

Rassegna del 01/02/2019

Leggo	4 Fratelli di Social Report Digital 2019: web boom italiani online 6 ore al giorno	<i>Caprodossi Alessio</i>	1
Sole 24 Ore	23 Pagamenti Scelte le banche del consorzio per l'Ipo di Nexi	...	3
Mf	11 Nexi sceglie le banche per l'ipo	<i>Montanari Andrea</i>	4
Repubblica	22 Amazon Con Natale batte le attese	...	5
Giornale di Vicenza	45 Cervelli e cellulari mai spenti	<i>Martelletto Nicoletta</i>	6
Avvenire	2 Vite digitali - Per una Rete più sicura non basta la tecnologia	<i>Rancilio Gigio</i>	8
Repubblica	21 Gli editori europei "Salvare la riforma Ue su stampa e Internet"	...	9
Mf	7 Facebook più forte degli scandali	<i>Zangrandi Giulio</i>	10
Avvenire	25 La Cina resterà fuori dalla rete 5G europea	<i>Del Re Giovanni_Maria</i>	11
Corriere della Sera	27 Tim, Elliott sale e arriva a quota 9,4% Open Fiber: intese solo commerciali	<i>De Rosa Federico</i>	13
Repubblica	21 Elliott sale in Telecom e il titolo vola	<i>Bennewitz Sara</i>	14
Giornale	24 Tim, Elliott va al 9,4% e sfida Vivendi	<i>Camera Maddalena</i>	15
Sole 24 Ore	25 Cellnex pronta ad attivarsi sulle torri Uk di Vodafone-02	<i>Biondi Andrea</i>	17
Italia Oggi	17 Chessidice in viale dell'editoria - Ei Towers, aggregazioni più semplici da indipendenti secondo Barbieri	...	18
ESTERA			
Echos	24 Le app per i video, le future star della French Tech?	<i>Bregeras Guillaume</i>	19
Echos	24 Mojo, la pubblicazione di video su telefonino	<i>Loye Déborah</i>	20
Financial Times	12 I gruppi editoriali lottano per un modello di business che vada oltre la pubblicità	<i>Garrahan Matthew</i>	21

FRATELLI DI SOCIAL

Report Digital 2019: web boom italiani online 6 ore al giorno

Alessio Caprodossi

Toglietemi tutto ma non internet e i social network. Il refrain di una nota pubblicità di qualche anno fa calza a pennello per gli italiani, con 54,8 milioni di connazionali (pari al 92% della popolazione) che accedono al web e 35 milioni che utilizzano ogni giorno almeno una piattaforma social. I dati arrivano dal report Digital 2019, realizzato dalle agenzie We Are Social e Hootsuite, che oltre all'analisi globale dello scenario digitale - nel mondo si contano 4,39 miliardi di utenti internet e 3,48 miliardi di social internauti - offre uno spaccato del panorama nostrano, caratterizzato dall'arrivo di 11 milioni di nuovi utenti online.

Con la popolazione in calo a quota 59,25 milioni, colpisce il costante incremento delle Sim mobili, arrivate a quasi 86 milioni, a testimonianza di come utilizzare due smartphone è diventata per molti una consuetudine. Tornando al web, siamo sempre connessi e trascorriamo in media circa sei ore al giorno online, più del doppio del tempo che dedichiamo a guardare la televisione.

Un terzo del tempo lo passiamo sui social network, che per il Ceo di We Are Social, Ottavio Neva, «si confermano punto di riferimento per informazione, in-

trattenimento e conversazione». Le piattaforme più gettonate restano Facebook e YouTube, anche se quest'ultima guida la speciale classifica e il social network da 2,7 miliardi di iscritti è preceduto di poco pure da WhatsApp, mentre a debita distanza seguono Instagram e Messenger. In discesa libera invece Twitter, al contrario di WeChat, applicazione di messaggistica realizzata in Cina che grazie all'ampia comunità cinese presente in Italia sfiora la top 10.

Ma cosa facciamo quando siamo in Rete? I video sono l'elemento più battuto, con il 92% degli internauti che ne usufruiscono per curiosità, conoscenza e passatempo. In forte crescita c'è il mondo gaming, con un italiano su sei che gioca in streaming live, uno su dieci che guarda le sfide dei videogiocatori e un contenuto 5,4% (in costante incremento), che segue i campionati di eSports. Altro elemento che piace agli italiani è la tecnologia voice, l'utilizzo cioè della voce per gestire dispositivi smart, come gli altoparlanti arricchiti dalla presenza degli assistenti virtuali: l'arrivo sul mercato di Google Home e Amazon Echo, con a bordo Google Assistant e Alexa, ha portato un connazionale su tre a preferire l'uso di comandi vocali rispetto a quelli manuali.

riproduzione riservata ©

Popolare

Basta paura, l'eCommerce adesso va a gonfie vele

Gli italiani non hanno più paura dell'eCommerce. Lo dicono i 27,4 miliardi di euro di spesa registrati nel 2018, con un tasso di crescita del 16% rispetto all'anno precedente, che in numeri si traduce in 3,9 miliardi di euro. Secondo le rilevazioni dell'Osservatorio eCommerce B2c del Politecnico di Milano i connazionali che acquistano online sono 23,5 milioni (con 17,8 milioni che comprano almeno una volta al mese), mentre la penetrazione sul totale di vendite è del 5,7%, in rialzo ma ancora distante da Francia, Germania e Regno Unito, che viaggiano a tassi in doppia cifra ma che inseguono Cina (18%) e Stati Uniti (12%). Cosa si acquista? Il 56% degli affari è rappresentato dai prodotti, con elettronica, informatica, abbigliamento e arredamento davanti a tutti, anche se in termini assoluti in cima c'è il turismo, che per l'eCommerce vale 9,8 miliardi di euro. Anche in questo settore si sta gradualmente rovesciando il rapporto tra smartphone e computer, con il primo utilizzato per più del 30% delle compere.



(A. Cap.)



Di nicchia

Arrivano gli Assistenti digitali: presto governeranno le case

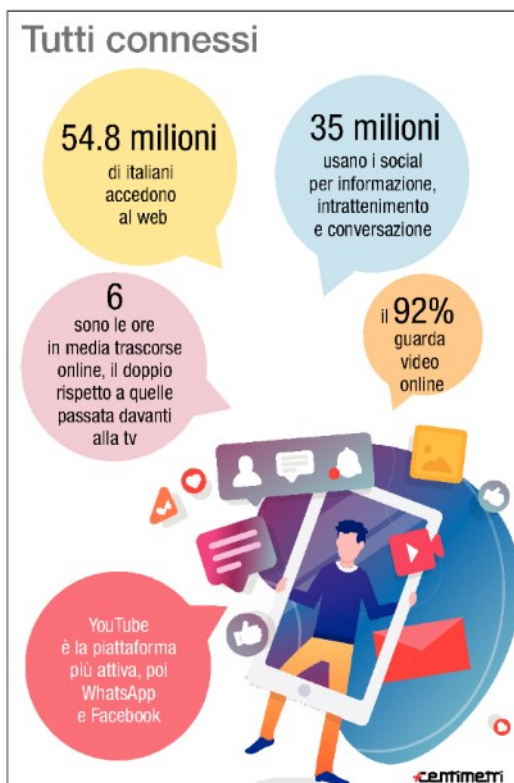
Negli Stati Uniti gli assistenti digitali spopolano già da un anno e secondo le stime degli analisti quest'anno entreranno nelle case di diversi milioni di consumatori europei. A guidare il branco ci sono Alexa, assistente digitale sviluppato da Amazon, e Google Assistant, che come indica il nome è l'equivalente nato nei laboratori di Big G.



