

Rassegna del 28/12/2016

...				
Corriere della Sera	37	Mediaset, la Borsa scommette sulle mosse Vivendi	De Rosa Federico	1
Repubblica	20	Mani forti su Mediaset la Borsa crede all'Opa scambiato un altro 2,5%	Livini Ettore	2
Stampa	1	***Intervista a Carlo Calenda - Calenda: "Il 2017 sarà decisivo per sconfiggere i populismi" - "Bolloré può paralizzare Mediaset" - Aggiornato	Zatterin Marco	4
Sole 24 Ore	23	Caccia ai titoli Mediaset: quei «giochi» sul 23,5% del capitale - È caccia al titolo Mediaset I «giochi» sul 23,5% del capitale - È ancora caccia al titolo Mediaset	Olivieri Antonella	7
Sole 24 Ore	25	Il mercato guarda al piano "Med2020"	Mar. Man.	9
Sole 24 Ore	25	Da Cologno sfida sull'adv geolocalizzata - Cologno, sfida sulla pubblicità geolocalizzata	Biondi Andrea	10
Giornale	19	Mediaset vola Il mercato «vede» l'Opa di Vivendi - Vivendi-Mediaset al gioco dell'Opa	Meoni Cinzia	11
Giornale	21	Antitrust. Vigilerà sui legami tra la rete tlc e le tv	...	13
Italia Oggi	21	Antitrust, ecco i nodi della tv	Capisani Marco_A.	14
Messaggero	21	Scalata Mediaset, quattro carte in campo	Amoruso Roberta	16
Mf	9	Ancora rialzi per Mediaset e Telecom Italia La borsa tifa per l'integrazione - La borsa tifa Telecom-Mediaset	Montanari Andrea	18
Sole 24 Ore	24	Tiscali corre in Borsa dopo l'accordo It	R.Fi.	20
Repubblica	18	In vetrina con un clic e il social shopping salva i piccoli negozi	Vincenzi Maria_Elena	21
ESTERA				
Figaro	20	Speculazioni su Mediaset	...	23

Mediaset, la Borsa scommette sulle mosse Vivendi

Titoli su del 2,7% dopo una sospensione al rialzo. Le valutazioni AgCom e l'ipotesi Ops

Dopo la pausa natalizia Mediaset ha ripreso la sua corsa a Piazza Affari dove ieri ha guadagnato il 2,7% dopo essere arrivata a segnare +8% con sospensione al rialzo. In evidenza anche Telecom Italia, il rialzo dell'1,4% sempre per le ipotesi che la scalata di Vivendi al Biscione finirà per coinvolgere anche il gruppo telefonico, di cui la società francese è prima azionista con il 23,8%.

La pausa festiva è trascorsa senza particolari novità sulla linea Arcore-Parigi. Il 23 Silvio Berlusconi ha fatto di nuovo il punto con gli advisor per trovare un modo per sottrarsi al pressing di Vincent Bolloré e qualcosa sembra stia maturando. Non solo una soluzione per difendersi dalla scalata. Un assist in tal senso potrebbe arrivare dall'AgCom, che sta valutando se Vivendi può detenere la maggioranza relativa di Telecom ora che è anche il secondo socio di Mediaset.

L'ex premier sta vagliando tutte le opzioni senza riserve, inclusa la riapertura di una trattativa con Vivendi, che però, come ha sempre detto Mediaset, deve partire dal riconoscimento di un indennizzo per

il mancato perfezionamento del contratto di aprile. Anche perché le cause non possono essere fermate. Mediaset è quotata a Piazza Affari e il consiglio rischierebbe l'azione di responsabilità.

In teoria anche l'accordo chiesto con insistenza da Vivendi potrebbe comportare qualche rischio. Ad aprile, quando aveva raggiunto l'intesa su Premium, Vivendi non aveva azioni Mediaset mentre ora ha il 29,9% e sedendosi al tavolo per trattare rischia di incorrere insieme a Fininvest nel «concerto» e quindi nell'Opa obbligatoria. Che tuttavia, secondo alcune ipotesi elaborate dalle banche d'affari, potrebbe essere aggirata con un'intesa che passi per un'Ops, un'offerta pubblica di scambio in cui i soci del Biscione verrebbero pagati in azioni Vivendi, facendo così di Fininvest il secondo azionista alle spalle di Bolloré. Secondo le simulazioni una simile soluzione potrebbe richiedere anche una parte cash per l'offerta «a cascata» su Mediaset Espana e, probabilmente, su El Towers.

Federico De Rosa

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le quote

● Nelle ultime due settimane Vivendi ha acquistato sul mercato il 29,9% del capitale di Mediaset con diritto di voto

● Fininvest è il primo azionista del Biscione con il 39,9%



Vincent Bolloré è presidente e primo azionista di Vivendi con una quota del 21,99%

Mani forti su Mediaset la Borsa crede all'Opa scambiato un altro 2,5%

Il titolo balza dell'8% e poi chiude in rialzo del 2,8% Vivendi pronta ad accelerare per evitare contromisure

Berlusconi ha evocato la nascita di "comitati per la difesa dell'italianità" per blindare il 51%

Bolloré però potrebbe anche continuare la guerra di posizione e chiedere posti in cda

ETTORE LIVINI

MILANO. La partita a scacchi tra Fininvest e Vivendi per il futuro di Mediaset prosegue sottotraccia - in assenza di trattative tra le parti - a Piazza Affari. Sia i francesi che il Biscione, legge alla mano, non possono più comprare nemmeno un'azione delle tv di Arcore senza incorrere nell'obbligo di lanciare una (costosa) offerta d'acquisto per la società. In Borsa però continuano le grandi manovre su Colongo. Mediaset è schizzata al rialzo all'apertura di ieri toccando un +8%. Le acque si sono calmate nel corso della seduta e in chiusura il rialzo è stato ridimensionato a +2,79% con volumi di contrattazioni piuttosto alti e un altro 2,5% del capitale passato di mano.

La scommessa del mercato è chiara: la telenovela della scalata di Bolloré a Mediaset è arrivata solo alla fine della prima puntata. E le prossime promettono scintille. Vivendi si è posizionata al 29,9% del capitale spendendo più di un miliardo. Questa quota le consente di bloccare in assemblea straordinaria qualsiasi decisione strategica (o mossa difensiva) dei Berlusconi. Fininvest è salita al 38,2% e l'ex premier ha evocato la nascita di "comitati per la difesa dell'italianità" di Media-

set per blindare il 51% del capitale rendendo più complessi blitz transalpini. E i volumi di scambi delle scorse settimane potrebbero far supporre che l'"esercito di Silvio" si sia messo in moto, sfidando il rischio delle indagini Consob sul concerto tra azionisti.

Cosa succederà ora? La famiglia Berlusconi attenderà con il fiato sospeso le mosse dello scalatore bretone. Bolloré - che a parole tende ramoscelli d'ulivo dicendosi pronto a trattare con Arcore - ha davanti tre strade. La prima è l'intervento a gamba tesa: un'Opa (in teoria può farla anche volontaria e non sul 100% del capitale) per spargliare le carte prima che Fininvest e il sistema Italia riescano a prendere contromisure. L'Agcom e la Consob hanno acceso un faro sul ruolo dei transalpini e gli incroci con Telecom (di cui Vivendi è primo socio) ma pare difficile che su questo fronte si riesca ad alzare barricate efficaci in tempi stretti.

La seconda opzione è quella, più soft, di continuare la guerra di posizione chiedendo posti nel cda di Mediaset e una governance differente. I francesi hanno i numeri per pretendere un'assemblea straordinaria sul tema (ci vorrebbe comunque circa un mese). Ma poi devono riuscire a vincerla, raccogliendo il con-

senso tra i grandi investitori istituzionali destinati forse a diventare l'ago della bilancia della sfida. Il rischio in questo caso è venir sconfitti dal voto dei fantomatici "Comitati" pro-Silvio, in grado di garantire al Biscione quella "convergenza" che - a meno di prove evidenti - è difficile configurare come un "concerto" che rende obbligatoria l'Opa.

L'ultima strada è la trattativa. Anche qui però il percorso è stretto: in primis perché qualsiasi contatto tra i due primi soci rischia di far scattare l'offerta obbligatoria su Mediaset. Poi perché è difficile - dopo gli schiaffoni di queste settimane - immaginare una soluzione che metta d'accordo tutti. In teoria la strada maestra potrebbe essere quella di una fusione tra Mediaset e Vivendi. I Berlusconi conquisterebbero l'8-10% del colosso europeo delle tlc (quota che raddoppierebbe come diritto di voto in due anni grazie alla Legge Macron) ma avrebbero poca voce in capitolo nella gestione. Altre ipotesi sul tavolo prevedono l'ingresso nella partita di Telecom, magari per disinnescare il contenzioso su Premium. La Borsa però sembra per ora crederci poco. E all'orizzonte vede solo scenari di guerra.

