

Rassegna del 06/12/2016

Mf	4 Il cambio di governo spinge Telecom e frena Enel OF nella partita della banda ultralarga - Telecom riguadagna posizioni nella partita fibra	<i>Follis Manuel</i>	1
Giornale	17 Enel teme la svolta, in Eni si rafforza Descalzi	<i>De Francesco Gian_Maria</i>	2
Sole 24 Ore	31 Parterre - Tlc, nuovi scenari competitivi per i report «post-voto»	<i>A.Oi.</i>	3
Corriere della Sera	37 Tiscali, la svolta di Ruggiero: con Fastweb nella banda larga Focus su famiglie e pmi	<i>De Rosa Federico</i>	4
Sole 24 Ore	32 «Tiscali, rilancio industriale con Fastweb» - «Tiscali al rilancio industriale con Fastweb»	<i>Biondi Andrea</i>	5
Mf	14 Fastweb compra da Tiscali ramo business e frequenze - Fastweb compra Tiscali Business	<i>Follis Manuel</i>	7
Sole 24 Ore	22 Tlc, parti distanti sulle regole	<i>Casadei Cristina</i>	8
Italia Oggi	21 Ben Ammar diventa socio di Criscitiello	<i>Plazzotta Claudio</i>	9
ESTERA			
Expansión	4 Guerra nell'industria della pay tv	<i>Fernández Javier</i>	10

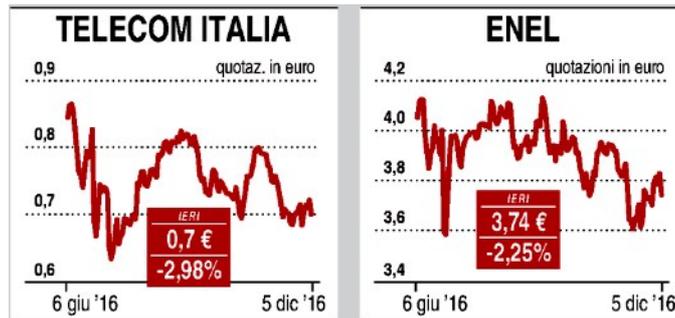
PARLANO I BROKER

Il cambio di governo spinge Telecom e frena Enel OF nella partita della banda ultralarga

(Follis a pagina 4)

I broker: il passo indietro del premier Renzi elimina dal contesto delle tlc il principale sponsor del progetto Enel Open Fiber

Telecom riguadagna posizioni nella partita fibra



DI MANUEL FOLLIS

Lo dicono tutti usando espressioni diverse e con alcune differenti sfumature, ma tutte le analisi post referendum confermano che la vittoria del No è un brutto colpo per Enel Open Fiber e viceversa quindi il passo indietro del premier Matteo Renzi implica una buona notizia per Telecom Italia. Perché? Banalmente perché senza girarci attorno tutti i principali analisti scrivono che il governo era stato un grande sponsor della politica sulla fibra di Enel (con la controllata Enel Open Fiber, appunto) dando vita a un competitor di Telecom. Gli esperti di Redburn scrivono che «Renzi è stato un grande sponsor per Enel Open Fiber» e che dopo l'esito del voto i piani del gruppo guidato da Francesco Starace potrebbero «deragliare». Bank of America-Merrill Lynch ribadisce il concetto e scrive che il «governo è stato uno dei maggiori driver per l'iniziativa sulla fibra di Enel e quindi le dimissioni di Renzi potrebbero portare a un passo indietro su questo fronte». Un fattore che potrebbe essere «molto positivo per Telecom che si sta portando avanti con gli investimenti in

fibra». Stesso concetto viene riportato in termini più o meno identici da Morgan Stanley, che aggiunge un altro tassello positivo per Telecom (come fa anche Redburn) mettendo in relazione la sconfitta di Renzi con difficoltà maggiori per Iliad di entrare nel mercato italiano. Nonostante queste indicazioni di carattere positivo dal punto di vista industriale, il titolo Telecom ieri ha chiuso in calo quasi del 3% (-2,98%) a 0,7 euro a causa, come spiega Redburn della «debolezza di breve termine sul titolo alla luce delle preoccupazioni per il debito e i Cds». Il rischio Paese è alla base anche della revisione del paniere di Equita che ha raccomandato di ridurre l'esposizione su Banco Popolare, Leonardo e appunto Telecom. (riproduzione riservata)



VINCENTI E PERDENTI TRA I MANAGER

Enel teme la svolta, in Eni si rafforza Descalzi

Stop ai progetti di Starace: per il gruppo più vicino l'addio alla rete in fibra

Gian Maria De Francesco

Roma «E adesso?». Ai piani alti delle principali società quotate controllate dal ministero dell'Economia e in attesa di rinnovo dei cda è questa la domanda che ieri pomeriggio si sentiva ripetere più spesso. Che cosa accadrà dopo la caduta postreferendaria del governo Renzi che aveva stravolto non solo le linee manageriali ma anche il *middle management* e perfino gli uffici stampa?

