

## Rassegna del 30/12/2016

\*\*\*

<b>Sole 24 Ore</b>	<b>23</b>	Mediaset si prepara allo scontro in assemblea	<i>Olivieri Antonella</i>	<b>1</b>
<b>Mf</b>	<b>7</b>	Governo vigile su Mediaset ma niente scudo pubblico - Mediaset, niente scudo pubblico	<i>Montanari Andrea</i>	<b>3</b>
<b>Mf</b>	<b>5</b>	L'Italia digitale da 53 mld	<i>Carosielli Nicola</i>	<b>4</b>
<b>Corriere della Sera</b>	<b>43</b>	L'anno del sorpasso. Aumenta la connessione, i dispositivi mobili hanno battuto le postazioni fisse. Le menti sintetiche sono entrate nelle nostre vite e ci fanno da maggiordomi	<i>Cella Federico</i>	<b>6</b>
<b>Corriere della Sera</b>	<b>43</b>	L'anno del sorpasso. Pirati della Rete (e governi) vanno all'assalto dei server, esplodono le batterie degli smartphone. Tutti i dubbi sulla tecnologia dell'Autopilot	<i>Rovelli Michela</i>	<b>8</b>
<b>Libero Quotidiano</b>	<b>1</b>	Tv e giornali addio, si legge solo sul web - Dove si informano i giovani	<i>Rizzoli Melania</i>	<b>9</b>
<b>Tempo</b>	<b>6</b>	Ecco i 41 sottosegretari. La staffetta Faraone-De Filippo unica novità	<i>G.D.C.</i>	<b>11</b>
<b>ESTERA</b>				
<b>Expansión</b>	<b>11</b>	Lo squalo bretone che intimorisce Berlusconi	<i>Del Castillo I.</i>	<b>12</b>
<b>Financial Times</b>	<b>3</b>	Il responsabile dell'antitrust italiano esorta la UE ad intervenire per combattere le false notizie	<i>Politi James</i>	<b>13</b>
<b>Echos</b>	<b>11</b>	Il gigante cinese Alibaba investe massicciamente nei media	<i>Alcaraz Marina</i>	<b>14</b>

**La tv contesa.** Quotazioni poco variare in Borsa, rallentano anche gli scambi: il posizionamento dei fondi pare ormai concluso

# Mediaset si prepara allo scontro in assemblea

Vivendi potrebbe chiedere a breve l'ingresso nel board con quattro consiglieri

**La tv contesa.** Cala la tensione in Piazza Affari, la contesa potrebbe spostarsi sul piano della governance

# Mediaset si prepara allo scontro in assemblea

Vivendi potrebbe chiedere fino a quattro consiglieri

## LO SCENARIO

La battaglia risolutiva potrebbe però essere rinviata alla primavera 2018, quando con l'assemblea di bilancio scadrà il consiglio in carica

**Antonella Olivieri**

■ Si calmano le acque in Borsa e sulla contesa Mediaset l'attesa si sposta sulle prossime mosse di Vivendi che, conclusa l'offensiva sul mercato azionario, potrebbe ora focalizzarsi sul piano della governance. Il titolo del Biscione ha chiuso infatti la seduta poco variata a 4,07 euro (-0,54% dal giorno prima) e anche gli scambi sono rallentati (è girato "solo" lo 0,77% del capitale), confermando l'impressione che si è terminato il posizionamento degli investitori. Pressoché invariata anche Telecom -0,12% a 0,8415 euro - con volumi dimezzati rispetto alla media dell'ultimo mese. L'Opa non sembra essere dietro l'angolo, anche perché l'ostacolo Agcom non è semplice da saltare. L'Authority delle tlc ha già fatto sapere che per Vivendi potrebbe essere vietato assumere il controllo di Mediaset, considerata la contemporanea presenza in Telecom. Se l'assunto dell'Agcom - come pare - è che Vivendi eserciti un'influenza dominante sull'incumbent tricolore, la conseguenza è che gli effetti di un'eventuale Opa potrebbero essere annullati per legge, applicando le disposizioni dell'articolo 43 del Tusmar (Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici) che riguarda le posizioni dominanti nel sistema integrato delle comunicazioni.

Il rischio per Vivendi sarebbe quello di fare un passo falso

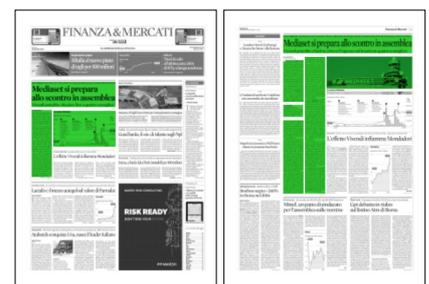
che potrebbe rivelarsi parecchio oneroso o, alla meglio, di aprire un altro fronte sul versante del contenzioso, dai tempi incerti.

Da parte sua il Governo non ha fatto mistero di seguire con attenzione la vicenda anche se non dispone di strumenti coercitivi per intervenire su operazioni che riguardano gruppi privati. La posizione di Roma è stata ribadita ieri dal premier Paolo Gentiloni nel discorso di fine d'anno. «L'attenzione vigile del Governo sulla vicenda Vivendi consiste nel fatto che siamo consapevoli dell'importanza di Mediaset in Italia. Ma non ci sono golden power da esercitare in questo settore, quindi la posizione del Governo è vigile dal punto di vista politico - ha spiegato il Presidente del consiglio - Il Governo non vuole attivare strumenti: esistono strutture e autorità di garanzia che, se vorranno, potranno sollevare il problema. Per il Governo è un settore molto importante e il fatto che sia oggetto di una scalata non ci lascia indifferenti». «La valutazione politica pesa quanto pesano le valutazioni politiche. E comunque pesa», ha poi aggiunto.

Dunque ora mercato e osservatori ritengono probabile che Vivendi faccia valere il suo ruolo di secondo azionista, con quasi il 30% dei diritti di voto, chiedendo la convocazione di un'assemblea per fare ingresso nel consiglio Mediaset. Il cda oggi è composto da 17 membri, ma lo statuto consente di arrivare a 21 componenti. Il gruppo presieduto da Vincent Bolloré potrebbe quindi chiedere l'allargamento del board per esprimere fino a quattro amministratori che, potrebbero essere

anche tutti indipendenti, per evitare l'accusa di conflitto d'interessi, visto che con il Biscione è aperto un contenzioso con la richiesta di danni miliardaria.

