

Rassegna del 20/04/2018

	...		
Giornale	25 Amazon Prime oltre i 100 milioni	RPar	1
Mf	17 Amazon Prime, 100 mln di clienti	Fumagalli Davide	2
Sole 24 Ore	27 Parterre - Gruppo Sella punta sul Fintech e lancia l'Opa su Vipera	L.D.	3
Corriere della Sera	47 Sussurri & Grida - Alleanza tra Tim e Microsoft sull'intelligenza artificiale	Giu.fer.	4
Stampa	27 Carta stampata e piattaforme digitali a confronto al convegno di Bagnaia	B.P.	5
Mf	3 Wpp da cacciatore a preda tra Ott, Accenture & Co	Montanari Andrea	6
Italia Oggi	17 La Consob inglese interroga Wpp	Capisani Marco_A.	7
Stampa	31 Intervista a Reed Hastings e Ted Sarandos - "La Francia non ci vuole più? Pazienza, noi siamo il futuro"	Ruffili Bruno	8
Messaggero	18 Facebook sposta 1,5 miliardi di utenti in Usa per aggirare la Ue - Facebook aggira la Ue spostando 1,5 miliardi di utenti in Usa	Malfetano Francesco	10
Sole 24 Ore	25 Bolloré a sorpresa lascia Vivendi Alla presidenza il figlio Yannick - Vivendi, svolta a sorpresa Bolloré lascia la presidenza	Olivieri Antonella	12
Sole 24 Ore	25 «Telecom ha sofferto in Borsa con Vivendi»	A.Ol.	14

Amazon Prime oltre i 100 milioni

Sempre più abbonati al servizio di consegna veloce

■ È l'esercito dei fedelissimi di Amazon, composto da oltre 100 milioni di persone abbonate a Prime, il servizio di consegna veloce e illimitato. Un meccanismo fidelizzante, la molla che spesso istiga a uno shopping compulsivo: una volta pagato il canone annuale (99 dollari negli Usa, 36 euro in Italia, dallo scorso 4 aprile), ci si scorda delle spese di spedizione.

L'invio gratuito abbate il prezzo dell'articolo, e invoglia così a far altri acquisti. Per Jeff Bezos, che nella lettera agli azionisti ha per la prima volta rivelato ieri quanto sono gli *aficionados* al servizio, Prime è una medaglia appuntata al petto perché sa benissimo che è un volano straordinario nella crescita del giro d'affari (178 miliardi lo scorso anno) e, quindi, un moltiplicatore di utili (nel 2017, 3 miliardi, +47%). Dalla fine del 2015, quando il gigante dell'e-commerce aveva genericamente rivelato di avere «decine di milioni» di clienti Prime, la crescita è stata esponenziale. Al pari di profitti e giro d'affari.

Questa progressione inarrestabile, frutto del cambiamento di abitudini da parte dei consumatori e di una politica di vendita basata su prezzi concorrenziali, ha lasciato sul campo i morti e i feriti del commercio al dettaglio tradizionale,

con migliaia di saracinesche abbassate nei piccoli negozi come nelle grandi superfici. È un fenomeno non ancora esaurito, soprattutto negli Usa: da inizio anno, oltre 77 milioni di metri quadrati di immobili destinati allo shopping hanno chiuso i battenti, con un ritmo destinato a superare il record del 2017 di 105 milioni di metri quadrati spariti. Donald Trump ha, non a caso, il dente avvelenato nei confronti del patron di Amazon, ritenuto tra l'altro il responsabile delle perdite subite dalle Poste americane, cui il gruppo ricorre per recapitare i pacchi ordinati sulla piattaforma. Nella lettera ai soci Bezos non ha fatto alcun riferimento esplicito alle critiche mosse dal presidente Usa, ma non ha mancato di ricordare che nel 2017 il gruppo «ha spedito oltre 5 miliardi di articoli con Prime in tutto il mondo» e che per conto delle pmi ne ha spediti «miliardi». Come a dire: se Amazon si arrangiasse con le proprie spedizioni, le Poste ne soffrirebbero.

Ultima annotazione: l'anno scorso Bezos ha intascato da Amazon 1,7 milioni, 59 volte in più della media dei suoi 560mila dipendenti.