Al momento, per Eni non molto sembra cambiare. L'ad Claudio Descalzi potrebbe addirittura vedere la propria posizione rafforzarsi. Secondo quanto indicato da alcuni rumor, i rapporti con Palazzo Chigi parevano essersi molto raffreddati e alcuni vedevano il deterioramento delle relazioni con l'ex premier come una sorta di via libera per una promozione di Francesco Starace dall'Enel a Eni, appunto. Il discorso potrebbe ripetersi per il presidente Emma Marcegaglia, un profilo molto più «politico» rispetto all'amministratore delegato che affiderà le proprie chance di riconferma alle prospettive di rafforzamento del Cane a sei zampe. Ieri la Borsa ha dato un segnale incoraggiante con un +1,1%, mentre Descalzi incontrava il suo omologo di Gazprom, Alexei Miller.

Ancora meglio è andata a Ferrari (+1,7%) e a Fca (+4,6%), nonostante il numero uno Sergio Marchionne si fosse schierato apertamente dalla parte di Renzi. La debolezza dell'euro giova a un gruppo che negli Usa ha un mercato importantissimo e, dunque, gli operatori non guardano al posizionamento politico quanto ai fondamentali. Il top manager è saldo.

Lo stesso non può dirsi per l'amministratore delegato di Enel (-2,25%), Francesco Starace. Ieri i report di Bank of America - Merrill Lynch, Redburn e Morgan Stanley segnalavano come il passo indietro di Renzi segnasse una battuta d'arresto, forse definitiva, per il progetto «Open Fiber», la posa di

una rete in fibra ottica alternativa a quella di Telecom fortemente voluta e sponsorizzata dall'ex presidente del Consiglio. Starace, terminato il riassetto delle controllate sudamericane, ha da poco varato un nuovo piano industriale fondato proprio sulla digitalizzazione. Questo, tuttavia, potrebbe non essere sufficiente alla riconferma, salvo che il nuovo inquilino di Palazzo Chigi non adotti una linea di continuità, circostanza che al momento non è del tutto da escludere (soprattutto in caso di un esecutivo Padoan). Tattiche e strategie delle prossime settimane saranno rivelatrici anche per quanto riguarda Terna (-1,3%) ove l'insediamento di Matteo Del Fante è stato voluto dal premier in persona. Minori tensioni, certamente, caratterizzeranno il rinnovo del consiglio di Telecom (oggi Tim): il primo azionista Vivendi non sarà più sottoposto a quelle tensioni (per non chiamarle ingerenze) che determinarono la nomina come ad di Flavio Cattaneo senza rendere nessuna informativa al governo.

Altrettanta serenità dovrebbe caratterizzare i rinnovi di Leonardo-Finmeccanica (+3,7%) e di Poste Italiane (+0,2%). Mauro Moretti e Francesco Caio sono amministratori di comprovata esperienza e, soprattutto, con solidi appoggi bipartisan. Il primo ha portato il colosso del gruppo aerospazio e difesa ai massimi degli ultimi cinque anni, il secondo ha rafforzato la presa nel comparto finanziario. Un analogo ragionamento non si può fare per la guida di Cdp (Fabio Gallia) e Ferrovie dello Stato (Renato Mazzoncini), direttamente coinvolte nella realizzazione delle strategie renziane, ma i loro cda non scadono l'anno prossimo e, dunque, c'è tempo per tessere nuove «alleanze». Nel 2017 scade pure il cda di Rai Way (+2,4%), la controllata della tv di Stato che gestisce le torri di trasmissione. Ma si tratta di equilibri che non potranno prescindere da ciò che sarà al settimo piano di un Viale Mazzini «derenzizzato».