CRIPRODUZIONE RISERVATA



La corsa di Mediaset



IDUELLANTI



AL VERTICE

Pier Silvio Berlusconi, milanese classe 1969, è vice presidente e amministratore delegato di Mediaset



IL FINANZIERE

Vincent Bolloré, finanziere bretone classe 1952, è il patron di Vivendi, colosso francese dei media e delle comunicazioni

IPUNTI

1

L'ARROCCO FININVEST

Il Biscione è salito al 38,2% del capitale e non può più acquistare azioni. Berlusconi ha chiesto a fantomatici "Comitati per l'italianità" di Mediaset di andare in soccorso di Arcore

2

LE MOSSE DI VIVENDI

I francesi hanno detto di essere pronti a trattare con Fininvest ma potrebbero pure lanciare un'Opa o chiedere (per ora) una rappresentanza in cda convocando un'assemblea

3

LE REGOLE DEL GIOCO

AgCom ha acceso un faro sul ruolo di Vivendi in Mediaset e Telecom. Ma ben difficilmente riuscirà in tempi stretti a fissare i paletti necessari per frenare l'assalto di Bolloré a Mediaset

Calenda: "Il 2017 sarà decisivo per sconfiggere i populismi"

Il ministro dello Sviluppo: Bolloré rischia di paralizzare Mediaset
Su Mps c'è l'ok Ue, ruolo cruciale di Intesa nel sistema bancario

Intervista con il ministro: intervento Mps in regola con l'Europa, cruciale ruolo di Intesa SanPaolo. Adesso avanti con gli investimenti

"Bolloré può paralizzare Mediaset"

Calenda: operazione non trasparente. Art. 18, la Consulta verso il no al referendum

Intervista

L'intervento principale a sostegno delle banche in difficoltà è considerato fuori dal Patto di Stabilità

Il piano industriale di Alitalia non ha funzionato, il governo ha agito da facilitatore e continuerà a farlo

Bisogna rilanciare gli investimenti in Italia. Perciò nasce il piano di incentivi fiscali automatici, Industria 4.0, che punta su meccanica e nuove tecnologie

C'è continuità tra Renzi e Gentiloni, non so se questo governo dura, ma manterremo un'agenda ambiziosa

Carlo Calenda
Ministro
dello Sviluppo economico

MARCO ZATTERIN

Carlo Calenda vede nel 2017 «l'anno in cui dobbiamo salvare i nostri Paesi dai populismi», perché in pericolo c'è l'Europa e il destino di chi ambisce a riformare per crescere. Poi ci sono i casi italiani del momento, Alitalia e Mps da salvare, e anche Mediaset da tutelare dall'offensiva di Bolloré: «C'è il rischio che si faccia questa operazione per paralizzare la governance di una azienda importante in un settore delicato». Al ministro dello Sviluppo economico confermato da Paolo Gentiloni pare anche il momento in cui sfidare le disuguaglianze e ridare abbrivio alla crescita con gli investimenti.

È una sfida globale, convinto com'è che i governi debbano superare «la paura della modernità» e battere chi predica «la fuga dalla realtà come Beppe Grillo».

Ministro Calenda, che Paese è quello in cui lo Stato salva una banca, le banche salvano la compagnia di bandiera

e il colosso privato della tv rischia di diventare straniero?

«Possono sembrare circostanze straordinarie, ma non lo sono. L'Italia interviene in una banca mentre altri Paesi, in epoche precedenti, sono intervenuti sull'intero sistema. Lo abbiamo fatto dopo esserci rivolti al mercato e perché si trattava del terzo istituto del Paese: non potevamo esporre clienti e risparmiatori al rischio di una risoluzione. Alla fine siamo stati quelli che più hanno aderito alla sostanza delle regole europee».

Un bene o un male?

«Si può discutere se sia bene o male. Ma non sul fatto che non si tratta di una anomalia».

Il governo ha stanziato 20 miliardi. Possono saltare i parametri sui conti pubblici negoziati con l'Europa?

«La procedura che ha portato all'intervento pubblico è stata seguita passo-passo dalla Commissione. L'intervento principale è considerato fuori dal Patto di Stabilità. Ci saranno maggiori interessi, ma è una cifra contenuta. Oltre tutto, è una "una tantum" che non pesa sulla dinamica del deficit strutturale».

La manovra di Vivendi su Mediaset vi dà dei pensieri.

«Dobbiamo rispettare le regole del mercato, accettare il caso spesso positivo e normale che uno straniero acquisti una azienda italiana. Ciò che non è normale, però, è come si sono verificati i fatti sinora. E' stato tutto molto opaco e le intenzioni poco chiare».

Dunque non vi piace.

«Il governo ha sui metodi di questa operazione un parere negativo, anche se questo non vuol dire che intendiamo stravolgere le regole del mercato. O che ci sarà un intervento pubblico».

Una mediazione pubblica c'è stata con Alitalia.

«Il piano industriale non ha funzionato, gli azionisti hanno lavorato con le banche finanziatrici, e il governo ha



dato una mano, ben consapevole che non era una azienda statale ma certamente fondamentale per un paese che vive di turismo e "made in Italy". Abbiamo agito da facilitatori e continueremo a farlo».

A sentire lei, è tutta ordinaria amministrazione.

«Per nulla. Mps, Alitalia e Mediaset sono fattispecie differenti e straordinarie che, però, ritroviamo dappertutto. Il governo tedesco ha avuto una discussione accesa sui cinesi che hanno fatto shopping nel settore meccanico. Le difficoltà delle linee aeree sono all'ordine del giorno in molti paesi, per non parlare degli interventi sulle banche, massicci in tutta Europa. Parliamo della normalità di un momento anormale. Anormale, perché vengono al pettine nodi che la crisi ha esacerbato».

Intesa Sanpaolo e Unicredit sono molto attive nel backstage dei grandi affari. C'è un ritorno delle banche al timone dell'economia?

«No, i casi sono differenti. L'unico intervento di sistema delle banche è avvenuto con Atlante. Detto questo, non vedo banchieri italiani che abbiano velleità di playmaker, se non nel senso più positivo, assumendosi responsabilità in situazioni difficili. Non è una anomalia neanche questa. Penso a Banca Intesa che, in questo momento, ha un ruolo importante, essendo una delle banche più forti d'Europa, guidata da un management capace».

Intanto il paese non cresce.

«Si tende a dimenticare che l'Italia è uscita dalla crisi, ma non ha recuperato neanche lontanamente quanto perso dal 2007 al 2014. E' successo perché nei quindici anni precedenti il governo Renzi ci si è occupati di tutto meno che di economia. Nella Seconda Repubblica è stato un tema marginale. Ci siamo occupati di conti pubblici nei momenti di crisi, ma di crescita e politica industriale non se parlato. Questo ci ha indebolito».

Che fare?

«La prima leva parte dal dato che ci preoccupa di più: gli inve-

stimenti. Sono crollati, in Italia, del 30% rispetto a prima della crisi. Nasce qui il piano di incentivi fiscali automatici, "Industria 4.0", che punta sulle nuove tecnologie e la meccanica tradizionale. Il secondo elemento è la riforma del lavoro, il Jobs Act è stato produttivo.

L'occupazione comincia a riprendersi. Non basta, ma è un segnale chiaro».

Ci sono talenti che volano e aziende bloccate. Come mai?

«Quando è cominciata la crisi, il sistema era già fratturato. L'Italia era già il paese in Europa con più divari: geografici, generazionali, imprenditoriali. Crisi, globalizzazione e innovazione tecnologica hanno ampliato il solco fra vincitori e vinti, così che oggi non manca solo la crescita, ma si pone l'esigenza di rimettere in moto il paese. Le disuguaglianze sono aumentate, fra ricchi e poveri, piccoli e grandi, nord e sud, internazionalizzati e no. Abbiamo perso il 25 per cento di base industriale mentre l'export batte ogni record».

Che differenza c'è fra il governo Gentiloni e quello Renzi?

«C'è continuità sostanziale di linea politica e di persone. Renzi e Gentiloni rappresentano la stessa cultura riformista. Molto è però cambiato dopo il referendum che avrebbe finalmente aperto la Terza Repubblica. Non è andata così. Il mondo nuovo è difficile da capire e certamente abbiamo commesso molti sbagli. Il punto è che non mi sembra una soluzione tornare alla prima repubblica, dobbiamo trovare un modo diverso per coinvolgere le persone su un'agenda che deve dare l'impressione di essere fatta solo per le eccellenze per chi ce la può fare».

Tutti dicono che il governo non dura.

«Non so se dura o no. Quello che conta è che sinché dura deve mantenere un'agenda ambiziosa. Dobbiamo vincere la paura della modernità governando il cambiamento e investendo. In tutto l'Occidente la politica è divisa in due campi: chi vuole af-

frontare il futuro e chi pensa di poterlo chiudere fuori della porta. Il riformismo accomuna Angela Merkel con Renzi e Gentiloni. L'alternativa è il populismo. O, nel caso italiano, la fuga dalla responsabilità e dalla realtà rappresentata da Beppe Grillo».

Non sarebbe ora di introdurre il salario minimo?

«Se ne può discutere, ma è piuttosto ora che in Italia ci sia più salario legato alla produttività. Ed è anche ora di avviare un ragionamento serio sul rapporto tra apertura di mercato e tutele. Nel caso dei call center, che sono l'anello più debole della struttura produttiva, le delocalizzazioni spesso spinte dai grandi committenti alla ricerca di risparmi marginali è una piaga su cui siamo intervenuti duramente con la legge di Bilancio».

