

Rassegna del 17/05/2018

Repubblica	25	"Tim e Wind Tre poco trasparenti nelle bollette"	Fontanarosa Aldo	1
Sole 24 Ore	32	Fatture a 28 giorni, rischio sanzione per Tim e Wind Tre - Rischio sanzione Agcom per Tim e Wind Tre	Biondi Andrea	2
Mf	9	Il golden power dà una botta ai conti Tim - La multa pesa sui conti Telecom	Follis Manuel	3
Sole 24 Ore	29	Focus - Strategie - Amazon rilancia sui supermercati senza casse	...	5
Panorama	18	Questi mestieri digitali vanno a ruba	...	6
Italia Oggi	14	Autodisciplina pubblicitaria, focus sulla comunicazione online	Unnia Federico	7
Sole 24 Ore	22	Arriva il decreto per lo sconto fiscale sulla pubblicità - Definitive le regole sul credito d'imposta per la pubblicità	Biondi Andrea	8
Repubblica	25	Telecom, scontro sul manager Vivendi E i risultati deboli affondano il titolo	Bennewitz Sara	9
Sole 24 Ore	32	Stop alla regia di Vivendi su Tim	A.OI.	10
Mf	9	S&P bocchia la strategia italiana di Vivendi	Franzini Mattia	11
ESTERA				
Financial Times	14	Vivendi valuterà il futuro di Universal Music	Agnew Harriet - Garrahan Matthew	12

Il Garante

“Tim e Wind Tre poco trasparenti nelle bollette”

ALDO FONTANAROSA, ROMA

Le bollette telefoniche che erano a 28 giorni sono tornate per legge su base mensile. Ma restano in qualche caso confuse e sleali le informazioni che gli operatori danno agli italiani su questo valzer di tariffe. Al punto che i consumatori faticano a orientarsi e magari rinunciano a lasciare il loro operatore. Rinunciano, cioè, al diritto di interrompere il legame e il contratto senza penalità perché sono in confusione.

Per questo il Garante per le Comunicazioni (l'AgCom) si prepara all'ennesima multa che stavolta può investire Tim e Wind Tre. Come anticipato da *Repubblica.it*, l'AgCom ha monitorato le modifiche che i due operatori hanno introdotto dopo che un altro Garante (l'Antitrust) ha mosso delle obiezioni alle loro tariffe. L'Antitrust ha contestato che i due operatori – come peraltro Vodafone e Fastweb – avevano scaricato sulle bollette mensili aumenti medi annui – identici – dell'8,7%. In questo passaggio, i clienti di Tim e Wind Tre avrebbero ricevuto sms informativi poco «trasparenti» (come oscuri erano i siti delle due aziende).

Le multe arriveranno, nel caso, entro 150 giorni. Possono arrivare a un milione e 160mila euro. L'AgCom deciderà sulla base della gravità delle azioni (se reiterate sono più pesanti) e del fatturato degli operatori, che potranno limitare i danni se adotteranno comunicazioni più leali.

©RIPRODUZIONE RISERVATA



AGCOM

Fatture a 28 giorni, rischio sanzione per Tim e Wind Tre

Andrea Biondi ▶ pagina 32

Tlc. Avviato un procedimento istruttorio sul tema della fatturazione a 28 giorni

Rischio sanzione Agcom per Tim e Wind Tre

L'autorità imputa la non chiarezza su comunicazioni e recesso

Andrea Biondi

■ L'Agcom torna a bacchettare le compagnie telefoniche sulla fatturazione a 28 giorni. E questa volta dietro alla lavagna finiscono Tim e Wind Tre, contro le quali l'Autorità ha avviato un procedimento sanzionatorio che può portare a una multa fino a 1,16 milioni di euro. Agli operatori - che ora avranno 30 giorni per sostenere le proprie ragioni all'interno del procedimento - Agcom imputa una mancanza di trasparenza informativa e in tema di rispetto del diritto di recesso.

Un' *never ending story* quella della fatturazione ogni 28 giorni (anziché ogni mese) che ora si arricchisce di un ulteriore capitolo, aperto peraltro in attesa di un altro passaggio chiave, sempre in Agcom. L'Autorità riunirà infatti il Consiglio il 24 maggio, e allora dovrebbe arrivare il via libera ai provvedimenti per "rimborsare" i clienti in sostituzione delle delibere già adottate a marzo ma stoppate dal Tar.