I GRUPPI PUBBLICI

 **ENI**
 **Emma Marcegaglia**
(presidente)

 **Claudio Descalzi**
(amm. delegato)

 **ENEL**
 **Maria Patrizia Grieco**
(presidente)
 **Francesco Starace**
(amm. delegato)

 **TERNA**
 **Catia Bastioli**
(presidente)
 **Matteo Del Fante**
(amm. delegato)

 **POSTE**
 **Luisa Todini**
(presidente)
 **Francesco Caio**
(amm. delegato)

 **LEONARDO**
(Finmeccanica)
 **Giovanni De Gennaro**
(presidente)
 **Mauro Moretti**
(amm. delegato)

LEGO



Eni Claudio Descalzi



Enel Francesco Starace



Leonardo Mauro Moretti



PARTERRE

Tlc, nuovi scenari competitivi per i report «post-voto»

L'esito del referendum costituzionale può avere contraccolpi anche lontani dalla politica, con conseguenze positive o negative. Ma almeno tre case di brokeraggio - Merrill Lynch, Morgan Stanley e Redburn - sono d'accordo su un punto: le ricadute per Telecom Italia saranno positive. Tutti e tre i report fanno riferimento alla concorrenza sulla banda ultralarga di Enel Open Fiber e sul mobile per il prossimo sbarco in Italia di Iliad. Merrill Lynch ritiene che la mossa di Enel sull'infrastruttura di tlc poggi più su un background politico che altro e che quindi il progetto ora possa rallentare: se fosse così - sostiene la banca Usa - questo renderebbe più difficile qualsiasi piano di Iliad di muoversi nel medio termine anche nel campo del fisso, se non appoggiandosi alla rete Telecom. Analoghe le considerazioni di Morgan Stanley che vedeva nel Governo dimissionario lo sponsor dell'iniziativa Enel. A questo punto, secondo Morgan Stanley, Iliad potrebbe connotarsi decisamente come newcomer low-cost, lasciando più spazio per un posizionamento premium di Tim. Più tranchant Redburn, che ritiene che il cambio governativo potrebbe ulteriormente far «deragliare» i piani Enel nelle tlc. (A.O.L.)



L'accordo

Tiscali, la svolta di Ruggiero: con Fastweb nella banda larga Focus su famiglie e pmi

Il manager

«Tiscali è stata normalizzata
Ora dobbiamo far vedere
agli investitori che il nostro
mestiere lo facciamo bene»

Da quando ha preso in mano Tiscali, a febbraio di quest'anno, ha trovato l'intesa con le banche sul debito, stretto un accordo strategico con Huawei per lo sviluppo delle rete wireless ultraveloce, bloccato l'emorragia di clienti. Ora che Tiscali si è «normalizzata» Riccardo Ruggiero è pronto per la «fase due». Che parte con un accordo che «ci fa uscire dall'isolamento». Ruggiero ha siglato un'intesa strategica con Fastweb che prevede la cessione della divisione «business» di Tiscali alla società milanese, che pagherà 45 milioni di euro (25 cash e 20 in servizi) più altri 12,5 milioni in 5 anni per l'affitto delle frequenze mobili dell'operatore sardo. Il quale, sempre secondo l'intesa, potrà collegare la propria rete wireless a banda ultra larga a quella in fibra di Fastweb. «L'accordo — spiega Ruggiero — ci permette di accelerare il piano strategico varato dopo la fusione di Tiscali con Aria, focalizzato sul Wireless Lte con cui contiamo di arrivare al 50% del territorio soprattutto in quelle zone a digital

divide dove c'è forte domanda non coperta da adeguata offerta». Una mossa strategica anche in chiave convergenza fisso-mobile, che può consentire a Ruggiero di consolidare la base clienti. Clienti residenziali, uffici e pmi, su cui Tiscali ha scelto di concentrarsi perché «la clientela business richiede forti investimenti per competere con i big. Noi abbiamo scelto di cederla per focalizzarci su un altro segmento ad alto valore. In alcuni piccoli comuni — racconta il manager — la domanda di connessione ultra broadband a volte è anche più alta che nei grandi centri. È qui che stiamo investendo per riprenderci i clienti e conquistarne di nuovi, come stiamo facendo in Umbria, Lombardia, Veneto, offrendogli la migliore infrastruttura, fissa e mobile». Con Fastweb sono in corso anche altri ragionamenti per trovare sinergie, per esempio sul mobile dove entrambi i gruppi sono presenti come operatori virtuali.

Ora che Tiscali può rialzare la testa Ruggiero è pronto anche a tornare dagli investitori: «Dovevo prima normalizzare Tiscali, ora che è stato fatto dobbiamo far vedere che sappiamo fare bene il nostro lavoro per raccontare al mercato che cos'è la nuova Tiscali».

