

Rassegna del 06/01/2017

| | | | |
|----------------------------|---|-------------------------|-----------|
| Sole 24 Ore | 17 Mediaset accelera sul piano: appuntamento il 18 gennaio | <i>S.Fi.</i> | 1 |
| Messaggero | 15 Mediaset scalda i muscoli per la City | <i>L.Ra.</i> | 2 |
| Giornale | 19 Mediaset, associazione culturale accusa Vivendi di estorsione | ... | 4 |
| Il Fatto Quotidiano | 2 Mediaset presenta i suoi nuovi piani ignorando Vivendi | ... | 5 |
| Italia Oggi | 19 La tv non dipenderà da un'opa | <i>Secchi Andrea</i> | 6 |
| Mf | 9 Bolloré si fa pagare Autolib' dai Comuni | <i>Corsentino Beppe</i> | 8 |
| Corriere della Sera | 24 Il corsivo del giorno - In Italia porte aperte ai capitali francesi, ma la cortesia non è reciproca | <i>Saldutti Nicola</i> | 10 |
| Corriere della Sera | 14 La Apple in Cina oscura il New York Times | <i>Gaggi Massimo</i> | 11 |
| Corriere della Sera | 39 Contraffazione, Alibaba fa causa ai suoi fornitori | <i>f. sav.</i> | 13 |
| Sole 24 Ore | 22 Brevi - Blackberry. La cinese Tcl pronta a rilanciare il marchio | ... | 14 |

ESTERA

| | | | |
|----------------------------|---|------------------------|-----------|
| Expansión | 3 Vivendi ingaggia Amos Genish, ex presidente di Telefónica Brasil | <i>Del Castillo I.</i> | 15 |
| Wall Street Journal | 3 Crescono i dubbi di Verizon in merito al suo accordo con Yahoo | <i>Knutson Ryan</i> | 16 |

Tv. A Londra la presentazione al mercato

Mediaset accelera sul piano: appuntamento il 18 gennaio

■ Appuntamento sul Tamigi il 18 gennaio. È stata fissata tra dodici giorni, a Londra, la presentazione del nuovo piano triennale di **Mediaset**. Mai si era vista tanta attesa per un appuntamento solitamente di routine per una società quotata (anche se le aziende italiane che scelgono la City invece di Milano si contano sulle dita di una mano o poco più: Generali, Unicredit, Enel, Eni, Autostrade, Snam e Salini Impregilo nel 2016). La data, rivelata dall'agenzia Radiocor Plus, sarà la prima uscita pubblica della società dopo la bufera **Vivendi** e la sua scalata a sorpresa.

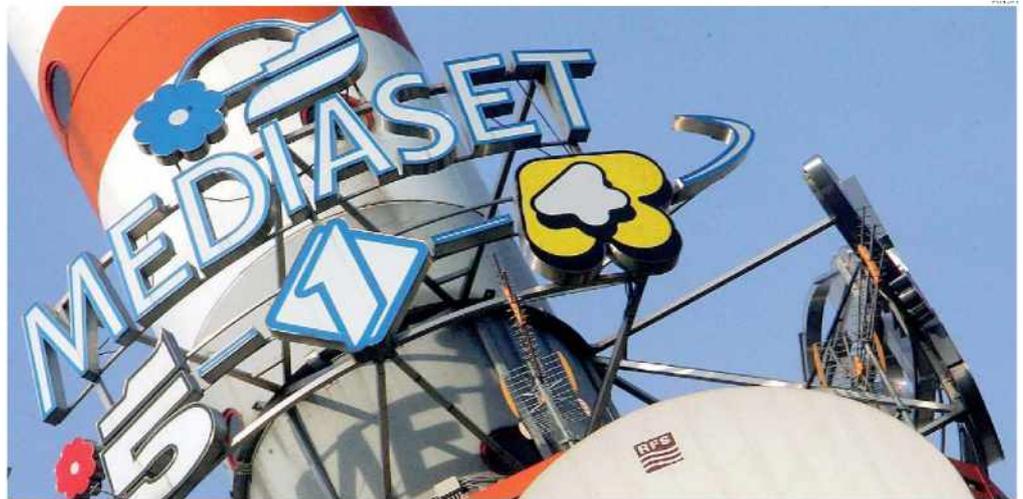
L'attesa degli operatori riguarderà però anche le mosse di Mediaset sulla pay-tv Premium, dove pendono due fronti caldi: il divorzio con l'ex allcato Vivendi e l'asta per la nuova stagione della Champions League (la scorsa Premium se l'aggiudicò ma spendendo una cifra *monstre*). Secondo indiscrezioni, il piano verrà diviso in due parti: 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. Com'era la scelta? 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. C'è dunque 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.