Comparsi all'interno degli speaker e piazzati nel salotto di casa, questi maggiordomi digitali si comandano con la voce e rispondono alle nostre esigenze

fornendo informazioni specifiche, per esempio sul traffico offrendo suggerimenti sul miglior percorso per arrivare in ufficio, oppure leggendoci il meteo. Si attivano pronunciando un termine, con una richiesta su misura riproducono la musica che vogliamo, mentre chi necessita di impostare sveglia, calendario e appuntamenti, può affidarsi all'assistente e pensionare orologi e agende. E dal frigorifero allo specchio, grazie agli assistenti virtuali nella casa del futuro parleremo con ogni oggetto.

(A. Cap.)



PAGAMENTI

Scelte le banche del consorzio per l'Ipo di Nexi

Parte ufficialmente la quotazione di Nexi, il leader dei pagamenti nato dall'Istituto Centrale delle Banche Popolari (Icbpi) e da CartaSì e posseduto da un consorzio di private equity: Bain Capital, Advent e Clessidra. Sono infatti state scelte le banche del consorzio: Banca Imi, Bofa Merrill Lynch, Credit Suisse, Mediobanca e Goldman Sachs.

L'operazione di sbarco a Piazza Affari, prevista in aprile, potrebbe essere la maggiore del 2019, oltre che degli ultimi anni: la società, secondo alcune stime, potrebbe valere circa 7,5 miliardi di euro. (C.Fe.)



Nexi sceglie le banche per l'ipo

di **Andrea Montanari**

Prende corpo il progetto di quotazione di Nexi. La società attiva nei servizi e nelle infrastrutture per il pagamento digitale per banche e controllata dai fondi Advent, Bain e Clessidra, ha completato il pool di global coordinator per accelerare lo sbarco a Piazza Affari che, come già riferito da *MF-Milano Finanza* mercoledì 30 potrebbe avvenire entro aprile e comunque prima delle elezioni Europee. Come riferito da *Bloomberg*, sono state scelte Banca Imi (è anche sponsor), Credit Suisse, Mediobanca, Goldman Sachs e BofA Merrill Lynch. Inoltre, secondo indiscrezioni, sono stati individuati anche i joint bookrunner: Barclays, Citi e Hsbc. E non è da escludere che il consorzio venga ampliato. L'ipo potrebbe essere mista, vendita e aumento di capitale, ma non è stato definito se sarà rivolta solo agli investitori istituzionali, opzione più probabile, o se sarà aperta anche al retail. (riproduzione riservata)



Amazon Con Natale batte le attese

Amazon batte le attese di Wall Street: nel quarto trimestre 2018 ha avuto entrate per 72,4 miliardi di dollari contro i 71,9 miliardi delle stime. Pesano favorevolmente anche le vendite natalizie.



LIBRI. L'uso intelligente degli strumenti: stasera se ne parla a Valdagno

CERVELLIE CELLULARI MAI SPENTI

Gheno e Mastroianni ne evidenziano rischi e benefici
Il vademecum per non diventare schiavi della tastiera

Nicoletta Martelletto

Ma come si fa a farne a meno? Hanno un bel dire gli anti tecnologici che si può tranquillamente vivere senza cellulare, senza web e senza cyber relazioni. I vantaggi che il mondo delle connessioni ci offre sono così elevati che starne fuori significa perdere importanti occasioni, razionalizzare il tempo, giocare sempre d'attacco e non di difesa. Apocalittici e integrati tornano come nel famoso saggio di Umberto Eco a confrontarsi, mentre la realtà quotidiana ci sopravanza e spesso ci sfugge di mano.

Tutto questo è alla base del saggio di Vera Gheno, sociolinguista, e Bruno Mastroianni, giornalista e studioso di comunicazione, che per Longanesi hanno firmato "Tienilo acceso. Posta, commenta e condividi senza spegnere il cervello", 284 pagine: si presenta stasera a palazzo Festari, Valdagno, alle 20.30 su invito del team Guanxinnet. I due autori dialogheranno con Filippo Nani, consigliere nazionale Ferpi.

Dunque un manuale? Un esercizio accademico? Forse un ragionamento sereno ma incalzante su quel "coso" che ha invaso la nostra vita ma del quale non bisogna diventare schiavi. «Se vogliamo comunicare, dobbiamo essere disposti anche a sporcarci le mani - scrivono gli autori - e usare le parole per coltivare i significati con gli altri in rete.

Altrimenti la grande libertà che ci siamo conquistati con l'iperconnessione potrebbe finire in una gigantesca discussione fine a se stessa». E il manipolatore di turno, il datizzatore potrebbe essere l'unico a trarne vantaggio. Allora il mezzo bisogna conoscerlo, nei suoi difetti e nelle sue potenzialità: lo smartphone va messo sotto i raggi x. Non tanto negli anfratti di servizio - le generazioni digitali ne esplorano ogni uso possibile - quanto nei rischi. A partire dall'odio che cova nel lato oscuro del web, il terreno di coltura di troll e hater. Odio verso se stessi, odio verso gli altri, odio scatenato da eventi, adescamenti, esibizioni... nel catalogo c'è davvero di tutto. Ma allora è meglio tenere spento il "coso"? La risposta è no, spegnere non significa stare fuori: bisogna saper accedere e saper spegnere. Il tutto rinvia ad una maturità che spesso non fa rima con la vacuità dei ragazzini in crescita. E allora andiamo agli adulti, «largamente impreparati a gestire i figli in questa dimensione digitale», figli che hanno comunque bisogno di «non vedere sminuite e derise la competenze, ignorate le preoccupazioni, derubricati i problemi».

Stare in rete significa anche reimparare ad usare le parole, a dare ad esse un significato compiuto, a curarne forma e sostanza, ricorrendo anche alle regole sulla conversazione del filosofo inglese Herbert Grice: sincerità, perti-

nenza, chiarezza, equilibrio. Dalla seconda alla quarta sezione il libro affronta tre grandi ambiti dell'affaccio in Rete: parlare di sé, parlare di ciò che accade intorno, parlare degli altri.

Ci vogliono competenze nuove e diverse verso le quali Gheno e Mastroianni conducono progressivamente attraverso domande sull'immagine che ciascuno ha di se stesso, sul senso dell'identità, sul bisogno di nascondersela e ritrovarla. Bisogna scegliere anche qui, come nella vita vera, con chi accompagnarsi: quali social, quali amicizie, quali maestri di pensiero o di stile. E sapere che «anche il like logora chi non ce l'ha».

Come accettare poi una piazza virtuale che ogni giorno somiglia ad uno sfogatoio di rabbie e proteste, ad un crocevia di bassezze, dove tutto - anche gli spunti migliori - sembrano soffocare? «La libertà non è dire tutto quello che penso, ma pensare (bene) tutto quello che dico» è il monito del libro che prima ancora che una regolamentazione internazionale suggerisce una autoregistrazione del proprio modo di stare e postare.