Federico De Rosa

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PARLA L'AD RUGGIERO

«Tiscali, rilancio industriale con Fastweb»

Andrea Biondi ▶ pagina 32

Tlc. L'ad Ruggiero spiega l'accordo con la controllata di Swisscom che acquisisce il ramo d'azienda «Tiscali Business»

«Tiscali al rilancio industriale con Fastweb»

L'intesa da 58 milioni permette a Tiscali di concentrarsi «sul wireless nel segmento consumer»

Andrea Biondi

«Questo è un passaggio importante del rilancio industriale della "Nuova Tiscali". Con le frequenze 3,5 Ghz che abbiamo avuto in dote dal matrimonio con Aria ora spingeremo sull'acceleratore per ritagliarci un ruolo di primo piano come operatore del *fixed wireless*». Riccardo Ruggiero, amministratore delegato di **Tiscali**, commenta così con *Il Sole 24 Ore* l'accordo con **Fastweb**, reso noto ieri a Borse chiuse, cui l'ad guarda come a un passaggio chiave per le sorti e il posizionamento strategico dell'azienda fondata da Renato Soru e che ora ha come azionista di maggioranza relativa il fondo russo **Otkritie**.

In sostanza, con l'accordo che ha necessitato di «un mese e mezzo di negoziati» (Tiscali è stata assistita dallo Studio Chiomenti), Fastweb acquisisce il ramo d'azienda "Tiscali Business" che comprende i clienti del segmento top client di Tiscali e il contratto-quadro per i servizi di connettività (Spc) alla pubblica amministrazione, per 45 milioni di euro, di cui 25 milioni di euro cash e 20 milioni in servizi che saranno erogati dalla controllata italiana di Swisscom sulla propria rete (Tiscali accederà alla fibra Fastweb per collegare la propria rete wireless Lte e i clienti su rete fissa). C'è poi un secondo contratto che rende disponibile a Fastweb l'utilizzo delle frequenze 3,5 Ghz di Tiscali per servizi mobili innovativi, in vista dell'arrivo del 5G. E questo porte-

rà 12,5 milioni in 5 anni.

Insomma, un accordo da poco meno di 58 milioni. E per una società come Tiscali alle prese con un indebitamento che da sempre fa da tallone d'Achille (174,02 milioni di euro a fine ottobre a fronte di ricavi annui attorno ai 200 milioni) non è poco. Che sia più importante per la cassa che per il versante industriale? «Assolutamente. È chiaro - replica Ruggiero - che parliamo di una *cash injection* che rafforza la struttura e la condizione finanziaria e patrimoniale del Gruppo Tiscali. È altrettanto vero però che la parte maggioritaria di queste entrate sarà utilizzata per fare investimenti».

L'ad di Tiscali, 56 anni, un passato in Telecom e ora alla guida dell'azienda sarda da meno di un anno fa dopo, appunto, il matrimonio fra Tiscali e Aria, considera questo come un passaggio determinante in cui la chiave di volta sarà la migrazione dei clienti dall'Adsl alla nuova offerta wireless. Anche perché «questa migrazione è accompagnata da un trasferimento della clientela su rete proprietaria».

Quindi, abbandonare la rete fissa Telecom (che Tiscali sfrutta con il bitstream), «significa risparmiare il canone d'affitto di quella porzione di rete. Parliamo di 19 euro al mese di risparmio per ogni cliente». Se a questo si aggiunge anche la possibilità di far pagare qualcosa in più, con un upgrade tecnologico, la mossa dovrebbe portare a minori spese e

più ricavi (altro problema, questo, per la società sarda). «A queste condizioni se passiamo dai 600 mila clienti attuali a un milione nel giro di tre anni il risultato sarà ampiamente soddisfacente».

L'accordo con Fastweb, con la cessione dei grandi clienti e dei servizi per la Pa, potrebbe comunque apparire molto come segnale di vendita di gioielli. Ruggiero dissenza da questa lettura, considerando piuttosto l'operazione come l'occasione per «razionalizzare» e per permettere a Tiscali di concentrarsi «sul wireless nel segmento consumer», confidando anche nella necessità di far fuori il digital divide nelle aree più disagiate.