Per capire la vicenda occorre tornare a marzo 2017, quando Agcom con la delibera 121/17/CONS è intervenuta per vietare la fatturazione a 28 giorni nelle offerte sul fisso e convergenti. La delibera dava 90 giorni a Tim, Vodafone, Wind Tre e Fastweb per mettersi in regola, passati invano. Da qui la diffida alle telco, seguita poi a dicembre da multe (1,16 milioni ciascuno) e da un meccanismo di storno degli importi per i giorni «non fruiti dagli utenti». In soccorso delle telco è però arrivato il Tar, congelando l'obbligo di restituzione automatica agli utenti fino all'apronuncia di merito a fine ottobre.

Per legge è stato intanto imposto

di tornare alle fatturazioni mensili. Ma per il periodo dal 23 giugno a marzo di quest'anno è stata Agcom a intervenire nuovamente, prevedendo giorni gratis nella prima bolletta ritornata a fatturazione mensile nel fisso. Altro ricorso delle telco che hanno ottenuto il riconoscimento di termini più congrui rispetto alla "prima bolletta utile". E se ne riparerà ora al prossimo consiglio Agcom. Intanto anche l'Antitrust si è fatta sentire, con un'istruttoria per possibile intesa restrittiva della concorrenza visto che nel ritorno alla fatturazione mensile tutti hanno mantenuto il costo annuale che in questo passaggio era salito dell'8,6 per cento. L'Autorità ha imposto di sospendere gli aumenti e di stabilire le tariffe ma autonomamente. Le compagnie hanno respinto al mittente i rilievi, ma sono comunque intervenute sulle tariffe: Vodafone ha azzerato; Fastweb non si è mossa, mentre Tim e Wind Tre hanno rimodulato.

Così siamo all'oggi, con Agcom che punta l'indice contro Tim e Wind Tre che, secondo l'Autorità, «non hanno assicurato, per il tramite delle comunicazioni rese all'utenza finale tramite Sms e sito aziendale, informazioni chiare, complete e trasparenti, risultando le stesse non adeguate per comprendere le reali condizioni economiche e così consentire agli utenti di scegliere se esercitare il diritto di recesso». Nel dettaglio Tim avrebbe comunicato un calo dello 0,4%, indicando come riduzione quello che, rispetto al canone mensile precedente alla rimodulazione post ritorno alla fatturazione mensile, risulta essere un aumento dell'8,2%.

Anche per Wind Tre dall'8,6% si è passati a un +8,3% con problematiche legate alla giusta informazione sul diritto di recesso.

Contestazioni in un momento di rapporti abbastanza esacerbatissimi fra consumatori e telco, e proprio alla vigilia dell'arrivo del quarto operatore, Iliad, che promette di dare battaglia sul tema della trasparenza e dei costi nascosti. Dalle compagnie rispediscono però al mittente le colpe loro attribuite. Da Tim fanno sapere di aver «rispettato la normativa vigente, avendo fornito in modo tempestivo, completo e trasparente sui canali di comunicazione normalmente utilizzati tutte le informazioni necessarie a rendere consapevole la scelta dei clienti. Tim fornirà all'Autorità tutti i chiarimenti necessari in merito». Wind Tre, dicono dall'azienda, «ha già fornito ampio materiale all'Authority ritenendo in questo caso di non aver applicato pratiche ingannevoli. Quanto al diritto di recesso, Wind Tre non solo ha continuato ad applicarlo, ma dal 1° maggio ha inviato una nuova comunicazione concedendo ai clienti ulteriori 30 giorni in cui esercitare il recesso stesso».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



SUI DATI TRIMESTRALI PESANO GLI ACCANTONAMENTI DA 74 MILIONI DI EURO PER LA MULTA COMMUNATA DAL GOVERNO

Il golden power dà una botta ai conti Tim

Dati reddituali in calo come previsto dal consensus. Brutta giornata anche per il titolo (-4%)

(Follis a pagina 9)

ACCANTONATI 74 MILIONI PER LA SANZIONE RICEVUTA PER VIOLAZIONE DEL GOLDEN POWER

La multa pesa sui conti Telecom

I conti rispettano le attese con un ebitda in discesa del 5%, debito lievemente in rialzo e margini in calo (ebit -7%). La società sostiene che al netto degli oneri non ricorrenti salgono tutti gli indicatori



