplica» il piano

Simone Filippetti ▶ pagina 18 con un'analisi di Andrea Biondi

**Tv.** Verso la presentazione di due progetti industriali a gennaio e marzo

## Mediaset, fondi in manovra nello scontro con i francesi Il gruppo «duplica» il piano

Lo scenario di Natixis: Spagna a Vivendi, Italia a Berlusconi

**Simone Filippetti**

■ **Mediaset** va al «raddoppio» del piano industriale. Gennaio è un mese cruciale per la tv commerciale di Silvio Berlusconi. Finita sotto attacco, inaspettato, del finanziere francese, un tempo amico, Vincent Bolloré e del colosso Vivendi, l'azienda è attesa a Londra per incontrare la comunità finanziaria: verrà alzato il sipario sulla Mediaset del futuro (che mai come oggi è apparso così incerto).

Secondo indiscrezioni, però, il piano verrà diviso in due parti: tra dieci giorni, nella city, Mediaset svelerà i numeri sul medio termine. La strategia industriale e i dettagli saranno lasciati a un secondo appuntamento, più avanti, verso marzo. Seguirà anche un road show negli Usa, una presentazione agli investitori, i grandi fondi pensione Oltreoceano. Come mai la scelta? Con Bolloré salito al 28,8%, è evidente Mediaset è finita in stallo. I fondi esteri, investitori istituzionali e soprattutto gli hedge fund, hanno un approccio molto pragmatico e di mercato: scelgono con chi schierarsi in base alle strategie e ai risultati di un'azienda. E Mediaset ha una grossa fetta di flottante (anche dopo il blitz francese), fatta di investitori stranieri (il 25% circa). Tutti questi azionisti vanno

convinti uno a uno: Fedele Confalonieri e PierSilvio Berlusconi dovranno offrire una visione industriale credibile e spiegare perché loro sono in grado di gestire l'azienda meglio di quanto non possa fare lo scalatore Bolloré. Ovviamente, a Cologno Monzese, la tempesta di Vivendi ha mandato in fumo tutti i piani, che dovranno essere rivisti. Allo stesso tempo però Mediaset non può tenere il mercato in attesa per mesi: il nuovo piano era previsto per settembre. Dunque, anche la necessità di dare delle guidance immediate e chiare al mercato, per tranquillizzarlo. Poi, in un secondo momento, un piano industriale strategico che travalichi l'orizzonte dell'anno. Ma per quello, ci vuole appunto più tempo.

Ieri, intanto, a Piazza Affari seduta di prese di beneficio, ma con volumi di scambio significativi per Mediaset: il titolo ha viaggiato in controtendenza accusando un calo dell'1,2%; mentre sono passati di mano 20 milioni di azioni (l'1,7% del capitale). In questa fase di transizione, tra l'improvvisa scalata pre-natalizia di Vivendi e lo stallo dovuto al fatto che sia i francesi sia Fininvest si trovano a detenere "quote limite" di titoli oltre alle quali scatterebbe l'offerta obbli-

gatoria, gli analisti delle case di investimento principali sembrano poco inclini a credere a un'opa ostile in arrivo da Parigi ma sono anche titubanti sull'ipotesi che il nuovo socio voglia andare alla prova di forza in assemblea per ottenere una rappresentanza in cda. In attesa di capire anche quali potranno essere le strategie industriali di Mediaset sia sulla tv in chiaro sia sulla pay, visto che tra qualche settimana dovrebbero essere presentate le linee guida triennali, prendono piede le valutazioni di una separazione delle attività attualmente in capo a Mediaset sia - come sottolinea Mediobanca Securities - nell'ottica di ridurre l'incidenza di Cologno Monzese nel Sistema integrato delle comunicazioni (ad esempio con la cessione di Premium) in modo da superare gli ostacoli di concentrazione nel caso di un asse Vivendi-Media-

set sia - come tratteggia uno scenario degli analisti di Natixis - nell'ottica di trovare un equilibrio tra le mire francesi e l'interesse di Fininvest.

In questo senso gli analisti Jerome Bodin e Pavel Govcivan di Natixis, ipotizzano un riassetto di Mediaset che passi da una doppia opa amichevole, sulla capogruppo e sulla controllata Mediaset Espana, e che porti successivamente a separare le attività della tv in chiaro in Italia e in Spagna da quelle di pay-tv e di produzione televisiva. In sostanza, dopo le due opa a Milano e Madrid, Vivendi terrebbe per sé il 100% di Premium e il 100% delle attività di produzione televisiva come Medusa e Taodue mentre la tv in chiaro finirebbe in un veicolo controllato al 51% da Fininvest e al 49% da Vivendi. Questo riassetto avrebbe come corollario un'opzione "call" che permetterebbe

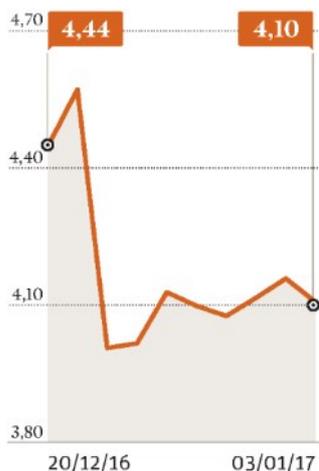


ai francesi di assumere il controllo anche di queste attività entro 3-5 anni, consentendo a Fininvest di entrare nell'azionariato del gruppo francese come secondo socio alle spalle di Vincent Bolloré. Il tutto potrebbe essere bollato come fanta-finanza, se non fosse che Natixis è una banca ritenuta vicina a Bolloré. Che fosse un segnale indiretto agli italiani?

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Mediaset

Andamento del titolo a Milano



# Bolloré e l'Opa amichevole Il piano di Natixis su Mediaset

«Per uscire dallo stallo» a Fininvest resterebbero le televisioni in chiaro

## L'investimento

Ai francesi l'operazione costerebbe, secondo le stime della banca, 2,8 miliardi di euro

**MILANO** La premessa sta proprio all'inizio della nota giornaliera della banca d'affari transalpina Natixis: «Le relazioni tra Vivendi e Fininvest sono tese e al momento un accordo non è all'orizzonte». Ma l'istituto che ha aiutato il gruppo di Vincent Bolloré a passare dal 3% al 29,77% dei diritti di voto di Mediaset, nel giro di poco tempo, ha ipotizzato uno scenario che potrebbe portare a un «compromesso»: una doppia Opa amichevole a Milano e Madrid sulla capogruppo Mediaset e sulla controllata Mediaset Espana, seguita dal trasferimento del 51% delle televisioni in chiaro a Fininvest.

Di fatto la situazione è in stallo perché sia Vivendi sia Fininvest (che ha il 39,8% di Mediaset) hanno «quote limite» di titoli oltre alle quali scatterebbe l'Opa obbligatoria. Come porre fine a questa guerra di posizione? Secondo gli analisti di Natixis, Jerome Bodin e Pavel Govciyan, la soluzione da loro ipotizzata permetterebbe alla famiglia Berlusconi di continuare a gestire le televisioni storiche mentre Vivendi potrebbe consolidare i restanti asset (pay tv, produzione e diritti). In pratica Vivendi terrebbe per sé il 100% dei Premium e il 100% delle attività di produzione televisiva come Medusa e Taodue, mentre la tv in chiaro finirebbe in un veicolo controllato al 51% da Fininvest e al 49% da Vivendi. Questo riassetto prevede anche un'opzione «call» che permetterebbe ai francesi di assumere il controllo anche di queste attività entro 3-5 anni consentendo a

Fininvest di entrare nell'azionariato del gruppo francese come secondo socio alle spalle di Vincent Bolloré. Per realizzare un'operazione di questo tipo Natixis stima un investimento iniziale di 2,8 miliardi da parte dei francesi, quindi assai meno dei 7 miliardi (cifra massima) ipotizzati in caso di Opa su Mediaset Espana e su E! Tower.