Fra economia e campagne elettorali, il 2017 si annuncia un anno da paura per l'Europa.

«Sarà da paura davvero per l'Europa e l'Occidente che vivono la crisi più grave dagli anni Trenta, una crisi di fiducia che colpisce la classe dirigente e mina le relazioni globali. Vedo con preoccupazione il ritorno al protezionismo che è cosa ben diversa da una governance più equilibrata della globalizzazione. Difficile vedere progressi nella costruzione europea per il 2017, mentre sarà fondamentale dare spazio di manovra ai governi nazionali per poter vincere le sfide elettorali col fronte populista».

Roba da Rischiatutto.

«E' l'anno di un "Whatever it takes" che ridia forza alla componente europeista della società. Immigrazione, sicurezza e investimenti sono le priorità: la Commissione dovrà aiutare a affrontare questi temi invece che scegliere il galleggiamento tra i veti dei singoli Stati. L'anno prossimo si deve lavorare perché col 2018 si possa ripartire. L'anno del rilancio. O l'anno in cui ci sarà solo il grande mercato unico. E poca Europa intorno».

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

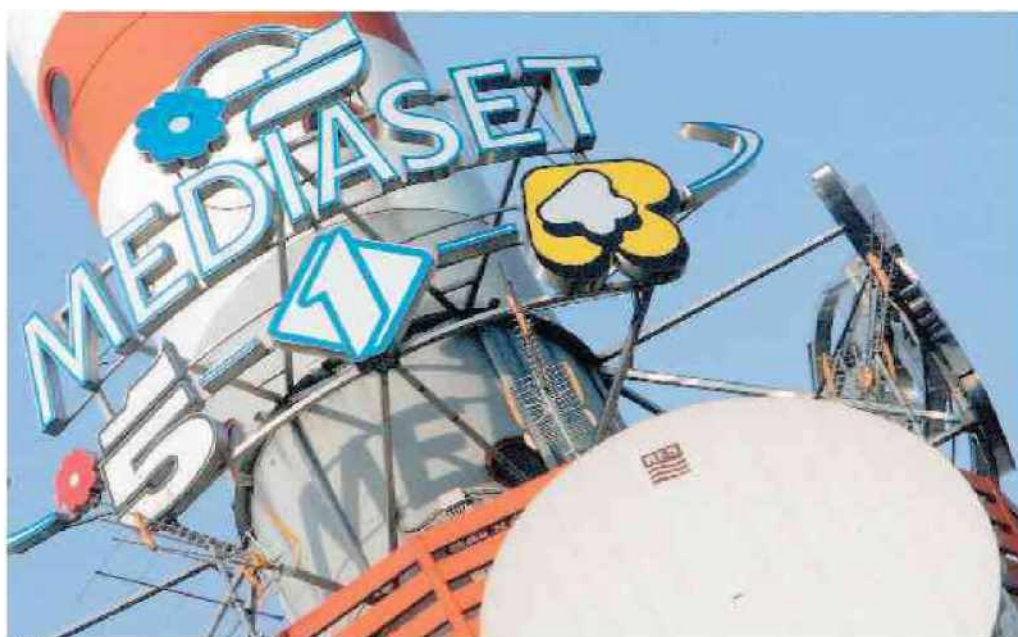
20 -30

miliardi

È il valore
in euro
dell'interven-
to che il mini-
stero dell'Eco-
nomia sta
preparando
per le banche
in difficoltà

per cento

È il calo degli
investimenti
in Italia
a partire
dal 2008,
quando è
iniziata
la crisi
economica



ANSA

L'assalto di Parigi

Il gruppo francese Vivendi è arrivato a controllare quasi il 30% di Mediaset

**FOCUS
FINANZA**

*Caccia ai titoli
Mediaset: quei
«giochi» sul 23,5%
del capitale*

di **Antonella Olivieri**

Mediaset ha "strappato" ancora in Borsa fino a sfiorare quota 4,4 euro, tra scambi che hanno interessato il 2,3% del capitale. Vivendi e Fininvest non possono salire oltre, se non lanciando un'Opa: chi sta rastrellando? Dal 12 dicem-

bre, quando Vivendi ha annunciato l'ingresso in Mediaset, è passato di mano il 52,7% del capitale, e il 23,5% per destinazione "ignota", nel senso che finora nessuno - oltre ai due contendenti - ha segnalato il superamento delle soglie rilevanti alla Consob. ► pagine 23 e 25

Media. Non si conosce la destinazione di quasi un quarto del capitale scambiato dopo l'ingresso di Vivendi

È caccia al titolo Mediaset

I «giochi» sul 23,5% del capitale

Dal 12 dicembre è passato di mano complessivamente il 52,7%

■ **Mediaset** ha "strappato" ancora in Borsa fino a sfiorare quota 4,4 euro. Il titolo, sospeso più volte per eccesso di rialzo, alla fine ha concluso la seduta in progresso del 2,79% a 4,122 euro. Ma soprattutto, nonostante il flottante si sia ridotto a non più del 30%, i volumi sono stati ancora elevati: oltre 27 milioni di prezzi negoziati, pari al 2,31% del capitale. Chi compra ancora? **Vivendi** e **Fininvest** non possono andare oltre i livelli raggiunti - 29,94% i diritti di voto dei

francesi e 39,775% quelli della holding della famiglia Berlusconi - se non lanciando un'Opa. Gli operatori di Piazza Affari dubitano che si tratti di hedge fund, perché la scommessa sarebbe troppo speculativa anche per loro, dal momento che i prezzi sono raddoppiati nel giro di meno di un mese e che non c'è nessuna certezza che la contesa sfoci in un'offerta sul mercato. Da quando Vivendi ha annunciato l'ingresso in Media-

set con il primo 3% - era il 12 dicembre, ma già sembra un'altra epoca - è girato in Borsa oltre il 52% del capitale. Quasi un quarto del capitale - il 23,5% - è passato di mano per destinazione "ignota", nel senso che finora nessuno - oltre ai due contendenti - ha segnalato il superamento delle soglie informative rilevanti. Le ipotesi si sprecano, mai i sospetti vanno nella direzione di posizionamenti a favore dei francesi.

Antonella Olivieri ► pagina 25

La tv contesa. Ieri le azioni del Biscione, sospese per eccesso di rialzo, hanno chiuso a 4,122 euro con scambi per il 2,3% del capitale

È ancora caccia al titolo Mediaset

Dall'ingresso di Vivendi è passato di mano il 52,7%, il 23,5% senza destinazione nota

LE IPOTESI

In Piazza Affari si scommette su posizionamenti a favore dei francesi mentre non c'è evidenza di buy-back: il flottante è limitato al 30%

Antonella Olivieri

■ Qualcuno sta ancora rastrellando Mediaset in Borsa. Il titolo del Biscione è stato sospeso più volte per eccesso di rialzo per chiudere alla fine in progresso del 2,79% a 4,122 euro, ma nel corso della seduta, a metà mattinata, è stato toccato un

massimo di 4,398 euro. Soprattutto stupiscono i volumi: anche ieri, infatti, sono passati di mano più di 27 milioni di titoli, pari al 2,31% del capitale.

Volumi insoliti per un periodo semi-festivo e di fine anno, quando gli investitori chiudono i libri e non prendono nuove posizioni, tanto più se la visibilità è scarsa e il rischio elevato, come in questo caso. Nessuno può sapere se effettivamente la contesa sfocerà in un'Opa e se succederà anche prezzo, perché è ancora impossibile il lancio di un'offerta

volontaria da parte di Vivendi che, al momento, ufficialmente è sotto la soglia del 30%, con il 29,94% dei diritti di voto.

Dal 12 dicembre, quando il



gruppo presieduto da Vincent Bolloré ha annunciato a sorpresa l'ingresso in Mediaset con il primo 3%, è stato scambiato sul mercato il 52,77% del capitale, ma solo il 29,3% ha una destinazione chiara, dato che nelle due settimane prima di Natale Vivendi è salita al 28,8% mentre Fininvest aveva arrotondato la sua quota (portandola al 38,26% e al 39,77% dei diritti di voto) rilevando un pacchetto del 3,527% immediatamente dopo la mossa di Parigi. All'appello manca perciò il 23,5% del capitale che ha cambiato padrone ma senza, almeno per ora, lasciare traccia nelle dichiarazioni alla Consob. I "privati" sono tenuti a denunciare le partecipazioni se superano il 3%, gli istituzionali possono invece aspettare fino al superamento del 5% e comunque possono passare cinque giorni dal superamento della soglia informativa rilevante prima che se ne sappia qualcosa.

L'impressione degli operatori di Borsa è che si possa trattare di posizionamenti a favore dei francesi. Tuttavia, se così fosse, potrebbero emergere elementi per ipotizzare un'azione di concerto che farebbe scattare l'Opa obbligatoria. In questo caso il prezzo dell'offerta sarebbe pari al massimo pagato da Vivendi che, secondo stime di mercato, dovrebbe essere almeno pari a 4,4 euro. Ma ci sarebbe anche l'obbligo di Opa a cascata, certamente su Mediaset Espana, ma forse anche su Eitowers per un costo destinato a

lievitare oltre i 7 miliardi.