S.Fi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Mediaset

Andamento del titolo a Milano



Verso il piano industriale. Appuntamento il 18 gennaio a Londra



Mediaset scalda i muscoli per la City

► Fissato per il 18 gennaio il vertice londinese del gruppo ► Sulla scalata ostile di Bollorè-Vivendi primi incontri con i grandi fondi. Il piano industriale rifatto tre volte tra le diplomazie parallele per trovare una soluzione

ALL'APPUNTAMENTO INGLESE PREVISTA FORTE PARTECIPAZIONE IN PIAZZA AFFARI IL TITOLO È FERMO AI VALORI MASSIMI

LA PRESENTAZIONE

MILANO Ultimi preparativi in casa Mediaset, che mercoledì 18 gennaio presenterà agli analisti il nuovo piano industriale. Le linee guida, che negli anni passati venivano illustrate durante un incontro informale con gli esponenti degli investitori istituzionali dopo l'approvazione del bilancio, complice anche lo scontro in atto con i francesi di Vivendi quest'anno avranno un momento dedicato, e il palcoscenico prescelto è la City londinese. Secondo indiscrezioni, il piano era pronto già prima dell'estate con l'obiettivo di presentarlo al mercato ai primi di settembre, ma il clamoroso passo indietro di Vivendi su Premium ha modificato radicalmente il calendario degli impegni. Slittato inizialmente a dicembre, ha subito un nuovo stop con l'evidenza della scalata ostile guidata da Vincent Bollorè; ora però i vertici del Biscione milanese intendono mettere un punto fermo sui loro progetti davanti alla comunità finan-

ziaria, anche allo scopo di consolidare antiche alleanze o magari per costruirne di nuove.

IL RADDOPPIO

Peraltro, l'appuntamento si preannuncia particolarmente seguito perché, sebbene la redditività del gruppo non sia più quella di un tempo, il fatto di capitalizzare poco meno di 5 miliardi avendo raddoppiato di valore in appena un mese, nei grandi trader può suscitare interessi di varia natura, a cominciare da quello speculativo. Non sarà dunque solo per ascoltare le proteste del vicepresidente Piersilvio Berlusconi contro l'«arroganza» di Vivendi o il rinnovato dinamismo dei conti descritto dal cfo Marco Giordani che il 18 gennaio i rappresentanti dei principali fondi si recheranno nella City. Difficile comunque che per quella data il vertice di Mediaset sia riuscito a delineare una strategia compiuta in risposta all'aggressione francese. Anche perché le diplomazie parallele, che pure hanno già avuto modo d'incontrarsi a Milano poco prima di Natale, avrebbero per il momento ipotizzato solo la tappa finale di un percorso comune ancora tutto da costruire.

Non è però casuale lo scenario prospettato qualche giorno fa dagli analisti della banca francese Natixis, secondo i quali un punto

d'equilibrio finale potrebbe passare da una doppia opa amichevole da parte di Vivendi su Mediaset e sulla controllata Mediaset Espana che porti successivamente a separare le attività della tv in chiaro in Italia e in Spagna da quelle di pay-tv e di produzioni televisive. Secondo questo schema, alla fine il gruppo francese terrebbe per sé il 100% di Premium e il 100% delle attività di produzione tv come Medusa e Taodue, mentre la tv in chiaro finirebbe in un veicolo controllato al 51% da Fininvest e al 49% da Vivendi. Un riassetto che avrebbe quale corollario un'opzione che permetterebbe ai francesi di assumere il controllo anche di queste attività entro 3-5 anni consentendo però a Fininvest di entrare nell'azionariato del gruppo francese come secondo socio alle spalle di Vincent Bollorè.

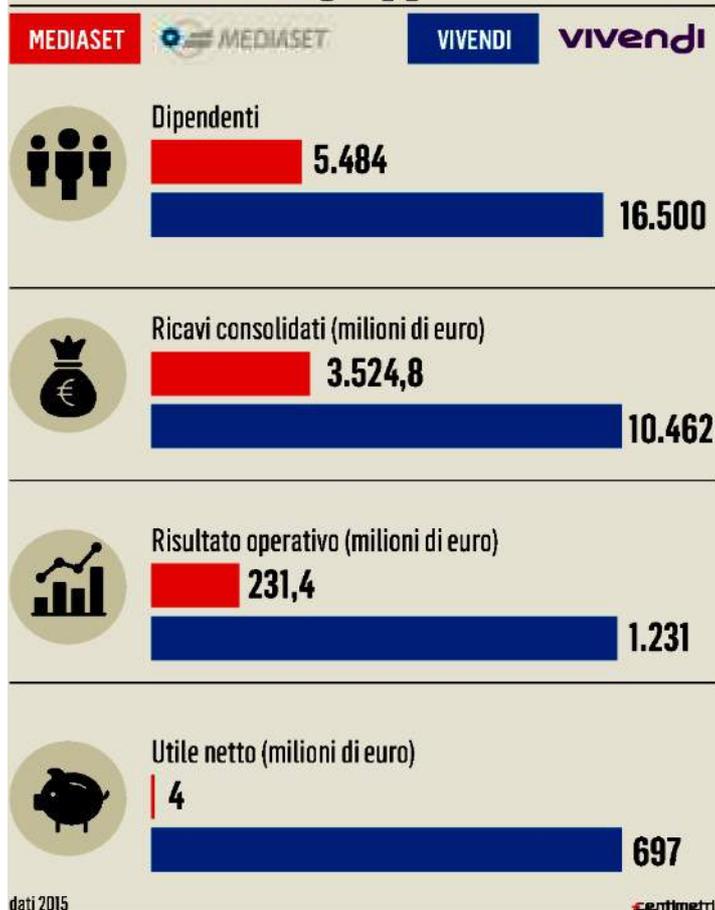
Sarà questa la conclusione finale del più avvincente scontro finanziario che si sia visto negli ultimi anni in Piazza Affari? Antitrust permettendo (si ricorda che nella combinazione rientrerebbe anche Telecom Italia, attualmente controllata al 24,7% da Vivendi) e placate le ansie e le pretese di ristoro per la «grave offesa» ricevuta da Silvio Berlusconi, sarebbe probabilmente la soluzione più ragionevole per entrambi i gruppi. Ieri il titolo Mediaset ha chiuso in Piazza Affari invariato a 4,15 euro.