Certo, va detto che un altro film sarebbe stato se Tiscali fosse riuscita a conquistare le frequenze ridondanti dalla fusione **Wind-3 Italia** (alla fine invece l'hanno spuntata i francesi di **Iliad**). «È vero - conferma Ruggiero - che avremmo strategicamente puntato di più sul mobile. Ma crediamo che nel *fixed wireless*, soprattutto grazie ad accordi come questo o come quello da poco concluso con Huawei, ci siano grandi prospettive di sviluppo». Utile a fine anno, contro i 17,7 milioni di perdite nei primi sei mesi? «Non posso dirlo. Ma l'utile arriverà a breve».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Riccardo Ruggiero

ACCORDO DA QUASI 60 MILIONI

Fastweb compra da Tiscali ramo business e frequenze

(Follis a pagina 14)

PRIMI ACCORDI TRA I DUE GRUPPI TLC NELL'AMBITO DI UNA PARTNERSHIP STRATEGICA

Fastweb compra Tiscali Business

La società della fibra rileverà per 45 milioni i clienti del servizio top client e il contratto per la connettività alla pubblica amministrazione. Intesa da 12,5 milioni per le frequenze da 3.5 Ghz dell'azienda sarda

DI MANUEL FOLLIS

Fastweb acquista il ramo business e alcune frequenze di Tiscali rispettivamente per 45 e 12,5 milioni di euro. Ieri le due società hanno sottoscritto, nell'ambito di una partnership strategica, due contratti che rafforzano i piani industriali di entrambe, garantendo a ciascuna accesso ad alcune risorse-chiave dell'altra. Il primo accordo è relativo alla cessione a Fastweb del ramo d'azienda Tiscali Business, che comprende i clienti del segmento top client del gruppo sardo e il contratto-quadro per i servizi di connettività (SpC) alla pubblica amministrazione. Il valore economico di questo accordo è di 45 milioni, di cui 25 milioni cash e 20 milioni in servizi che consentiranno a Tiscali di accedere alla rete in fibra di Fastweb per la connessione della propria rete Fixed Wireless ultrabroadband Lte e anche il collegamento dei clienti consumer, Soho e sme di Tiscali su rete di accesso Fastweb. Il secondo contratto rende invece disponibile a Fastweb l'utilizzo delle frequenze da 3.5 Ghz di Tiscali per lo sviluppo di una rete convergente di ultima generazione nelle principali grandi città italiane per un canone annuale di 2,5 milioni per i primi cinque anni (quindi 12,5 milioni di euro complessivi). L'accordo, ricorda il comunicato di Tiscali, è subordinato all'approvazione delle amministrazioni competenti e al positivo esito di un giudizio ammi-

nistrativo attualmente pendente relativo al contratto-quadro SpC. «L'accordo con Tiscali ha per Fastweb una valenza strategica perché consente alla nostra azienda di essere protagonista nello sviluppo di soluzioni e servizi innovativi nel mercato della convergenza fisso-mobile», ha spiegato l'amministratore delegato di Fastweb Alberto Calcagno. «Con la disponibilità delle frequenze 3.5 Ghz Fastweb può partire a sviluppare servizi mobili convergenti nelle principali città grazie anche agli investimenti fatti sulla infrastruttura in fibra ottica». Riccardo Ruggiero, numero uno di Tiscali, si è detto invece «molto soddisfatto di aver concluso questi accordi, che hanno un valore complessivo di circa 58 milioni di euro per Tiscali, stabilendo anche una partnership industriale con un player innovativo come Fastweb, con il quale abbiamo individuato diverse aree di concreta collaborazione. Questa intesa rappresenta innanzitutto una significativa iniezione di cassa che rafforza la struttura e la condizione finanziaria e patrimoniale di Tiscali». (riproduzione riservata)



Alberto Calcagno



Rinnovo. I sindacati difendono il modello degli aumenti ex ante, fornito da altri contratti della loro categoria

Tlc, parti distanti sulle regole

Ravera (Asstel): «Ampio spazio alla contrattazione aziendale»

Cristina Casadei

■ Alla fine del giro dei tavoli tecnici di queste settimane tra Assotelecomunicazioni-Asstel (che rappresenta nel sistema Confindustria la filiera delle tlc), e i sindacati di settore Slc-Cgil, Fistel-Cisl, Uilcom-Uil e Ugl, la plenaria di ieri ha evidenziato forti distanze sui contenuti del rinnovo del contratto che riguarda circa 170 mila addetti ed è scaduto da ben 24 mesi. Risale invece a 26 mesi fa l'ultima tranche di aumento per i lavoratori. Il presidente di Asstel, Dina Ravera, ha espresso apprezzamento per i lavori della commissione tecnica perché «ha avuto il pregio di consentire a entrambe le parti di chiarire con trasparenza e franchezza le rispettive posizioni. Le quali, seppure distanti su alcuni temi, hanno dimostrato che il ccnl continuerà a essere, se sapremo innovarlo, il riferimento essenziale sul quale costruire e sviluppare un modello di rappresentanza, che sia capace di alimentare la condivisione, prevenire la conflittualità e che sappia adattarsi ad un contesto in rapida trasformazione».