Se si andrà verso una guerra di trincea, la battaglia risolutiva potrebbe però essere rinviata alla primavera del 2018, quando con l'assemblea di bilancio scadrà il consiglio in carica che, per la prima volta, aveva visto l'ingresso di quattro esponenti dei fondi, accanto ai consiglieri della maggioranza Fininvest. Lo statuto del Biscione è molto "democratico", nel senso che lascia ampio spazio alle minoranze: evidentemente quando è stato adottato non si immaginava che un giorno ci si sarebbe ritrovati sotto assedio. L'articolo 17 dello Statuto prevede infatti il voto di lista (presentabile da chi detiene almeno il 2,5% del capitale), con almeno due indipendenti per lista. Questo il meccanismo per la nomina dei consiglieri: «I voti ottenuti dalle liste sono divisi per numeri interi progressivi da uno al numero degli amministratori da eleggere. I quozienti così ottenuti sono attribuiti ai candidati di ciascuna lista, secondo l'ordine dalla stessa previsto. Quindi, i quozienti attribuiti ai candidati delle varie liste vengono disposti in unica graduatoria decrescen-



te. Risultano eletti, fino a concorrenza del numero degli amministratori fissato dall'assemblea, coloro che hanno ottenuto i quozienti più elevati».

L'anno prossimo, in aprile e dicembre, **Fininvest** avrà la possibilità di arrotondare ulteriormente la sua quota di un altro 5%. Supponendo che si presenti in assemblea con il 45% dei diritti di voto, che Vivendi resti ferma al 30%, che il retail (15,8% dei diritti di voto al 21 ottobre scorso) non abbia venduto ma non partecipi all'assemblea e che tutto il residuo capitale, con il 9,2% dei diritti di voto, invece si palesi, con le regole e il numero dei consiglieri attuali, ne potrebbe uscire una composizione spaccata, con i fondi a fare la differenza. Cambiare lo statuto in corsa, richiederebbe di passare da un'assemblea straordinaria che delibera con la maggioranza dei due terzi e Vivendi avrebbe gioco facile a stoppare modifiche sgradite, opponendosi come minoranza di blocco.

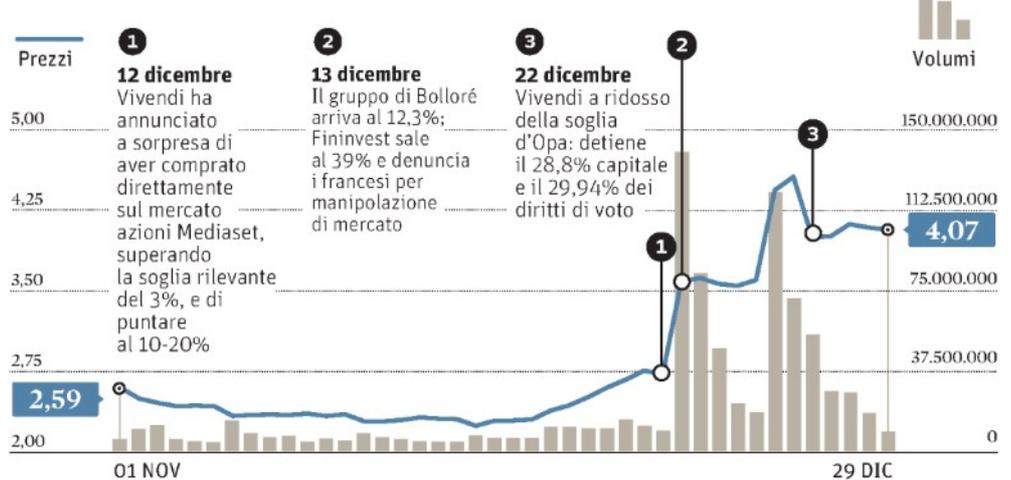
Ovviamente si tratta di un'ipotesi dell'irrealità, perché da qui a un anno e mezzo molte cose potrebbero cambiare, le autorità potrebbero intervenire, la Procura potrebbe arrivare a conclusioni, e comunque in assemblea l'azionariato istituzionale potrebbe dividersi e i piccoli soci mobilitarsi. Però lo scenario delineato rende l'idea di come Vivendi potrebbe essere in grado di influenzare la governance del gruppo televisivo senza nemmeno essere maggioranza nell'azionariato.

Si comprende perciò perché entrambi gli schieramenti abbiano tutto l'interesse a conquistare i favori dei fondi e perché il fondatore di Mediaset, Silvio Berlusconi, abbia fatto appello nei giorni scorsi anche ai tanti azionisti retail del gruppo. I piani industriali hanno il loro peso. I progetti di Mediaset si conosceranno a metà gennaio con la presentazione del piano strategico triennale, quelli di Vivendi, sotto il titolo della **Netflix** del Sud-Europa, sono invece ancora da capire.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## La scalata a Mediaset

Andamento del titolo a Milano



**BATTAGLIA CON VIVENDI**

# Governo vigile su Mediaset ma niente scudo pubblico

(Montanari a pagina 7)

GENTILONI: IN QUESTA PARTITA IL GOVERNO HA UN RUOLO VIGILE MA NON INTERVENTISTA

## Mediaset, niente scudo pubblico

*L'esecutivo sul gruppo tv non può utilizzare il golden power ma si limita a valutazioni politiche, sottolinea il premier. E in borsa il Biscione scende verso 4 euro*