La separazione delle attività di Mediaset è un'ipotesi che sta prendendo piede tra gli analisti. Nei giorni scorsi ne aveva valutato l'opportunità anche Mediobanca Securities, considerando un'eventuale cessione di Premium (ribadita anche ieri nelle *Morning news*) per ridurre l'incidenza di Mediaset nel Sistema integrato delle telecomunicazioni (Sic) sotto il 10%.

Il titolo Mediaset, dopo la corsa dei giorni scorsi, ha perso l'1,2% ieri pur mantenendosi sopra quota 4 euro, sui massimi da oltre un anno. Una seduta di prese di beneficio caratterizzata però, osservano gli analisti, da volumi di scambio che sono tornati a farsi significativi. E c'è chi osserva come l'ipotesi della doppia Opa amichevole da parte di Vivendi sia stata presa freddamente dal mercato. Del resto sono i giorni dell'attesa, finché i giocatori non faranno le loro mosse. A metà gennaio il gruppo guidato da Pier Silvio Berlusconi presenterà il piano triennale «Med 2020» agli investitori internazionali a Londra. Sarà l'occasione per spiegare le strategie industriali di Mediaset a cominciare da quelle sulla tv tradizionale free e su quella a pagamento. Pare invece sfumata l'ipotesi che Vivendi possa chiedere la convocazione di un'assemblea.

**Francesca Basso**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Vivendi

Vincent Bolloré, primo azionista di Vivendi con il 20%



## Budget di 80-100 milioni

# All'Havas di Yannick la pubblicità di Tim

**A**ffari in casa per la famiglia Bolloré. Il tentativo in corso di scalare Mediaset non ha distolto l'attenzione del vertice Vivendi da altri affari, certamente minori ma non meno interessanti. Alla fine del 2016, infatti, Tim (di cui la Vivendi di Vincent Bolloré è primo azionista) ha indetto una gara per assegnare il budget pubblicitario 2017 (circa 80-100 milioni). Il *pitch*, avviatosi a settembre, aveva avuto una fase di rallentamento, ma alla fine la gara è stata vinta dall'agenzia francese Havas. A nessuno nel mondo della comunicazione è sfuggita una singolare coincidenza; il ceo di Havas Media Group è Yannick Bolloré, figlio di Vincent, mentre in Italia la centrale media è guidata da Stefano Spadini. Con la conquista di Tim l'agenzia raddoppia le sue dimensioni in Italia: secondo alcune stime, nel 2016 ha gestito circa 100 milioni di euro di investimenti pubblicitari.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Contrordine, Berlusconi richiama Parisi

Telefonata di disgelo con il manager. Letta e Confalonieri sponsor della svolta moderata

L'ex sottosegretario a pranzo dal cardinale Ruini con il presidente di Mediaset. "Silvio non cederà al fronte populista"

CARMELO LOPAPA

ROMA. «Su Stefano Parisi ho commesso un grave errore, dovremo richiamarlo alle armi». È la svolta di inizio anno di Silvio Berlusconi, il ravvedimento (o la giravolta, l'ultima delle tante) sul manager corteggiato, arruolato e poi mollato senza tanta diplomazia, tutto in una manciata di mesi. Telefonata di auguri nei giorni scorsi - partita dal leader di Forza Italia - la rottura del ghiaccio dopo il prolungato silenzio, l'impegno a rivedersi subito dopo le feste, al rientro in Italia dell'ex ad di Fastweb.

Molto ha lavorato in questa direzione il tandem Gianni Letta-Fedele Confalonieri. Il primo soprattutto, consigliere tornato in grande spolvero e artefice tra l'altro della ricostruzione del rapporto con il Quirinale di Sergio Mattarella. Pochi giorni prima di Natale, in un pranzo romano nella residenza del cardinale Camillo Ruini, proprio l'ex sottosegretario e il presidente Mediaset sembra che abbiano preannunciato la presa di distanze di Forza Italia da qualsiasi "deriva populista". Di più, rassicurato il prelado, che continua a osservare con attenzione lo scacchiere della politica italiana, sul ritorno alle sponde moderate, dopo gli eccessi della campagna per il referendum del 4 dicembre. Prefigurando appunto il (nuovo) reclutamento di Parisi a conferma della mutata strategia berlusconiana.

Già, perché nulla avviene per caso, alla corte del Cavaliere, che ha concluso ie-

ri a Villa Certosa in Sardegna alcuni giorni di vacanza con Francesca Pascale e la "rientrante" Mariarosaria Rossi. Il ritorno alla carta Parisi matura sulla scia del giro di boa che l'ex premier si è imposto: sul governo Gentiloni e sulla trattativa per la nuova legge elettorale che intende impostare col Pd. Del resto, Berlusconi ha ormai realizzato che con Matteo Salvini e Giorgia Meloni - intenzionati a organizzare a breve le primarie del centrodestra, a liquidarlo e a sponsorizzare una riforma elettorale in chiave maggioritaria - non va lontano. Lui invece ha l'esigenza in prima battuta di far quadrato intorno alle aziende, in un momento così delicato in cui Mediaset è sotto l'assedio Vivendi, e in cui i rapporti con Palazzo Chigi devono essere quanto meno normalizzati. Come con il Partito democratico col quale - nonostante Renzi - spera di strappare una riforma su base proporzionale per puntare dritto al "governissimo" dopo il voto. Altro che Salvini. Berlusconi - racconta chi gli ha parlato in queste ore - non ha deciso quale ruolo affidare a Stefano Parisi, che nel frattempo continua a costruire il suo network "Energie per l'Italia". Non ha ben realizzato se coinvolgerlo in un'alleanza tra moderati, una riedizione della Casa delle libertà in versione antipopulisti, o se affidargli un ruolo più attivo. Tanto più che considera ormai il governatore ligure Giovanni Toti in squadra coi "populisti". Il Cavaliere continua in privato a mostrare forti dubbi sulle doti da leader dell'ex candidato sindaco di Milano. Il quale, dal canto suo, si riavvicina ad Arcore con parecchia prudenza dopo quanto è avvenuto solo due mesi fa. Per cominciare ha ripreso i contatti con molti parlamenari forzisti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Silvio Berlusconi e Stefano Parisi, ex manager e candidato a sindaco di Milano per il centrodestra alle ultime comunali



> **BOLLORÉ/2**

## Telecom, la pubblicità è “questione di famiglia”

**ETTORE LIVINI**

**B**olloré e Berlusconi non si parlano da settimane. Ma qualcosa, dietro le quinte, si muove lo stesso. A lanciare segnali di fumo è stata ieri Natixis, braccio armato di Vincent Bolloré nella scalata che l'ha portato al 29,9% di Mediaset. La pace è possibile — dice la banca d'affari — con uno schema semplice: i francesi lanciano l'Opa su Cologno e su Mediaset Espana, poi girano a Fininvest il 51% delle tv generaliste tenendosi pay e diritti. Consigli interessanti? Probabile, si vedrà se qualcuno vorrà ascoltarli. Il raider bretone, nel frattempo, mette a segno un bel colpo in famiglia. Telecom Italia (in cui Vivendi ha il 24%) ha dato da gestire il suo budget pubblicitario ad Havas società guidata da Yannick Bolloré, suo figlio. La controllata della dinastia transalpina ha vinto un'asta a quattro (contro Wpp, Omnicom e Dentsu) grazie alla miglior offerta e gestirà un budget di 80 milioni. Si vedrà in futuro se e quanti di questi soldi saranno girati per gli spot sulle tv del Biscione.