RPar



PAPERONE
Jeff Bezos





NELLA LETTERA AI SOCI BEZOS RIVELA PER LA PRIMA VOLTA IL NUMERO DI ISCRITTI AL SERVIZIO

Amazon Prime, 100 mln di clienti

Si tratta degli utenti più fedeli, che spendono in media quasi il doppio rispetto agli altri. I ricavi legati alle fee hanno sfiorato lo scorso anno i 10 miliardi di dollari

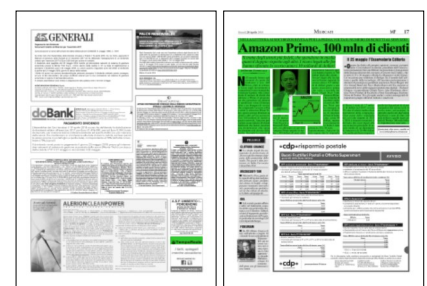
DI DAVIDE FUMAGALLI

Nell'annuale lettera agli azionisti da parte del fondatore e ceo, Jeff Bezos, oltre al consueto focus sugli investimenti e l'espansione in aree strategiche, è stato per la prima volta comunicato il numero di clienti che aderisce a Prime, il programma che garantisce un numero di spedizioni veloci illimitate oltre a un bouquet di servizi che comprende l'accesso a film e serial tv attraverso Prime Video, spazio storage illimitato su cloud e altri servizi accessori. Con 100 milioni di iscritti a questo network, Amazon può contare su un numero di clienti fidelizzati che hanno mostrato una propensione alla spesa decisamente più elevata della media. Secondo la società di ricerche e analisi di mercato Consumer Intelligence Research Partners, un abbonato al servizio Amazon Prime spende in media 1.300 dollari all'anno sulla piattaforma Amazon, quasi il doppio rispetto ai 700 dollari degli altri clienti. I ricavi legati alle fee dei servizi hanno superato lo scorso anno i 9,7 miliardi di dollari grazie a una quota associativa annua che varia a seconda dei Paesi. Negli Stati Uniti Amazon Prime,

che consente di accedere anche al servizio Prime Now per la consegna in un'ora di decine di migliaia di beni in molte città, costa 99 dollari, mentre recentemente in Italia è stata

portata da 20 a 36 euro.

Separatamente, Amazon ha fatto sapere che lo stipendio di Bezos è stato di 1,7 milioni di dollari nel 2017, ovvero 59 volte il salario medio di un dipendente della compagnia. Gran parte dello stipendio del ceo (che rispetto al 2015 e 2016 è rimasto invariato) è derivato dai costi legati alla sua sicurezza personale. Il salario medio di un dipendente di Amazon è di 28.446 dollari ed è molto più basso rispetto a quello dei dipendenti di alcune competitor del settore tech; lo scorso anno, ad esempio, lo stipendio medio dei dipendenti Facebook è stato di oltre 240 mila dollari e quello degli addetti di Twitter 160 mila dollari. (riproduzione riservata)



PARTERRE

Gruppo Sella punta sul Fintech e lancia l'Opa su Vipera

Mentre il mercato si interroga sul risiko (potenziale) nel mondo bancario, una banca italiana rompe gli indugi e anzi punta a fare shopping all'estero. Il gruppo Banca Sella ha appena lanciato un'Opa su una società britannica, Vipera, società attiva nel settore del Fintech, di cui detiene già il 12,5 per cento del capitale. L'offerta, che è effettuata tramite Sella Open Fintech Platform, vale circa 27,6 milioni di euro (24 milioni di sterline), cifra che rappresenta un premio del 20% rispetto al prezzo medio del titolo. Si vedrà se l'Opa andrà a buon fine. Certo è che con questa mossa il gruppo biellese conferma la sua propensione a investire nel mercato del digital banking, settore in cui si presenta tra i pionieri in Italia. Il produttore britannico Vipera, assistito da Klecha & Co. in qualità di advisor finanziario nell'operazione, è all'avanguardia nei servizi finanziari mobili e soluzioni di engagement dei clienti digitali. Chissà che all'orizzonte non ci sia la volontà di rafforzarsi nell'offerta di piattaforme bancarie "chiavi in mano". Magari strizzando l'occhio anche ai soggetti non bancari. (L.D.)