Un'educazione "posturale" on line? Se non sembrasse una battuta si impone, a partire da scuola e famiglia, suggeriscono i due esperti. Che il libro lo hanno prodotto proprio dopo aver girato l'Italia in lungo e in largo e aver raccolto migliaia di testimonianze. ●



Sociolinguista

Vera Gheno

Vera Gheno, 43 anni, è una sociolinguista specializzata in comunicazione digitale e traduttrice dall'ungherese, collabora con l'Accademia della Crusca dal 2000 e dal 2012 ne gestisce l'account Twitter. Insegna all'Università di Firenze, dove tiene da molti anni il Laboratorio di italiano scritto per Scienze Umanistiche per la Comunicazione, e in corsi e master di diversi atenei italiani. È autrice di saggi scientifici e divulgativi e di due libri: Guida pratica all'italiano scritto (senza diventare grammarnazi) e Social-linguistica. Italiano e italiani dei social network.

Giornalista

Bruno Mastroianni

Bruno Mastroianni, 39 anni, filosofo, giornalista (già portavoce dell'Opus Dei), social media manager di Superquark (Rai1) e de La Grande Storia (Rai3). Si occupa di discussioni online, conflitti e comunicazione di crisi. Assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Lettere e Filosofia dell'Università di Firenze; insegna Comunicazione Politica, Reti e social media, e Etica della comunicazione presso Uninettuno. Recentemente ha scritto "La disputa felice. Dissentire senza litigare sui social network, sui media e in pubblico" (Cesati 2017) e l'ultimo saggio per Longanesi.



Il saggio edito da Longanesi

Vite digitali

Per una Rete più sicura
non basta la tecnologia

GIGIO RANCILIO

Fra qualche giorno, il 5 febbraio, sarà il Safer Internet Day, cioè la Giornata per una Rete più sicura.

Istituita nel 2004 dall'Unione europea, «è una Giornata internazionale di sensibilizzazione per i rischi dell'internet».

In 15 anni molto lavoro è stato fatto per migliorare la Rete. Eppure, ogni giorno, ci sembra che resti ancora così tanto da fare e i problemi così numerosi da far assomigliare l'impegno di chi si batte per un internet migliore al lavoro di chi prova a svuotare il mare con un cucchiaino.

Arrendersi alla «deriva inevitabile di web e social» sarebbe però un errore madornale. Proprio perché i rischi legati alla Rete sono enormi e in continua evoluzione non significa che non dobbiamo lavorare per combatterli ma esattamente il contrario. Dobbiamo sforzarci tutti ancora di più. Il nocciolo del problema infatti non è tecnologico (come alcuni credono) ma educativo. Dobbiamo cioè educarci (tutti) ed educare (tutti) a diventare cittadini digitali. Per farlo occorre però molta onestà, innanzitutto con noi stessi. Chiediamoci: quando tempo spendiamo ogni giorno a lamentarci dei guai di internet, dei social e degli smartphone e quanto poco tempo dedichiamo alla comprensione di questi strumenti e quanto poco alla creazione di atteggiamenti e di contenuti positivi da immettere in Rete?

Serve anche una sana dose di realismo. Quella che ci deve far comprendere che se non ci occupiamo innanzitutto noi stessi di rendere la Rete più sicura, nessuno potrà risolvere le cose (magicamente o per decreto) per noi.

Per capirci: leggendo un sondaggio commissionato da Google a YouGov sul tema della sicurezza online, realizzato proprio in occasione del Safer Internet Day, si scopre che più del 38% degli intervistati continua ad utilizzare la stessa password per alcuni o addirittura per tutti i servizi online utilizzati. Cioè, non applica nemmeno le più normali regole di sicurezza. Capirete che se siamo così indietro sulle cose più banali, significa che davanti abbiamo una montagna da scalare. Per

questo vanno apprezzate iniziative come quella messa in campo da Tv2000, che da stasera alle 19 manderà in onda un ciclo speciale di «Attenti al lupo» dedicato all'educazione digitale, in collaborazione con l'Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali della Conferenza Episcopale Italiana e l'Università Cattolica del Sacro Cuore. Si tratta di sei appuntamenti settimanali, attraverso i quali il programma ci darà la possibilità di imparare quali pericoli si nascondono nella Rete, a riconoscere le notizie false da quelle vere, a capire come si possono aiutare i bambini e i ragazzi ad usare in maniera positiva computer e smartphone e in che modo questi strumenti possono essere utili in famiglia, a scuola, in parrocchia. Se invece cercate dei video semplici e utili su questi argomenti c'è anche il progetto di Google «Vivi Internet al meglio», destinato soprattutto ai ragazzi (https://beinternetawesome.withgoogle.com/it_it/periragazzi).

Qualunque sia la vostra età dovrete cercare di tenere a mente queste regole di base: ogni cosa che facciamo in Rete lascia una traccia (che potrà essere usata contro di noi anche fra anni); ogni cosa che su web e social sembra troppo facile o troppo generosa spesso nasconde truffe; dobbiamo imparare a gestire la nostra sicurezza (di base) cambiando regolarmente password (e usandone di diverse); dobbiamo impegnarci per diffondere più gentilezza e contenuti di valore e meno odio o contenuti spazzatura; dobbiamo lavorare tutti per tenere la Rete pulita, anche segnalando contenuti inappropriati. Vi assicuro che funziona. Soltanto ieri ho fatto rimuovere da Facebook dei contenuti di odio da un portale (apparentemente) dedicato alla cucina. Perché sarà anche vero che uno solo di noi non può fare molto, ma tutti insieme possiamo fare la differenza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Gli editori europei

“Salvare la riforma Ue su stampa e Internet”

ROMA

Merkel e Macron devono trovare un'intesa e salvare la riforma del copyright, altrimenti a rischio è la libertà di stampa. È il senso dell'appello degli editori europei - guidati da Carlo Perrone - dopo che i negoziati Ue si sono arenati per il disaccordo tra Parigi e Berlino su un articolo del provvedimento. Il braccio di ferro mette in pericolo anche i diritti che le piattaforme online dovrebbero riconoscere agli editori dei giornali. «Vi chiediamo con rispetto di non mettere a rischio una riforma che è chiave per assicurare la sostenibilità di una stampa libera, cuore delle nostre democrazie», si chiede.