> BOLLORÉ/1

## Cattaneo porta tutti a New York da Merrill Lynch per il piano

SARA BENNEWITZ

**P**er la prima volta nella storia di Telecom Italia, l'annuale incontro con gli investitori per illustrare le prospettive del prossimo triennio sarà presentato negli Usa, invece che in Europa. I motivi sono diversi, tra cui il fatto che oltre un quarto del capitale del gruppo guidato da Flavio Cattaneo e Giuseppe Recchi è in mano a fondi americani e canadesi. Ma in un momento di taglio costi come quello dell'era Cattaneo, Telecom ha scelto come location per l'evento del 3 febbraio, il grattacielo di Bank of America Merrill Lynch a New York, anche perché la banca Usa, si è offerta — da prassi di mercato — di farsi carico delle spese di viaggio. Morale: BofA — che peraltro inserisce Telecom nella sua top10 — pagherà anche buona parte delle spese della presentazione del piano 2017. Infine, dopo anni di convention tra Londra e Milano con risultati infausti, cambiare aria è parso come un modo di voltare pagina.



# Natixis, la banca amica di Bolloré, lancia compromesso su Mediaset: opa amichevole e le tv free a Berlusconi

(Contrarian a pagina 12)

CONTRARIAN

## IL COMPROMESSO DI NATIXIS SU MEDIASET-VIVENDI

► È possibile un compromesso nella diatriba che oppone Fininvest a Vivendi sul caso Mediaset. Almeno così la pensano gli analisti di Natixis, che hanno analizzato «uno scenario alternativo», ipotizzando un'alleanza tra le due parti, con «un'opa amichevole di Vivendi su Mediaset e Mediaset España e la retrocessione del 51% delle attività della tv in chiaro» in Italia e Spagna «a Fininvest». Tale opzione, spiega Natixis, «permetterebbe alla famiglia Berlusconi di continuare a gestire nel breve-medio termine queste due attività storiche e a Vivendi di consolidare le attività restanti e per lei strategiche (pay tv, produzione-diritti). Vivendi potrebbe evitare un'operazione ostile e allearsi con Fininvest per la gestione della tv in chiaro, soluzione preferibile in un contesto di investimento duraturo in Italia ed Europa del Sud. La creazione di un'opzione call a 5 anni sul 51%» a favore di Vivendi, prosegue Natixis, «permette di considerare finalmente una fusione completa e, quindi, garantire alla famiglia Berlusconi una finestra di liquidità. Ciò permetterebbe anche di aggirare la barriera di regolamentazione (controllo congiunto di Telecom e Mediaset). Questo attualmente non è uno scenario, ma è a nostro avviso credibile perché consentirebbe di risolvere molte difficoltà e conciliare gli obiettivi a volte contrastanti». Pur non essendo uno scenario è un'ipotesi comunque suggestiva soprattutto perché proviene da una casa d'affari che ha affiancato Bolloré nella scalata al gruppo italiano e che quindi dovrebbe bene interpretare gli obiettivi di Vivendi. Nel dettaglio, gli analisti parlano di «tre operazioni: due opa e una retrocessione. Secondo il nostro schema, Vivendi lancerebbe un'opa su Mediaset e Mediaset España e retrocederebbe il 51% della tv in chiaro in Italia e Spagna a Fininvest. In questo modo, i francesi deterranno il 100% di Mediaset Premium e delle attività di produzione e dei diritti (in particolare Taodue e Medusa) e una quota del 49% nel nuovo polo della tv in chiaro (Italia/Spagna). Lo schema potrebbe prevedere un'opzione di acquisto a favore di Vivendi sul

51% con un orizzonte a 3-5 anni e potenzialmente pagabile con titoli Vivendi». Fininvest, prosegue Natixis, potrà allora diventare azionista di Vivendi (12% sulla base delle valutazioni di borsa indicate) e in questo caso sarebbe il secondo socio dopo Bolloré. L'intesa potrebbe prevedere una clausola di liquidità che permetterebbe a Vivendi di cedere in borsa il suo 49% in caso di mancato accordo con Fininvest. Un modo per convincere Fininvest, sostengono gli analisti, sarebbe «apportare i canali gratuiti francesi di Vivendi (D8, D17 e Itelé) al nuovo polo della tv in chiaro. Ci sarebbe dunque una presenza su tre mercati della tv in chiaro: Italia, Spagna, Francia. Questo ridurrebbe anche l'esborso per Vivendi dal momento che il polo della tv free del gruppo francese può valere 406 milioni». L'esborso iniziale per i francesi, calcola Natixis, sarebbe di 2,8 miliardi. Ipotizzando un premio del 10% sui corsi attuali di Mediaset e Mediaset España, Vivendi «sborserà 5,8 miliardi per il 70% che non possiede di Mediaset e per il 50% di Mediaset España. Sulla base della nostra valutazione della tv in chiaro in Italia e dei corsi di Mediaset España, Vivendi otterrebbe da Fininvest, per la retrocessione del 51% delle attività tv in chiaro nei due Paesi, 3,5 miliardi. Dunque, il costo dell'operazione sarebbe di 2,3 miliardi per Vivendi, che potrebbe chiedere di aggiungere una parte del debito netto di Mediaset (circa 1 miliardo a fine 2017)», portando l'ammontare a 2,8 miliardi. Infine, conclude Natixis, «l'integrazione del polo della tv in chiaro di Vivendi nello schema ridurrebbe tale cifra nell'ordine di 400 milioni».



## Telesia presenta domanda di pre ammissione all'Aim

di Carlo Brustia

**T**elesia spa, leader della Go TV e posseduta al 100% da Class Editori, ha presentato domanda di pre ammissione alle negoziazioni sul mercato Aim, Alternative Investment Market. Advisor della quotazione è Ambromobiliare, mentre il Nomad (il garante regolamentare nei confronti del mercato e di Borsa Italiana) è Envent, con sedi a Roma e Londra. Lo studio legale per l'emittente è Nctm e il legale del Nomad è lo Studio Pedersoli. La quotazione in borsa di Telesia, che sarà la prima matricola dell'Aim del 2017, oltre che per garantire la realizzazione delle forti potenzialità della società è stata decisa per verificare l'iter di quotazione all'Aim di piccole società finalizzato alla creazione di un vero mercato dei capitali per le piccole e medie imprese italiane. In quest'ambito la casa editrice ha in preparazione una serie di iniziative sia sul piano dell'informazione che dell'analisi fondamentale, considerata l'urgenza di sviluppare fonti di finanziamento per le pmi alternative al canale bancario. (riproduzione riservata)



# Mediaset verso un futuro di convivenza con Vivendi

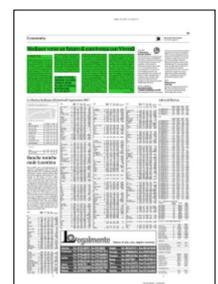
**LE GRANDI ISTITUZIONI  
FINANZIARIE ESCLUDONO  
SCENARI DI GUERRA:  
PER LORO PIÙ PROBABILE  
UN'INTEGRAZIONE  
TRA I DUE GRUPPI  
LE PROSPETTIVE**