Altra ipotesi - negli scenari disegnati in Borsa - è che l'assedio francese miri a portare in consiglio rappresentanti di Vivendi. Per questo però occorrerebbe la richiesta di convocazione di un'assemblea che sarebbe straordinaria nel timing, ma ordinaria nell'oggetto da deliberare: basterebbe cioè la maggioranza semplice dei presenti. In quest'ottica, considerato che i diritti di voto di Fininvest staccano di dieci punti quelli di Vivendi, quest'ultima dovrebbe poter contare sull'appoggio della maggioranza dei fondi per spuntarla. Non sarebbe la prima volta. Proprio con l'appoggio dei fondi (in buona parte hedge), Vivendi era riuscita infatti a far passare l'allargamento del consiglio Telecom per la nomina di quattro amministratori di sua espressione, nonostante il parere contrario dei proxy advisor che danno indicazioni per il voto degli istituzionali in assemblea. I soci Telecom, era esattamente un anno fa, erano stati chiamati in adunanza per l'agognata conversione delle azioni di risparmio che però non passò per l'astensione di Vivendi che, col 20% che aveva in mano allora, esercitò di fatto la minoranza di blocco.

Secondo una scuola di pensiero, Vivendi questa volta si sarebbe mossa per difendersi dalla causa miliardaria avviata da Mediaset e Fininvest per il mancato rispetto del contratto firmato ad

aprile su Premium. Ma se così fosse, l'eventuale ingresso dei francesi nel board del Biscione li esporrebbe all'accusa di conflitto d'interessi. Di suo il ceo di Vivendi, Arnaud de Puyfontaine, continua a ribadire di voler trovare un accordo con Mediaset, senza però spiegare come.

E se gli acquisti fossero invece attribuibili al fronte della difesa? Sulla carta anche qui ci sarebbe il rischio di far scattare l'Opa per azione di concerto. Fininvest infatti ha già sfruttato la possibilità di arrotondare la propria partecipazione del 5%, senza dover lanciare un'Opa e fino al prossimo aprile non può salire oltre. Non risulta che Mediaset stia spendendo la delega per completare il buy-back del 10% del capitale proprio. Potrebbe scendere in campo Ennio Doris? La Bce ha riaperto il capitolo della vendita del 20% di Fininvest in Mediolanum, che, ai prezzi di Borsa attuali, vale circa 1 miliardo. Ma siamo veramente nel campo delle congetture.

Di certo c'è che l'arena del contendere è limitata a quel 30% del capitale che è ancora flottante. Poco più del 15% alla data del 21 ottobre risultava in mano al retail che, di solito, è sempre l'ultimo a muoversi. Questa potrebbe essere la platea alla quale rivolgersi per la difesa dell'«italianità» del Biscione. Il restante 15% è presumibile ragioni secondo altre logiche.

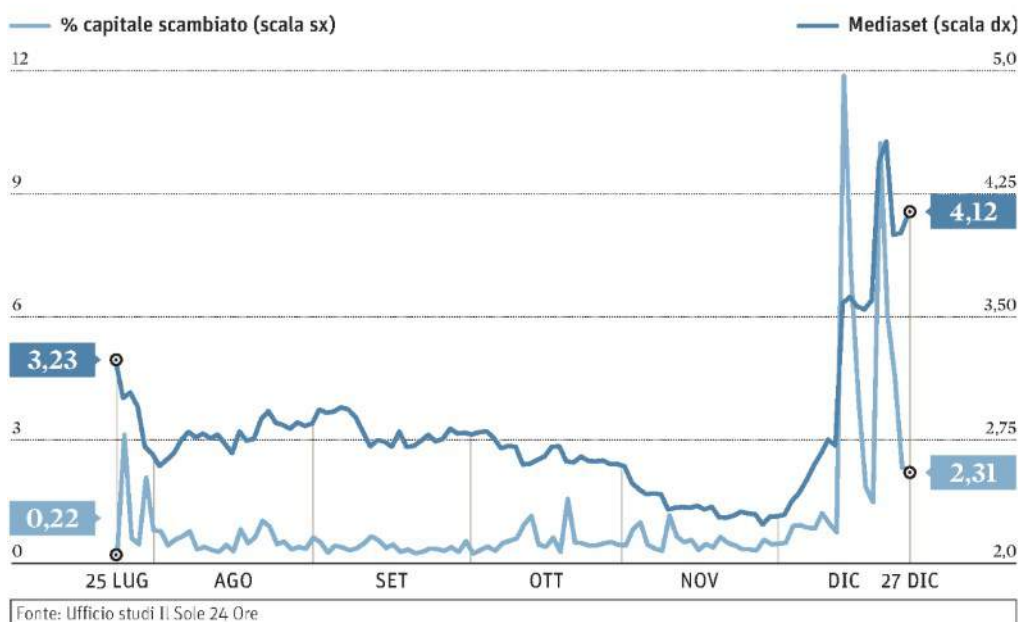
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Buy-back

● Il termine «buy-back» significa «riacquisto». In finanza si intende quando un'azienda ricompra sul mercato le azioni o le obbligazioni proprie. L'intento del buy-back su azioni è quello di gratificare il mercato, restituendo denaro agli azionisti. I buy-back hanno poi l'effetto di sostenere artificialmente il valore delle azioni in Borsa. Negli ultimi anni è stata una pratica molto diffusa soprattutto fra i colossi statunitensi.

L'andamento di Mediaset a Piazza Affari



Media. Le attese per le future strategie del gruppo che saranno presentate a metà gennaio

Il mercato guarda al piano "Med2020"

■ Il mercato guarda al nuovo piano industriale di Mediaset. La presentazione è attesa per metà gennaio a Londra. E in molti si interrogano sulle future strategie del Biscione, dove di recente è salito al 29,9% dei diritti di voto il gruppo francese Vivendi. Nei fatti, però, il corposo lavoro sulle future strategie del gruppo televisivo circola da tempo ai piani alti del Biscione. Il documento, un centinaio di slide che coprono

tutti i business di riferimento del gruppo e una copertina di colore blu che titola "Med2020", doveva essere presentato al mercato lo scorso 12 settembre. Non s'è fatto nulla, a causa dell'apertura del contenzioso con i francesi di Vivendi che dopo aver firmato il contratto per l'acquisto di Mediaset Premium, hanno fatto dietrofront. Ma le linee guida non dovrebbero cambiare.

Servizio ► pagina 25

Media. Attese per le future strategie del gruppo che saranno presentate a metà gennaio

Il mercato guarda al piano "Med2020"

MILANO

■ Un centinaio di slide che coprono tutti i business di riferimento del gruppo e una copertina di colore blu che titola "Med2020". Il nuovo piano industriale di Mediaset è atteso per metà gennaio. L'agenda prevede che sarà presentato a Londra, con orizzonte triennale e a riguardo dell'intero gruppo. Nei fatti, però, il corposo lavoro sulle future strategie del gruppo televisivo circola da tempo ai piani alti del Biscione. Tant'è che il nome del piano di lavoro era stato già definito in Med2020, appunto, ben in vista nella prima pagina della documentazione che sarebbe stata presentata e distribuita al mercato lo scorso 12 settembre.

La variabile francese ha però fatto saltare tutti i piani del Biscione. Già, perché sulla carta il contratto siglato ad aprile scorso per la vendita di Mediaset Premium a Vivendi doveva rappresentare il primo passo concreto di quel piano al 2020 già confezionato che prevedeva la separazione delle due strade della tv generalista e della pay tv, con Mediaset però che non sarebbe uscita completamente da quest'ultima.

Le due leve strategiche dell'accordo erano in pratica la produzione e la distribuzione, con un obiettivo preciso: trasmettere contenuti internazionali per contrastare un colosso come Netflix. Una piattaforma europea, dunque, che avrebbe rappresentato un punto chiave di quel piano.

Non s'è fatto nulla, a causa dell'apertura del contenzioso con i francesi di Vivendi che dopo aver firmato il contratto, hanno fatto dietrofront sollevando dubbi sullo stato di salute della pay tv del Biscione. Un colpo di scena ha cui ha fatto seguito, in rapida successione, la scalata di Vincent Bolloré alla stessa Mediaset dove nel giro di venti giorni si è portato dal 3% al 29,9% dei diritti di voto.

Il gruppo televisivo, però, sembra deciso ad andare avanti per la sua strada. Del resto, almeno sulla carta, la gestione di Mediaset è ancora nelle mani della Fininvest di Silvio Berlusconi, dato che Vivendi non ha chiesto per ora posti nel board e comunque, con la sua rotonda partecipazione, ha al momento solo il potere di bloccare in assemblea eventuali operazioni di carattere straordinario. La gestione ordinaria è dunque salda nelle mani della holding di Arcore. E' assai probabile, dunque, che il piano triennale che sarà presentato tra due settimane a Londra sarà un piano stand alone e, nonostante il fattore Vivendi, punterà ancora alla creazione di una piattaforma europea sul fronte della pay tv. Evidentemente, salvo accordi in extremis tra i due ex alleati, la controparte non sarà francese. Mac'è sempre la carta Sky da giocare. In che termini lo si vedrà.