IL SOCIAL NETWORK VOLA IN BORSA GRAZIE A UTILI IN AUMENTO DEL 65% NEL TRIMESTRE

Facebook più forte degli scandali

Il fondatore e ceo Mark Zuckerberg rassicura gli investitori sugli sforzi del gruppo per conseguire nuovi progressi nella tutela della privacy. E annuncia una serie di progetti in cantiere già nel 2019

DI GIULIO ZANGRANDI

Facebook vola a Wall Street dopo la pubblicazione dei conti trimestrali: a un'ora dalla chiusura il titolo del social network stava salendo dell'11% a 167 euro, trascinandolo con sé l'intero listino tecnologico americano (+1,2%). Il colosso guidato da Mark Zuckerberg ha infatti concluso il quarto trimestre del 2018 registrando profitti e ricavi ben oltre le attese degli analisti. Nello specifico, l'ultima riga del conto economico della società si è attestata a 6,88 miliardi di dollari, in aumento del 65% rispetto a rispetto ai 4,27 miliardi dello stesso periodo dell'anno precedente. L'utile per azione è quindi salito a 2,38 dollari, un valore di molto superiore sia agli 1,44 dollari registrati nel quarto trimestre 2017 sia al consenso degli analisti, che indicava un valore di 2,18 dollari. Estremamente positivo anche il fronte dei ricavi, che sono aumentati del 30% rispetto allo

stesso periodo dell'anno scorso, portandosi a 16,91 miliardi di dollari e battendo anche in questo caso le stime degli esperti (16,4 miliardi). Più in generale, le vendite sono aumentate del 30% su base annua. Gli unici nei nel bilancio di Facebook riguardano il ritmo di crescita del fatturato, che è risultato il più lento mai registrato negli ultimi sette anni (ossia da quando il social network è quotato a Wall Street), e i clienti di Nord America ed Europa, le due aree più redditizie, che nel trimestre sono cresciuti sono di 1 e 4 milioni rispettivamente.

Ad ogni modo, la notizia di guadagni da record non poteva arrivare in un momento più opportuno per il social network, che necessitava di una boccata d'ossigeno sui mercati dopo un anno in cui è stato più volte alle prese con scandali sulla gestione dei dati degli utenti e sul rispetto della loro privacy, tanto da perdere il 34% del proprio valore in borsa da luglio. «La nostra comunità e il nostro

business continuano a crescere», ha detto il fondatore ed amministratore delegato di Facebook, Mark Zuckerberg, precisando che, mentre il gruppo investiva miliardi di dollari per rafforzare la sicurezza, stava anche programmando di «infondere più energia» in nuovi progetti per il 2019. Resta da capire se gli impegni su entrambi i fronti verranno rispettati, soprattutto alla luce di alcune recenti notizie; sono infatti di mercoledì le indiscrezioni di stampa secondo cui il social avrebbe pagato utenti adolescenti in cambio dei dati sulle loro abitudini. Gli investitori paiono comunque fiduciosi e non è da escludere che possa il mercato possa riservare altre sorprese positive. Per esempio, secondo eMarketer, quest'anno il social network arriverà a controllare il 20,5% del mercato pubblicitario digitale globale, raggiungendo la seconda posizione dietro a Google, che detiene il 31,3%. (riproduzione riservata)



La Cina resterà fuori dalla rete 5G europea

LO SCONTRO

La Commissione pensa di proporre misure per impedire l'accesso di imprese di Pechino al nuovo sistema di banda ultra larga per telefonia mobile, il 5G. Particolare attenzione al colosso Huawei, da tempo nel mirino degli Usa

GIOVANNI MARIA DEL RE
Bruxelles

La Commissione Europea sta pensando di proporre misure per impedire l'accesso di imprese cinesi al nuovo sistema di banda ultra larga per telefonia mobile, il 5G, con l'occhio rivolto anzitutto al colosso Huawei, da tempo nel mirino degli Usa. A rivelarlo è l'agenzia Reuters che afferma di aver parlato con quattro fonti diverse e di aver visionato anche un documento interno della Commissione. Sullo sfondo, il timore che Huawei possa essere utilizzata dal governo cinese per spiare imprese e governi europei. Una mossa non isolata: Huawei è stata già bandita, sempre per il sospetto di spionaggio, dalla costruzione di impianti 5G

negli Usa, in Australia, in Nuova Zelanda e, unico Paese europeo, nel Regno Unito.

A preoccupare Bruxelles, secondo il documento visto da Reuters, è anzitutto una modifica della normativa cinese sull'intelligence e la sicurezza. Nel nuovo testo si afferma che «organizzazioni e cittadini dovranno sostenere, cooperare e collaborare con il lavoro dell'intelligence nazionale». Il timore, insomma, è che il governo cinese possa chiedere a Huawei di creare degli accessi segreti agli impianti per poter poi spiare in Europa. Su questa modifica legislativa, di recente, ha puntato il dito, non a caso, anche il vice presidente della Commissione Andrus Ansip, responsabile per il Mercato digitale, avvertendo dei rischi di cooperare con Huawei. Secondo Bruxelles è sufficiente la possibilità di attività d'intelligence per prendere misure di protezione, non serve la prova cogente che lo spionaggio sia effettivamente attuato. Stando a Reuters, una delle opzioni che sta studiando l'esecutivo Ue è una modifica alla normativa del 2016 sulla sicurezza informatica, che chiede alle imprese coinvolte in infrastrutture sensibili di prendere misure adeguate per garantire la sicurezza. L'idea sarebbe di includere nel concetto di «infrastrutture sensibili» anche il 5G, il che costringerebbe le imprese coinvolte a rinunciare a so-

cietà sospettate di spionaggio, come appunto quelle cinesi e Huawei in particolare. La Cina è furibonda, già giorni fa intervistato dal Financial Times l'ambasciatore di Pechino presso l'Ue, Zhang Ue, ha parlato di «calunnie, discriminazioni, pressioni», sostenendo che «qualcuno non risparmia sforzi per fabbricare una storia sulla sicurezza relativa a Huawei». Si è fatta sentire la stessa società cinese. «Huawei - ha detto una portavoce - è aperta e impegnata a collaborare con le istituzioni europee per sviluppare uno standard di sicurezza informatica per l'Europa», aggiungendo inoltre che la società «ha un pedigree pulito sul fronte della sicurezza informatica».

La questione investe l'Italia: Huawei detiene un terzo del mercato degli smartphone della Penisola ed è coinvolta nello sviluppo di rete 5G in due aree: Milano e Bari-Matera, con l'obiettivo di una copertura completa delle due zone entro fine 2019. A Bari-Matera in gioco è una cooperazione tra Tim, Fastweb e Huawei. A Milano capofila della sperimentazione 5G è invece Vodafone, uno dei maggiori colossi della telefonia mobile. Vodafone, però, negli ultimi giorni comincia a frenare: l'ad Nick Read ha annunciato una «pausa» nell'acquisto di attrezzature Huawei per le sue reti 5G in Europa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Tim, Elliott sale e arriva a quota 9,4%

Open Fiber: intese solo commerciali

La comunicazione alla Sec. Vivendi accusa: approfittano della caduta del titolo

MILANO La Borsa torna a puntare su Tim. Dopo aver toccato nelle ultime sedute i minimi storici, ieri le azioni del gruppo telefonico hanno chiuso in rialzo del 4,9% a 0,486 euro. A spingere il titolo sono state da un lato le parole dell'amministratore delegato, Luigi Gubitosi, che in un'intervista al *Corriere della Sera* ha aperto a Open Fiber ipotizzando sinergie che possono arrivare fino alla «combinazione delle reti», dall'altro la notizia che Elliott ha incrementato la propria quota salendo al 9,4% in Tim dall'8,9% precedente. La salita è emersa dalle comunicazioni alla Sec americana, a cui il fondo Usa ha reso noto di aver ceduto azioni di risparmio per 170 milioni di euro e modificato le opzioni che aveva per proteggere l'investimento (collar) in Tim, sottoscrivendo nuove opzioni sul 4,79% del capitale, in cui le perdite vengono sterilizzate in caso di discesa del titolo sotto 0,435 euro.