L. Ra.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I numeri dei due gruppi



Piersilvio Berlusconi (foto ANSA)

Dir. Resp.: Alessandro Sallusti

ESPOSTO ALLA GDF

Mediaset, associazione culturale accusa Vivendi di estorsione

■ La scalata di Vivendi si potrebbe configurare come un'estorsione ai danni di Mediaset, visto il contenzioso in corso per Premium.

A sostenerlo è l'associazione culturale Accademia di Babele che ha presentato un esposto al comando della Guardia di Finanza di Ancona. «Chiediamo di verificare se nel comportamento del gruppo francese si possano riscontrare gli estremi del reato di tentata estorsione», ha spiegato all'agenzia Adnkronos Luca Guazzati, responsabile comunicazione dell'associazione. La decisione, prosegue, «è nata dopo l'intervista rilasciata dall'amministratore delegato di Vivendi De Puyfontaine» in cui faceva riferimento al contratto per Premium che, nell'interpretazione dei fatti di parte francese, sarebbe stato «diverso da quello che si era detto». Secondo l'associazione, quindi, nella scalata di Vivendi «è lecito leggere una manovra estorsiva» per ottenere il risultato sperato. Si tratta, spiega Guazzati, «di un'azione che viene dal basso, dalla gente che ama la pluralità e la libertà dell'informazione e vuole difendere un gruppo, Mediaset, che è parte della nostra tradizione». L'associazione, conclude, «si limita a chiedere se si possa configurare il reato di estorsione o di tentata estorsione». Ora, la Guardia di Finanza si rivolgerà alla Procura di Ancona, che deciderà cosa fare.

Intanto, sul fronte finanziario, è prevista per il 18 gennaio, a Londra, la presentazione del nuovo piano triennale di Mediaset. Il piano dovrà indicare le principali linee strategiche e i target del gruppo televisivo con orizzonte al 2020. Il focus, secondo le previsioni, sarà sull'espansione in nuovi mercati europei per la tv in chiaro e sullo sviluppo dei contenuti. L'attesa degli operatori riguarderà però anche le mosse di Mediaset sulla pay-tv visto lo stallo con Vivendi e la ravvicinata scadenza delle aste per l'assegnazione dei diritti televisivi del calcio sia per i campionati di Serie A sia per la Champions League a partire dai tornei 2018.



SCALATA CONGELATA

Mediaset presenta i suoi nuovi piani ignorando Vivendi

 **MEDIASET HA DECISO** di presentare le linee guida per il prossimo triennio senza aspettare di sciogliere il nodo della mancata alleanza con Vivendi. Il 18 gennaio agli analisti sarà presentato il nuovo piano industriale, appuntamento nella City londinese per alzare il velo sui target fino al 2020. Uno scenario, quello disegnato nel piano, che a Cologno Monzese hanno dovuto modificare ripetutamente e che nella versione che sarà presentata agli analisti il 18 gennaio vedrà il Biscione "stand alone", ancora indipendente. Secondo quanto riferisce l'agenzia *Ansa*, il piano era pronto già prima dell'estate con l'obiettivo di presentarlo ai primi di settembre ma il passo indietro di Vivendi, che sarebbe dovuto essere l'alleato nella sfida europea agli 'over the top' americani, ha scombussolato i piani. Dopo aver fatto slittare la presentazione del piano a dicembre, quando nella battaglia legale sembravano aprirsi spiragli per un possibile accordo stragiudiziale, un nuovo stop con l'evidenza della 'scalata' dei francesi all'azionariato, passando in una decina di giorni dal 3 al 28,8% di Mediaset (il 29,94% dei diritti di voto della società).



L'analisi di Media Italia sul settore. La pubblicità scesa dal 54 al 48% in dieci anni

La tv non dipenderà da un'opa

L'integrazione con le tlc verrà comunque. Ma troppe 2 pay

DI ANDREA SECCHI

In dieci anni nel mercato dei media si è ridotta la quota della pubblicità dal 54% delle risorse totali al 48% (e sarebbe stato peggio se non si fossero conteggiati Google e Facebook), sono calate le vendite dei giornali (dal 21 all'11%), ma sono cresciuti gli abbonamenti alla pay tv (dal 13 al 22% del totale) e così il canone tv dopo le modifiche dello scorso anno. Parallelamente si sono modificati i pesi dei diversi attori, come si nota nella tabella in pagina, che Media Italia, l'agenzia media del gruppo Armando Testa, ha realizzato per spiegare come è cambiato il settore dall'inizio della crisi nel 2006 a oggi.