Mar. Man.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PUBBLICITÀ

Da Cologno sfida sull'adv geolocalizzata

Crossmedialità e pubblicità profilata per base geografica anche sul free. È la sfida di Mediaset per il 2017.

Andrea Biondi ▶ pagina 25

Mediaset. Lo sviluppo industriale in un mercato in crescita ma più competitivo

Cologno, sfida sulla pubblicità geolocalizzata

MERCATO PUBBLICITARIO

La quota di mercato di Mediaset a ottobre era del 56,2%, una forte leadership, ma che si confronta con competitor in crescita

Andrea Biondi

■ Crossmedialità, ma anche la sfida della pubblicità profilata per base geografica e abitudini d'acquisto anche sulla tv free, grazie a un nuovo protocollo di trasmissione - Hbbtv - attivo in Italia a partire dal 2017. È attorno a questi due pilastri che si svilupperà il 2017 del gruppo Mediaset sul versante pubblicitario, asset che senza dubbio rappresenta una delle principali leve che hanno mosso l'interesse di Vivendi. Non è un caso, del resto, che Vincent Bollore in proprio controlli Havas, che si definisce una «fully integrated global advertising company».

Il prossimo anno seguirà un 2016 che per il mercato pubblicitario in casa del Gruppo di Cologno ha dato feedback positivi, primo fra tutti il segno più (+2,8% nei 10 mesi secondo Nielsen), ma anche qualche campanello d'allarme per l'attivismo dei competitor.

Stando ai dati Nielsen la quota di mercato per Mediaset a gennaio-ottobre 2016 era del 56,2%: 1,74 miliardi di euro su poco meno di 3,1 miliardi di raccolta totale sul mezzo tv. Una leadership inattaccabile, dunque, ma solo un anno prima quella quota era del 58,1%.

Insomma, in 12 mesi il Gruppo ha perso 2 punti di market share. Andata a chi? Sia Sky, sia Discovery, sia Rai hanno rosicchiato qualcosa. La mediacompany di Murdoch è pas-

sata dall'11,3 al 12,5%: 385,2 milioni su 3,1 miliardi del mercato. Mezzo punto percentuale ha guadagnato anche Discovery (da 5,5 a 6% con 185,2 milioni totali di raccolta). In miglioramento anche la Rai - da 20,7% a 21,3% con 659 milioni - che ha sicuramente beneficiato degli eventi sportivi, ma non solo, anche se ora in Viale Mazzini dovranno fare i conti con il rinnovo della concessione e l'eventualità di possibili limiti alla raccolta sulla tv pubblica. Da non dimenticare anche La7, stabile con 126 milioni di raccolta e un autunno molto positivo.

Gli eventi sportivi hanno premiato anche Sky che, comunque, nel corso del 2016 ha reso chiaro il peso della sfida lanciata sul digitale terrestre. Riproposizioni delle corse di MotoGP, partite di calcio dell'Europa League e trasmissioni di successo che il proprio editore Sky programma anche sui canali pay, hanno spinto lo share di Tv8, salito all'1,38% nel giorno medio fra gennaio e dicembre secondo le elaborazioni dello Studio Frasi su dati Auditel. Sky sul Dtt free ha anche i canali Sky Tg 24 e Cielo. In questo quadro anche Discovery ha detto la sua, con un Nove (acquisito due anni fa da Gruppo Espresso che trasmetteva DeeJay Tv) in chiaro sul digitale terrestre salito all'1% di share nel giorno medio e che nel nuovo anno calerà l'asso Maurizio Crozza.

L'addressable adv che da qualche mese la concessionaria Publitalia sta illustrando a centrali media e investitori pubblicitari non può certo fare sfracelli nei numeri, ma va comunque letta come segnale. Sui

numeri pesa il fatto che sarà possibile sulle smart tv connesse. Qui il numero è ridotto: più o meno 5 milioni di smart tv attive di cui il 50% effettivamente connesse. Per l'80% i nuovi apparecchi acquistati vengono oggi connessi, ma ancora la strada da fare è tanta. È pur vero però che non è da trascurare in prospettiva l'impatto di una mossa come questa che Sky, peraltro, con Ad Smart ha pianificato sulla sua offerta pay.

Questa geolocalizzazione costituirà ovviamente un prodotto premium, quindi più costoso. Dopo i primi mesi di sperimentazione, con centrali media e investitori si tireranno le somme per arrivare alla giusta quadratura di un ragionamento in cui Cologno farà valere comunque anche la crossmedialità della sua offerta. C'è il versante web con, fra le varie cose, la partnership esclusiva con Yahoo (sebbene non sul search). Nel mercato della radio, poi, stando agli ultimi dati Radiomonitor, le radio di cui Mediaset è editore con "Radio Mediaset" (Rai, 105 e Virgin) valgono il 24,4% degli ascolti complessivi nel giorno medio. C'è poi da considerare tutta l'offerta radio della concessionaria Mediamond: 7 radio, compresa Rmc e Kiss Kiss, in uscita, ma a fine 2017.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



MANOVRE AGGRESSIVE

Mediaset vola Il mercato «vede» l'Opa di Vivendi

Cinzia Meoni

■ La Borsa premia ancora le azioni Mediaset, che fanno segnare un ulteriore balzo di oltre due punti. In molti ritengono che il mercato stia scommettendo su una possibile Opa di Vivendi sull'intero pacchetto azionario. Uno scenario che prefigurerebbe la battaglia finale per il Biscione.

a pagina 19

L'ATTACCO DEI FRANCESI ALL'ITALIA

Vivendi-Mediaset al gioco dell'Opa

Vola il titolo del Biscione (+2,7%), ma l'offerta costerebbe cara: oltre sette miliardi

MERCATO

Nella galassia Fininvest in evidenza anche le azioni di Mondadori (+6%)

Cinzia Meoni

■ Il profumo di una possibile Opa mantiene Mediaset sotto i riflettori anche in un mercato «sottile» come quello di questi giorni. In meno di due settimane Vivendi si è infatti portata, con un blitz, a un passo dalla soglia d'Opa sul Biscione, dove ha raggiunto il 29,9% dei diritti di voto. E per Piazza Affari la partita è tutt'altro che chiusa, tanto che Mediaset ha chiuso a 4,12 euro in rialzo dell'2,79% e con il 2,3% del capitale passato di mano. In fibrillazione anche Mondadori, l'altra grande controllata di Fininvest: il gruppo di Segrate ha fatto uno scatto del 5,99% chiudendo a 1,079 euro, sui massimi dell'anno. Segno delle manovre dei fondi dopo l'ingresso di Mondadori sul segmento Star ma anche di un rinnovato interesse del mercato per la galassia Berlusconi.

Riflettori accesi poi su Telecom Italia (+1,4% a 0,87 euro), controllata dal gruppo di Vincent Bolloré con il 24,7% e da cui potrebbe passare la soluzione del rompicapo. Le ipotesi su cui ragiona il mercato sono nu-

merose. Si passa dalla possibilità di un'Opa su Mediaset da parte dei francesi, che prima di iniziare la scalata al Biscione avevano in cassa 2,1 miliardi, all'eventuale ingresso di Cdp in Telecom Italia con una quota pari a quella di Vivendi così da frenarne l'avanzata in Italia.

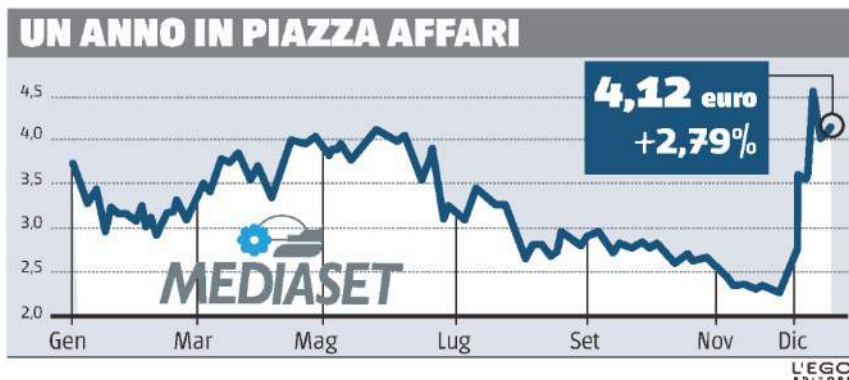
Nulla è escluso. La stessa Vivendi non ha mai smentito la possibilità di un'Opa totalitaria sul Biscione. Per gli esperti, tuttavia, è una soluzione remota per tre ragioni: il primo ostacolo sono i vincoli normativi della legge Gasparri, il secondo è strategico posto che, in assenza di un accordo con la famiglia Berlusconi, Vivendi si troverebbe con un socio al 39,8% dei diritti di voto in grado di bloccare ogni operazione; il terzo ostacolo è invece economico visto che un'eventuale Opa dovrebbe coinvolgere due controllate del Biscione (Ei Towers e Mediaset Espana) per un esborso complessivo di oltre 7 miliardi. Troppo anche per Bolloré.