Sul modello da adottare per il rinnovo per Ravera «è necessario porre in essere con grande perseveranza una serie di azioni che consentano di rivedere il ruolo del ccnl di filiera. Il contratto nazionale sempre più dovrà connotarsi per la sua capacità di definire in maniera semplice e chiara le regole di base, lasciando il più ampio spazio possibile alla contrattazione aziendale. Questo, infatti, è il livello più efficiente per puntare alla crescita della competitività e della produttività e conseguentemente alla distribuzione della ricchezza effettivamente prodotta».

Per i sindacati, però, esiste un modello applicato in passato che ha

funzionato e quindi è a quello che si deve fare riferimento. Aumenti ex ante o aumenti ex post? Questo è il nodo principale, insieme al recepimento del Jobs act, a una maggiore flessibilità sugli orari, al superamento dei cosiddetti automatismi, alla diffusione a una platea più ampia della sanità integrativa e a un aumento della quota a carico delle aziende per la previdenza integrativa. Per sgombrare il tavolo dagli equivoci, innanzitutto, Slc, Fistel, Uilcom e Ugl ritengono che gli aumenti debbano essere ex ante, secondo il modello fornito da altri contratti della loro categoria (il più recente è quello dei cartai e dei cartotecnici, si veda il Sole 24 Ore del primo dicembre) e non secondo il modello scaturito dal rinnovo del contratto dei metalmeccanici. Asstel si riserva di esprimere un giudizio complessivo a conclusione del confronto tecnico che proseguirà il 20 e 21 dicembre.

Un confronto in cui per Marco Del Cimmuto, segretario nazionale Slc Cgil, «c'è bisogno di un salto in avanti deciso, altrimenti si rischia di certificare l'impraticabilità del tavolo e la sua rottura. C'è un'impostazione datoriale che immagina che il futuro di questo settore sia fondato sulla competizione basata sul costo del lavoro e sulla compressione dei diritti individuali e collettivi. È una ricetta sbagliata che non porta risultati». Salvo Uglierolo, segretario generale della Uilcom, spiega che il negoziato è entrato «in una fase più politica rispetto alle regole per il rinnovo. Ogni contratto ha la sua storia e il modello di contrattazione che abbiamo usato fino ad oggi è quello per noi più plausibile. Su questo però le imprese hanno una visione diversa. E proprio questo rischia di incidere sulla prosecuzione del confronto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



A Prima Tv il 50% della società che gestisce Sportitalia

Ben Ammar diventa socio di Criscitiello

DI CLAUDIO PLAZZOTA

Da due anni e mezzo la Italia sport communication srl di **Michele Criscitiello** produce e gestisce il canale televisivo Sportitalia, disponibile all'len 60 del digitale terrestre e al 225 del bouquet di Sky. Ricavi non impressionanti, nell'ordine dei 2 milioni di euro all'anno, e un equilibrio non ancora raggiunto se lo scorso 13 ottobre i soci di Italia Sport communication (all'epoca al 50% la Micri communication di Criscitiello e al 50% **Paola De Salvo**, moglie di Criscitiello) avevano provveduto alla copertura delle perdite pregresse mediante rinuncia ai finanziamenti soci. Sportitalia, in effetti, si attesta su ascolti attorno allo 0,10% di share medio sulle 24 ore.

Lo scorso 11 novembre, però, nel capitale della Italia Sport communication, una volta azzerate le perdite, è entrato un socio di peso: la Prima Tv spa del finanziere **Tarak Ben Ammar**, che ne ha rilevato il 50%. L'operazione è avvenuta tramite un aumento di capitale di 100 mila euro, portando il capitale di Italia Sport communication a quota 200 mila euro. Prima Tv non ha conferito denaro alla società, ma i marchi Sportitalia, Si live 24, Si solo calcio, Si, Si-Sport Italia, sportitalia, e il dominio www.sportitalia.com, che deteneva attraverso la controllata Europa network, e che concedeva in sub licenza d'uso a Italia sport communication negli ultimi anni. Il valore dei

marchi conferiti è stato stimato in 545.466 euro. E perciò 100 mila euro sono andati a coprire l'aumento di capitale, mentre i rimanenti 445.466 euro sono stati iscritti in riserva sovrapprezzo quote. Dopo l'operazione, quindi, il capitale sociale (200 mila euro) di Italia sport communication è così ripartito: Prima Tv al 50%, Micri communication al 25%, Paola De Salvo al 25%.