La mossa ha provocato una nuova presa di posizione di Vivendi, tornata ad accusare

Elliott di comportarsi «come un investitore puramente finanziario, sta utilizzando un approccio opportunistico per trarre vantaggio dalla caduta del 45% del valore delle azioni». Le accuse di Vivendi, espresse nelle scorse settimane al collegio sindacale di Tim e al consiglio, sono arrivate anche sulla scrivania della Consob.

Alla Sec, invece, il fondo Usa ha spiegato di ritenere che le azioni Tim «rappresentino un'attraente opportunità di investimento». Tim avrebbe «diverse strade per aumentare il valore per gli azionisti — scrive Elliot — tra cui, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, la separazione della rete di accesso alla rete fissa e la valutazione delle opzioni di consolidamento del mercato, nonché la conversione delle azioni di risparmio». Si tratta dei passaggi previsti dal piano che il fondo di Paul Singer aveva messo a punto in primavera per conquistare la maggioranza nel consiglio di Tim, come poi è avvenuto. Il 29 marzo, tuttavia, Vivendi tenterà un nuovo

ribaltone chiedendo all'assemblea la sostituzione di cinque consiglieri in quota Elliott con altri cinque da lei indicati. «Qualsiasi cambiamento nella composizione del Consiglio in questo momento pregiudicherebbe l'esecuzione e la consegna dei previsti piani di creazione di valore dell'Emittente», ha commentato il fondo Usa.

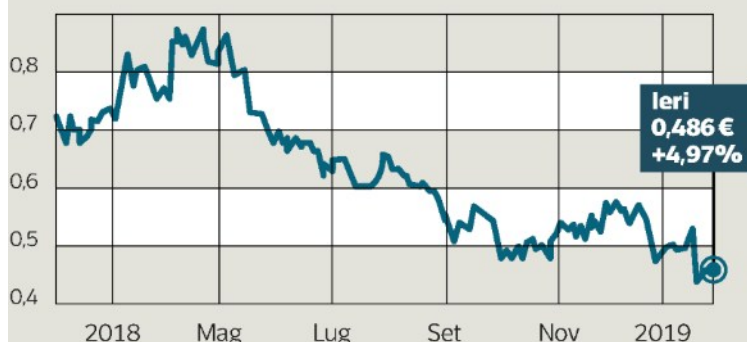
Nel nuovo piano che Gubitosi presenterà il 21 febbraio ci saranno alcuni dei passaggi indicati da Elliott, tra cui l'avvio della separazione della rete per valutare possibili opzioni, compresa la combinazione con l'infrastruttura di Open Fiber. «Sicuramente è un'opportunità», ha commentato l'amministratore delegato di Open Fiber, Elisabetta Ripa, precisando che «quello che io vedo nell'immediato e che mi riguarda è un tavolo commerciale per sviluppare sinergie sicuramente in termini di coinvestimenti o valorizzazione della rete». Su altri possibili temi «sono gli azionisti che saranno coinvolti».

Federico De Rosa

© RIPRODUZIONE RISERVATA

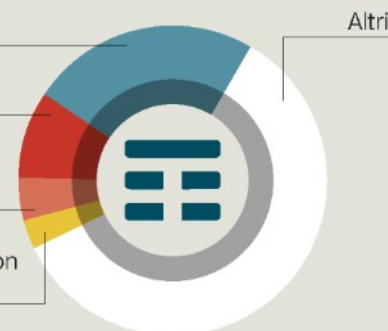
I numeri di Tim

Un anno in Borsa



Gli azionisti

Vivendi	23,9%
Fondo Elliott	9,4%
Cassa depositi e prestiti	4,26%
Canada pension plan fund	3,01%

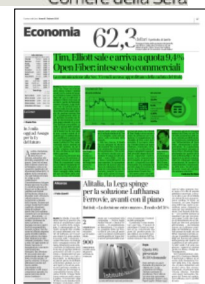


Paul Singer, 74 anni, fondatore e amministratore delegato dell'hedge fund americano Elliott: ha il 9,4% di Tim



Luigi Gubitosi, 57 anni, è amministratore delegato di Tim da novembre 2018. È stato ai vertici di Rai, Alitalia, Wind e Fiat

Corriere della Sera



La battaglia delle Tlc

Elliott sale in Telecom e il titolo vola

Il fondo Usa dall'8,8% al 9,4%, ma nel complesso il suo investimento nella società cala. Vivendi: fanno solo finanza

SARA BENNEWITZ, MILANO

Il fondo americano Elliott aumenta la sua quota in Telecom Italia dall'8,8% al 9,4%. Una mossa con cui l'investitore attivista - da mesi opposto ai francesi di Vivendi per la guida della società - abbassa il prezzo di carico delle azioni e allunga l'assicurazione su metà della sua partecipazione, riducendone anche il costo. Sono buone notizie per il fondo, che hanno anche l'effetto di riaccendere la speculazione su Telecom, in attesa dell'assemblea del prossimo 29 marzo che ha in agenda sia la revoca di 5 consiglieri eletti lo scorso anno dalla lista del fondo Usa, sia l'approvazione del bilancio 2018.

Ieri Elliott ha comunicato alla Sec (la Consob Usa), che in anticipo rispetto all'originale scadenza (la prima era il 5 febbraio), ha rinegoziato le condizioni del contratto derivato che lo proteggeva dalle perdite su un 4,9% di Telecom che possiede, allungando la prima scadenza al 29 maggio del 2020. Con l'occasione, Elliott ha anche spuntato dalla sua controparte, la Jp Morgan nuove condizioni "di mercato" proteggendosi dalle perdite se il titolo scende sotto quota

0,4351 euro, o guadagnando se invece sale sopra gli 0,4809 euro. Non a caso ieri l'azione Telecom in Borsa - dopo sedute di forti ribassi - è volata del 4,9% a 0,486 euro. La quotazione si è infatti allineata con la scommessa di Elliott che è sottesa nel derivato, ovvero che di qui alla primavera 2020 le azioni della società stiano ben sopra la soglia di 0,48 euro. Con l'occasione di rinegoziare il derivato con Jp Morgan, il fondo Usa ha anche aumentato la sua partecipazione dall'8,8 al 9,4%, riducendo il prezzo di carico dai precedenti 0,78 euro agli attuali 0,52 euro.

Se un anno fa Singer aveva puntato sull'Italia quasi 1,2 miliardi di dollari (1,04 miliardi di euro) per rastrellare l'8,8%, adesso tra trading, derivati e opzioni è riuscito a ridurre l'esposizione a 842 milioni di dollari (735 milioni di euro) arrotondando la quota a un passo dal 10%, la soglia massima che gli è consentita ai sensi del *golden power*, che il governo esercita sugli asset sensibili e di interesse nazionale come le reti telefoniche. Ma anche così facendo, Elliott sostiene che continua a credere nel valore che potrebbe crearsi in Tim «at-

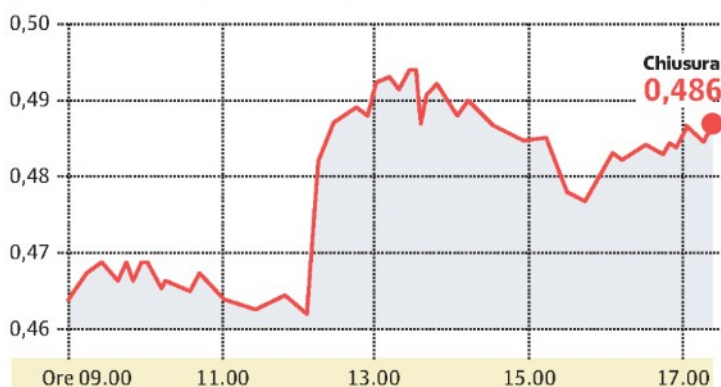
traverso - ma non solo - la separazione della rete, i nuovi consolidamenti di mercato e la conversione delle azioni di risparmio». Il fondo Usa ritiene inoltre che «un nuovo cambio della composizione del consiglio di Telecom Italia (come richiesto dal socio Vivendi, ndr) sarebbe un danno e un freno all'attuazione del piano di creazione di valore» dello stesso Elliott.