Quanto a Telecom, secondo Equita (che sul titolo è buy a 1,25 euro), le speculazioni di un ingresso della Cdp «sono piuttosto ardite», anche se il titolo mantiene «l'appello speculativo» dovuto «al fatto di avere un azionista di controllo che non ha chiare sinergie indu-

striali». Alcuni broker si aspettano peraltro che prima o poi torni la pace tra Fininvest e Vivendi o ipotizzano un'operazione di scambio che porti Fininvest nel capitale di un nuovo super polo dei media franco-italiano.

Sin dalla rottura del contratto di compravendita di Premium, la holding della famiglia Berlusconi ha tuttavia negato ogni spiraglio di trattativa con Bolloré, ha aumentato la propria presa su Mediaset al 38,2% (39,7% dei diritti di voto) e ha sferrato lo scontro anche in ambito legale. Fininvest infatti, si è rivolta al tribunale e a Consob, sostenendo che Vivendi ha agito illegalmente, abusando di informazioni privilegiate e manipolando il mercato. Il Biscione ha poi chiesto l'intervento dell'Agcom posto che la presenza di Vivendi potrebbe bloccare l'operatività del gruppo che si appresta a presentare, a metà gennaio, il nuovo piano triennale.





RAIDER

Il finanziere
breton
Vincent
Bolloré
è presidente
di Vivendi ed
è grande
socio di
Mediobanca.
Vivendi
controlla
Telecom Italia
con il 24% ed
è il secondo
azionista
di Mediaset
alle spalle
di Fininvest

ANTITRUST

Vigilerà sui legami tra la rete tlc e le tv

L'Antitrust «vigilerà» in modo preventivo sui legami tra gli operatori di rete e i fornitori di servizi tv per evitare che si possano determinare «effetti preclusivi limitativi della concorrenza». Così l'Authority nell'indagine sul settore audiovisivo, riferendosi allo sviluppo della banda ultra larga.

Internet veloce e integrazioni verticali sono le criticità del settore secondo l'indagine dell'Authority

Antitrust, ecco i nodi della tv

Le priorità? Diritti sportivi e cessione della banda 700 mhz

DI MARCO A. CAPISANI

Netflix, Amazon Prime Video o Discovery: i nuovi operatori tv sbarcati in Italia hanno fatto parlare molto di sé ma la concorrenza nel sistema televisivo italiano ha ancora molti nodi da sciogliere. E i motivi sono molteplici, dall'elevata integrazione verticale tra operatori di rete e fornitori di contenuti nel digitale terrestre fino al ritardo della diffusione di reti internet a banda ultralarga, in particolare quelle Nga (Next generation access) con velocità di download superiore ai 30 mbps. Ma oltre ai problemi strutturali italiani, ci sono altre criticità da risolvere, almeno secondo l'Antitrust presieduta da **Giovanni Pitruzzella** che ha annunciato ieri i risultati dell'indagine conoscitiva sul settore audiovisivo della Penisola. In particolare, sul fronte dei contenuti, per l'Autorità garante della concorrenza e del mercato vanno riviste le regole della legge Melandri per l'assegnazione tv dei diritti sportivi. Mentre dal punto di vista infrastrutturale, la cessione alla telefonia mobile delle frequenze della banda 700 mhz non è stata ancora definita e di conseguenza la transizione genera incertezza.

Lo sport e le partite di calcio, dalla Serie A alla Champions, sono tra i contenuti più ricercati dai telespettatori, al pari dei film. Ma le «previsioni regolamentari» della legge Melandri non sono state in grado di «arginare fenomeni anticoncorrenziali», mentre altre hanno

fallito nello stimolare l'emergere di un'offerta alternativa a quella degli operatori storici». Peraltro, con l'arrivo del nuovo governo guidato da **Paolo Gentiloni** e il ritorno del ministero dello sport, affidato a **Luca Lotti** (ex sottosegretario alla presidenza del consiglio di **Matteo Renzi**, che mantiene anche la delega sull'editoria), una revisione del modello di assegnazione dei diritti sportivi tv è tornata d'attualità e quindi l'Antitrust auspica la definizione di linee guida più dettagliate, maggior competizione non solo su una singola piattaforma, tempi rapidi e certi nell'assegnazione e che la valutazione della stessa Autorità abbia valore vincolante. Pena «la nullità della procedura». Soprattutto internet non dev'essere considerato «accessorio» alle piattaforme tradizionali, digitale terrestre e satellite. Solo così si può favorire la partecipazione alla gara di nuovi operatori, secondo l'Antitrust.

Efficiente, trasparente e veloce dev'essere il passaggio della banda 700 mhz agli operatori di telefonia mobile, se non si vogliono avere ripercussioni negative sui consumatori. La cessione ridurrà la disponibilità di frequenze per la tv e allora, a giudizio dell'Authority guidata da Pitruzzella, le sue regole devono essere conosciute da tutti gli operatori con anticipo e, nel loro rilascio, devono essere favoriti gli operatori che maggiormente possono utilizzarle in modo efficiente. L'Authority vigilerà perciò su possibili concentrazioni che

limitino la concorrenza. Alla riduzione delle frequenze disponibili, inoltre, si abbina la possibile tras migrazione al nuovo standard trasmissivo Dvb-T2 che permette sicuramente un uso più efficiente delle frequenze ma che crea, a sua volta, incertezza sui dispositivi già acquistati dai telespettatori italiani, che possono essere o meno compatibili col nuovo standard.

L'importanza di essere una serie tv

non è solo aver conosciuto un forte gradimento di pubblico ma il fatto stesso che lungometraggi e film per la tv siano prodotti in serie ne determina l'abbondanza sul mercato e la loro equa ripartizione tra diversi operatori, senza privilegiarne alcuni. Il riscontro di audience permette così l'emergere di nuovi canali e operatori. Quindi, la loro diffusione può incidere sulla configurazione di un settore che predilige l'acquisto delle licenze di contenuti. Non a caso sta crescendo l'importanza di chi produce contenuti nel settore tv che, oggi, è alle prese con operazioni di concentrazione, come la paventata scalata ostile di **Vincent Bolloré** a Mediaset per creare un polo tv del Sud Europa. E c'è già chi si aspetta un forte balzo in avanti nella spesa di contenuti (non solo sportivi) con l'acquisizione di Sky da parte della Fox di **Rupert Murdoch**. Dalla ricchezza dei palinsesti offerti deriverà l'appel sia dei servizi tv a pagamento sia degli spazi pubblicitari in chiaro.



E infatti proprio le serie tv e i film hanno aiutato l'emergere anche in Italia di nuovi servizi, come quelli on demand. Peccato che oggi l'incidenza della spesa degli italiani in servizi subscription video on demand (svod) sia inferiore a quella di altri paesi europei, 3% contro una media del 5,26%. Quest'anno, i ricavi attesi dei servizi svod sono pari a circa 90 milioni. In Gran Bretagna, per esempio, toccheranno quota un miliardo di euro.



*Giovanni
Pitruzzella*

Scalata Mediaset, quattro carte in campo

► Il titolo vola ancora in Borsa (+2,7%). Acquisti da mani italiane per rafforzare il fronte anti-Vivendi in vista dello scontro finale ► Gli altri scenari: dall'Opa dei francesi per un costo di oltre 5 miliardi alla contromossa Fininvest, fino alla maxifusione

UN'INTEGRAZIONE TRA IL BISCIONE E IL GRUPPO D'OLTRALPE AVREBBE IL VANTAGGIO DI EVITARE LO STALLO

IL DUELLO

ROMA In un giorno semifestivo 28 milioni di titoli scambiati non sono pochi. Il 2,3% del capitale Mediaset scambiato sul mercato con il titolo arrivato a guadagnare fino all'8% (per poi chiudere a +2,7% a quota 4,12 euro) è qualcosa che in Borsa chiamano ancora «acquisti in odore di scalata». Cosa ben diversa dalla pura speculazione. Già, perché è noto che entrambi i protagonisti in campo, Vivendi con il 28,8% del capitale e il 29,94% dei diritti di voto e Fininvest al 38,3% e senza la possibilità di fare acquisti fino a marzo, non possano di fatto più comprare titoli. Almeno non possono farlo direttamente. A meno che l'intento non sia quello di fare scattare un'Opa obbligatoria (ci sono 5 giorni di tempo di Borsa aperta per comunicare il superamento di nuove soglie rilevanti). In effetti quella dell'Opa è la prima di quattro ipotesi in campo, la meno credibile per gli analisti, che al limite si aspettano una mossa del genere di Vivendi con tempi più lunghi.

La seconda ipotesi, allora, è che qualcuno vicino a uno dei due fronti possa avere interesse a comprare titoli Mediaset in vista della convocazione di un'assemblea in cui si va alla conta dei voti per integrare il cda, e magari non solo per questo. Manovre accurate difficili da scovare an-

che per l'attenta Consob, sempre all'erta sulle «azioni di concerto».

A spingere gli acquisti possono essere amici di Vivendi per arrivare più in forze alla conta dei voti. Ma pare che ieri si muovesse sul mercato siano state soprattutto mani italiane, e sicuramente più vicine alla famiglia Berlusconi che ai francesi. Si tratta di mani che hanno fiutato lo scontro e sperano di guadagnarci, magari offrendo all'occorrenza la sponda per un rafforzamento del fronte anti-Vivendi. Deve aver pensato a qualcosa del genere Silvio Berlusconi quando ha dichiarato la settimana scorsa che «per arrivare al 51% spera in quei comitati per la difesa dell'italianità che possano portare il voto di un 20% nelle mani di tanti azionisti». Deve aver pensato ai fondi amici e ai piccoli azionisti per difendere la trincea e arrivare a quel 51% di Mediaset che di fatto blindava il controllo del gruppo e mette Berlusconi in una posizione di forza a un eventuale tavolo con i francesi.