Sussurri & Grida

Alleanza tra Tim e Microsoft sull'intelligenza artificiale

(giu.fer.) Usare l'intelligenza artificiale (Ai) per migliorare la relazione con i clienti. Per questo nasce la partnership tra Tim e Microsoft, che si affianca alle numerose collaborazioni tra i due gruppi per la trasformazione digitale di Tim in Italia e in Brasile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Carta stampata e piattaforme digitali a confronto al convegno di Bagnaia

Il confronto tra l'editoria globale e le grandi piattaforme tecnologiche sarà il nucleo centrale della decima edizione di «Crescere tra le righe», il convegno organizzato dall'Osservatorio Permanente Giovani-Editori, in agenda il 25 e 26 maggio a Borgo La Bagnaia (Siena). L'agenda dei lavori include un dialogo diretto tra le piattaforme come Google, Facebook e Twitter e i direttori e gli editori delle testate internazionali e italiane. «Spero sia una edizione che porti coraggio all'editoria italiana, che affronta momenti non facili ma non deve perdere la fiducia», ha detto l'organizzatore di «Crescere tra le righe», Andrea Ceccherini. Il lungo elenco degli ospiti include i rappresentanti delle più prestigiose testate come *New York Times*, *Washington Post*, *Wall Street Journal*, gli editori italiani come il presidente del Gruppo Gedi, Marco De Benedetti e il presidente di Exor, John Elkann, il direttore de La Stampa **Maurizio Molinari** e quello della divisione digitale di Gedi, Massimo Russo.

[B. P.]



Wpp da cacciatore a preda tra Ott, Accenture & Co

DI ANDREA MONTANARI

Lo scossone rappresentato dall'uscita improvvisa di sir Martin Sorrell dalla sua Wpp - oltre a esserne stato il fondatore e deus ex machina è il nono azionista singolo, il primo soggetto privato con una quota dell'1,46% - rappresenterà il point break del colosso della pubblicità inglese. Un gruppo che, nel corso dei decenni, è cresciuto seguendo una sola filosofia: l'acquisizione di aziende e competitor. Una politica impostata dal capo azienda che ha sempre portato frutti al punto che anche l'ultimo bilancio da lui firmato, quello del 2017, si è chiuso con ricavi in rialzo a 15,26 miliardi di sterline, un ebitda di 2,53 miliardi, un ebit di 2,27 miliardi e un dividendo di 60 pence per azione (payout ratio del 50%). Ma tutto questo non basta e non è bastato ai grandi fondi d'investimento - Sun Life ha l'8,23%, BlackRock l'8,21%, Harris il 5,04%, Vanguard il 3,31% e così via - che sono rimasti scottati dal tracollo del valore delle azioni sia sul listino londinese sia su quello di Wall Street. A tutt'oggi, anno su anno il titolo Wpp ha perso il 31,43% al Lse e il 25,98% al Nyse. Una bocciatura nettissima che ha spinto i fondi a chiedere di fatto la testa del numero uno. Basti dire che se alla fine dello scorso anno la capitalizzazione di borsa del gruppo anglosassone era di 17,87 miliardi di sterline, ieri, in un giorno in cui il titolo ha recuperato alcuni punti percentuali la market cap ammontava a 14,64 miliardi. In quattro mesi, quindi la società ha bruciato 3,23 miliardi di valore (-18%). Mentre basta tornare indietro di quasi un anno per accorgersi che le azioni che oggi trattano a 1.156 sterline il 2 giugno dello scorso anno viaggiavano a 1.754 sterline: una caduta del 34%.



Martin Sorrell

È questo l'aspetto che spaventa gli investitori e il management di Wpp visto che ora, con il nuovo capo azienda da trovare, il futuro del big dell'advertising può drasticamente mutare: da predatore vorace a preda. Anche se non sarà facile poi gestire una conglomerata che conta qualcosa come quasi 200 mila dipendenti su scala mondiale. Ma, secondo analisti ed esperti del settore, di potenziali acquirenti ce ne sono già. Il gruppo, che nel frattempo potrebbe essere oggetto di spin-off di alcune attività (data management e pubbliche relazioni), può far gola a due tipologie di compratori: gli over-the-top interessati alle varie branch operative e industriali, quindi in primis Amazon o suoi competitor digitali come Google, Facebook e così via. O, in alternativa, alle società di consulenza globali e di taglio tradizionale che stanno virando a nuove formule e modalità di consulenza strategica aprendosi ai big data. In questo caso, il boccone Wpp potrebbe finire ad esempio nel

radar di Accenture, particolarmente attenta allo sviluppo alla digital transformation dei processi industriali, o della rivale Deloitte fino ad arrivare a McKinsey.