MILANO Seduta di prese di beneficio per il titolo Mediaset che ieri ha chiuso in calo dell'1,2% a fronte di 20 milioni di azioni scambiate (l'1,7% del capitale). In questa fase di transizione, tra l'improvvisa scalata pre-natalizia di Vivendi e lo stallo dovuto al fatto che sia i francesi sia Fininvest detengono «quote limite» oltre le quali scatterebbe l'Opa obbligatoria, gli analisti delle case di investimento sembrano poco inclini a credere a un'Opa ostile in arrivo da Parigi ma sono anche titubanti sull'ipotesi che il nuovo socio voglia andare alla prova di forza in assemblea per ottenere una rappresentanza in cda. In attesa di capire anche quali potranno essere le strategie industriali di Mediaset sia sulla tv in chiaro sia sulla pay, prendono piede le valutazioni di una separazione delle attività attualmente in capo a Mediaset sia - come sottolinea Mediobanca Securities - in un'ottica di ridurre l'incidenza di Cologno Monzese nel sistema integrato delle comuni-

cazioni (ad esempio con la cessione di Premium) in modo da superare gli ostacoli di concentrazione nel caso di un asse Vivendi-Mediaset sia - come tratteggia uno scenario degli analisti di Natixis - nell'ottica di trovare un equilibrio tra le mire francesi e l'interesse di Fininvest. In questo senso gli analisti Jerome Bodin e Pavel Govciyan ipotizzano un riassetto di Mediaset che passi da una doppia Opa amichevole, sulla capogruppo e sulla controllata Mediaset Espana, e che porti successivamente a separare le attività della tv in chiaro in Italia e in Spagna da quelle di pay-tv e di produzione televisiva. In sostanza, dopo le due Opa a Milano e Madrid, Vivendi terrebbe per sé il 100% di Premium e il 100% delle attività di produzione televisiva come Medusa e Taodue mentre la tv in chiaro finirebbe in un veicolo controllato al 51% da Fininvest e al 49% da Vivendi. Questo riassetto avrebbe come corollario un'opzione «call» che permetterebbe ai francesi di assumere il controllo anche di queste attività entro 3-5 anni consentendo a Fininvest di entrare nel capitale del gruppo francese quale secondo socio dopo Vincent Bolloré. Sempre che questo passaggio non avvenga attraverso la fusione diretta di Mediaset in Vivendi che, dopo le cessioni imposte dall'Antitrus, porterebbe a una identica opzione di controllo ma a fronte di un gruppo più compatto.

**L. Ra.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



CONTINUA LA CORSA DI MONDADORI

# La via francese per Vivendi-Mediaset

*Natixis propone un' ipotesi di spartizione tra Fininvest e Bolloré*

**Cinzia Meoni**

■ Riflettori accesi su Mondadori che prosegue, inarrestabile, la sua corsa al rialzo con volumi da brivido. Il titolo del gruppo di Segrate, che fino a un mese fa viaggiava attorno a 0,9 euro, ha chiuso ieri la seduta a 1,33 euro (+3,9%), con oltre 2,9 milioni di titoli scambiati, dieci volte la media mensile giornaliera. Piazza Affari specula sull'ipotesi che la partita in corso tra Fininvest e Vivendi su Mediaset possa passare anche da Mondadori, di cui la finanziaria milanese ha il 50,4% del capitale.

Natixis prova intanto a suggerire una strutturata soluzione di compromesso tra Vivendi e Fininvest su Mediaset, controllata dalla finanziaria della famiglia Berlusconi con il 38,2% del capitale e oggetto, a metà dicembre, della scalata ostile dei francesi saliti in due settimane al 28,8% del capitale. Il broker, che ha affiancato Vincent Bolloré nella scalata al Biscione, ha infatti ipotizzato «un'Opa amichevole di Vivendi» sul gruppo tv italiano e sulla controllata Mediaset Espana e, subito dopo, «una retrocessione del 51% delle attività tv in chiaro a Fininvest». Per Vivendi sarebbe un affare: solo 2,8 miliardi, con un premio del 10% rispetto alla quotazione dei due gruppi, rispetto ai 7 ipotizzati negli ultimi giorni dagli analisti che ricomprendevano, all'interno del perimetro oggetto di Opa obbligatoria, anche Eit Towers, altra società controllata dal Biscione. Vivendi infatti dovrebbe pagare 5,8 miliardi per il 70% di Mediaset e il 50% della controllata spa-

gnola, oltre ad accollarsi parte del debito di Mediaset, salvo poi recuperare 3,5 miliardi dalla cessione del 51% delle attività tv in chiaro a Fininvest che potrebbe doversi accollare anche altri tre canali francesi (D8, D17 ed Itélé) valutati 406 milioni circa. Una simile struttura dell'operazione sarebbe ideale per Vivendi perché le consentirebbe di consolidare la pay tv, avviare una collaborazione industriale con i Berlusconi e, infine, evitare di incorrere nei limiti regolatori che vietano il controllo congiunto di Telecom Italia (di cui i francesi hanno il 24,7%) e appunto di Mediaset. Natixis ipotizza poi che a Fininvest sia lasciata un'opzione di vendita sulla quota detenuta nella tv in chiaro che possa essere pagata in titoli Vivendi. In questo caso la cassaforte dei Berlusconi salirebbe al 12% del polo francese, divenendone il secondo azionista.

Suggerimenti e ipotesi che però non convincono il mercato. A Piazza Affari, ieri, Mediaset ha infatti chiuso la seduta a 4,1 euro in calo dell'1,2 per cento. «Un simile report da parte di un broker vicino a Vivendi - sostiene Antonello Sanna, ad di Scm sim - può essere indicativo dei timori francesi di una discesa in campo della Cassa Depositi e Prestiti su Telecom. Un'ipotesi su cui la stessa Cdp ha gettato acqua sul fuoco ma che, in Borsa, resta d'attualità. Ma il premio ipotizzato per l'Opa "amichevole" su Mediaset è troppo basso rispetto ai valori del Biscione che, prima del dietrofront di Vivendi sull'acquisto di Premium, quotava intorno a questi stessi livelli».



**RAIDER**  
Vincent  
Bolloré, primo  
azionista del  
gruppo media  
Vivendi



## Mediaset, la proposta Natixis: tv in chiaro a Fininvest a tempo e il resto a Vivendi

È possibile un compromesso nella diatriba che oppone Fininvest a Vivendi sul caso Mediaset. La pensano così gli analisti di Natixis, la banca d'affari che per altro ha aiutato il gruppo di Vincent Bolloré a raggiungere il 29,77% del gruppo del Biscione. Natixis ha analizzato «uno scenario alternativo», un «compromesso», ipotizzando un'alleanza tra le due parti, con «un'opa amichevole di Vivendi su Mediaset e Mediaset España e la retrocessione del 51% delle attività della tv in chiaro» in Italia e Spagna a Fininvest. Tale opzione, spiega Natixis, «permetterebbe alla famiglia Berlusconi di continuare a gestire nel breve-medio termine queste due attività storiche e a Vivendi di consolidare le attività restanti e per lei strategiche (pay tv, produzione/diritti)».

La soluzione, però, sarebbe a tempo ed è questa, fra le altre cose, la caratteristica che meno piacerebbe a Fininvest: «La creazione di un'opzione call a 5 anni sul 51%» a favore di Vivendi, prosegue Natixis, «permette di considerare finalmente una fusione completa e, quindi, garantire alla famiglia Berlusconi una finestra di liquidità. Ciò permetterebbe anche di aggirare la barriera di regolamentazione (controllo congiunto di Telecom Italia e Mediaset)».