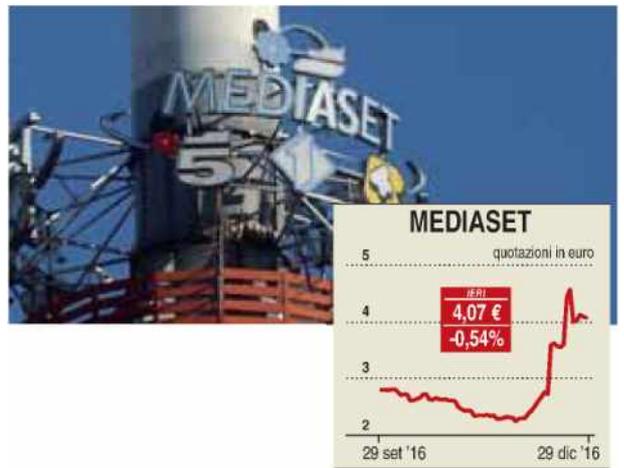
DI ANDREA MONTANARI

Il governo osserva l'evolversi della scalata di Vivendi a Mediaset, ma non ha armi per intervenire. Dopo le parole del ministro dello Sviluppo Economico Carlo Calenda, ieri è stata la volta del premier Paolo Gentiloni (conoscitore della materia, essendo stato ministro delle Comunicazioni) a ribadire che l'esecutivo non può mettere un veto all'avanzata del gruppo francese che fa riferimento a Vincent Bollore nel capitale del network televisivo della famiglia Berlusconi. «Non ci sono golden power da esercitare in questo settore, semmai ci potrebbero essere in settori legati alla sicurezza nazionale che hanno a che fare con le telecomunicazioni, ma non è di questo che oggi si tratta», ha sottolineato ieri Gentiloni durante la conferenza stampa di fine anno rispondendo a una domanda sulla possibilità che il governo italiano utilizzi i poteri speciali per bloccare il tentativo di scalata a Mediaset. «Non è il governo che ha o vuole attivare strumenti; da questo punto di vista esistono in Italia diverse autorità di garanzia indipendenti che, se lo riterranno, potranno porsi il problema», ha aggiunto il presidente del Consiglio facendo riferimento all'Agcom, che ha già avviato un'istruttoria sul caso, e alla Consob, che prima di Natale ha ascoltato i vertici sia del Biscione sia di Vivendi. «L'ese-

cutivo ha il diritto e il dovere di dire che si tratta di un settore per noi molto importante e che il fatto che questo sia oggetto di una scalata non ci lascia indifferenti, ma si tratta di una valutazione politica, che pesa quanto pesano le dichiarazioni politiche dei governi: un po' chino». Ma nulla più.

Ecco perché anche ieri il titolo del broadcaster guidato da Pier Silvio Berlusconi ha perso terreno a Piazza Affari, chiudendo la seduta in calo dello 0,54% a 4,07 euro.

La palla è dunque tutta nelle mani dei due contendenti, da una parte Vivendi (titolare del 29,77% dei diritti di voto in Mediaset) e Fininvest (39,77%) dall'altra. Quest'ultima si sta muovendo soprattutto sul fronte legale, mentre i francesi continuano a lanciare segnali per lasciare intendere la loro disponibilità a raggiungere una nuova intesa. Ma se dalla holding di via Paleocapa non arriveranno aperture in questo senso, è possibile che, come anticipato ieri da *MF-Milano Finanza*, da Parigi si parta alla carica con la richiesta di convocazione dell'assemblea dei soci Mediaset per valutare le forze in campo. (riproduzione riservata)



RICERCA DI EY-IAB: IL SETTORE VALE IL 3,3% DEL PIL

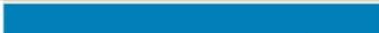
# L'Italia digitale da 53 mld

DI NICOLA CAROSIELLI

**P**er le aziende italiane investire nel digitale è diventato ormai fondamentale. Il piano Industria 4.0 va in questa direzione con lo stanziamento di 13,7 miliardi (da spalmare tra il 2017 e il 2024) per incentivare gli investimenti, sviluppare le tecnologie e favorire la formazione digitale. Tanto più se si pensa che l'economia digitale in Italia vale 52,9 miliardi di euro (considerando raccolta pubblicitaria, servizi di advertising e marketing, tecnologia, e-commerce), rappresentando il 3,3% del pil. È quanto emerge dalla ricerca elaborata da Ernst&Young e Iab Italia, in collaborazione con Elis e Oracle, e focalizzata sull'indotto economico e occupazionale del digitale italiano. «I ricavi delle aziende digitali sono cresciuti del 6% tra il 2014 e il 2015 e, secondo le previsioni, proseguiranno nel trend positivo», ha dichiarato Andrea Palliani, Mediterranean Advisory Services Leader di EY. «Risulta fondamentale investire nella digitalizzazione delle imprese e nella formazione di competenze adeguate e flessibili così come nella creazione e nel rafforzamento delle infrastrutture». Più in dettaglio, il contributo maggiore al giro d'affari arriva dal settore dell'e-commerce, con una quota del 39%, mentre a seguire c'è il settore della tecnologia con una quota del 22%. Ma non si può investire nel digitale senza comprendere le leve sulle quali è necessario puntare per continuare a competere in questo campo. I fattori-chiave restano l'innovazione (43%), quindi la capacità di saper anticipare le tendenze e anche il bisogno di sistemi di misurazione che aiutino le aziende a massimizzare l'efficacia e l'efficienza dei loro investimenti digitali (41%).

Si tratta di un settore economico in crescita, che magari fungerà da traino alla ripresa del mercato del lavoro. Le risorse occupate sono 220 mila, numero destinato a crescere nei prossimi sei mesi, visto che il 59% delle aziende del mercato si dichiarano intenzionate ad assumere. Le competenze più ricercate sono la capacità di gestione dei Big Data (43%) e di analisi di efficacia delle campagne online (34%). Importanti sono anche l'esperienza sui social network (31%), competenze specifiche in programmatic advertising (27%) e seo/sem (27%). Emerge dunque la tendenza di portare all'interno delle aziende la gestione diretta e il controllo di una serie di attività digitali in forte crescita e considerate sempre più strategiche dagli investitori pubblicitari, svolte da figure che conciliano le capacità tecniche per l'utilizzo di piattaforme, la valorizzazione di dati attraverso algoritmi, la capacità di lettura e interpretazione di dati stessi e abilità commerciali. (riproduzione riservata)

## LE COMPETENZE RICHIESTE LEGATE AL DIGITALE

Data analysis		42,5%
Efficacia		34,1%
Social media		30,9%
Programmatic		27,4%
Search		27,4%
Mobile		24,0%

Fonte: Online survey lab a cura di Human Highway

GRAFICA MF-MILANO FINANZA

# L'anno del **sorpasso**

Aumenta la connessione, i dispositivi mobili hanno battuto le postazioni fisse. Le menti sintetiche sono entrate nelle nostre vite e ci fanno da maggiordomi

## Cento per cento

I progetti di Google e Facebook mirano a portare la connessione al cento per cento

**F**are il punto su un anno di evoluzione tecnologica è un'impresa sempre più complessa. Così come individuare esattamente cosa è «top» e cosa è «flop», soprattutto in un anno come il 2016 contraddistinto da chiaro-scuri hi-tech. Un esempio su tutti lo si può trovare nella sempre maggiore diffusione della Rete: il 2016 è stato l'anno del sorpasso del traffico dati dai dispositivi mobili rispetto a quello da postazioni fisse. È avvenuto a ottobre scorso e vede come traino i Paesi meno sviluppati, dove le infrastrutture stentano a decollare. In attesa che progetti come quelli di Facebook e Google portino la connessione al 100% della popolazione del Pianeta, le aree più remote partecipano alla piazza digitale con gli smartphone. Ma il contraltare di un mondo sempre più connesso è una maggiore debolezza delle reti contro gli attacchi criminali, altra caratteristica dell'anno che si sta chiudendo (ne parliamo sotto).