Tutto dipenderà da chi sarà il nuovo ceo del gruppo anglosassone. Se sarà un manager meno finanziario e industriale e più aperto all'evoluzione tecnologica, allora il futuro di Wpp sarà presumibilmente indirizzato verso gli Ott. Altrimenti, se i fondi opteranno per un professionista di stampo tradizionale, allora l'aggregatore ideale può essere l'Accenture della situazione. Sicuramente, però, con l'uscita di scena del fondatore Sorrell, il destino della società che domina i mercati pubblicitari sarà assai diverso da ciò che l'azienda è stata finora. (riproduzione riservata)



Faro acceso sull'uscita di Sorrell

La Consob inglese interroga Wpp

Pagina a cura
DI MARCO A. CAPISANI

La Consob britannica ha acceso un faro su Wpp, l'uscita del suo patron storico **Martin Sorrell** e l'uso improprio di fondi aziendali. L'Autorità che monitora i mercati finanziari ha chiesto al primo gruppo pubblicitario al mondo, con sede a Londra, di chiarire se è stata violata la legge o qualche regolamento di settore. Nel dettaglio, vuole fare luce sull'inchiesta avviata dalla stessa Wpp ma già archiviata con l'accordo di uscita controfirmato da Sorrell. Paradossalmente, la Financial conduct authority-Fca non vuole sanzionare il colosso pubblicitario (peraltro i suoi poteri diretti si limitano alle società di servizi finanziari). Cosa vuole allora Fca? Essere semplicemente sicura che siano stati rispettati i parametri di trasparenza e responsabilità verso il mercato, che i fondi in questione non siano abbastanza rilevanti dal dover essere comunicati (come già sostenuto da Wpp). In caso contrario, allora, la querelle dei fondi è servita a sbloccare la successione al trono del n.1 globale della pubblicità.

—© Riproduzione riservata—



Martin Sorrell



I CAPI DI NETFLIX

“La Francia non ci vuole più? Pazienza, noi siamo il futuro”

Parlano il fondatore Reed Hastings e Ted Sarandos
“A Cannes solo fuori concorso, abbiamo rifiutato”

Colloquio

BRUNO RUFFILLI
ROMA

La tv tradizionale non scomparirà: come il telefono fisso, conterà meno ma ci sarà

Reed Hastings
Co-fondatore, presidente
e Ceo di Netflix

Negli Anni 80, Reed Hastings ha passato un lungo periodo in Africa con i volontari delle forze di pace americane. Oggi il cofondatore e Ceo di Netflix, la più grande tv in streaming del mondo, è un maestro nell'arte della diplomazia: «Non metteremo in discussione le regole e le leggi della Francia, non vogliamo essere un elemento di rottura. Per questo non saremo a Cannes con i nostri film».

Il Festival ha posto come condizione che i film in concorso fossero distribuiti nei cinema francesi, così Netflix ha ritirato i suoi. «Avremmo dovuto aspettare tre anni per renderli disponibili online», aggiunge Ted Sarandos, responsabile dei contenuti. «Prima ci hanno detto di no, poi ci hanno fatto sapere che avremmo potuto partecipare fuori concorso, così abbiamo rifiutato».

Non è solo una questione di principio: *Bright*, il film di Netflix con Will Smith uscito alla fine dell'anno scorso, in tre

giorni è stato visto da 11 milioni di persone online, un numero che nei cinema si sarebbe tradotto in un incasso di 100 milioni di dollari nel primo weekend. Ma Sarandos rimane scettico: «Nell'ultima stagione i posti delle sale americane che proiettavano i film candidati agli Oscar sono rimasti complessivamente vuoti al 93 per cento». E no, Netflix «non ha pensato nemmeno per un istante di comprare una catena di cinema», come invece pare abbia intenzione di fare Amazon per i film della sua piattaforma Prime Video. «Al massimo uno solo, per farci il nostro festival», scherza.