Immediata la risposta di Vivendi, che di Telecom ha il 23,9%, una quota pagata 3,9 miliardi di euro (o 1,08 euro per azione, poi svalutata a 1 euro), e su cui a differenza di Elliott, non può fare trading perché si tratta di una partecipazione strategica. «Elliott fa finanza non industria - ha detto un portavoce di Vivendi - e da quando il 4 maggio si è insediato il nuovo cda, espressione del fondo Usa, il titolo ha perso il 45%». Infine ieri l'ad di Open Fiber Elisabetta Ripa, ha risposto all'invito dell'ad di Tim Luigi Gubitosi, disposto a discutere di un'integrazione delle reti. «Siamo pronti - ha detto Ripa - a un tavolo di alleanze industriali» con l'ex monopolista. Per quelle finanziarie e strategiche, invece la parola passa agli azionisti di Open Fiber e di Telecom, che sulla rete unica hanno posizioni per ora diverse.

I numeri

Telecom in Borsa

(Andamento di ieri, valori in euro)



LE MOSSE DEI SOCI IN VISTA DELL'ASSEMBLEA DEL 29 MARZO

Tim, Elliott va al 9,4% e sfida Vivendi

Il fondo serra la presa: «Serve un cda stabile», titolo +4,9%. La carta aggregazioni

FUOCO INCROCIATO

La replica dei francesi:
«Singer non ha nessun piano, è solo finanza»

Maddalena Camera

■ Elliott si prepara alla guerra all'assemblea del 29 marzo prossimo, alzando la sua quota in Telecom dall'8,8% al 9,4%. Da quanto emerge nelle comunicazioni alla Sec, la Consob Usa, il fondo ha comprato, per 38 milioni di euro, un altro 0,5% del capitale, in una serie di acquisti effettuati tra il 27 dicembre scorso e l'altro ieri e ha venduto le sue azioni di risparmio (170 milioni di titoli). E la Borsa è subito tornata a premiare Telecom, dopo i ribassi delle ultime settimane, con un più 4,9% che non è però bastato a riportarlo sopra i 50 centesimi di valore. Le risparmiatori sono saliti del 5,3% e Inwit del 2,2%.

Elliott ha confermato il suo impegno in Tim anche tramite il prolungamento delle opzioni di protezione del suo investimento da febbraio di quest'anno a maggio del 2020. Si tratta della protezione (collar) su cui Vivendi, primo socio di Tim con il 23,9%, ha puntato l'indice nel suo esposto alla Consob. E proprio i francesi replicano alla «mini-scalata» di Elliott, che il 4 maggio scorso è riuscito a prendere la governance di Telecom eleggendo 10 consiglieri sui 15 del

board. «Elliott si sta comportando come un investitore puramente finanziario - ha detto un portavoce del gruppo che ruota attorno a Vincent Bollore - utilizzando un approccio opportunistico per trarre vantaggio dalla caduta del 45% del valore delle azioni». E, secondo lo stesso gruppo francese - che aveva però scelto Amos Genish come ad di Tim fino al 18 novembre scorso - il prezzo delle azioni è basso a causa di una «disastrosa governance». Ora l'attesa è per l'assemblea Tim di fine marzo, quando Vivendi proverà a riprendere il controllo, mandando a casa 5 consiglieri di Elliott. La sfida è su quanti voti riusciranno a catalizzare i due contendenti. Nell'assemblea dello scorso maggio, presente il 67,15% del capitale di Telecom, la lista del fondo americano di Paul Singer raccolse quasi il 50% dei voti (49,84%) contro il 47,18% totalizzato dalla lista dei francesi. E dunque la maggior parte dei fondi istituzionali esteri che raccolgono il 50% circa del capitale di Tim si era schierato con Elliott. Compresa la Cassa depositi e Prestiti che ha il 4,9% del capitale e che appoggia il piano del fondo Usa per arrivare allo scorporo della rete e alla creazione di un unico player per la realizzazione di una rete in fibra ottica con Open Fiber, controllata al 50% da Enel e dalla stessa Cdp.

Su questa possibilità l'ad di Open Fiber, Elisabetta Ripa, ha parlato chiaro: «Al momento si tratta solo per possibili accordi commerciali con altre società di tlc, Telecom compresa mentre per operazioni straordinarie decideranno i soci». Non c'è dubbio comunque che la separazione della rete è uno dei cavalli di battaglia di Elliott al fine di creare valore per gli azionisti insieme alla conversione delle azioni di risparmio. Il fondo di Paul Singer, inoltre, ha ribadito che «qualsiasi cambiamento nella composizione del consiglio pregiudicherebbe l'esecuzione del piano industriale e la creazione di valore per tutti i soci». Il fondo ha poi rispettato al mittente le accuse di speculazioni sul titolo, confermando l'impegno per il rilancio del gruppo tlc. Elliott ha aggiunto che i derivati utilizzati a copertura assicurano solo minori perdite, che il fondo, come molti altri investitori, sta comunque registrando sul titolo. Per l'ad di Tim Luigi Gubitosi ora viene la parte più difficile: presentare un piano industriale, il 21 febbraio, che riesca a convincere i fondi di investimento che avevano sostenuto Elliott all'assemblea del 4 maggio.

Per far questo l'ad starebbe cercando un partner per valorizzare Inwit, la società delle torri. Tra le altre mosse il rilancio di Sparkle e della sua rete internazionale e il rafforzamento di Tim Brasil.

2,67%

È la quota che i fondi di investimento italiani detengono nel capitale di Telecom

23,9%

La quota detenuta dai francesi di Vivendi che è il primo socio della società di tlc italiana





SUL RING L'ad di Tim, Luigi Gubitosi ha la fiducia del capo del fondo Elliott Paul Singer (in alto). Sotto il patron di Vivendi, Vincent Bolloré



Cellnex pronta ad attivarsi sulle torri Uk di Vodafone-O2

Gran Bretagna, Spagna e Italia: occhi sul rischio Ei Towers in manovra

Andrea Biondi

Dall'Inghilterra, alla Spagna, all'Italia. Per il settore delle torri di trasmissione il 2019 potrebbe essere un anno non banale. Le condizioni – implementazione del 5G e necessità di fare sinergia – sono evidenti a tutti. Ora sta tutto a capire che farà la prima mossa, in un rischio in cui non è solo all'Italia che bisogna guardare per capire quel che succederà in questo settore nel nostro Paese.