GRAFICA MF-MILANO FINANZA

DI MANUEL FOLLIS

I consensus prevedeva conti deboli e in effetti Telecom Italia ieri in tarda serata ha finalmente pubblicato i risultati sul primo trimestre 2018 che sono stati sostanzialmente in linea con quanto si attendevano gli analisti. Che l'attesa fosse per numeri non brillanti lo si era capito in giornata, visto che il titolo ieri ha chiuso in calo del 4,09% a 0,773, toccando i minimi da un mese a questa parte. Il primo trimestre di Tim si è chiuso con un ebitda confrontabile di 1,893 miliardi, in calo del 4,9% rispetto allo stesso periodo del 2017. Un dato sul quale ha pesato la multa da 74 milioni inflitta dal governo alla società perché Vivendi non aveva notificato al comitato di Palazzo Chigi in merito agli asset strategici nelle tlc. I costi non ricorrenti, si legge infatti nel comunicato del gruppo, «sono principalmente connessi all'accantonamento a copertura della sanzione da 74,3 milioni di euro comminata lo scorso 8 maggio, già contestata da Tim e per la quale a breve presenterà ricorso». Raccontano di un clima teso in consiglio, con il ceo Amos Genish che sembra abbia dovuto affrontare un fuoco

di fila da parte di alcuni dei nuovi consiglieri. Venendo ai conti, i ricavi confrontabili sono stati pari a 4,72 miliardi, in calo dell'1,6%, mentre l'ebit si è attestato a 806 milioni (-6,8%) mentre l'utile è cresciuto da 200 a 250 milioni. Numeri che mostrano la flessione nei margini che era attesa dal mercato. Sul fronte del debito, altro dato sotto i riflettori, la posizione finanziaria netta rettificata è risultata pari a 25,5 miliardi, ovvero in leggero aumento. La società ha specificato che questo dato è stato «impattato negativamente dal rimborso Iva per effetto dello split payment, che ha assorbito circa 400 milioni nel primo trimestre» al netto del quale, il dato sarebbe in diminuzione di 150 milioni di euro rispetto al 31 dicembre 2017. Sempre nel comunicato si legge che prosegue «il trend di recupero del Brasile», con un'accelerazione della generazione di cassa confermata da una straordinaria crescita del 40% dell'ebitda meno capex. Anche l'arpu mobile registra un'impennata notevole, +13,8%. La Business Unit presenta, infine, un incremento del 4,8% sui ricavi totali, supportata da un aumento del mobile postpaid e del fisso broadband. «I solidi risultati del primo

trimestre 2018 sono trainati dalla performance positiva in Italia e dalla forte crescita del Brasile, a conferma che stiamo già raccogliendo i frutti dell'implementazione della nostra strategia DigiTim», ha commentato Genish. «In Italia registriamo una crescita stabile dell'arpu e della base clienti ultrabroadband, sia nel mobile sia nel fisso, grazie al nostro impegno costante in termini di avanzamento della copertura e di qualità, con cui ci affermiamo quali player premium». La base clienti del segmento mobile è risultata di 27,4 milioni di clienti (+1,4%) con un incremento anche dei ricavi da servizi in rialzo del 3,7% con un incremento dell'arpu del 4,6%. Il segmento fisso domestico ha registrato invece un aumento del 2,3% nei ricavi da servizi retail e Tim ha chiuso il periodo con 3,8 milioni di linee UBB attive. Il gruppo spiega



inoltre che «grazie a nuove offerte e partnership sui contenuti, la strategia convergente è in crescita costante e ha permesso di incrementare la base clienti sul Fisso di Tim-Vision del 6,5% trimestre su trimestre».

Sul fronte della governance il cda ha preso atto del venimento dell'attività di direzione e coordinamento da parte di Vivendi (che resta il primo socio del gruppo con il 24%) e ha provveduto alla nomina del Comitato Strategico, di quello sul Controllo Rischi e di quello su Nomine e remunerazione. Il board ha anche deciso la creazione di un nuovo comitato interno, specializzato nella materia dei rapporti con parti correlate, comitato del quale faranno parte i consiglieri Morselli (presidente), Capaldo, Cappello e Roscini. (riproduzione riservata)