Eppure questa foto è destinata a mutare ulteriormente, a seconda dell'esito che avrà il braccio di ferro fra Fininvest e Vivendi sul futuro di Mediaset. Qualsiasi sarà l'assetto finale, però, non c'è da aspettarsi uno sconvolgimento del mercato italiano in termini di risorse. «I pesi di pubblicità e abbonamenti alla pay tv non sono destinati a cambiare», spiega **Valentino Cagnetta**, a.d. di Media Italia, «perché questo dipende soprattutto dall'andamento dell'economia. Per questo non c'è da attendersi che pur in presen-

za di un aumento dell'offerta televisiva premium di diverso tipo, la spesa dei telespettatori cresca oltre il 22% attuale e la quota della pubblicità diminuisca ancora».

Per Cagnetta saranno i prossimi sei mesi quelli di fuoco per Mediaset. «Escludo che Vincent Bolloré voglia fare subito un'opa. Questa scena l'ho già vista personalmente dieci anni fa: l'imprenditore aveva un po' meno del 30% delle quote di Aegis poi diventata Dentsu. Forte del suo ruolo in Havas, Bolloré aveva cercato di mettersi a un tavolo per accordarsi su una fusione fra Havas e Aegis. Quest'ultima però era riuscita a resistere coalizzando i principali azionisti e mettendo Bolloré di fronte a una scelta: o fai un'opa oppure sei un competitor. Tutto ciò è andato avanti per tre anni e alla fine Bolloré fu costretto a vendere le azioni, anche se con una bella plusvalenza».

Ingresso con quote importanti nelle aziende per poi cercare sinergie con le proprie, esattamente quanto ha annunciato di voler fare il gruppo francese anche con Mediaset, salvo comunque cercare di assicurarsi il controllo delle proprie prede. Cagnetta sottolinea anche come Havas, il gruppo pubblicitario

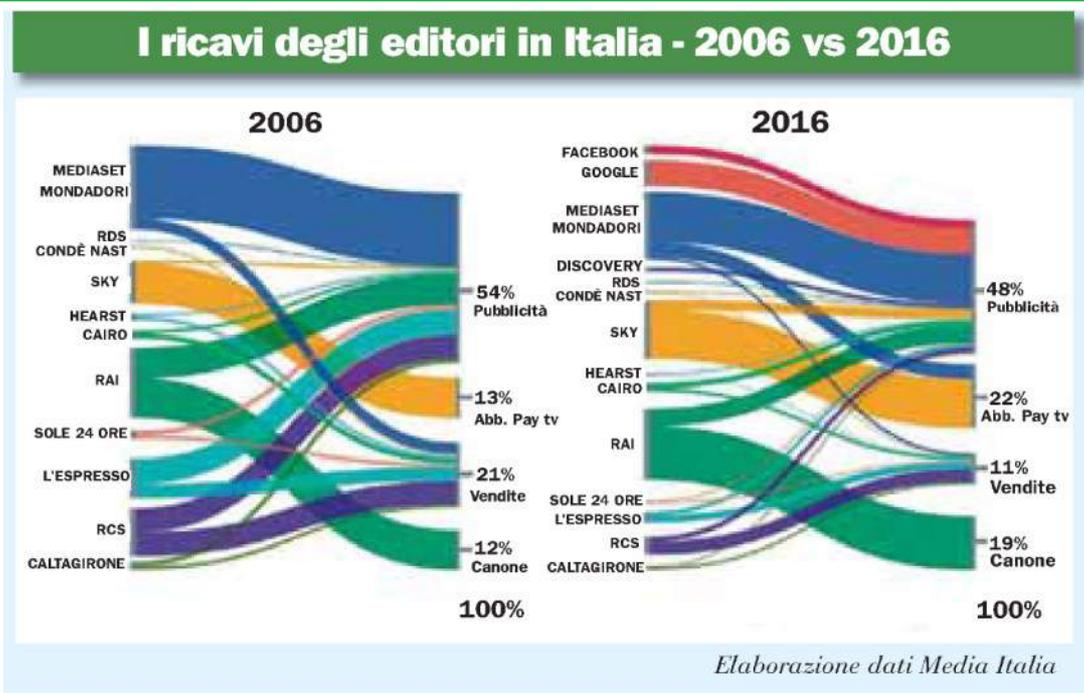
controllato da Bolloré, abbia nel tempo ottenuto i budget delle società di cui il finanziere ha quote azionarie, da Mediobanca all'ultima arrivata Telecom Italia.