Nel dettaglio, gli analisti parlano di tre operazioni: due opa e una retrocessione. Secondo lo schema, Vivendi lancerebbe un'opa su Mediaset e Mediaset España e retrocederebbe il 51% della tv in chiaro in Italia e Spagna a Fininvest. In questo modo, i francesi deterranno il 100% di Mediaset Premium e delle attività di produzione e dei diritti (in particolare Taodue e Medusa) e una quota del 49% nel nuovo polo della tv in chiaro (Italia/Spagna). Lo schema prevederà un'opzione di acquisto a favore di Vivendi sul 51% con un orizzonte a 3-5 anni e potenzialmente pagabile con titoli Vivendi.

Fininvest, prosegue Natixis, potrà allora diventare azionista di Vivendi (12% sulla base delle valutazioni di Borsa indicate)

e in questo caso sarebbe il secondo socio dopo Bolloré.

Un modo per convincere Fininvest, sostengono gli analisti, sarebbe «apportare i canali gratuiti francesi di Vivendi (D8, D17 e Itelè) al nuovo polo della tv in chiaro. Questo ridurrebbe anche l'esborso per Vivendi, dal momento che il polo della tv gratuita del gruppo francese vale 406 milioni di euro.

L'esborso iniziale per i francesi, calcola Natixis, sarebbe di 2,8 miliardi di euro. Ipotizzando un premio del 10% sui corsi attuali di Mediaset e Mediaset España, Vivendi «sborserà 5,8 mld per il 70% che non possiede di Mediaset e per il 50% di Mediaset España. Sulla base della nostra valutazione della tv in chiaro in Italia e dei corsi di Mediaset España, Vivendi otterrebbe da Fininvest, per la retrocessione del 51% delle attività tv in chiaro nei due Paesi, 3,5 miliardi di euro. Dunque, il costo dell'operazione sarebbe di 2,3 miliardi per Vivendi, che potrebbe chiedere di aggiungere una parte del debito netto di Mediaset (circa 1 miliardo a fine 2017)», portando l'ammontare a 2,8 miliardi di euro.

Sulla vicenda è intervenuto ieri ai microfoni di Class Cnbc il sottosegretario al ministero dell'Economia e delle Finanze, Pier Paolo Baretta, che ha spiegato che il governo «sta seguendo con attenzione la vicenda Mediaset e non abbandonerà questa partita al destino di mercato». Il titolo Mediaset ieri ha chiuso in calo dell'1,25%, a 4,10 euro, mentre è continuata la crescita di Mondadori: dopo il +9,31% di lunedì ha segnato un +2,73% a 1,315 euro.



## COMMENTI

**Mediaset non era considerata strategica**

Mediaset, alla cui difesa vengono adesso chiamati i «massimi livelli istituzionali» (*Repubblica*) non è che venisse considerata di valore strategico dai ministri della sinistra democristiana del governo Andreotti che si dimisero per protesta contro la legge che le consentiva di esistere. Né che tale venisse considerata dai proponenti della sterminata serie di iniziative di Parlamento e autorità volte a limitarne l'attività, serie culminata nel disegno di legge del 16 ottobre 2006 a firma proprio dell'attuale presidente del Consiglio, che chiede di porre un tetto al suo fatturato pubblicitario pari al 45 per cento del totale dei ricavi dell'intero settore televisivo.

*Mario Chittofrati*



Può essere condannato per complicità nella diffamazione con l'utente che ha caricato il commento offensivo

# Internet, il gestore è responsabile

Il gestore del sito Internet è complice della diffamazione commessa dall'utente che carica un testo. La responsabilità, però, non scatta per la sola posizione di gestore del sito, ma sulla base dell'agevolazione prestata alla commissione della diffamazione. Ad esempio mantenendo consapevolmente il documento sul sito e consentendo, con l'omessa rimozione, che lo stesso sviluppi la sua efficacia diffamatoria. Il principio è stato formulato dalla Corte di cassazione.

Ciccia Messina a pag. 29

La Cassazione dettaglia a quali condizioni si commette il reato di concorso online

## Il sito risponde dei commenti Diffamazione commessa dall'utente: gestore complice

DI ANTONIO  
CICCIA MESSINA

Il gestore del sito Internet è complice della diffamazione commessa dall'utente che carica un testo. La responsabilità, però, non scatta per la sola posizione di gestore del sito, ma sulla base della agevolazione prestata alla commissione della diffamazione. Ad esempio mantenendo consapevolmente il documento sul sito e consentendo, con l'omessa rimozione, che lo stesso sviluppi la sua efficacia diffamatoria.

Il principio formulato dalla Cassazione, sezione quinta penale, sentenza 54946 del 14/7/2016 depositata il 27/12/2016, dettaglia le condizioni alle quali si può commettere online il reato di concorso in diffamazione e ammette la responsabilità del titolare del sito per omessa rimozione di contenuto consapevolmente offensivi. Attenzione, tuttavia, a non generalizzare la pronuncia, che non riguarda la responsabilità del provider.

Per il provider vige, infatti, il principio della assenza di un dovere generale di sorveglianza sui contenuti (articolo 17 del dlgs 70/2003).

Ma analizziamo, innanzi tutto, il contenuto della sentenza.

I fatti riguardano la pubblicazione su un sito internet

che si occupa di calcio di un commento di un soggetto che consulta frequentemente il sito (fa parte, come si dice in gergo, della community). Il commento, autonomamente caricato dall'utente, riportava espressioni offensive su un personaggio del calcio italiano. La questione, oggetto del giudizio, è la responsabilità del gestore del sito: in primo grado è stato assolto, in appello condannato e la condanna (per concorso in diffamazione) è stata ora confermata dalla cassazione.

La pronuncia si sofferma sugli elementi che configurano questa responsabilità, che viene rintracciata, non tanto in un obbligo generalizzato di sorveglianza, quanto in una condotta di agevolazione.

Si legge nella sentenza che il gestore del sito ha mantenuto il documento sul sito (descritto come un articolo) «consentendo che lo stesso esercitasse l'efficacia diffamatoria» per una decina di giorni (fino all'esecuzione di un provvedimento cautelare di sequestro del sito).

La cassazione ha ritenuto accertato che il titolare del sito avesse consapevolezza e coscientemente abbia voluto mantenere il documento online.

Dal tenore della decisione si può dedurre che l'assenza degli elementi indicati (con-

sapevolezza del tenore offensivo del commento pubblicato e volontà di mantenere la diffusione dello stesso) porterebbe a risultati diversi.

In materia si deve, infatti, ricordare che il decreto legislativo 70/2003, all'articolo 17, dispone che nella prestazione dei servizi online di semplice trasporto (trasmettere, su una rete di comunicazione, informazioni fornite da un destinatario del servizio, o nel fornire un accesso alla rete di comunicazione), di caching (memorizzazione automatica, intermedia e temporanea di informazioni trasmesse in rete effettuata al solo scopo di rendere più efficace il successivo inoltramento ad altri destinatari a loro richiesta) e di hosting (informazioni memorizzate a richiesta di un destinatario del servizio) il prestatore (il provider) non è assoggettato ad un obbligo generale di sorveglianza sulle informazioni che trasmette o memorizza, né ad un obbligo generale di



ricercare attivamente fatti o circostanze che indichino la presenza di attività illecite.