Gli ecosistemi creati dai marchi tecnologici caratterizzano il quotidiano in un numero sempre maggiore di aspetti. Servizi con sempre minori barriere di accesso e capaci di anticipare le nostre richieste grazie all'intelligenza artificiale. Le macchine capaci di apprendere saranno forse il trend principale del 2017, ma le radici sono nelle sperimentazioni sempre più avanza-

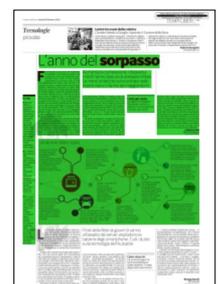
te di quest'anno: l'ultimo in ordine a fare una dimostrazione di quotidiano «assistito» da una mente sintetica è stato Zuckerberg con il suo maggiordomo Jarvis. Ma in attività con servizi sempre più complessi ci sono già Siri di Apple, Google Assistant, Watson di Ibm, Alexa di Amazon, Cortana di Microsoft. Anche qui, a fronte dell'effetto «wow», c'è il lato oscuro dei tanti posti di lavoro messi a rischio dalla carica dei «bot».

La realtà tecnologica è sempre più sfaccettata, così come il tema della privacy. Molto controverso in tal senso è stato per esempio il «Caso San Bernardino», ossia la vittoria di Apple sulla richiesta dell'Fbi di creare una porta d'accesso nel telefono dell'autore della strage che nel 2015 era costata la vita a 12 persone. Anche l'inizio della diffusione di macchine a guida autonoma, altro «top» del 2016, in realtà lascia spazio ai tanti dubbi sull'effettiva sicurezza del nuovo sistema di mobilità. Meno onerosi, almeno al momento, in termini di possibili conseguenze negative sono altri traguardi raggiunti nel 2016. Le prime diffusioni della realtà virtuale e di quella aumentata (con Pokémon Go), il 4K delle trasmissioni televisive (Champions ed Europei), la cavalcata dei marchi cinesi (con in testa Huawei) negli smartphone, lo scossone dato da Snapchat allo strapotere di Facebook nei social network. L'inizio della rivoluzione digitale, per noi, la si può far risalire a 30 anni fa, quando cioè la Rete è arrivata in Italia. Ma la sensazione è che siamo ancora solo all'inizio.

**Federico Cella**

 @VitaDigitale

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Dir. Resp.: Luciano Fontana

**In rete**

● Ogni fine dell'anno coincide con opportune classifiche che raccontano in sintesi i dodici mesi passati. Sul sito di Corriere da oggi potete trovare le due «Top 10» che raccontano le cose migliori, e quelle peggiori, di un anno di tecnologia che trovate raccontate in questa pagina.

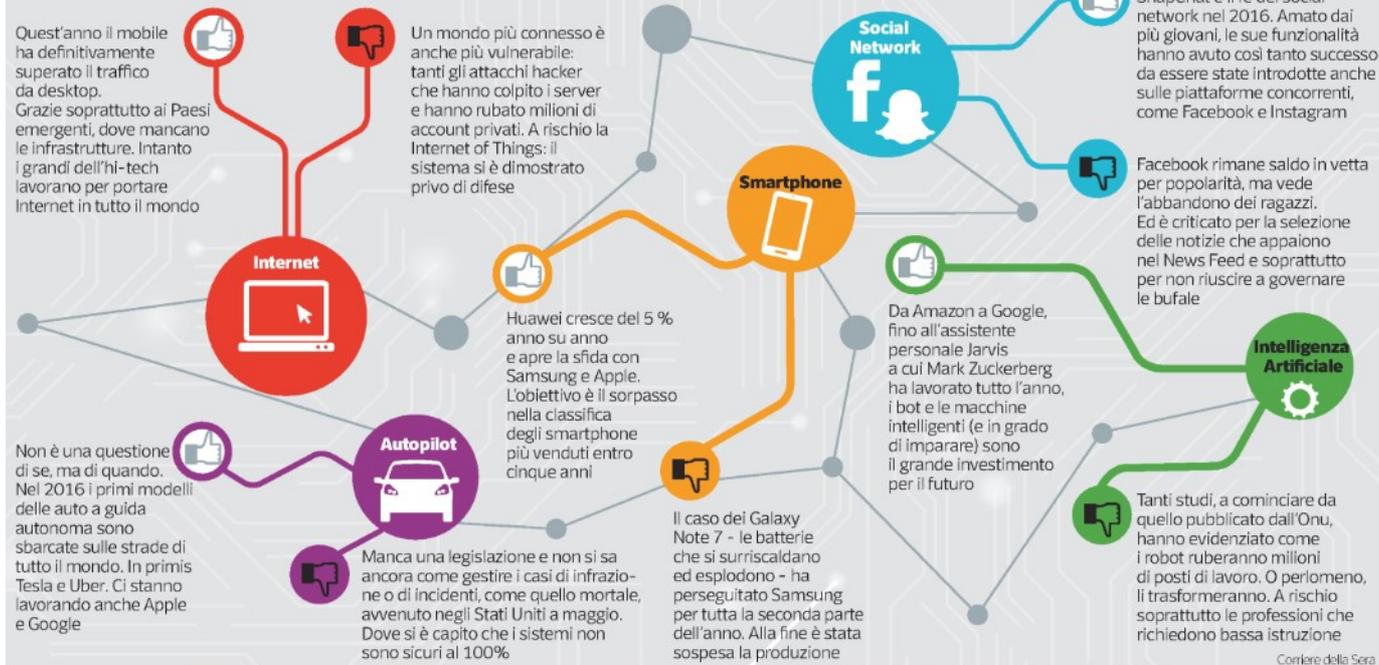
● La classifica degli «epicwin» vede:

- 1) La Rete per tutti e ovunque
- 2) L'intelligenza artificiale
- 3) Facebook live
- 4) Snapchat
- 5) La crittografia

- 6) Huawei
- 7) Pokémon Go
- 8) La realtà virtuale
- 9) Le vetture autonome
- 10) Il tv 4K

- Ecco invece i 10 «epicfail»
- 1) Il Samsung Galaxy Note 7
  - 2) Le «bufale» in Rete e sui social
  - 3) Twitter
  - 4) Gli attacchi hacker
  - 5) I droni di GoPro
  - 6) L'incidente mortale di Tesla
  - 7) I cali di Apple
  - 8) La «Gig economy»
  - 9) I wearable non decollano
  - 10) I robot fanno paura

**Un anno in chiaro-scuro**



Corriere della Sera

# L'anno del **sorpasso**

Pirati della Rete (e governi) vanno all'assalto dei server, esplodono le batterie degli smartphone. Tutti i dubbi sulla tecnologia dell'Autopilot

## Cyber attacchi

La prossima guerra sarà combattuta a cyber attacchi. Il caso degli elettrodomestici

**L**a tecnologia sembra un settore dalla crescita inarrestabile. Ma alla base della filosofia che guida l'innovazione c'è anche la convinzione che sbagliando si impara. E di sbagli, quest'anno, non ne sono mancati. Così il progresso, se da un lato contribuisce a migliorare (e semplificare) la vita, dall'altro lato mostra sfumature «oscure» e imprevisi nella catena di montaggio per la costruzione di un futuro digitale.