Ovviamente l'operazione Mediaset è molto più complessa. Qui la sinergia sarebbe con Telecom nel mercato italiano e con Vivendi a livello internazionale, problemi regolatori permettendo. Sarebbe questo l'elemento che potrebbe far cambiare i pesi fotografati nella tabella in pagina. «Resta però un fatto», continua l'a.d. di Media Italia, «il mercato italiano non è in grado di reggere due piattaforme per la pay tv. Per questo una soluzione che avrebbe visto Sky acquisire i clienti di Premium sarebbe stata ottimale, ovviamente fatto salvo un via libera dell'antitrust». Da una parte, infatti, Sky avrebbe avuto l'intero mercato che non cresce in termini assoluti, dall'altra sarebbe venuta meno la guerra al rialzo dei diritti, soprattutto sportivi.

L'elemento su cui però non si può pensare di prescindere, al di là dell'esito della vicenda Bolloré-Mediaset, è la tendenza all'integrazione fra telco e tlc, una realtà già in molti paesi, che prima o poi sarà un grande cambiamento per il settore anche in Italia.

—© Riproduzione riservata—





La tabella in alto mostra l'evoluzione dei ricavi dei maggiori editori in Italia negli ultimi 10 anni con una fotografia per il 2006 e il 2016. Da ciascun editore parte una fascia che rappresenta i ricavi e che si suddivide a seconda della loro provenienza. Per esempio, il gruppo Mediaset-Mondadori nel 2006 ha la maggior parte dei ricavi che arrivano dalla pubblicità e una parte minore dalle vendite di riviste e libri. Nel 2016, invece, la fascia di ricavi dello stesso gruppo oltre che per pubblicità e vendite si suddivide anche per abbonamenti alla pay tv. A destra di ciascun grafico si trova il raggruppamento delle risorse del mercato fra pubblicità, abbonamenti, vendite, canoni tv. Nel passaggio dal 2006 al 2016, per esempio, la pubblicità è passata dal 54% del totale ricavi del settore al 48%, gli abbonamenti pay tv dal 13 al 22%, le vendite dal 21 all'11%, il canone Rai dal 12 al 19%. Tra il 2006 e il 2016 il monte ricavi è cresciuto del 10% (da 12 a 13 mld di euro), ma nell'ultimo anno sono presenti anche Google e Facebook.

Fa debiti il sistema delle auto elettriche che era stato presentato come storico. Parigi e 97 Mairie dovranno scuotere 120 mln

Bolloré si fa pagare Autolib' dai Comuni

DA PARIGI
BEPPE CORSENTINO

Come si chiamava quella formula economica dell'Italia ai tempi delle partecipazioni statali? Privatizzazione dei profitti e pubblicizzazione delle perdite. Come a dire che nelle società miste pubblico-privato è sempre il socio privato che ci guadagna e il socio pubblico che ci perde. L'ultimo ad applicare con successo questa formula vincente, non in Italia ma in Francia (dove il peso del settore pubblico è ancora consistente), è il campione del capitalismo d'assalto, quel Vincent Bolloré che in questi giorni, sta battagliando in Italia, con la famiglia Berlusconi, per portarsi a casa il controllo di Mediaset e in Francia con il Comune di Parigi e un centinaio di amministrazioni locali dell'Ile-de-France per scaricare sul pubblico le perdite della sua Autolib', la rete di macchinette elettriche da prendere in affitto per spostarsi in città e nelle cintura metropolitana a 12 euro l'ora senza inquinare.

La vicenda è stata raccontata dal settimanale satirico *Le Canard Enchaîné*, quello che, pur essendo sulfureo, non ha mai preso una querela in cent'anni di vita. Partiamo dall'inizio, dal 2011 quando l'uomo d'affari bretone propose all'allora sindaco socialista di Parigi, Bertrand Delanoë, paladino dell'ecologia metropolitana (niente auto, in primis) come del resto il suo successore, Anne Hidalgo, di sperimentare in città le vetturine elettriche disegnate da Pininfarina, prodotte da Psa-Peugeot Citroën ed equipaggiate con le nuove batterie al litio messe a punto dai laboratori Bolloré a Vaucresson. L'accordo sembra vantaggioso per entrambi: Bolloré mette a disposizione 4 mila Blucar elettriche via via che escono dai suoi stabilimenti in Bretagna; il Comune di Parigi e poi, man mano, tutte le altre 97 Mairie (comuni) dell'hinterland, si fanno carico della realizzazione di ben 1.100 aree di parcheggio con 6.300 colonnine di ricarica per un investimento non proprio irrisorio di 66 milioni di euro (versati cash alla nuova

società mista Autolib' Metropole perché avvii i lavori). All'inizio sembra un grande successo, un esempio di quel capitalismo paziente (per usare un'immagine cara agli economisti keynesiani) capace di valorizzare le risorse del pubblico e l'inventiva del privato. «Sono fiero di lavorare con industriali francesi che hanno saputo prendersi dei rischi al momento giusto», si esprimeva solo qualche settimana fa la sindachessa di Parigi a proposito di Autolib'. E l'assessore al traffico, Christophe Najdosky, aggiungeva: «Bolloré è sempre disponibile. Nei giorni in cui si registra-