Questo non significa che il provider sia esonerato da ogni adempimento: una volta a conoscenza dell'illecito deve senza indugio avvisare le autorità, fornire loro i dati per individuare il colpevole.

Inoltre l'omessa informativa all'autorità o l'omessa rimozione del documento, su ordine dell'autorità, fonda la responsabilità civile per danni del provider.

Su queste basi la cassazione (sentenza della sezione terza, n. 5107 del 17/12/2013) ha escluso la responsabilità per il reato di trattamento illecito di dati personali a carico degli amministratori e dei responsabili di una società fornitrice di servizi di «Internet hosting provider», che ha memorizzato e reso accessibile a terzi un video contenente dati sensibili, in quanto il contenuto multimediale è stato rimosso immediatamente dopo le segnalazioni di altri utenti e la richiesta della polizia.

In ogni caso non c'è violazione della libertà di informare se si impone a un sito di rimuovere espressioni offensive (Gran Camera della Corte europea dei diritti dell'uomo, sentenza 10 giugno 2015, nel caso n. 64569/09).

—© Riproduzione riservata—■

## La massima

Il gestore del sito Internet è responsabile della diffamazione commessa dall'utente che carica autonomamente un testo.

La responsabilità deriva dal fatto di mantenere consapevolmente il contenuto offensivo sul sito e pertanto dall'aver consentito, con l'omessa rimozione, che lo stesso possa sviluppare la sua efficacia diffamatoria.

LEADER DELLA GO TV

## Per Telesia domanda di pre-ammissione all'Aim

a pag. 17

### *Telesia, presentata domanda di pre-ammissione all'Aim*

Class Editori informa che Telesia spa, leader della Go Tv e posseduta al 100% dalla casa editrice, ha presentato domanda di pre-ammissione alle negoziazioni del mercato Aim, Alternative investment market. Advisor della quotazione è Ambromobiliare, mentre il Nomad (il garante regolamentare nei confronti del mercato e di Borsa Italiana) è Envent, con sedi a Roma e Londra. Lo studio legale per l'emittente è Nctm e il legale del Nomad lo Studio Pedersoli.

La quotazione di Telesia, che sarà la prima matricola dell'Aim del 2017, oltre che per garantire la realizzazione delle forti potenzialità della società è stata decisa per verificare l'iter di quotazione all'Aim di piccole società finalizzato alla creazione di un vero mercato dei capitali per le pmi. In quest'ambito la casa editrice ha in preparazione una serie di iniziative sia sul piano dell'informazione che dell'analisi fondamentale, considerata l'urgenza di sviluppare fonti di finanziamento per le pmi alternative alle banche.



Dir. Resp.: Michele Brambilla

## InBreve

### FININVEST L'opa di Vivendi? E' poco probabile Mondadori vola

■ Come tutte le partite di poker anche questa è giocata sui nervi: Vivendi sta preparando la prossima mano, ma la prima mossa sarà una proposta di accordo. Per ora nuovi contatti concreti con Mediaset non ci sono stati e la guerra a colpi di opa è considerata da entrambi i campi come l'ultima possibilità. La Borsa così frena sul titolo del Biscione, mentre qualcuno continua a comprare azioni Mondadori. Per Mediaset la limatura in Piazza Affari - con il titolo che si mantiene comunque sempre sopra quota 4 euro, sui massimi da oltre un anno - è stata di poco superiore al punto percentuale. Consistenti gli scambi per mercati finanziari ancora in clima festivo: l'1,7% del capitale. Quello che stupisce è invece la corsa recente di Mondadori: +4%, correggendo ancora i massimi da due anni e mezzo. Il balzo delle ultime sei sedute è stato del 27%: anche se si tratta di un titolo molto volatile, è un po' troppo per semplici ricoperture, che pur ci sono state.



## Storia di un odio antico

# Bufale, insulti e pagelle sulla libertà di stampa la lunga crociata di Beppe contro i mass media



Aria, fate aria,  
il giorno della  
chiusura dei giornali  
si avvicina

Carta igienica  
quotidiana. Leccaculo.  
Slap... telegiornali.  
Slap... quotidiani

Giornalisti, ma non vi  
fate mai schifo?  
Schiavi, carogne,  
asserviti a un padrone

**MATTIA FELTRI**  
ROMA

Di non essere nel cuore di Beppe Grillo, i giornalisti lo sospettano da un po'. Almeno dal 2005, quando in uno spettacolo teatrale il Garante del Movimento (che ancora non c'era) disse che erano «sotto il protettore» come «nel Medioevo». Da lì in poi la categoria non è più stata in grado di riscattarsi. «Non comprate i giornali, è lo spreco più immorale e anacronistico che possiate fare». «Aria, fate aria, il giorno della chiusura dei giornali si avvicina. Poi ci resterà comunque Topolino». «Carta igienica quotidiana». «Leccaculo. Slap... telegiornali. Slap... quotidiani. Giornalisti ma non vi fate mai schifo?». «Nessuno di loro che abbia mai uno straccio di dignità». «I principali colpevoli dello sfascio dell'Italia, asserviti a un padrone». «Più spregiunti dei politici». «Morti che camminano». «Schiavi». «Carogne». È soltanto un sommario: c'è molto di più che però poco aggiungerebbe. L'opinione di Grillo è che «i giornali sono finiti» e stanno in piedi «soltanto perché finanziati coi soldi pubblici» e ci sarà una ragione, dice spesso, e lo ha ripetuto ieri sul suo blog, se siamo al «77esimo posto nella classifica mondiale della libertà di stampa». E qui, per amor della verità, dal quale talvolta siamo presi, ci tocca precisare che i giornali non prendono un solo quattrino di finanziamento pubblico, sotto nessuna forma, da parecchi anni, e che se siamo al 77esimo po-

sto nella classifica della libertà di stampa in buonissima parte dipende dalle minacce ai giornalisti della criminalità organizzata e dalle condanne detentive in caso di diffamazione che, tranne il nostro, i codici penali occidentali non conoscono.

Ma non basteranno queste precisazioni per recuperare un rapporto con un leader politico fra i più apodittici della storia recente, avviluppato nelle sue umanissime contraddizioni, per cui i giornali sono morti ma lui ne subisce la guerra di zombie («Vorrei vedere voi con i giornali tutti contro»), e se deve dire qualcosa di Virginia Raggi manda un articolo al Corriere della Sera, e così in questo cimitero in pectore continua ad aggirarsi con tratti quasi ossessivi: sul sito inaugura una rubrica intitolata «Il giornalista del giorno» per assegnare il titolo di nemico del popolo a chi critica, sebbene talvolta duramente, talvolta sguaiatamente. Una piccola gogna in versione webmaoista a cui Grillo è affezionato, e infatti ieri ha proposto un tribunale del popolo (quanto spesso torna questo termine) composto da giurati estratti a sorte che stabiliscano quali notizie pubblicate da giornali e tv siano vere e quali false, e se false «il direttore a capo chino deve fare pubbliche scuse», sempre secondo le direttive del Libretto Rosso. Evidentemente non si sta parlando di diffamazione: per quella i tribunali ci sono già, e le testate sono soggetti giuridici con direttori responsabili e firme ai calce ai pezzi. Qui si sta

parlando di altro, si sta parlando di Verità, uno dei grandi temi del Movimento che infatti si inventò le dirette streaming per gli incontri con Pierluigi Bersani, Enrico Letta e Matteo Renzi, di modo che nessuno ci scrivesse sopra retroscena, che tutto avesse pareti di cristallo, e poi le abbandonò velocemente, forse perché non sempre si rimedia una buona figura, forse perché una diretta streaming impone una recita a beneficio del pubblico, forse perché non tutto, come è ovvio, va messo in piazza. E quando si parla di Verità la questione diventa complicata. Ieri il blog dell'ex comico aveva un titolo così: «Grillo uno dei 12 personaggi più influenti d'Europa nel 2017»; si commentava un articolo di Politico.eu, che in realtà aveva inserito Grillo fra i dodici personaggi che «rovineranno il 2017». E sarebbe molto difficile capire quanta Verità c'era, oltre la buona fede, nel Beppe Grillo per cui l'Aids era sospettabile di bufala, le mammografie uno stratagemma di Umberto Veronesi per fare soldi, l'industria dei vaccini una truffa.