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

FOCUS

Strategie

GRANDE DISTRIBUZIONE

**Amazon rilancia
sui supermercati
senza casse**

I supermercati senza casse di Amazon arriveranno anche a Chicago e San Francisco. Il gigante dell'e-commerce lancerà altri Amazon Go dopo il successo del progetto pilota a Seattle, pur se non ha precisato la tempistica. Il negozio avveniristico consente ai clienti di utilizzare l'apposita app e fare la spesa soltanto con il proprio smartphone, grazie al quale i prodotti vengono automaticamente addebitati sul conto quando escono. Inoltre ed è dotato di centinaia di sensori e telecamere per monitorare costantemente gli acquirenti e i prodotti. Non è la prima avventura di Amazon nel settore degli alimentari: oltre alla sua selezione di food disponibile online e al servizio di consegna Amazon Fresh, ha acquistato la catena Whole Foods a giugno 2017 per 13,7 miliardi di dollari. Nel frattempo, Amazon sta offrendo nuovi sconti nei supermercati americani Whole Foods agli iscritti a Prime, che in Usa hanno visto salire del 20% il costo del servizio. Il colosso americano del commercio elettronico ha detto che taglierà del 10% i prezzi di centinaia di articoli già scontati e che ogni settimana ridurrà i prezzi di altri prodotti nei negozi della catena acquisita nel 2017 per 13,7 miliardi di dollari.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Questi mestieri digitali vanno a ruba

Le aziende si contendono gli esperti prima ancora che si laureino. Ma gli stipendi non decollano.

80.000
le richieste
di laureati ITC
sui siti di ricerca
e selezione
in Italia

+26%
la crescita
annua
di richieste
in Europa
di addetti Ict:
il 90% si deve
occupare di big
data

60%
il tasso
di abbandono
nei corsi
di laurea Ict:
le aziende
assumono
i ragazzi prima
della laurea

Hanno titoli incomprensibili come «analista funzionale», «app developer», «it architect», «web developer», in ufficio sono considerati un po' eccentrici ma con una caratteristica in comune: sono ricercatissimi. Sono gli esperti del mondo digitale, i «nerd» dell'Ict (Information communication technology) ai quali la società specializzata nello studio delle retribuzioni JobPricing ha dedicato una serie di indagini in collaborazione con Modis (recruiting digitale). Il primo dato che emerge è che mentre in generale l'occupazione in Italia è in stallo, quella nel settore dell'Ict cresce a ritmi del 4 per cento all'anno. Il problema è che le aziende hanno bisogno di laureati ma il sistema universitario non è in grado di fornirne a sufficienza, al punto che i laureandi trovano lavoro prima di aver terminato gli studi. Così il cosiddetto mismatch, cioè la differenza tra domanda e offerta, in Italia è molto ampio: attualmente le imprese sono alla ricerca di 80 mila persone con competenze digitali e non le trovano.

Ci si aspetterebbe perciò che in questo settore gli stipendi siano particolarmente alti. E invece non è così: «Il mercato retributivo italiano non riconosce ancora il valore delle competenze digitali all'interno delle organizzazioni tradizionali» dice Alessandro Fiorelli, amministratore delegato di JobPricing. «Ed è un altro segno del nostro ritardo. Solo nelle aziende specializzate nella consulenza Ict il livello retributivo è già ampiamente sopra le medie di mercato». In particolare sono le figure manageriali a essere le più penalizzate: un dirigente guadagna 101 mila euro lordi all'anno, mentre nel settore Ict o web la retribuzione è di 93 mila euro, l'8 per cento in meno. Un gap presente anche tra quadri e impiegati, ma in misura minore. Il che fa pensare a un problema culturale nelle imprese italiane, incapaci di valorizzare delle professioni sempre più strategiche (basti pensare ai rischi dei cyber-attack). «In compenso» sottolinea JobPricing, «i neolaureati nell'Ict sono passati negli ultimi cinque anni da una retribuzione annua lorda d'ingresso di 22 mila euro a una di 26mila». (G.F.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le dieci posizioni più pagate

JOB TITLE	QUALIFICA	STIPENDIO
Direttore ICT/Sistemi Informativi	D	104.894 €
ICT Demand Manager	D	96.486 €
Head of Digital & New Media	D	94.379 €
Responsabile Networking e Infrastrutture ICT	D	93.635 €
Responsabile Software e Applicazioni	D	92.118 €
Responsabile ICT/Sistemi Informativi	D	91.454 €
Digital Art Director	D	71.811 €
Digital Art Director	Q	65.276 €
Responsabile ICT/Sistemi Informativi	Q	57.816 €
Responsabile Networking e Infrastrutture ICT	Q	57.275 €

Retribuzione annua lorda media nel settore dell'information technology.