Per l'amministratore unico di Italia sport communication, ovvero Criscitiello, che è anche il volto di punta di Sportitalia, è stato fissato un compenso base lordo di 120 mila euro all'anno, cui potranno aggiungersi eventuali bonus parametrati sull'utile lordo di esercizio.

Prima Tv, presieduta dallo stesso Ben Ammar, è una società che in Italia svolge sostanzialmente l'attività di operatore di rete, gestendo il multiplex Dfree del digitale terrestre che diffonde il segnale dei canali tv Premium Cinema Hd, Premium calcio Hd e di Sportitalia (Disney channel, invece, da novembre ha cessato di essere trasmesso sulla piattaforma Premium), con ricavi per 24,2 milioni di euro nel 2015 e di 25 milioni previsti nel 2016. In pancia ha però numerose partecipazioni (valore complessivo di 125,5 milioni di euro), tra cui quelle nelle società di distribuzione cinematografica Eagle pictures e Quinta communication sa, nella società di produzione Lux Vide, nelle tv nordafricane Nessma e Hawa, e nel polo televisivo Giglio group.

—© Riproduzione riservata—



Tarak Ben Ammar



Michele Criscitiello



LAS PLATAFORMAS DE 'STREAMING' DESEMBARCAN EN ESPAÑA

Guerra en el negocio de la televisión de pago

La apuesta de 'telecos' como Telefónica por el negocio audiovisual, unida al desembarco de plataformas de 'streaming' como Netflix y HBO, está transformando los hábitos de consumo de la televisión en España. **Por Javier G. Fernández (Madrid)**

En los últimos cuatro años, la televisión de pago ha experimentado una auténtica revolución en España. Al desembarco de las grandes operadoras de telecomunicaciones (Movistar, Vodafone y Orange) en el negocio audiovisual y la presencia de jugadores como Wuaki.tv, hay que sumar el aterrizaje en el último año de las dos grandes plataformas norteamericanas de *streaming*: Netflix, en octubre de 2015, y HBO, hace apenas unos días. Una nueva oferta de contenidos, muchos de ellos sólo disponibles a través de Internet, que busca trasladar a España el modelo de consumo televisivo norteamericano.

Mientras que en EEUU el porcentaje de hogares con un servicio contratado de televisión de pago supera el 80%, en España apenas alcanza el 38%, según el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (Onts). Un porcentaje que asciende al 90% en los países del norte de Europa e incluso al 71% de Portugal o al 55% de Francia y Reino Unido, según datos de Digital TV Research.

La escasa adopción que registra España se debe al retraso con el que han llegado las plataformas digitales de las grandes cadenas norteamericanas, lo que ha provocado que durante muchos años el mercado fuera de Canal+ —con una estrategia de precios altos—, frente a las tarifas planas por menos de diez euros al mes de Netflix o HBO.

La rápida evolución de la distribución de contenido audiovisual está obligando a las compañías de telecomunicaciones a transformarse. Así se explica el interés que han mostrado por el negocio de contenidos *telecos* como Telefónica, que en 2014 adquirió Canal+ por 750 millones de euros, o, más recientemente, el operador norteamericano AT&T que ha desembolsado 78.000 millones de euros por el conglomerado de entretenimiento Time Warner, propietaria, entre otros, de HBO.

La entrada de estos gigantes de las telecomunicaciones en el negocio de contenidos ha situado en el centro de su estrategia a la televisión, gracias a las ofertas convergentes —que incluyen fijo, móvil, Internet y TV—, y que están llevando los contenidos de pago a más y más hogares.

De hecho, casi la mitad de las familias que han contratado un servicio de televisión en el último año lo han hecho porque su operador les ofreció una oferta que sumaba el resto de servicios, según los datos del Panel de Hogares de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

¿Espacio para todos?

La pregunta que surge ahora es, ¿hay espacio en el mercado español para tanta plataforma? Y es que a la oferta de Movistar+, Netflix y HBO habrá que sumar próximamente la de Amazon, que según ha adelantado *The Wall Street*

Journal tiene previsto lanzar en el corto plazo su servicio de vídeo Amazon Prime Video en más de 200 países, entre ellos España.