Il sogno di Beppe Grillo, come di tanti leader politici prima di lui, è un'informazione che conosca le sue verità e, se non succede, è un'informazione malata, marcia, moribonda, un'intermediazione da scavalcare per un rapporto diretto col popolo: tutto dentro un blog, il giornale e il tribunale.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Dir. Resp.: Maurizio Molinari

## 77° posto?

Il 77° posto dell'Italia nella classifica della libertà di stampa dipende dalle minacce ai giornalisti della criminalità organizzata e dalle condanne in caso di diffamazione o minacce di querele

## Niente soldi pubblici

È una delle accuse classiche e tuttora ricorrenti di Grillo ai giornali. Ma in realtà i giornali non prendono finanziamenti pubblici, sotto nessuna forma, da parecchi anni



GLI ERRORI DEL PRESIDENTE PITRUZZELLA SUL CONTROLLO DEL WEB

# Neppure l'Autorità della Veridicità può fermare il mercato delle bufale

Quando a proporre la creazione di un monopolio pubblico è il presidente dell'Antitrust, è doveroso replicare. A maggior ragione se il monopolio proposto è quello sulla veridicità delle notizie su internet, che negli auspici di Pitruzzella andrebbe affidato a un'agenzia pubblica che stabilisca se un'informazione sia vera o falsa, e in quest'ultimo caso abbia il potere legale di rimuoverla(!) dalla rete, contendendo così lo strapotere di intermediazione detenuto dagli odiati "gatekeepers" di internet, da Facebook a Google. La proposta ricorda vagamente il noto progetto di costituire una agenzia di rating finanziario nazionale a tutela del "vero" valore del debito pubblico, per contrastare le affermazioni, immancabilmente ingiuste e infondate, quando non speculative o addirittura complottistiche, delle agenzie internazionali sedicenti indipendenti, ma in realtà al soldo dei soliti "poteri forti". Laddove la proposta sulla rating agency è economicamente risibile, quella di Pitruzzella è invece potenzialmente e seriamente illiberale.

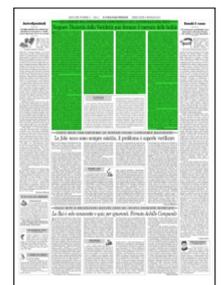
Pur riconoscendo al presidente dell'Antitrust il merito di voler sollecitare un dibattito su questi temi, dei suoi interventi - prima sul Financial Times e poi sul Corriere della Sera - sono da rigettare sia le premesse sia le proposte. Al contrario, si può e si deve impostare la discussione su logiche rigorose, prospettando possibili soluzioni tecnologiche e organizzative ispirate a criteri di efficacia ed efficienza, e non certo scorciatoie tanto illiberali quanto impraticabili.

La critica di Pitruzzella alla diffusione di notizie "palesamente false" è unanimemente comprensibile, ma priva di rigore logico. L'accuratezza di una notizia non è una condizione binaria (vero/falso), bensì una misura continua, che varia tra due valori estremi, meglio definibili come massimamente attendibile e massimamente inattendibile. Le cosiddette *fake news* sono quindi classificabili, dal punto di vista logico, come un "fuzzy set", ovvero un insieme sfocato di contenuti editoriali dal diverso grado di attendibilità. Ne consegue che la veridicità di una notizia su internet, prima (e invece) di essere una condizione giuridica assoluta, è un normale fattore economico: il suo prezzo è la reputazione della fonte; gli utilizzatori lo pagano con l'aumento della domanda informativa da fonti autorevoli, facendone quindi lievitare il prezzo relativo in termini di valore dell'attenzione umana. Al contrario, l'inattendibilità della notizia riduce il prezzo relativo della reputazione e inflaziona la produzione della fonte. Proprio qui il contributo di Pitruzzella è fallace: nell'idea che qualità - e relativo prezzo - della veridicità debbano essere fissati centralmente dallo Stato, poiché - a suo dire - non si può accollare allo sprovveduto lettore il gravoso onere dell'approfondimento e della verifica. Invece: non c'è alcun di-

ritto preconstituito a non essere "ingannati" da semplici notizie, perché altrimenti dovrebbe esistere un simmetrico - e impossibile - dovere (in capo a chi?) a prevenire ogni possibile forma di imprecisione editoriale; c'è semmai un legittimo interesse personale del lettore alla verifica e alla comparazione delle fonti, come in ogni atto di espressione delle preferenze personali nelle scelte di informazione. Se tale eccesso di tutela può essere ipoteticamente invocato per i minori, per cittadini adulti esso diventa, nella migliore delle ipotesi, peloso paternalismo; nella peggiore, censura di regime.

Ciò che consente meglio di comprendere e regolare il fenomeno delle *fake news*, quindi, non è una solenne Autorità Centrale della Veridicità, ma al contrario un modesto e ben più banale modello di scambio economico. Il mercato delle *fake news*, infatti, è antico come il mondo. E' il mercato del mistero e del pensiero magico, dei miracoli e dei complotti. E' l'atavico e mai sopito fabbisogno di spiegazioni semplici e immediate. E siccome la domanda rimane alta, l'offerta ne sfrutta razionalmente le dinamiche. Le *fake news* sono sempre state ospitate sui settimanali scandalistici, solo che ci si vergognava a comprarli (un po' meno a leggerli dal barbiere), visto che comunque costavano qualche soldo. Ora il prezzo di accesso alle bufale è crollato praticamente a zero, grazie alle tecnologie digitali, ma non altrettanto ha fatto il valore di mercato dell'attenzione umana a esse associata, oggi facilmente catturabile tramite la piattaforma AdSense (e riecoci a Google...), senza bisogno di una tradizionale concessionaria pubblicitaria. Quindi il business, per chi sa vederlo, è chiaro: sia esso un sito offshore o una rispettata azienda pubblicitaria che governa con autorevole saggezza un civilissimo movimento di cittadini onesti. Con internet finisce l'oligopolio editoriale sul lato offerta, e si riducono i costi di produzione, distribuzione e accesso ai contenuti. I produttori di *fake news*, inoltre, puntano a minimizzare anche i costi accessori di controllo editoriale e le potenziali responsabilità legali e fiscali. Ma Internet ha cambiato anche il lato domanda, allargando la propria audience: fino a qualche anno fa, l'autoselezione culturale e tecnologica manteneva i social un luogo relativamente elitario, con una massa critica di utenti dotati degli strumenti per discernere. Ora su internet ci sono tutti gli animali della fattoria umana. E si portano dietro il loro bagaglio di curiosità, domande e mezzi per affrontarle, per quanto limitati.