Sempre più connesso ma sempre più vulnerabile. Non sono pochi quelli che scommettono che la prossima guerra si fronteggerà a colpi di cyber attacchi. Intanto ne abbiamo avuto un piccolo assaggio. Pirati della Rete, dissidenti, governi stranieri: alla conquista dei server e soprattutto delle informazioni che contengono. La minaccia di una paralisi globale in pochi clic potrebbe arrivare perfino dagli elettrodomestici. Come ha dimostrato l'attacco di fine ottobre che ha provocato l'oscuramento di centinaia di siti. L'origine stava nella Internet of Things. Gli oggetti connessi, uno dei pilastri del futuro hi-tech, oltre che innovativi si sono rivelati anche vulnerabili.

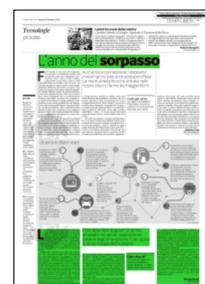
Poi bufale e batterie, le parole chiave della cronaca tecnologica nella seconda parte dell'anno. Facebook, mentre perdeva il suo pubblico più giovane — fagocitato da SnapChat — ha dovuto anche far fronte alle critiche sul funzionamento del suo News Feed. Sulle bacheche le notizie vere si confondono con gonfiate falsità. Un meccanismo che potrebbe aver influito sul risultato delle elezioni americane. Zuckerberg prima rifiuta le

accuse definendole «folli», poi inizia a pensare a una soluzione. Intanto «Post-Verità» viene eletta parola del 2016.

Un altro colosso che ha subito un brusco risveglio dal prolungato periodo di successo è Samsung. Le batterie dell'appena uscito Galaxy Note 7 — il nuovo prodotto di punta dei coreani — si surriscaldavano ed esplodono. Poi il blocco della produzione, con un possibile danno alla reputazione di cui però non sembra aver goduto il concorrente Apple. Per la prima volta dal 2001 ha visto scendere i propri ricavi rispetto a quelli dell'anno precedente. Lancia l'iPhone 7 e intanto studia nuovi settori, dall'intelligenza artificiale all'auto a guida autonoma.

E proprio la tecnologia dell'Autopilot è un altro dei grandi protagonisti del 2016. Nel bene — si moltiplicano gli investimenti e molti veicoli sono già scesi in strada — e nel male. A maggio, in Florida, il primo incidente mortale che ha coinvolto una vettura automatizzata. Questo e altri episodi minori hanno fatto capire quanto sia necessaria una regolamentazione del settore e ulteriori miglioramenti dei software. Anche se, nonostante si voglia eliminare la (imperfetta) componente umana, neanche le macchine sono immuni da errori.

**Michela Rovelli**  
 **mirovelli**  
© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Tv e giornali addio, si legge solo sul web

*I ventenni sono a loro agio soltanto con iPad o smartphone. Dicono che l'informazione è più veloce e la fruizione meno passiva. «I programmi li scegliamo noi, le immagini sono più definite e imparare cose nuove è più facile»*

**Dove si informano i giovani**

## Non leggono e non guardano nemmeno la tv

di **MELANIA RIZZOLI**

«Ma quello con i capelli bianchi è Pippo Baudo?» mi chiede incredulo mio figlio Alberto, sbarrando gli occhi mentre passa distratto di fronte al televisore acceso in cucina su Domenica In. Lui è appena tornato a Roma dagli Stati Uniti per la settimana di Natale, ha ancora il jet-lag addosso e mentre gli preparo il caffè mi si siede davanti, mi guarda serio e dice: «Non posso crederci. Io manco dall'Italia da sei anni ed appena ritorno ti trovo con la tv accesa con dentro gli stessi personaggi, invecchiati, nelle stesse trasmissioni, vecchissime anche loro. In Italia non ce la fate proprio a rinnovarvi eh...» sogghigna con un mezzo sorriso che è una smorfia di disgusto.

Io gli spiego che no, non è così come dice lui, questa della domenica è solo una casualità perché di programmi nuovi ne sono stati fatti molti in questi anni e con molti

nuovi conduttori, ma non riesco a terminare perché lui infierisce: «Mamma, in America solo il 20,1% dei ragazzi guarda la "televisione", e parte di questi perché la trovano accesa in casa dai loro genitori, mentre il resto usa SOLO internet. La tv è seguita solo dai vecchi, con conduttori vecchi e programmi vecchi, stai forse invecchiando anche tu?» mi chiede malignamente dall'altezza dei suoi 23 anni, ferendo a morte la mia vanità femminile. Io rido, sdrammatizzo, gli racconto dei successi di auditel de La7 nell'anno della ripresa dell'informazione politica, dei reality di Mediaset che hanno registrato picchi di share, delle fiction

di Rai1 con programmi che sono stati i più visti della stagione (gli cito anche Report con la Gabanelli e "Stanotte a San Pietro" di Alberto Angela) ma niente, lui prosegue senza pietà: «I giovani stanno su Internet in media 5 ore al giorno, contro solo 2 ore di tv (nel 2000 le ore erano 3, dice) e di queste 2 ore (aggiungendo che il punto uno lo devo tenere a mente perché fa differenza) la "televisione" la vedono solo tramite il tablet, il cellulare o il computer, e solo con le offerte "on demand" (cioè a richiesta) proposte sulle nuove piattaforme digitali. «Nessuno di noi ragazzi paga il canone Tv o il canone Sky come da voi per vedere la televisione, è una roba antiquata, tutti noi abbiamo un abbonamento mensile con il quale scegliamo noi cosa guardare e soprattutto quando guardare quello che vogliamo. Non siamo più inermi ostaggi dei palinsesti e dei loro orari come trent'anni fa. Guarda come funziona».