no i picchi di inquinamento, come a dicembre scorso, l'abbonamento Autolib' è gratuito». In realtà di gratuito nell'operazione Autolib' non c'è niente. Ma la sindachessa di Parigi e gli altri suoi 97 colleghi dell'Ile-de-France se ne sono accorti solo alla vigilia di Natale quando Bolloré l'écolo (come da titolo in prima pagina del quotidiano econo-

mico *Les Echos*) ha presentato il conto. La rivoluzione urbana promessa da Delanoë e applicata entusiasticamente abbracciando il progetto di Autolib' perde molti quattrini, almeno 180 milioni di euro. E Bolloré, l'industriale buono-ecologico-che sa prendersi dei rischi (definizione della Hidalgo) non è affatto disponibile a farsene carico se non fino al tetto del 30%: 60 milioni di euro. Il resto (120 milioni) dovrà essere trovato nei bilanci dei Comuni. Nessuno scandalo e nessuna forzatura perché era tutto scritto nel contratto del 2011, quello che aveva dato vita alla società mista Autolib' Metropole. Solo che, all'epoca, nessuno ci aveva fatto caso o si era preferito nascondere all'opinione pubblica nella convinzione che le 4 mila vetturine elettriche, affittate a 12 euro all'ora (oltre a 60 d'abbonamento) non sarebbero mai e poi mai andate in perdita. Forse sarebbe bastato dare ascolto a un giovane ingegnere del Politecnico, Nicolas Louvet, direttore del centro di ricerca dell'Ecole Nationale des Pontes et des Chaussées. Louvet aveva fatto qualche simulazione e aveva concluso (ma nessun grande giornale gli aveva dato spazio, immaginarsi!) che il modello economico di Autolib' non sarebbe mai diventato redditizio. Al massimo, aveva spiegato, può diventare



un'icona dell'industria francese com'è stato il Concorde: un successo tecnologico ma una sconfitta economica.

Non sapeva l'ingegner Louvet, così come non sapevano i contribuenti francesi, che il prezzo di questa sconfitta sarebbe stato pagato dalle casse pubbliche, dai 97 Comuni che si sono fidati di Bolloré. Che, tanto per gradire, oltre alle perdite ha messo a carico dei sindaci anche il costo del sistema informatico che gestisce il parco delle sue 4 mila Bluecar: altri 60 milioni di euro, fatturati dalla società Polyconseil, filiale del gruppo Bolloré. Ça va sans dire. (riproduzione riservata)

Il corsivo del giorno



di **Nicola Saldutti**

IN ITALIA PORTE APERTE AI CAPITALI FRANCESI, MA LA CORTESIA NON È RECIPROCA

È inutile girarci intorno. Ogni volta che i Paesi europei si ritrovano a gestire acquisizioni da parte di imprese che battono una bandiera diversa, i nazionalismi si risvegliano. Dimenticando ogni regola minima di reciprocità. Prendiamo quello che sta accadendo in questi giorni alla Fincantieri. Il gruppo italiano leader nella cantieristica ha presentato un'offerta (unica) al tribunale di Seoul nell'ambito della liquidazione del gruppo sud coreano Stx Offshore & Shipbull. Obiettivo, comprare gli storici cantieri francesi di Saint Nazaire. Si tratta di un marchio simbolico per Parigi, naturalmente. Il gruppo che, oltre alla navi di crociera, realizza le portaerei della marina transalpina. Un'operazione di mercato, con un investimento di 200 milioni. Neppure il tempo di annunciare l'intesa che il governo di Hollande ha cominciato a definire paletti, condizioni, vincoli. Leggiamo in una nota del governo: «Siamo azionisti e dunque porremo le condizioni che sono: la sostenibilità dell'attività, la garanzia delle competenze e della capacità di progettare negli anni a venire». Parole che non suonano come un benvenuto à les italiens. Qualche anno fa toccò all'Enel ricevere un secco no alle intenzioni di crescere in Francia. Scenario molto diverso, invece, per quello che riguarda la presenza in Italia. Lactalis ha rilevato Parmalat. Edf è il primo socio di Edison. Carrefour rilevò la Sme. Vivendi è il primo socio di Telecom e il secondo socio di Mediaset. E nella moda sono molti i gruppi francesi ad aver fatto shopping in Italia. È fin troppo evidente che esiste un problema di reciprocità, che non vuol dire alzare barriere, ma considerare il fatto che Fincantieri non può essere giudicato un invasore. Dal momento che nel capitale è anche presente in modo indiretto (come Cassa Depositi e Prestiti) lo Stato italiano.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La Apple in Cina oscura il New York Times

Si alla censura voluta da Pechino, la «app» del quotidiano non sarà più scaricabile dallo «store»
Lo stesso giorno il giornale pubblica un'inchiesta sui «favori» concessi dal governo alla Mela

13

le fabbriche della Foxconn in Cina dove vengono assemblati i prodotti Apple

300

mila gli operai in servizio nell'impianto più grande, quello di Longhua, Shenzhen

500

mila la capacità produttiva di iPhone/giorno nella fabbrica Foxconn di Zhengzhou

40%

la quota di produzione, nel mondo, di elettronica di consumo da parte di Foxconn

di **Massimo Gaggi**

In Cina la Apple elimina dal suo store la «app» del *New York Times* per «adeguarsi alle norme del governo locale». Anche il gigante Usa dell'economia digitale piega la testa: pur di salvare il suo business nel Paese nel quale produce i suoi iPhone, l'azienda fondata da Steve Jobs accetta il diktat della censura di Pechino. In apparenza la storia del blocco scattato due settimane fa (ma reso noto solo ora) è quella di un nuovo cedimento alle imposizioni di un regime illiberale. Molti altri, a partire da Yahoo!, sono finiti prima di Apple nel mirino del governo cinese e hanno messo gli affari davanti ai principi.