Lo que parece claro es que ante la sobreoferta de series, películas y documentales, la clave pasa por diferenciarse. Esto sólo se puede hacer de dos maneras: o bien contrayendo en exclusiva los derechos de las series de más éxito —una estrategia por la que apostó Movistar+ con la compra de los derechos en España de *Juego de Tronos*, por ejemplo— o bien por la producción propia.

En este punto está Netflix, una de las plataformas que más apuesta por producir sus propios contenidos. En un plazo de tres o cuatro años, calcula la compañía, alrededor de un 50% de su inversión irá destinada a rodar sus propias series, películas y documentales. En total, la compañía espera producir el año que viene un total de 1.000 horas de contenido propio. En España, ya han producido su primer filme, *7 años*, protagonizada por Paco León y dirigida por Roger Gual, y el próximo año estrenarán una serie que han desarrollado junto a los creadores de éxitos como *Gran Hotel* y *Velvet*.

Llega HBO

En lo que respecta a HBO, la cadena ha anunciado recientemente el fichaje de Miguel Salvat, exdirector de canales *premium* de Movistar+, como responsable de producción original en España. Si bien HBO aún no ha anunciado ningún proyecto para el mercado español, es de prever que en los próximos años comience a producir ficción nacional en nuestro país. Sobre todo si prosperan los planes de la Comisión Europea de obligar a estas plataformas a ofrecer un 20% de contenido audiovisual del continente.

Así, y a la espera de que el catálogo de estos nuevos entrantes vaya creciendo, será complicado que ninguno sea capaz de juntar una oferta de contenidos lo suficientemente atractiva como para desequilibrar la balanza en favor de uno u otro jugador. Más si cabe cuando Movistar+ cuenta con los derechos de las principales series estrella de estas plataformas —como *House of Cards* (Netflix) o *Juego de Tronos* (HBO)—.



Guerra nell'industria della pay tv



El contenido audiovisual es una de las grandes apuestas de Telefónica en su estrategia digital. La compañía culminó el año pasado la compra de Canal +, una operación con la que la 'teleco' se ha posicionado como uno de los pesos pesados del sector audiovisual español. Una de las fortalezas de movistar es que cuenta con un catálogo de más de 6.000 títulos entre películas, series y documentales.



En noviembre, la plataforma de 'streaming' norteamericana, propietaria de series como 'Narcos', 'House of Cards' y 'Stranger Things', cumplió su primer aniversario en España. En estos doce meses, la compañía que dirige Reed Hastings, y cuyo objetivo es llegar a los seis millones de usuarios en el país en 2022, ha triplicado su catálogo y producido su primera película, '7 años', protagonizada por Paco León y dirigida por Roger Gual.



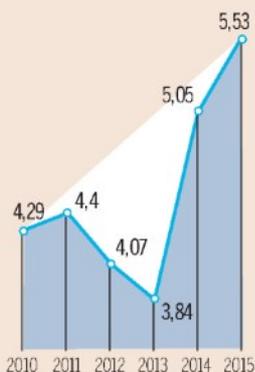
Después de meses de espera, el gigante norteamericano, propiedad de Time Warner, desembarcó en España la semana pasada de la mano de la operadora Vodafone. La compañía, en cuyo catálogo se incluyen grandes éxitos como la pequeña pantalla como 'Juego de Tronos', 'True Detective', 'Westworld' y 'The young Pope', llega con un surtido de más de 3.000 títulos y la opción de disfrutar un primer mes de prueba gratuito.



Tras el aterrizaje de Netflix y HBO, será Amazon el siguiente gigante que lance su servicio de vídeo en 'streaming' en España. Según adelantó el diario 'The Wall Street Journal', la empresa dirigida por Jeff Bezos tiene previsto lanzar su servicio Prime Video en 200 países a corto plazo, entre los que se encuentra España. Entre las series producidas por Amazon están 'Crisis en seis escenas', dirigida por Woody Allen, y 'Transparent'.

MAPA DE LA TELEVISIÓN DE PAGO EN ESPAÑA

> Clientes de TV de pago
 En millones de clientes.



Fuente: ONTSI

> Convivencia TV de pago y Streaming
 En porcentaje.



> TV pago en hogar
 En porcentaje.



> Suscripción a vídeo streaming en el hogar
 En porcentaje.



Expansión

Un 24% de los hogares españoles dispone de televisión de pago, por el 80% de EEUU o el 71% de Portugal

A los catálogos de Movistar+, Netflix y HBO habrá que sumar próximamente el de Amazon

Presionadas por Bruselas, las nuevas plataformas ya han empezado a producir en España