I lavoratori di questo settore mancanti in Italia nel 2020

135.000

Autodisciplina pubblicitaria, focus sulla comunicazione online

DI FEDERICO UNNIA

Lo Iap archivia il 2017 all'insegna della stabilità e mette nel mirino la pubblicità sui social. Seguendo, per quanto possibile, l'esempio dell'Asa inglese, oggi capace di gestire la metà di tutte le segnalazioni sulla comunicazione effettuate in Ue. È questo il quadro emerso ieri a Milano nel corso dell'incontro annuale promosso dall'Istituto di autodisciplina pubblicitaria, ed occasione per rendere noti i dati del 2017. Complessivamente il comitato di controllo ha gestito 949 istanze, di cui 14 pareri preventivi, 711 casi risolti in via breve, 58 ingiunzioni di desistenza emesse contro messaggi palesemente non conformi alle regole del codice e 9 istanze al Giurì. Per il 65% dei casi trattati ci si riferiva a messaggi relativi a prodotti per la cura della persona, quasi il 10% bevande e alimenti. Solo il 25% delle contestazioni riguardava la tutela del cittadino mentre il 75% i consumatori.

Passando al Giurì, nel 2017 sono state 37 le pronunce emesse, di cui 28 su istanza di parte. Da notare che il 36% delle istanze trattate riguardava messaggi di operatori telefonici. Dal 1966, anno di costituzione dello Iap, sono stati quasi 27 mila i casi trattati dal sistema di controllo volontario della pubblicità.

L'incontro milanese ha visto anche la partecipazione di Guy Parker, chief executive dell'Asa inglese il quale, snocciolati i dati dell'attività 2017, ha illustrato l'impegno nel contrasto alla pubblicità sui social. Nell'anno appena trascorso l'Asa ha trattato 27.138 segnalazioni, di cui il 98% provenienti dal pubblico. Sono stati 19.398 i messaggi finiti sotto esame, di cui il 73% con l'accusa di essere ingannevoli, mentre ammontano a 7.099 i messaggi modificati o sospesi, il 47% in più rispetto al 2016. Ben 20.952 i casi risolti in via breve attraverso la relazione con aziende e agenzie.

Publicità più scorretta o Asa più efficiente? Un mix, ha sottolineato Parker, frutto della maggiore sensibilità del pubblico che inizia a capire come e dove nella pubblicità

sempre più social si possono annidare le insidie, ma anche una migliore disciplina da parte delle strutture inglesi dell'Asa deputate al controllo.

Settorialmente, ha sottolineato Parker, sono scese le contestazioni relative a messaggi tv (-29%), +7% i casi di email pubblicitarie e +4% i messaggi radio.

La battaglia in futuro si giocherà sul contrasto quanto più efficace si potrà attuare alle comunicazioni non immediatamente riconoscibili che pullulano sui social e nei confronti dei quali l'Asa, ma anche le altre autodiscipline europee, dovranno intensificare gli sforzi. Solo nel 2017 Google ha rimosso dalla sua piattaforma 3,2 milioni di messaggi scorretti. Come dire, se si collabora tutti la pubblicità online può essere migliore.

Intervenendo all'incontro dello Iap Alessandro Galimberti, presidente ordine dei giornalisti della Lombardia ha sottolineato come «Fake news, pubblicità ingannevole e abuso di posizione dominante sono tre fenomeni diversi e complementari, ma con una matrice comune: beneficiano della disintermediazione del web e soprattutto approfittano dell'assenza di regole cogenti, cioè sanzionabili, nel territorio vasto e selvaggio della rete. I fatti di cronaca ci stanno dicendo che i tempi sono maturi per definire regole e giurisdizione internazionali del net. La soft regulation, di cui peraltro l'istituto di autodisciplina pubblicitaria rappresenta una forma molto efficace, è solo un palliativo di fronte allo strapotere di chi governa i flussi dei dati del web».

—© Riproduzione riservata—■



AGEVOLAZIONI Arriva il decreto per lo sconto fiscale sulla pubblicità

Andrea Biondi ▶ pagina 22

Editoria. Firmato ieri il Dpcm Definitive le regole sul credito d'imposta per la pubblicità

IL CHIARIMENTO

Agevolazione del 75% solo per le spese sostenute per gli spazi pubblicitari e non per i costi accessori come agenzie o creativi

Andrea Biondi

■ Si avvicinano i titoli di coda per la vicenda del bonus pubblicità per imprese, lavoratori autonomi, enti no profit che investono in campagne pubblicitarie su quotidiani o periodici (anche online), emittenti tv e radio locali. A quanto risulta al *Sole 24 Ore*, ieri il ministero dello Sviluppo Economico, il ministero dell'Economia e la Presidenza del Consiglio hanno apposto la firma al regolamento (un Dpcm) che fissa le procedure per accedere a questa agevolazione molto attesa dal settore editoriale nel tentativo di dare nuovo slancio alla raccolta pubblicitaria. L'agevolazione è stata introdotta dalla manovra correttiva 2017 poi modificata dal collegato fiscale (legge 172/2017).