Del resto che quella della «democrazia universale» portata ovunque da Internet fosse un'illusione era già chiaro da anni: da quando la Cina ha eretto il suo *firewall* digitale, oscurando molti siti informativi occidentali, da *Bloomberg* a *Reuters*, dalla *Bbc* allo stesso *New York Times* che, però, era rimasto consultabile attraverso l'«app». Ma stavolta alla storia di ordinaria censura si aggiunge un dettaglio sospetto: Apple ha eliminato l'«app» del *New York Times* il giorno stesso in cui David Barboza, celebre giornalista investigativo del quotidiano, già autore di vari scoop su casi di corruzione in Cina, aveva chiesto notizie all'azienda di Cupertino

no su facilitazioni e sussidi per miliardi di dollari concessi dal governo cinese alla Foxconn, l'azienda che produce per conto della Apple la gran parte dei suoi iPhone. Metà di quelli venduti in tutto il mondo vengono da un singolo impianto costruito a Zhengzhou, città di sei milioni di abitanti in una regione molto povera.

Il *New York Times*, con un'inchiesta imponente nella quale ha intervistato oltre 100 funzionari e dipendenti delle aziende e amministrazioni cinesi e personale della stessa Apple, ha scoperto che solo per ottenere la costruzione del grande impianto in una regione che voleva sviluppare, Pechino ha versato un miliardo e mezzo di dollari. Molti altri incentivi e sgravi fiscali sono stati garantiti alle produzioni cinesi col marchio Apple, ma nessuno sa esattamente come e quanto, dato che né il governo né le imprese coinvolte forniscono informazioni in merito. Apple ha fatto presente che l'eventuale destinatario delle agevolazioni è la Foxconn: la società taiwanese proprietaria degli stabilimenti che producono per conto di Apple in Cina: un semplice *contractor*, un subfornitore. Solo che questa società ha costruito i suoi impianti quasi solo per un cliente: Apple. E per la società guidata da Tim Cook, Foxconn è di gran lunga il principale fornitore. Nonostante il blocco della «app», il *New York Times* ha pubblicato ugualmente sul

suo sito, il 29 dicembre scorso, l'inchiesta di Barboza: una storia che può essere facilmente utilizzata dal nuovo presidente Usa, Donald Trump, nella sua campagna contro la «concorrenza sleale» della Cina e contro le imprese americane poco patriottiche che portano produzione e lavoro in Asia.

Vendetta della Apple, timorosa di finire nel mirino di Trump che ha già ottenuto da varie aziende, dalla Ford alla United Technologies, la rinuncia a costruire impianti all'estero? Un portavoce dell'azienda si è limitato a dire che l'esclusione della «app» del *Times* dal suo «negozio elettronico» è stata decisa nel rispetto delle disposizioni di legge cinesi: Apple ha scelto di applicare sempre le regole locali dei Paesi nei quali opera. La norma in questione, però, era stata emanata dal governo di Pechino nel giugno scorso e fin qui era rimasta lettera morta. Sarà interessante vedere ora, oltre alle reazioni della Apple, in difficoltà anche in Cina dove cresce la pressione dei nazionalisti contro l'eccessiva influenza culturale e negli affari dei giganti americani, anche quelle dello stesso Trump. Tutti e tre gli attori sul palcoscenico sono, infatti, bestie nere del neopresidente: il governo cinese, il *New York Times* e anche la Apple minacciata di boicottaggio dei suoi prodotti quando si rifiutò di fornire all'Fbi i codici di criptaggio degli iPhone.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Gruppo

Il Ceo di Apple Tim Cook insieme a un gruppo di giovani cinesi durante la visita, lo scorso anno, a Pechino

E-commerce Merci illegali

Contraffazione, Alibaba fa causa ai suoi fornitori

(f. sav.) Per la prima volta Alibaba decide di portare in tribunale due suoi partner. Il gigante cinese dell'e-commerce ha citato in giudizio due aziende che espongono orologi Swarovski falsi sulla sua piattaforma Taobao. Chiedendo 1,4 milioni di yuan come risarcimento danni. La decisione arriva appena due settimane dopo la lente degli Stati Uniti sulle sue transazioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il fondatore del colosso cinese dell'e-commerce Alibaba Jack Ma



BREVI

Dalla Finanza

BLACKBERRY

La cinese Tci pronta a rilanciare il marchio

Il gruppo cinese Tci progetterà, produrrà e metterà in commercio un nuovo portafoglio di smartphone a marchio BlackBerry. A margine del salone di Las Vegas, i responsabili del gruppo hanno offerto una panoramica del primo modello, ma i dettagli saranno annunciati al Mobile World Congress di fine febbraio-inizio marzo a Barcellona.