Gli strumenti tecnologici per arginare (ma non certo per bloccare) questo fenomeno sono già a disposizione delle piattaforme social, che hanno tuttavia solo un blando interesse a limitarlo, seppure non direttamente, bensì tramite forme di social rating e di fact checking affidato a terze parti. E' quanto ha recentemente annunciato Facebook, con la costituzione di



un sistema di segnalazione di “disputed news” affidato al giudizio di terze parti indipendenti. La soluzione più efficace ed efficiente tuttavia è attesa dallo sviluppo di processi algoritmici di autenticazione distribuita tramite “smart contracts”. Il centro di ricerca Cefriel ne sta sviluppando un prototipo, applicato ai contenuti video, in collaborazione con Google (sempre loro). Ma gli Ott non accetteranno di prendersi la responsabilità integrale del controllo e quindi diventare editori a tutti gli effetti. La selezione editoriale affidata a Facebook e Twitter confina infatti da un lato con i paletti della libertà di espressione e dall’altro con il posizionamento da azienda tecnologica neutra – e non di media company, con tutte le sue responsabilità – che consente di non sottoporsi a una serie di vincoli normativi (e magari anche fiscali) ai quali invece sottostanno gli editori locali.

La strada, per quanto lunga e complessa, per limitare gli effetti indesiderabili delle *fake news* è quindi sintetizzabile in tre punti: in termini tecnologici, consentire la ricostruzione dell’origine e della catena distributiva delle informazioni con meccanismi di tracciabilità digitale e di “social rating” distribuito sulla loro attendibilità. In termini economici, alzare il costo della reputazione di chi le produce e le distribuisce, così da consolidare un deterrente alla loro diffusione. In termini culturali, infine, la sfida è educare i cittadini all’accesso responsabile e critico alle fonti informative.

Poi, si sa, succede sempre che qualcuno dia la colpa alle *fake news* per le sconfitte alle elezioni. Ma tra un sito bulgaro che spaccia bufale sul web e il ferreo controllo editoriale della politica sulla tv di stato, un liberale non vede tuttora molta differenza. O forse sì. Il primo, infatti, si conquista i suoi “click bait” col sudore della fantasia, per quanto cinica, volgare e strumentale. Al secondo, invece, basta mettere il canone in bolletta.

**Carlo Alberto Carnevale Maffé**

# Telefónica amenaza con denunciar a Argentina por favorecer a Clarín

**VENTAJAS COMPETITIVAS/** La operadora acusa al Gobierno de Mauricio Macri de favorecer al primer grupo mediático del país, que le apoya electoralmente, facilitándole competir en el negocio móvil.

## Clarín puede dar servicio móvil 4G pero Telefónica debe esperar a 2018 para ofrecer TV de pago

**Ignacio del Castillo.** Madrid  
Telefónica ha estallado. La multinacional española, que siempre ha mantenido un perfil bajo en Argentina desde el punto de vista político, se ha descolgado esta semana con unas declaraciones poco habituales, acusando al Gobierno argentino del presidente Mauricio Macri de favorecer al Grupo Clarín. La acusación es que se le facilita la entrada, a bajo precio, en el mercado de la telefonía móvil, lo que va a permitir al Grupo Clarín ser el primero en competir en telecomunicaciones con una oferta completa que incluya banda ancha fija, televisión y telefonía móvil.

El Grupo Clarín es la primera compañía de medios de comunicación del país. El conglomerado, que ha sido en la última década un feroz opositor a la antecesora y rival de Macri, Cristina Kirchner, controla el periódico *Clarín*, el primero del país, así como *La 13*, la primera emisora de TV en abierto –empatada con *Telefé*, la TV que tenía Telefónica y que acaba de vender

a la norteamericana Viacom, – y además, tiene Cablevisión, la primera empresa de TV por cable de Argentina.

### Gran aliado mediático

De esta forma, el grupo mediático se ha convertido en un aliado formidable del presidente Macri. Y, además, Telefónica, ha perdido el poder político que le daba controlar *Telefé*.

El diario *La Nación* publicó ayer una declaración de un portavoz de Telefónica en las que se aseguraba “sentimos profundamente que una vez más el Gobierno demore la verdadera competencia en el sector. Telefónica se encuentra analizando las posibles acciones judiciales para proteger los derechos que este decreto estaría violentando”. Las declaraciones se producen después de que el Gobierno de Macri, a través del organismo Enacom, el regulador del sector, haya publicado, el pasado lunes 2 de enero, un decreto que modifica la situación competitiva del sector.

El decreto confirma los temores de Telefónica de que el Gobierno favorecería a Clarín, como informó EXPANSIÓN el 23 de agosto de 2016, permitiéndole usar para telefonía móvil 4G una frecuen-

cias radioeléctricas que compró a bajo precio –138 millones de dólares– porque cuando las adquirió no se podían usar para el negocio móvil.

Por el contrario, Telefónica y sus dos competidores, Claro y Telecom, pagaron 1.618 millones de dólares en 2014 por frecuencias para el 4G que aún no pueden usar porque el Gobierno no ha echado a los grupos que las usaban anteriormente. Además, el decreto confirma la moratoria para que las *telecos* puedan dar servicios de TV, algo que ya se planteó en el primer decreto publicado a comienzos de 2016, de forma que Telefónica no podrá ofrecer TV hasta enero de 2018 y además, tendrá que ser a través de sus redes fijas y no por satélite, lo que hubiera facilitado la llegada a más clientes de forma más rápida.

También se establece que durante tres años, las tres grandes *telecos* móviles, tendrán una asimetría en los costes de terminación que favorecerá a Clarín, como nuevo entrante y operador más pequeño.

## EL PRIMERO

Nadie en Argentina puede dar hoy **banda ancha, TV y móvil a la vez**. El primero en hacerlo tendrá ventaja. Y el Gobierno va a facilitar que sea Clarín el que lo haga, porque le deja dar móvil y retrasa la TV de Telefónica hasta enero de 2018.

Telefónica minaccia di denunciare l'Argentina per il fatto di favorire Clarín



La Llave

**La demanda de Telefónica en Argentina**

La decisión del Gobierno argentino de facilitar la entrada en la telefonía móvil al Grupo Clarín ha destapado la caja de los truenos. Las razones del Gobierno de Macri pueden leerse en clave electoral. Clarín es el gran dominador de los media en Argentina. Tiene el primer periódico, el primer canal de TV en abierto y la mayor red de cable, así que es un aliado formidable y un opositor temible, como comprobó Cristina Kirchner, la populista antecesora y rival de Macri, a la que el grupo Clarín dedicó una oposición feroz. El problema es que la reciente decisión es claramente arbitraria, una tradición en la siempre politizada administración de telecomunicaciones de Argentina, antes con Kirchner y ahora con Macri. Clarín compró a bajo precio -138 millones de euros-, unas frecuencias radioeléctricas que eran tan baratas porque no se podían usar para la telefonía móvil. Y ahora se les permite usarlas para dar servicios 4G, lo que le da una clara e injusta ventaja competitiva frente a Telefónica, Claro y Telecom, sus tres rivales, que invirtieron, cada uno, más de 500 millones de dólares en sus frecuencias 4G. También se impide que las *telecos* ofrezcan TV de pago hasta enero de 2018. Además de amenazar con acciones jurídicas, previsiblemente ante el Ciadi, como ha anunciado Telefónica, la decisión tendrá un efecto negativo en las inversiones en redes de nueva generación, lo que supone una desventaja para Argentina.



La denuncia di Telefónica in Argentina