Alberto tira fuori dal suo zaino una pennetta, me la mostra chiamandola «fire tv stick», e la infila in una presa dietro la Tv aprendomi il suo mondo, e facendo apparire sullo schermo centinaia di programmi disponibili subito e di tutti i tipi, semplicemente da scegliere con un clic sulle piattaforme streaming di Netflix Amazon, Hulu, BBC e varie altre che mi illustra e mi nomina, invitandomi a selezionare un film, una serie TV, un documentario, un gioco ecc ecc. La girandola di offerte che scorrono veloci e la rapidità con cui le sue dita cercano quello che vuole, sapendo bene dove trovarlo, mi provocano il nistagmo e mi danno un senso di vertigine. Allora chiedo la cosa più semplice e familiare per me: «Le ultime news? Cercami un telegiornale o la rassegna stampa di oggi». Nel suo sguardo appare improvviso il compatimento, misto a comprensione filiale per la mia sconcertante per lui ignoranza digitale. «La rassegna stampa? Noi non la

guardiamo. Leggiamo solo qualche editoriale sul *New York Times*, se autorevole e se la notizia e la firma vale la pena, ma non abbiamo più la fedeltà quotidiana a un giornale come era per voi. Mamma, io mi chiamo Rizzoli e non ho mai comperato un quotidiano in edicola in vita mia. In generale noi le news le guardiamo dappertutto sui siti on line e solo sulle testate estere più importanti e credibili».

### EDICOLE DESERTE

Alberto prosegue senza sosta: «Nessuno di noi legge più il cartaceo, noi i giornali non li acquistiamo, perché arrivano già vecchi, superati da ore, noi vediamo le news solo sui siti e nel momento esatto in cui accadono, mentre avvengono, senza accendere la Tv (sottolineando la T con un sorriso di disprezzo) e aspettare il tradizionale Mentana di turno che parla senza immagini mentre attende il servizio del fatto, che la redazione impiega un'ora a creare e montare». «E poi i servizi che arrivano tramite internet sono in Hd o in 4k, quindi le immagini sono più nitide e a risoluzione più alta e definita, sono tridimensionali, e addirittura più belle della realtà. Devi rassegnarti perché per noi ragazzi la te-le-vi-sio-ne è solo un semplice schermo. Uno schermo dal quale non riceviamo passivi i programmi, ma siamo noi che li cerchiamo e li scegliamo, quando e come vogliamo».

Mentre Alberto parla, a me scorrono in mente le storie dei gloriosi edi-



tori italiani del passato, incluso il suo bisnonno, e degli imprenditori delle televisioni di oggi, la scalata di Urbano Cairo all'Rcs, quella in atto di Bolloré verso Mediaset, le lotte, le successioni per la direzione dei maggiori quotidiani nazionali e tutta la marea di giornalisti, di personaggi dello spettacolo, di conduttori di programmi, che si affanna di lavoro e di fatica, alla ricerca di successo, popolarità e profitto, con la montagna di soldi spesa e investita in pubblicità, e che lui mi sta descrivendo come un mondo decadente, destinato a finire, ormai con una scadenza a termine, come il neo-governo Gentiloni, un'era spazzata via tra vent'anni dalle nuove generazioni nate a cavallo del Millennium, dalla nuova era del dio Internet.

Alberto da tre anni risiede nella Silicon Valley in California, e lavora con l'intelligenza artificiale, la sua passione (con il super Computer nel Centro Nasa) estrapolando le infinite sinapsi e potenzialità del cervello elettronico per creare delle "applicazioni" o programmi che potranno essere utili a 10 miliardi di persone nei prossimi 10 anni, e vedendolo seduto nella mia cucina, dove non c'è nemmeno un elettrodomestico robot, capisco che anche la mia intelligenza "naturale" deve sembrargli povera, sorpassata e molto agé come i quotidiani freschi di stampa aperti sul tavolo, e che lui piega e sposta di lato, senza guardarli, per far posto al piatto con il panettone.

E mentre lo assaggia mio figlio prosegue: «Sai, io posso stare senza vedere la Tv anche per una settimana, o un mese, senza sentirmi la mancanza, ma non posso stare senza Internet! Sarei isolato, avrei una crisi di astinenza, mi sentirei immobilizzato, come chiuso in casa senza poter avere notizie, senza poter comunicare, né connettermi con i miei colleghi, non potrei lavorare, e il solo pensare di tornare a tecnologie più vecchie e più lente mi fa star male. Già qui in Italia avete la connessione Internet più lenta d'Europa, anche più della Grecia, dell'Albania e della Romania, ma se io rientro nel mio Paese e trovo ancora Domenica In con Pippo Baudo in tv perdo ogni speranza!».

## UN FUTURO DIVERSO

A questo punto sono annientata, combattuta tra le riflessioni che ho ascoltato e che purtroppo ritengo realistiche, mentre il mio pensiero vola sul mondo della carta stampata che amo e che vedo traballante, in caduta libera, sostenuto ed ancorato ad una generazione che resiste, ma che sta invecchiando sempre di più e che prima o poi scomparirà, sostituita da quella che non si recherà mai più in edicola la mattina, che non si sporcherà più le dita di inchiostro, ma che avanza veloce e che leggerà le notizie seduta in un bar, naturalmente con il point-internet sempre collegato e gratuito. Poi mi convinco che tutto questo sia normale per dei ragazzi che sono nati insieme ad internet, che hanno imparato a scrivere sul computer (io quasi non conosco la calligrafia dei miei figli, a stento riconosco la loro firma) e a dialogare con lui, e però mi domando anche se tutto questo spenga in parte la loro fantasia e la loro creatività, o se sintetizzi e restringa le loro potenzialità.

«Mamma, la televisione non ha cambiato il nostro futuro. Se ad un africano sottosviluppato tu gli regali un televisore per lui non cambia nulla. Se invece gli regali Internet puoi metterlo in grado di cambiare la sua vita, la sua economia, perché da Internet impari, sei stimolato, diventi curioso, ti confronti, conosci il mondo, studi, quindi pensi, crei ed osi. La televisione invece anestetizza il cervello, ti ipnotizza, ti guida dove vuole lei, ti dà lei il pensiero, ti distrae dalle tue idee, insomma a noi la Tv non serve!». Su questa frase ad Alberto squilla il cellulare. Un suo amico lo chiama con FaceTime da Miami per informarlo della morte di George Michael, ed io istintivamente cambio canale tv per andare su RaiNews24 e cercare la notizia che non trovo. Lui sorride ed alza le sopracciglia con un gesto come per dire «te l'avevo detto». Il sottopancia del Tg ci metterà ancora del tempo a far scorrere l'ultima ora sulla scomparsa del cantante. Ma intanto io nel frattempo avevo appreso già tutto dal mio iPad. Ero corsa a collegarmi con Internet!