Sempre che i francesi non siano fulminei, come si è detto, e lancino in gran fretta un'Opa. Certo, in questo caso Vivendi tradirebbe lo spirito delle dichiarazioni fatte solo qualche giorno fa per ribadire la volontà «di raggiungere un accordo con Mediaset. Ma soprattutto Bolloré dovrebbe mettere in conto di spendere almeno altri 5,5 miliardi, considerando l'operazione a cascata sugli asset spagnoli. Una cifra rotonda da aggiungere agli 1,3 miliardi già spesi per arrivare fin qui.

A questo punto costerebbe meno a Fininvest lanciare un'Opa per chiudere la partita potendo contare sull'appoggio delle banche. L'affondo da mettere in conto è da 2,5-3 miliardi. Ma la controindicazione c'è,

visto che Berlusconi rischia di trovarsi con un gruppo in affanno, senza una redditività adeguata a sostenere il debito eredità di questa operazione.

LA SORPRESA

Ecco perché c'è la possibilità che a vincere su tutto sia un quarto scenario. Uno di quei disegni che ha bisogno del suo tempo per poter maturare. Ad un certo punto sia Vivendi che Fininvest potrebbero rendersi conto che uno scontro tra titani può avere troppi rischi per entrambi. Quanto agli obiettivi, Vivendi da parte sua ha tutto l'interesse a cercare sinergie tra la rete (in dote a Telecom di cui è primo azionista) e i contenuti prodotti da Mediaset. D'altra parte, Berlusconi deve avere una certa coscienza di quelli che sono i limiti di un gruppo media che non ha il giusto respiro europeo. Ecco perché l'ipotesi di una maxi-fusione tra Vivendi e Mediaset potrebbe alla fine mettere d'accordo tutti. Con i numeri di oggi Vincent Bolloré si diluirebbe al 18% nel nuovo colosso europeo al fianco di Fininvest intorno al 10%, alla guida di un gruppo che controlla anche Telecom. In questa ipotesi sarebbero superati anche i paletti della normativa italiana visto che l'operazione ricadrebbe sotto il supervisore Ue. E il governo? Si sa che in realtà sono ben poche le armi efficaci in mano alle istituzioni italiane per contrapporsi alla scalata sul Biscione. Dunque, di fronte alla costituzione di un grande gruppo europeo, il boccone degli asset strategici «condivisi» all'estero sarebbe più facile da digerire. Tutto tace nei contatti tra Vivendi e Fininvest. Ma le diplomazie parallele sono al lavoro.

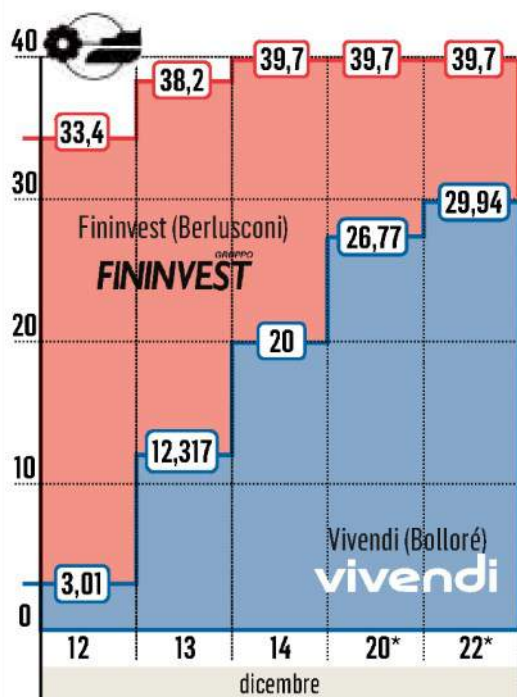
Roberta Amoruso

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La scalata

Oltre il 30% Vivendi deve lanciare un'offerta pubblica (opa).
 Cifre in % sul capitale di Mediaset



*quote in diritti di voto

ANSA centimetri



Vincent
 Bolloré
 ha lanciato
 la scalata
 a Mediaset
 con Vivendi

MEDIA&TLC
**Ancora rialzi
per Mediaset
e Telecom Italia
La borsa tifa
per l'integrazione**
(Montanari a pag. 9)

IL TITOLO DEL BISCIONE GUADAGNA FINO ALL'8% POI RITRACCIA. IL GRUPPO TLC SALE ANCORA

La borsa tifa Telecom-Mediaset

Difficilmente Vivendi lancerà l'opa sul network di Cologno Monzese. Ma può lavorare a un progetto di larghe intese e di respiro internazionale. Fininvest vigila. E intanto anche Mondadori vola

DI ANDREA MONTANARI

L'opa finalizzata al delisting lanciata da Sofil (Lactalis) su Parmalat, ieri mattina, ha fatto scattare la speculazione sul titolo Mediaset, arrivato a guadagnare anche l'8% dopo alcune sospensioni. Evidentemente, nelle sale operative, c'è ancora chi crede in un blitz di Vivendi, salita al 29,77% del capitale avente diritto di voto del Biscione. Anche se un'offerta ostile sul network di Cologno Monzese, e a cascata su Mediaset Espana ed Eit Towers, costerebbe davvero cara all'azienda che ha in Vincent Bolloré (20%) il principale referente. Conti alla mano la triplice opa costringerebbe la società transalpina a mettere sul piatto in tutto almeno 7 miliardi, più di tre volte la liquidità oggi disponibile (2 miliardi). Il progetto piace ai fondi speculativi, ma è impossibile da definire a queste condizioni. Anche perché l'Agcom, dopo aver aperto un'istruttoria sulla scalata di Vivendi, potrebbe in qualche modo bloccare l'offerta pubblica d'acquisto sul broadcaster guidato da Pier Silvio Berlusconi. Detto ciò, il titolo Mediaset continua la sua corsa e anche ieri ha guadagnato un altro 2,8% salendo a 4,12 euro, rispetto ai 2,22 euro del 28 novembre scorso, con un balzo superiore al 50% rispetto al 12 dicembre, giorno nel quale il gruppo di Bolloré è uscito ufficialmente allo scoperto. E

anche in termini di volumi c'è sempre fermento: ieri è stato scambiato un altro 2,31% del capitale anche se ormai gli schieramenti sembrano compatti e solidi. Come se ci fosse ancora qualche grande fondo che volesse prendere posizione in vista di futuri sviluppi industriali e finanziari.

Ma allora cosa continua a dare linfa alle azioni del Biscione se anche l'azionista Fininvest (39,775% del capitale votante) non è affatto intenzionata a superare questa soglia che la costringerebbe a lanciare a sua volta l'opa obbligatoria? L'attenzione degli operatori di Piazza Affari è tutta per il possibile e, a questo punto, inevitabile, processo di consolidamento in atto nel mercato dei media. Come dimostrano le grandi operazioni made in Usa (AT&T che compra Time Warner e 21st Century che punta al 100% della piattaforma satellitare Sky Plc), è evidente che la convergenza tra i produttori e distributori di contenuti e le società telefoniche è inevitabile. Ecco perché anche il titolo Telecom Italia sta vivendo sedute interessanti, anche se da inizio anno il saldo resta negativo (-25,96%). Il gruppo tlc presieduto da Giuseppe Recchi e guidato dall'ad Flavio Cattaneo ieri è risalito a 0,87 euro (+1,46%), a conferma dell'attenzione del mercato per la società, che si è sempre chiamata fuori dal risiko media-tlc. Anche se va detto che l'azionista di riferimento è quella stessa Vivendi (24,7%) che sta giocando il tutto per

tutto su Mediaset. E che potrebbe decidere di allargare il progetto, cercando un coinvolgimento dell'incumbent telefonico, legge Gasparri e Agcom permettendo. Senza escludere un eventuale interessamento, o coinvolgimento, della francese Orange da tempo pronta a far valere la sua forza per entrare in Italia e consolidare la posizione in Sud Europa.

Al momento, complice anche la pausa natalizia, non risultano contatti tra le varie parti in causa, anche se va detto che Arnaud de Puyfontaine, ad di Vivendi, proprio venerdì 22 ha ribadito l'interesse del gruppo a ridefinire un accordo con Fininvest sul Biscione. Ma la holding della famiglia Berlusconi nel frattempo va avanti con le cause legali per tutelare la propria posizione e soprattutto l'azienda televisiva. Quest'ultima è alle prese con le valutazioni sul futuro di Mediaset Premium, pomo della discordia con Vivendi almeno in termini di gestione e assetto societario, che la prossima primavera dovrà decidere se partecipare o meno all'asta per i diritti tv della Champions League e a quella successiva per le imma-



gini della Serie A.

Ovviamente le strategie che i vertici del Biscione definiranno in questi mesi saranno fondamentali anche per capire come giocarsi la sfida con Vivendi, oltre che con gli altri competitor, a partire da Sky Italia e Discovery. Senza escludere poi la minaccia potenziale rappresentata da Netflix e gli altri over-the-top.