Al momento un grande movimento c'è sull'asse Uk-Spagna. Proprio nel Regno Unito Telefónica (O2) e Vodafone hanno annunciato la scorsa settimana che esploreranno modi per ottimizzare e monetizzare le torri di telecomunicazioni che entrambe le società possiedono in joint venture paritetica nella società Ctil. Un annuncio che, mercoledì, ha avuto una risposta dalla Spagna con Tobias Martinez, amministratore delegato di Cellnex – la towerco spagnola controllata dalla Edizione della famiglia Benetton – che mercoledì ha detto, durante un forum di *Expansion*, che «se veramente ci sarà un processo di vendita, allora logicamente saremo obbligati e interessati ad analizzarlo seriamente».

Il nuovo ceo di Vodafone, Nick Read, in una dichiarazione di novembre ha parlato della possibilità di prendere in considerazione la vendita delle sue oltre 50mila torri di trasmissione in giro per l'Europa, per le quali è stata ipotizzata una valutazione di 12 miliardi di euro. Una misura, questa, che porterebbe significativi vantaggi in termini di riduzione del debito. Ctil, la ex Cornerstone, non era inclusa in quel piano proprio in virtù

della proprietà congiunta con O2.

È ovvio che Cellnex – il cui titolo ieri in Borsa ha chiuso in progresso del 2,29% – sia interessata ad approfondire eventuali vendite di asset in un Regno Unito che è uno dei Paesi in cui opera, oltre a Spagna, Italia, Francia, Svizzera, Olanda. È allo stesso tempo chiaro che le scelte di Vodafone sul versante delle torri di trasmissione sono di rilievo. La scelta fra vendita unica o spezzatino Paese per Paese è il vero nodo della questione, sciolto il quale potranno discendere tutti i ragionamenti che arrivano ovviamente a interessare la realtà italiana. Gli analisti di Mediobanca ritengono che il 2019 possa essere cruciale in questo senso grazie al simultaneo verificarsi dell'arrivo della rivoluzione legata al 5G e al crescente bisogno strategico per gli operatori che possiedono la rete (Mno) di cedere l'infrastruttura passiva per liberare fonti finanziarie.

Anche se il tanto atteso processo di consolidamento nelle torri europee non si è ancora concretizzato il 2019 potrebbe essere l'anno cruciale. Occhi puntati su Inwit e su quello che Tim vorrà fare con la towerco di cui controlla il 60 per cento. C'è da capire quale potrebbe essere il ruolo di Raiway interessata alla partita Persidera. Occhi puntati però soprattutto su Ei Towers. Le aggregazioni nel settore delle torri, dopo l'opa di F2i e Mediaset su Ei Towers, potrebbero essere facilitate in Italia, con l'obiettivo che rimane sempre Raiway, anche se restano i problemi legati alla presenza del Tesoro nel capitale. Delistata da poco e nell'orbita di F2i. «Siamo all'avvio di una nuova avventura e non siamo particolarmente attivi nella ricerca di nuove società», ha detto ieri l'ad Guido Barbieri. Ma la realtà è che Ei Towers in questo momento è tutt'altro che disinteressata a quel che accade.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

Ei Towers, aggregazioni più semplici da indipendenti secondo Barbieri. «Speriamo che il fatto che Mediaset non è più nostro azionista di controllo possa aiutare la percezione di Ei Towers come realtà indipendente e, di conseguenza, facilitare le aggregazioni nel lungo periodo»: lo ha dichiarato ieri a Milano l'a.d. di Ei Towers Guido Barbieri, a margine di un convegno. Dopo l'opa che ha portato al delisting dell'azienda, ora controllata da F2i, operazioni straordinarie come fusioni e aggregazioni non sembrano essere una priorità nel breve termine: «Non siamo particolarmente attivi nella ricerca di nuova società. Siamo in un periodo di assestamento e non abbiamo shopping in vista», ha proseguito il manager. In particolare, con il nuovo assetto decade l'interesse per possibili bersagli oltre confine: «abbiamo guardato qualche realtà estera quando eravamo quotati, ma adesso non c'è più nulla di concreto», ha concluso Barbieri.



Les applis vidéo, futures stars de la French Tech ?

- L'écosystème tricolore crée de nombreuses start-up prometteuses dans la vidéo.
- Yubo, le réseau social vidéo français, vient de dépasser les 20 millions d'inscrits dans le monde et celle des 500.000 actifs chaque jour.

Conçue en anglais, l'appli de Yubo est devenue planétaire.

40% de ses utilisateurs habitent aux États-Unis, 25% au Royaume-Uni.

RÉSEAUX SOCIAUX

Guillaume Bregeras

🐦@gbregeras

Les millions de followers n'y font rien. La génération Z, malgré son hyperconnexion et sa présence en masse sur les réseaux sociaux, est probablement celle qui se sent la plus seule. C'est pour résoudre ce problème que Sacha Lazimi, Jérémie Aouate et Marc-Antoine Durand ont créé Yubo (anciennement Yellow), une application vidéo en live qui recrée les conditions propices à la rencontre. Sans faire de bruit, la jeune pousse installée dans le 11^e arrondissement parisien vient de franchir la barre symbolique des 20 millions d'inscrits et celle des 500.000 actifs chaque jour. Une réelle prouesse tant ce monde des applis destinées au grand public et utilisant la vidéo est archi-dominée par les anglo-saxons, comme Twitch.

Malgré leur jeune âge (les trois cofondateurs ont moins de 30 ans), la start-up n'est pas leur premier projet dans le secteur. Après deux tentatives, ils accouchent de l'idée de Yubo, raconte Sacha Lazimi : « Nous avons monté Yubo lorsque

nous avons compris que les réseaux sociaux existants étaient faits pour se connecter aux personnes que l'on connaît déjà et qu'ils se sont positionnés petit à petit davantage comme des médias, en créant des influenceurs difficiles à atteindre pour les utilisateurs. Notre mission, elle, est de permettre de se créer de vrais amis. »

Reproduire les codes de la vie physique

Pour concrétiser cet objectif, la jeune pousse traduit sur Internet les conditions dans lesquelles les personnes se rencontrent dans la vie physique. Que ce soit dans un bar, sur un campus ou ailleurs, ils se retrouvent autour de sujets de discussion, échantent, et éventuellement se revoient. C'est exactement ce que permet Yubo grâce à des groupes qui se retrouvent sur l'appli via des vidéos diffusées en direct. Ces « live » durent environ deux heures et rassemblent une petite dizaine de personnes en moyenne. Chacune d'entre elles peut rejoindre un groupe qui affiche une thématique de discussion, mais doit être acceptée afin de participer.

La question de la sécurité, du harcèlement et de la provocation est centrale dans le travail de Yubo. La start-up a mis en place des garde-fous pour éviter aux comportements déviants de s'exprimer via sa plate-forme. « Nous sommes très interventionnistes sur le sujet, assure Sacha Lazimi. Si l'on détecte des discussions ou des gestes inappropriés, nous notifions de suite le participant et le bloquons si nécessaire. »

Pour tisser ce filet de sécurité qui garantit la réputation de l'appli, Yubo s'appuie sur des modérateurs

dispatchés dans le monde entier, mais aussi sur des algorithmes qui scannent le contenu en permanence. La réalité fait que seulement 1 % des profils bloqués le sont pour des questions graves. Le reste est davantage le fait d'une mauvaise compréhension des guides d'utilisation et se règle sans problème.