Con la firma di ieri si avvicina il "The End", al quale manca ora solo la registrazione della Corte dei Conti di questo testo di Dpcm, che consta di otto articoli in cui vengono chiariti i punti chiave quanto a soggetti beneficiari, investimenti ammissibili ed esclusi, limiti delle condizioni di agevolazione, procedure e controlli. Le prime indicazioni erano comunque già state fornite

con una nota sulla pagina web del dipartimento per l'Informazione e l'Editoria della Presidenza del Consiglio lo scorso 24 novembre.

Il Dpcm chiude così il cerchio, dando le indicazioni necessarie su questa misura che è a valere su una dote complessiva di 62,5 milioni di euro. Si parla di 50 milioni per gli investimenti sulla stampa (20 per quelli effettuati nel secondo semestre 2017 più 30 da effettuare nel 2018) e 12,5 milioni per gli investimenti sulle emittenti radio-televisive nel 2018.

Sono tutte risorse che saranno messe a disposizione di imprese, lavoratori autonomi ed enti non commerciali che effettuano investimenti in campagne pubblicitarie sulla stampa quotidiana e periodica, anche online, e sulle emittenti televisive e radiofoniche locali, analogiche o digitali, il cui valore superi almeno dell'1% gli analoghi investimenti sugli stessi mezzi di informazione nell'anno precedente. A loro potrà essere attribuito un credito d'imposta pari al 75% del valore incrementale degli investimenti effettuati, elevato al 90% nel caso di microimprese, Pmi e startup innovative. Quest'ultimo caso è però subordinato all'esito della notifica che, a provvedimento ultimato, sarà inviata a Bruxelles.

Il credito è concesso per l'acquisto di spazi pubblicitari, al netto quindi di tutte le altre spese accessorie (agenzie, creativi,

costi di intermediazione) nel limite massimo complessivo dello stanziamento di spesa stabilito dalla legge, previa richiesta da parte del contribuente sul modello che sarà definito con l'agenzia delle Entrate. A quanto risulta al *Sole 24 Ore* una tipologia di modello, molto semplice, sarebbe già stato definito.

Per quanto riguarda il complesso delle risorse, è fissato un tetto massimo individuale nel caso in cui i crediti richiesti superino l'ammontare delle risorse stanziato. Il limite è del 5% sul totale quando si tratta di investimenti su stampa e online e del 2% in caso di investimenti effettuati su radio e tv (tutti questi soggetti destinatari degli investimenti devono essere iscritti al Registro degli operatori di comunicazione).

L'incentivo potrà essere utilizzato solo in compensazione e a essere escluse dal credito d'imposta sono le spese sostenute per l'acquisto di spazi destinati a televendite, servizi di pronostici, giochi o scommesse con vincite in denaro, di messaggeria vocale o chat-line con servizi a sovrapprezzo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La battaglia delle Tlc

Telecom, scontro sul manager Vivendi

E i risultati deboli affondano il titolo

Tensione tra Genish e i consiglieri Elliott per il ruolo di Sibony, che lavora anche per Bolloré
In Borsa un calo del 4%

SARA BENNEWITZ, MILANO

Un lungo cda, dove si è rivisto il piano industriale con i nuovi 12 consiglieri che si sono insediati lo scorso 7 maggio e in cui si è già consumato il primo scontro tra l'amministratore delegato Amos Genish, e gli indipendenti nominati da Elliott, in merito al ruolo di Michel Sibony, responsabile degli acquisti della passata gestione e che a breve dovrebbe rescindere il suo contratto con Tim.

Da ieri Vivendi - che è padrona del 23,9% del gruppo italiano - ha infatti ufficialmente perso la direzione e il coordinamento su Tim, e quindi non ha diritto di "centralizzare" gli acquisti. Ma la scelta di chi debba ricoprire questa funzione è una prerogativa di Genish, che avrebbe provato a difendere un manager molto stimato dal patron di Vivendi Vincent Bolloré, almeno nell'interregno finché non sarà selezionato il suo sostituto. A quel punto però il cda, che aveva appena ricostituito il comitato parti correlate, ha chiesto e ottenuto le immediate dimissioni di Sibony, e così Genish ha assunto ad interim le deleghe agli acquisti e all'immobiliare.