E che la galassia Berlusconi sia al centro delle speculazioni di borsa (anche il governo è attento alla partita Mediaset) lo dimostra anche il rialzo messo a segno ieri dal titolo Mondadori, che ha guadagnato il 6% (tornando in saldo positivo da inizio anno, +3,85%) chiudendo a 1,074 euro una giornata senza particolari spunti per il settore editoriale cartaceo. Anche se va detto che la società, sempre più leader di mercato nel settore librario dopo l'acquisizione di Rcs Libri, potrebbe aver beneficiato delle vendite del periodo natalizio. Non va trascurato poi il fatto che la cura impostata dall'ad Ernesto Mauri ha dato i suoi frutti con il ritorno alla redditività dell'area Periodici e il ridimensionamento dell'esposizione debitoria verso le banche, che dovrebbe attestarsi a fine anno sui 270-275 milioni, nonostante l'esborso per lo shopping della divisione libri della Rizzoli. E se Mediaset è oggetto delle attenzioni straniere, su Premium c'era in pista fino a inizio dicembre anche Sky, Mondadori per ora non è considerata certamente una preda dal mercato. Anche se in futuro il business potrebbe fare gola ai big internazionali. (riproduzione riservata)

Quotazioni, altre news e analisi su
www.milanofinanza.it/parmalat



L'intesa. Sale del 3,14% dopo l'operazione con Engineering

Tiscali corre in Borsa dopo l'accordo It

■ In luce Tiscali a Piazza Affari dopo l'accordo con Engineering Ingegneria Informatica. I titoli della società sarda dopo essere saliti in mattinata del 5,83%, con un massimo toccato a 0,0475 euro, hanno chiuso la seduta in rialzo del 3,14% a 0,46 euro. Venerdì scorso Tiscali ha annunciato di aver siglato una intesa con Engineering Ingegneria Informatica per la gestione in "full outsourcing" dei servizi di Information Technology dell'operatore. L'intesa, della durata di 7 anni, si basa su un progetto per migliorare l'efficienza dell'infrastruttura tecnologica e delle piattaforme applicative, con l'obiettivo di coniugare un miglioramento dei livelli di servizio rivolti ai clienti di Tiscali con una maggiore efficienza dei processi IT interni, nonché una riduzione dei costi di gestione degli stessi di circa il 20%. Punto cardine dell'accordo è la valorizzazione delle competenze di Tiscali (170 professionisti IT) in sinergia con le strutture operative di Engineering. L'esecuzione dell'accordo, si legge in una nota, è subordinata all'espletamento con esito positivo della procedura di consultazione sindacale, prevista dalla legge 428/1990. Gli analisti di una primaria sim milanese valutano positivamente l'intesa raggiunta, che dovrebbe valere circa il 3% dell'Ebitda del 2017.

R.Fi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il business. Si sceglie la merce su Instagram o Facebook. Poi si ordina in chat e si paga via web. È la nuova frontiera dell'e-commerce, senza sovrapprezzi. E (quasi) senza frontiere

In vetrina con un clic e il social shopping salva i piccoli negozi

MARIA ELENA VINCENZI

FRANCESCO e Anna Murgolo non hanno nemmeno 30 anni. A settembre hanno deciso di aprire un negozio di abbigliamento. E le cose stanno andando bene, soprattutto grazie a Instagram e Facebook. «I social ci hanno permesso di essere quello che siamo, e oggi ci permettono di sognare di allargare la nostra attività. Ormai sono la base del commercio, non solo di quello online. Molti dei nostri clienti, anche quelli che entrano fisicamente da noi, lo fanno dopo aver visto le nostre pagine e le nostre foto».

Addio e-commerce, ormai roba d'altri tempi. Ora lo shopping si fa sui social. Più divertente, più interattivo e anche meno costoso. Per i commercianti. Sono moltissime le attività che nascono, crescono e fanno fortuna sui social network. Tanti negozi hanno abbandonato il sito internet (o non lo hanno nemmeno mai avuto) e fanno affari così. Che sia arredamento, abbigliamento, pelletteria o persino cartoleria. Si fanno le foto delle merci, si mettono sulla propria pagina Facebook o Instagram e il gioco è fatto. Bastano anche due post al giorno, con l'unica accortezza di fare foto più belle possibile. Poi, sulla propria pagina, si mettono i riferimenti del numero di telefo-

no per essere contattati via whatsapp (o anche via chat di Facebook o Instagram, ma comunque a costo zero) per le informazioni. E se il cliente è interessato all'acquisto, i metodi di pagamento sono diversi. C'è chi si fa caricare la Postepay, chi preferisce un bonifico, chi manda una richiesta di denaro via Paypal. E in pochi giorni il pacco è a casa.

Molto più economico, anche. Il sito per vendere online, infatti, come spiega la maggior parte dei commercianti, ha costi di attivazione e manutenzione. Il social, invece, è gratis. Non solo: curare un sito di e-commerce vuol dire aggiornarlo costantemente con i nuovi arrivi e i "sold-out", lavoro che, spesso, richiede una persona dedicata. Un dipendente in più che i grandi negozi possono permettersi, ma che per molti piccoli esercizi, con i tempi che corrono, diventa una spesa insostenibile.

Non è tutto. Il social commerce permette anche di aprire i confini del proprio negozio, di allargarsi a possibilità di vendita quasi infinite. Non più confinate al quartiere, al paese, alla città in cui ci si trova. E lo stesso vale per gli acquirenti: basta avere un telefonino o un computer per avere la stessa scelta di chi vive in una metropoli, senza bisogno di muoversi da casa.

Floriana Giliberto, tarantina, nella vita fa la parrucchiera. Ma alla sera, quando torna a casa, ama "creare". Con i tessuti o con il legno, poco importa. «È stata mia cugina due anni fa a suggerirmi di mettere le mie cose su Instagram. Così ho fatto e, dopo pochi giorni, hanno iniziato a chiedermi i prezzi. Io nemmeno li sapevo, i prezzi, perché erano cose che facevo per hobby. È iniziato tutto così, solo sui social. E ora sono talmente piena di ordini che lavoro tutta notte».

Che questo modo di fare "spese" sia un fenomeno in enorme crescita è cosa che sanno bene anche a Palo Alto. Lo dicono chiaramente i dati elaborati ogni tre mesi da Facebook e Instagram: che registrano un aumento, non solo degli utenti in generale, ma anche delle piccole e medie imprese che aprono la loro pagina. E non sarà un caso che, poco più di un mese fa, anche i brand del lusso italiani abbiano annunciato un cambio di strategia: si rivolgeranno sempre più al pubblico dei social. Nella convinzione che i negozi "salotto" non abbiano più il successo di un tempo. Che le vetrine, quelle vere, siano ormai passate di moda. E che ora, guarda caso, la vetrina migliore sia una bella foto. Postata su Instagram o Facebook.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il social shopping

Si postano
le foto della
merce
in vendita



Gli utenti le vedono e,
tramite **messenger**
di **Facebook**,
direct di **Instagram**
o **whatsapp**
(il numero viene
lasciato in homepage)
contattano il negozio
per avere informazioni
su taglie, colori, ecc.



**Una volta deciso
l'acquisto**, si procede
al **pagamento**.
Ci sono negozi
che mandano
via mail richiesta
di denaro tramite **Paypal**,
altri che preferiscono
il bonifico, altri ancora
la ricarica **Postepay**



**Si manda la foto
della ricevuta
di pagamento
e la merce viene
spedita tramite
corriere: in 24 ore,
massimo 48,
il pacco è a casa**



**Un
Instagrammer
su 3 dichiara
di aver effettuato
l'acquisto
di un capo/oggetto
visto
su Instagram**



Il 50%
degli utenti **Instagram**
segue almeno un brand



Il 45%
di questi segue almeno
un **brand di moda**



Le immagini
su Instagram sono
percepiti come **2 volte**
più creative e **2,8 volte**
più evocative di quelle
postate su altri social



In media,
gli appassionati di moda
su Instagram seguono
353 profili,
più di **2,5 volte**
il numero dei profili
seguiti dagli altri utenti



Rispetto agli utenti medi,
gli appassionati di moda
postano **3 volte tanto**
#saldi, **#scarpe**, **#stile**,
#colori sono gli hashtag
fashion più utilizzati
in italiano



L'87%
degli italiani
su Facebook
è connesso
a una piccola azienda
italiana



Il 72%
degli italiani
su Facebook
è connesso
ad un'azienda
di un Paese straniero



143 milioni
di persone
su Facebook
nel mondo sono
connesse
ad un'azienda
in Italia

Fonte: Instagram & Facebook

GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO

**SPÉCULATIONS
SUR MEDIASET**

□ L'action du groupe audiovisuel italien a flambé mardi matin à la Bourse de Milan, avant de terminer la séance en hausse de 2,83 %. La montée rapide au capital du français Vivendi, qui en détient désormais près de 30 %, seuil de déclenchement d'une OPA, nourrit les spéculations. Depuis un mois, l'action Mediaset a pris près de 80 %.

Speculazioni su Mediaset