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Nomine** Ieri il giuramento. L'esponente siciliano e quello lucano si scambiano i posti nei dicasteri di Salute e Istruzione. Tre poltrone in meno rispetto a Renzi

## Ecco i 41 sottosegretari. La staffetta Faraone-De Filippo unica novità

### Senza sostituto

Lotti lascia la delega ai Servizi assunta ad interim dal premier

■ Rispetto al governo Renzi che ne aveva 44, Gentiloni ha ridotto la squadra dei sottosegretari a 41, senza nuovi ingressi e provvedendo a una sola variazione con la staffetta tra Davide Faraone che passa dal Miur al ministero della Salute e Vito De Filippo, che fa il percorso opposto

Dalla squadra del «sottogoverno» è uscito Enrico Zanetti (Sc-Ala) che stava al ministero dell'Economia e Finanze nel precedente esecutivo, oltre a Luca Lotti incaricato di guidare il Ministero dello Sport e Marco Minniti, promosso da sottosegretario alla presidenza con delega sui Servizi di Sicurezza al ministero dell'Interno.

Ieri sera i sottosegretari hanno giurato a Palazzo Chigi. Nel corso della cerimonia Paolo Gentiloni ha rivendicato la continuità come un valore. Per il premier questo governo assicura continuità nonostante «l'enorme cambiamento del Presidente del Consiglio. È stata una scelta di Matteo che rispettiamo e apprezziamo». Per Gentiloni «in quasi 3 anni è stato fatto un grande lavoro. Difficili-

le immaginare un Governo paragonabile al nostro su riforme, cambiamenti, innalzamento del livello internazionale dell'Italia.

Di seguito i nomi nel dettaglio dei sottosegretari. **Presidenza del Consiglio:** Maria Teresa Amici, Gianclaudio Bressa, Sandro Gozi, Luciano Pizzetti, Angelo Rughetti. **Affari esteri e cooperazione internazionale:** Vincenzo Amendola, Benedetto Della Vedova, Mario Giro. **Interno:** Gianpiero Bocci, Filippo Bubbico, Domenico Manzione. **Giustizia:** Federica Chiavaroli, Cosimo Maria Ferri, Gennaro Migliore. **Difesa:** Gioacchino Alfano, Domenico Rossi. **Economia e finanze:** Pier Paolo Baretta, Luigi Casero, Paola De Micheli, Enrico Morando. **Sviluppo economico:** Teresa Bellanova, Antonio Gentile, Antonello Giacomelli, Ivan Scalfarotto. **Politiche agricole, alimentari e forestali:** Giuseppe Castiglione, Andrea Olivero. **Ambiente e tutela del territorio e del mare:** Barbara Degani, Silvia Velo. **Infrastrutture e trasporti:** Umberto Del Basso De Caro, Riccardo Nencini, Simona Vicari. **Lavoro e politiche sociali:** Franca Biondelli, Luigi Bobba, Massimo Cassano. **Istruzione, università e ricerca:** Vito De Filippo, Angela D'Onghia, Gabriele Toccafondi. **Beni e attività culturali e turismo:** Dorina Bianchi, Ilaria Borletti Buitoni, Antimo Cesaro Salute: Davide Faraone. **G.D.C.**



Scambio Vito De Filippo passa all'Istruzione



# Perfil

Vincent Bolloré | Presidente de Vivendi

## El tiburón bretón que atemoriza a Berlusconi

L del Castillo. Madrid

Desde que hace dos semanas el presidente de Vivendi, Vincent Bolloré, anunció su intención de aumentar su participación en el capital de Mediaset, el hólding audiovisual que fundó y controla – hasta ahora– Silvio Berlusconi y que es el accionista de control de la española Telecinco, los aficionados a las grandes batallas empresariales se frotan las manos. Dos gallos de semejante calibre –Bolloré y Berlusconi– peleando en el mismo corral auguran emociones sin fin en las próximas semanas. Y eso que el presidente de Vivendi ha declarado que no pretende tomar el control de Mediaset. Pero da igual, el mercado no parece haberle hecho mucho caso porque su reputación le precede.

Por el momento, ya ha llegado al borde del 30% de Mediaset, el límite a partir del cual en Italia se está obligado a lanzar una opa y ha forzado a Berlusconi a recomprar acciones de su propia empresa para elevar su participación hasta el entorno del 40%. De paso, la ofensiva relámpago lanzada sobre el gigante audiovisual italiano también ha obligado al nuevo Gobierno italiano del primer ministro Gentiloni a avisar al tiburón francés de que defenderá la “italiani-

dad” de Mediaset.

Vincent Bolloré es un empresario francés de 64 años, de una familia industrial de origen bretón, que gracias a su tenacidad, sagacidad y agresividad empresarial –en ocasiones con maniobras que muchos consideran poco ortodoxas, como cuando arrebató a Telefónica la brasileña GVT– ha conseguido levantar un conglomerado empresarial diversificado. Bolloré, padre de cuatro hijos que trabajan en el imperio familiar –está casado en segundas nupcias con la ex actriz Anais Jeanneret–, empezó su carrera empresarial hace 35 años a partir de la pequeña empresa papelera de su familia OCB, que fue transformando y ampliando y a la que agregó nuevas empresas hasta conseguir levantar un grupo con una facturación de casi 11.000 millones de euros y presencia en sectores como el transporte, la logística, las explotaciones agrarias, las soluciones de almacenamiento, los videojuegos, las telecomunicaciones o los medios de comunicación.

De hecho, la prensa económica francesa ha acuñado un término para describir el método que usa el empresario galo para controlar una empresa: *bollorizar*. Se trata de manejar una empresa, nor-

malmente con un accionariado diversificado, a partir de tomar una participación minoritaria que se va ampliando, pero sin llegar nunca a sobrepasar el límite que obliga a una opa. Desde ahí, se pasa a dominar el consejo forzando el nombramiento de consejeros afines, y se toma de facto el control. Es lo que intentó hacer en 1997 con el gigante de la construcción, la TV y las *telecos*, Bouygues a pesar de su pasada amistad –fueron compañeros de clase– con su presidente, Martin Bouygues. Y aunque no logró el éxito y tuvo que vender su participación, logró una estupenda plusvalía de 230 millones de euros de esa aventura. Pero es el mismo patrón que siguió para controlar Vivendi, en la que entró en 2014 con un 5% –ahora controla un 15%– o lo que ha hecho con Telecom Italia –donde tiene un 24,9%, pero ha logrado echar al CEO anterior y nombrar a uno afín, triunfando donde no pudo Telefónica–. Bolloré está empeñado en construir un gran grupo de comunicación, que pueda competir con Netflix o Amazon y, para eso, la pieza italiana y la española también con Telefónica como gran aliado, son fundamentales. La pregunta clave ahora es si, esta vez, el patrón de Vivendi logrará *bollorizar* a Mediaset.