Ieri il cda ha poi eletto 4 nuovi comitati, un nuovo dedicato alle parti correlate, presieduto da Lucia Morselli, uno controllo e rischi presieduto da Paola Giannotti e uno nomine e remunerazione presieduto da Alfredo Altavilla e tutti composti da 4 consiglieri con i re-

quisiti di indipendenza. Il comitato strategico consta invece di 7 membri: 3 eletti dalla lista Vivendi ovvero l'ad Genish, l'ad di Vivendi Arnaud de Puyfontaine e Marella Moretti, e 4 dalla lista di Elliott, ovvero il presidente di Tim Fulvio Conti, Luigi Gubitosi, Massimo Ferrari e Rocco Sabelli. Dato che 12 su 15 dei consiglieri hanno i requisiti di indipendenza, non è stato eletto il leader degli indipendenti, ruolo che in pectore spetterà a presidente indipendente, inoltre il nuovo cda si è tagliato i compensi rispetto a quello precedente.

Quanto ai risultati trimestrali, nonostante ricavi in crescita (+2,7% a 4,7 miliardi) e investimenti in calo (660 milioni contro gli 831 del 2017), il margine lordo è sceso di 97 milioni a 1,89 miliardi (-4,7%) anche per colpa di componenti straordinarie, come l'accantonamento della multa da 74 milioni per la mancata notifica della golden power. Infine i debiti a marzo sono saliti a 25,5 miliardi (25,3 miliardi di fine anno), per colpa del versamento dell'Iva di Tim che ha prosciugato i flussi di cassa (negativi per 17 milioni). Peraltro questi risultati "non brillanti" secondo gli analisti non miglioreranno nel trimestre in corso. Anche per questo motivo ieri Tim è crollata del 4% a 0,77 euro, avvicinandosi al prezzo di carico della quota di Elliott (che avrebbe pagato il suo 8,8% circa 0,75 euro) e sotto i valori della copertura delle opzioni comprate da Jp Morgan. Per proteggere il valore della sua partecipazione il fondo di Paul Singer ha acquistato opzioni che le danno diritto a vendere buona parte delle sue azioni se crollano sotto 0,81 euro o se salgono sopra 0,89 euro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Tlc. I francesi rinunciano a direzione e coordinamento: discussioni in cda su Sibony che lascia gli acquisti

Stop alla regia di Vivendi su Tim

■ Vivendi rinuncia all'attività di direzione e coordinamento su Telecom Italia dichiarata a fine luglio. Prima conseguenza è la rottura del rapporto con Michel Sibony, direttore acquisti «indistacco» dal gruppo transalpino. L'ad Amos Genish ha provato a difenderne il ruolo, innescando la prima discussione con il nuovo consiglio presieduto da Fulvio Conti che ha deciso diversamente. L'interim va a Genish.

La riunione del consiglio Telecom, che aveva in agenda l'esame della trimestrale e la costituzione dei comitati, era ancora in corso nella tarda serata di ieri. Una maratona iniziata intorno a mezzogiorno, che ha impegnato i 15 con-

siglieri, la stragrande maggioranza esordienti, per una disamina approfondita del business dell'azienda e del piano industriale che era stato approvato all'unanimità dal precedente cda, durato solo un anno, prima del ribaltone promosso dal fondo Elliott.

Sul primo trimestre il consensus degli analisti stimava una frenata a livello di gruppo sia sui ricavi (-2,7% a 4,69 miliardi) sia sull'Ebitda (-1,6% a 1,9 miliardi), dati poi confermati. Il titolo in Borsa ha accusato il colpo con una flessione del 4,09% a 0,773 euro.

Oggi si riunirà anche il consiglio di sorveglianza di Vivendi che esaminerà tra l'altro ipotesi di «evoluzione del capitale» di Uni-

versal music, la vera gallina dalle uova d'oro della media company transalpina. Il mercato puntava sull'Ipo, ma da Parigi è filtrato che non sono da attendersi grandi annunci (per ora), anche se il gruppo Bolloré, che è l'azionista al controllo di fatto, ha aumentato ancora la presa su Vivendi salendo al 26% del capitale.

Quanto a Telecom, dopo che Vivendi col suo 23,94%, è finita in minoranza nel board, resta l'incognita di cosa voglia farne, anche se i francesi hanno fatto nell'immediato buon viso a cattivo gioco ribadendo di essere azionisti di lungo termine e pazienti. Nel corso di una conferenza stampa sulle tlc a Parigi, l'analista di S&P Florence

Devevey, ha osservato che «la strategia di Vivendi in Sud Europa è rimessa in discussione». «Non è mai sembrata molto chiara - ha aggiunto - ma ora appare compromessa. Ci attendiamo annunci su una nuova strategia». Vivendi resterà in Italia o se ne andrà? «Non lo sappiamo - ha risposto l'analista - ma penso che il progetto di costruire un gruppo integrato delle tlc sia sfumato. In Italia non si realizzerà, non vedo come potrebbe accadere. Soprattutto, Vivendi è bloccata su Mediaset».