Vivendi ficha a Amos Genish, expresidente de Telefónica en Brasil

L del Castillo. Madrid
 Amos Genish, hasta octubre de 2016 consejero delegado de Telefónica Brasil, la filial más importante del grupo español de telecomunicaciones después de España, ha sido fichado por el grupo galo Vivendi, presidido por Vincent Bolloré. Genish será el nuevo responsable de Convergencia de Vivendi (Chief Convergence Officer), y su cargo tendrá la responsabilidad de "supervisar la estrategia de convergencia del grupo entre los contenidos, la plataformas y la distribución", según señala la firma gala. Genish tendrá su base en París y en Londres.

Genish fue el fundador, en 1999, de GVT, una firma brasileña de banda ancha y TV de pago que creció rápidamente y que fue adquirida por Vivendi en 2009, tras una dura pugna con Telefónica. Posteriormente, en 2014, Telefónica compró GVT a Vivendi.

A raíz de esa compra, GVT se fusionó con Telefónica Brasil, lo que permitió a la española tener presencia en el mercado de banda ancha fuera de Sao Paulo, y Genish, sorprendentemente fue nombrado máximo responsable

de la compañía fusionada, desplazando a Antonio Carlos Valente, el anterior primer ejecutivo de la filial del grupo español. Pero Genish, que ya había acumulado un gran patrimonio personal con la venta de GVT a Vivendi, decidió dejar Brasil a finales del año pasado, lo que ha aprovechado Bolloré para ficharlo.

Plan ambicioso

Vivendi quiere crear un gran grupo europeo de contenidos audiovisuales que compita con firmas como Netflix o HBO y con presencia en Francia, Italia y España. Para eso, ha tomado una participación del 24,9% del capital de Telecom Italia, en la que prácticamente ha tomado el control de la gestión y ha elevado de forma hostil su participación en la italiana Mediaset (Tele 5) hasta el 30%.

Los analistas esperan que Vivendi también pretenda algún tipo de alianza con Telefónica, que se ha lanzado igualmente al negocio de la TV de pago, propósito para el que Genish sería de gran utilidad por su conocimiento de Telefónica.

Vivendi ingaggia Amos Genish, ex presidente di Telefónica Brasil



Verizon Raises Doubts Over Deal With Yahoo

By RYAN KNUTSON

Weeks after **Yahoo Inc.** disclosed a second massive data breach, **Verizon Communications Inc.** is unsure whether it will proceed with its \$4.83 billion purchase of the internet company's core business, a top Verizon executive said Thursday.

Marni Walden, a Verizon executive vice president, said the carrier is still studying the impact of a data breach at Yahoo that affected more than one billion accounts, which the internet firm disclosed in December. The hack occurred in 2013 and is separate from a 2014 breach, disclosed in September, that exposed 500 million Yahoo accounts.

When asked at an investor conference in Las Vegas whether the telecom giant would proceed with the deal, Ms. Walden said: "Unfortunately, I can't sit here today and say with confidence one way or the other because we still don't know."

A Yahoo spokeswoman said: "We are confident in Yahoo's value and we continue to work towards integration with Verizon."

Ms. Walden's comments echo statements other Verizon executives made last fall after the disclosure of the first breach. In October, Verizon's top lawyer signaled it could consider that breach a material event that could allow it to change the deal terms. Before the second, larger hack was disclosed, Verizon was nearing an agreement with Yahoo to simply share in future

hacking liabilities, rather than renegotiate the price.

But the larger hack derailed that plan, as Verizon must again wait to see what the impact of the new hacking disclosures have on Yahoo's number of users. Verizon says it still has all options on the table, including renegotiating the deal's price or walking away, people familiar with the matter have said.

Shares of Yahoo were up 3% to \$41.24 in afternoon trading, while Verizon shares were little changed at \$54.63.

There is still logic to acquiring Yahoo, said Ms. Walden, who oversees Verizon's digital services and has been closely involved in the transaction. The idea is to expand Verizon's audience so it has more advertising inventory. "The merits of that transaction still make sense," she said.

To walk away, Verizon will likely have to show that the overall value of Yahoo has declined as a result of the two hacking disclosures. It will take weeks before Verizon makes a decision, Ms. Walden said. "I have to have certain facts in order to be able to make a good decision," she said. "There's a lot of stuff we don't know."

Speaking on CNBC earlier Thursday, another Verizon executive, Tim Armstrong, said he is "hopeful that the deal will continue to go through."

Mr. Armstrong, who runs the AOL business and was also involved in the Yahoo deal, said Verizon's goals around adding more eyeballs is clear, and Yahoo is "one step in that process."

Crescono i dubbi di Verizon in merito al suo accordo con Yahoo