**Nació en**  
Boulogne-Billancourt (París).

**Familia**  
Cuatro hijos, casado en segundas nupcias con Anais Jeanneret.

**Formación**  
Licenciado en Derecho y Doctor por la Universidad Paris X Nanterre.

Lo squalo bretone che intimorisce Berlusconi



## False Information

Italy antitrust chief urges  
EU to help beat fake news

JAMES POLITI — ROME

Italy's antitrust chief has called for EU member states to set up a network of public agencies to combat fake news.

Giovanni Pitruzzella said the regulation of false information on the internet was best done by the state rather than by social media companies such as Facebook.

In an interview with the Financial Times, Mr Pitruzzella, head of the Italian competition body since 2011, said EU countries should set up independent bodies — co-ordinated by Brussels and modelled on the system of antitrust agencies — which could quickly label fake news, remove it from circulation and impose fines if necessary.

"Post-truth in politics is one of the drivers of populism and it is one of the threats to our democracies," Mr Pitruzzella said.

"We have reached a fork in the road: we have to choose whether to leave the internet like it is the wild west, or whether it needs rules that appreciate the way communication has changed.

"I think we need to set those rules and this is the role of the public sector."

Mr Pitruzzella's call comes amid growing concern over the effect of fake news on electoral politics in western democracies, including in this year's Brexit vote and the US election. In Germany, which faces parliamentary elections in 2017, the government is planning a law that would impose fines of up to €500,000 on Facebook for distributing fake news.

In Italy, Paolo Gentiloni, the new centre-left prime minister, was the victim of a hoax during his first few days in office this month when an article incorrectly reported that he had called Italians "whingers" who needed to "learn to make sacrifices".

Some allies of Matteo Renzi, the former prime minister, have also complained that fake news contributed to his defeat in this month's referendum on constitutional reform, which led to his resignation, even though he lost by a

wide 20-percentage-point margin.

Facebook has responded to criticism that it has facilitated the dissemination of fake news by taking steps to make it easier to report false information.

After such an accusation has been verified by a third-party fact-checker as fake news, the article will be downgraded in complex algorithms used by the social media to display posts.

But Mr Pitruzzella said it would be inappropriate to leave this task to social media's efforts at self-regulation.

"Platforms like Facebook have created great benefits for people and customers: they are doing their part as an economic entity in adopting policies to modify their algorithms to reduce this phenomenon," he said.

"But it is not the job of a private entity to control information. This is historically the job of public powers. They have to guarantee that information is correct. We cannot delegate this completely."

Mr Pitruzzella dismissed concerns that setting up state agencies to monitor fake news would introduce a new form of censorship, saying people could "continue using a free and open internet".

But he said there would be a benefit in that there would be a public "third party" — independent of the government — to "intervene quickly if public interests were harmed".

At the moment, the only way that fake news can be tackled — at least in Italy — is through the judicial system, which is notoriously clunky. "Speed is a critical element," Mr Pitruzzella said.

The anti-establishment Five Star Movement is often labelled as the main facilitator of fake news in Italy, through the blog of its founder, the comedian Beppe Grillo, and a network of other websites affiliated to the party.

But Mr Pitruzzella declined to cite them as the main culprits. "I don't know if this is true, I would not want to criticise anyone, not even the Five Star Movement. But I believe that if there aren't any rules then many can take advantage of this."

Il responsabile dell'antitrust italiano esorta la UE ad intervenire  
per combattere le false notizie



## Le géant chinois Alibaba investit massivement dans les médias

Le directeur général d'Alibaba Digital Media and Entertainment, a affirmé en interne qu'il n'était pas là pour « s'amuser », et que les investissements se concentreraient sur le contenu.

Il vise notamment à créer une plate-forme unifiée pour accéder directement à divers services.

**Marina Alcaraz**  
 @marina\_alcaraz

Le géant du e-commerce chinois Alibaba se renforce dans les médias. La division média et divertissement du groupe (Alibaba Digital Media and Entertainment) va investir plus de 50 milliards de yuans, soit plus de 7 milliards de dollars, dans les trois ans.

La société de Jack Ma, qui a révélé cette semaine ces investissements dans un e-mail interne – confirmés par un porte-parole aux « Echos » –, n'a pas détaillé ses projets. Yu Yongfu, directeur général d'Alibaba Digital Media and Entertainment, a affirmé en interne qu'il n'était pas là pour « s'amuser », et que les investissements se concentreraient sur le contenu. Il vise notamment à créer une plate-forme unifiée pour accé-

der directement à divers services.

### Réorganisation

Cette annonce montre une fois de plus l'appétit du chinois pour le secteur. En octobre, Alibaba avait dévoilé une vaste réorganisation de ses activités en regroupant ses actifs média-divertissement, incluant notamment Youku Tudou (vidéos en ligne), UCWeb (recherches Internet mobile), Alibaba Pictures Group (production, distribution de films), et le quotidien « South China Morning Post ». La firme avait alors indiqué vouloir lancer un fonds de 10 milliards de yuans (1,5 milliard de dollars) destiné à ses nouveaux projets dans ce domaine. Elle n'a pas précisé si cette nouvelle enveloppe de 50 milliards comprenait ce fonds ou non.

« Pour l'instant, l'activité média-divertissement est limitée, mais elle croît rapidement », souligne Leslie Griffe de Malval, gérant digital chez Finaltis. Au troisième trimestre, ce pôle représentait 11 % des revenus, contre 4 % un an auparavant. « Alibaba a une base utilisateurs gigantesque dans le e-commerce, auxquels il peut proposer des abonnements ou des services médias », reprend-il.

Le groupe est aussi déjà bien présent à Hollywood : Alibaba, qui avait déjà investi dans « Mission impossible » dès 2015, s'est allié en octobre à Steven Spielberg dans un partenariat visant à coproduire des films à destination du marché chinois, l'un des premiers au monde. Le groupe, coté aux États-Unis, avait ainsi pris une participation minoritaire dans Amblin Partners. ■

Il gigante cinese Alibaba investe massicciamente nei media