A.OI.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

www.ilssole24ore.com

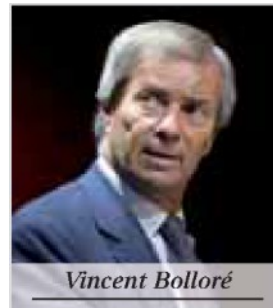
I risultati del trimestre e i comitati consiliari di Tim



S&P bocchia la strategia italiana di Vivendi

di **Mattia Franzini**

Florence Devevey, analista di Standard & Poor's, non è andata leggera e nel corso di una conferenza stampa sulle telecomunicazioni a Parigi ha spiegato che «la strategia di Vivendi in Europa del sud è rimessa in discussione. Non è mai sembrata molto chiara ma ora appare compromessa». L'esperta della società di rating ha spiegato che ora «ci attendiamo degli annunci su una nuova strategia. Resteranno in Italia o se ne andranno via? Non lo sappiamo ma penso che il progetto di costruire un gruppo integrato delle telecomunicazioni sul lungo termine sia sfumato». In Italia, quantomeno, non si realizzerà, «non vedo come potrebbe accadere», ha aggiunto Devevey. L'analista è andata oltre e ha spiegato che a suo parere le quote di Vivendi in Telecom Italia possono «essere facilmente vendute. Ma se domani vendessero Telecom Italia comprerebbero sicuramente qualcosa di nuovo» e quindi il rating di S&P (attualmente 3B) «non cambierebbe». Peraltro Devevey ha ricordato che Vivendi al momento è «soprattutto bloccata su Mediaset», ma in caso si trattasse di scegliere tra Mediaset e Telecom «hanno già detto che sceglierebbero Telecom». Ieri intanto il cda di Telecom (si veda articolo in pagina) ha preso atto del venir meno dell'attività di «direzione e coordinamento» di Vivendi, che resta primo socio del gruppo con il 24% circa del capitale. (riproduzione riservata)



Vincent Bolloré



Vivendi to weigh up future of Universal Music

‘Talk about the IPO has already achieved part of its objective, which is to push up Vivendi’s share price’

HARRIET AGNEW — PARIS
MATTHEW GARRAHAN — LONDON

The board of Vivendi will meet today to weigh up the future of Universal Music Group, with possible options including an initial public offering or the sale of a stake to a third party.

The French media group, which also owns the Canal Plus pay-TV business and advertising group Havas, has been flirting with an IPO of the world’s largest music company for months. Banks are aggressively pitching to be involved in the process as a flotation of UMG would probably be one of the largest in the current pipeline of deals, according to people briefed on the conversations.

However, people close to Vivendi cautioned that it was unlikely a final decision on an IPO would be made today, noting that it is a lengthy process. It is likely that the supervisory board will give management the green light to carry out further analysis of the options, one of these people added. A spokesman for Vivendi declined to comment.

“Don’t expect much out of the board meeting,” said one senior banker in Paris. “Talk about the IPO has already achieved part of its objective, which is to push up Vivendi’s share price.” Another banker involved in the pitch said: “I

expect Vivendi might also consider some sort of private placement deal where you have an investor or strategic partner/partners coming in.” Asian bidders such as Tencent or Alibaba have been mooted as strategic investors.

Appetite for an IPO of UMG has increased since the recent direct listing of Spotify, the music streaming service. The widespread adoption of the technology has returned the music industry to growth after a fallow 15 years when piracy decimated revenues.

A recent report from IFPI, the global music industry body, said online streaming services last year overtook physical sales of CDs and digital downloads for the first time to become the industry’s single biggest revenue source, driven by a surge in streaming revenues thanks to the growth of Universal and rivals Spotify and Apple Music.

Citi values UMG at €12bn (\$14.4bn) while JPMorgan recently said the group, home to artists such as Taylor Swift, Florence and the Machine and the Rolling Stones, could be worth as much as \$40bn (€33.4bn).

Universal is the main driver of profits at Vivendi, which is under pressure amid a change in leadership and a probe into Vincent Bolloré, its largest shareholder. It accounted for about 45 per cent of Vivendi’s revenues in 2017 but more than 70 per cent of its operating income. Vivendi is also at a pivotal moment in Italy, where earlier this month it lost control of the board of Telecom Italia after shareholders voted to back an alternative set of directors.

Vivendi valuterà il futuro di Universal Music