Conçue en anglais dès son origine, l'appli est devenue un outil planétaire. Seuls 5 % de ses utilisateurs sont en France, tandis que 40 % habitent aux États-Unis, 25 % au Royaume-Uni, 20 % en Scandinavie et 10 % en Australie. « Cela s'explique aussi par le fait que nous n'avons jamais mené de campagne d'acquisition marketing, et que la maturité du marché est plus forte dans les pays anglo-saxons », détaille Sacha Lazimi.


Aujourd'hui, Yubo n'emploie qu'une douzaine de personnes et veut encore franchir un cap, notamment sur son modèle économique. Pour le moment, son utilisation est gratuite, mais la start-up va tester une version payante et le placement de publicités. Après avoir réuni 10 millions d'euros auprès de business angels depuis sa création, elle se pose la question de son financement afin d'augmenter ses chances d'avoir un impact encore plus vaste sur cette génération en manque d'interactions sociales dans la vraie vie. ■

Le app per i video, le future star della French Tech?



Mojo, l'édition vidéo sur mobile

La jeune start-up développe une application permettant de créer du contenu vidéo facilement. Elle est utilisée par les influenceurs.

Déborah Loye
 @Loydeborah

Format de référence sur les réseaux sociaux et outil essentiel de la communication digitale, les « stories » sont devenues incontournables. Et avec elles, l'édition de vidéo sur mobile. C'est en tout cas le pari de Mojo, une start-up développant une application qui permet de créer du contenu vidéo sur son téléphone. « Il devient de plus en plus naturel, même dans un contexte professionnel, d'éditer du contenu sur un téléphone portable, puisque de toute façon il va falloir l'y basculer », affirme Jean Patry, cofondateur de la start-up.

Lancée en novembre dernier, l'application compte déjà 10.000 utilisateurs actifs par jour, selon les chiffres de la start-up. Développé sur un modèle freemium, Mojo est destiné aussi bien au grand public qu'à des professionnels tels que les médias ou les influenceurs. « Nous nous positionnons sur une qualité de niveau professionnel, et la version payante permet de créer un univers visuel réutilisable pour toutes les créations », indique Jean Patry. Un contenu soigné

visant à se distinguer de l'aspect plus artisanal des vidéos éditées sur Instagram. Mojo permet en outre de mettre en scène des animations, avec du texte par exemple. « Notre objectif est d'offrir un outil très simple pouvant être utilisé même par des personnes qui ne font pas du tout de montage vidéo », explique le cofondateur de l'entreprise.

Une approche professionnelle des outils mobiles

Tous deux ex-employés de GoPro, Jean Patry et son associé Francescu Santoni ont choisi de développer leur application pour iOS, un univers qui leur était familier et sur lequel les consommateurs « dépensent 30 fois plus d'argent en moyenne que sur Android », indique le premier. La version payante de Mojo coûte 10 euros par mois, un prix relativement élevé pour une application. « Et pourtant, la croissance de nos abonnés est très importante, ce qui prouve que les gens commencent à avoir une approche professionnelle des outils mobiles », estime-t-il.

Mojo est aujourd'hui disponible en plus de 20 langues et est notamment utilisé en Indonésie, aux Etats-Unis et en Russie, grâce à des mises en avant sur l'Apple Store. La jeune pousse, qui a récolté 500.000 dollars lors d'un premier tour de table en amorçage, n'a pour le moment pas prévu de lever à nouveau des fonds. ■

Mojo, la publication de video su telefonino



INSIDE BUSINESS

MEDIA

Matthew
Garrahan



News groups grapple for a business model beyond advertising

Is it possible to make journalism pay? The question has loomed over a miserable few days for news organisations, with hundreds of journalists losing their jobs at BuzzFeed, Huffington Post and Gannett – the newspaper group that owns USA Today. The prosperous online future that was supposed to save a once-profitable industry has not materialised, and highly valued digital upstarts have proved to be worth substantially less than thought.

There are bright spots. Appetite for news remains healthy: ask anyone who has devoured coverage about the latest Brexit negotiations or the travails of Donald Trump. The quality of investigative reporting on these sagas bears comparison with the best journalism of recent decades.

Yet despite the journalistic achievements of BuzzFeed and Huffington Post, which is owned by Verizon, the US telecoms group, their struggles show that companies dependent on digital advertising are on shaky ground.

Both Huffington Post and BuzzFeed attract large volumes of traffic, but converting that audience into income remains a challenge in a world where digital advertising is dominated by Google and Facebook.

For publications such as the New York Times, Wall Street Journal and Financial Times, digital subscription has become a solid source of revenue, replacing many of the dollars that evaporated with the decline of print advertising. For others, namely the Washington Post and Los Angeles Times, deep-pocketed benefactors – Jeff Bezos at the Post and Patrick Soon-Shiong at the Times – provide a safety net while those titles build subscription businesses and other revenue streams.

There are models beyond hoping for a white knight in the form of a generous billionaire. ProPublica, an online investigative news group, operates on a non-profit basis, its journalism financed by donations.

The Correspondent, a venture that started in the Netherlands, relies on reader donations: it has signed up 61,000 members who pay €70 a year, and raised \$2.6m in a crowdfunding drive with contributions from individuals in 130 countries to support a planned edition in English, which will launch later this year.

In the UK, Tortoise, a “slow news” venture from James Harding, former head of news at the BBC (and a former Financial Times journalist), is pursuing a membership strategy, offering its journalism and access to editorial

meetings and events for an annual fee.

Both Tortoise and the Correspondent are new ventures and do not have anything like mass-market scale. The Guardian does, and is on course to return to the black for the first time in 20 years in April thanks to what it calls a “reader relationship” strategy and rounds of cost-cutting.

The title is among the most visited news web sites but racked up hundreds of millions of pounds of losses in the last decade as it expanded internationally and made its journalism available for free online. In 2016 it began soliciting donations from readers with the goal of breaking even within three years: since then more than 1m readers have supported the Guardian, either by subscribing to the print newspaper or its app, or by making a donation. It has 350,000 people who make a regular financial contribution each month.

Several factors lie behind the Guardian’s imminent escape from the red. It has a global brand, buoyed by editorial successes, such as its Pulitzer prize winning reporting on Edward Snowden. It has a large international audience and many loyal readers.

It is unclear whether the Guardian will ever join the likes of the New York Times by erecting a paywall. Doing so would make its revenues more predictable and less subject to the whims of individuals making one-off contributions of donations of different sizes. Kath Viner, its editor, has not ruled out such a move, though she said recently that a paywall “isn’t really a conversation” at the Guardian these days.

Still, its success at soliciting contributions shows that readers are prepared to spend money on journalism in the online era.

This does not mean an end to the job losses, closures of regional titles in the US or financial constraints facing UK newspaper publishers. But there are other business models. Advertising alone no longer cuts it.

matthew.garrahan@ft.com

The Guardian has what it calls a ‘reader relationship’ strategy

The online prosperity that was supposed to save the sector has not materialised

I gruppi editoriali lottano per un modello di business che vada oltre la pubblicità