Quest'anno Netflix tiene in un hotel romano il consueto evento in cui presenta programmi e contenuti per i prossimi mesi. Da una finestra si affaccia Dylan Minnette, protagonista maschile della serie-evento *13*, salutato dai fans, mentre in una sala interna Hastings ricorda i mesi passati nella Capitale. Una decina d'anni fa, proprio da Roma è partita l'idea per l'espansione internazionale dell'azienda: «Eravamo in una piazza vicino al Pantheon, il nostro business era noleggiare dvd, ma volevamo espanderci e abbiamo pensato a Internet».

Oggi la sua piattaforma è disponibile in 190 Paesi e 27 lingue e ha 125 milioni di abbonati, che diventano quasi 300 milioni con i profili registrati. Poi ci sono quelli che condividono lo stesso account («Non farò nulla per bloccarli - dice Hastings - per me è importante aver sottratto queste persone alla pirateria»). Internet è oggi la più

importante piattaforma di distribuzione contenuti audio e video, e Netflix si trova ad affrontare la sfida delle tv tradizionali, di quelle via cavo, dei produttori di contenuti, ma anche di aziende che con tv, film e show hanno poco a che fare. «Sono arrivati tutti: Apple, Google, Disney, Fox - dice Hastings -. Dobbiamo concentrarci sul nostro punto di forza, i contenuti originali».

Quest'anno saranno 700, tra film, documentari, commedie, serie tv. Netflix ha investito 8 miliardi di dollari in contenuti e 1,3 miliardi in tecnologia, e anche qui Hastings ha idee chiare: «Nella narrazione c'è chi racconta e chi ascolta, da millenni è così e non credo che questa dinamica cambierà presto. Abbiamo sperimentato con i finali alternativi in alcune serie per bambini, ma per dare un ruolo attivo allo spettatore i videogiochi sono più indicati». E la realtà virtuale? «Non fa per noi». Più importante è investire sull'intelligenza artificiale che suggerisce contenuti, scavando in un catalogo in continua espansione: «Lo facciamo senza invadere la privacy degli utenti, solo in base ai titoli visti in precedenza e allo storico dei pagamenti».

La tv continuerà a cambiare: «Non credo che fra dieci anni la tv tradizionale sarà scomparsa, succederà come per il telefono fisso, che è sempre meno importante ma c'è ancora». E per Hollywood, Netflix sarà la salvezza o la rovina? La risposta stavolta arriva da Sarandos: «Né l'una né l'altra, ciascuno è responsabile delle sue scelte».

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



*A fianco, Reed
Hastings a
Roma: ha
fondato Netflix
nel 1997 come
noleggio di
dvd, dal 2008
è online*



L'operazione
Facebook sposta
1,5 miliardi
di utenti in Usa
per aggirare la Ue
Malfetano a pag. 18

Facebook aggira la Ue spostando 1,5 miliardi di utenti in Usa

► L'obiettivo è dribblare la nuova normativa sulla protezione dei dati personali. Italia salva

INTERNET

ROMA Facebook ha spostato oltre 1,5 miliardi dei suoi utenti fuori dalla portata della nuova legge europea sulla privacy. Mark Zuckerberg, Ceo del social, ha disatteso la promessa di estendere ai suoi 2,1 miliardi di iscritti le tutele previste dal Gdpr (General Data Protection Regulation). Il nuovo regolamento garantirà la protezione dei dati personali solo agli account europei, statunitensi e canadesi ma non a quelli che risiedono in Asia, Africa, Australia e in America Latina. Fortunatamente per i 30 milioni di italiani attivi sul social le tutele in arrivo restano invariate. Infatti dal 25 maggio, data dell'entrata in vigore della nuova legge, a difenderci saranno soprattutto le temute sanzioni del 4% del fatturato globale. A subire la decisione di Facebook sarà però la stragrande maggioranza degli iscritti a livello mondiale: gli 1,5 miliardi di utenti trasferiti hanno navigato fino a questo momento su un sito governato dalla legge irlandese, ma d'ora in poi passeranno sotto la meno rigida legislazione americana. In pratica la sede di riferimen-

to dei termini di utilizzo è passata da Dublino, quartier generale europeo di Facebook, a Menlo Park, la casa californiana del social. Zuckerberg, a un giorno dall'annuncio dell'introduzione di nuovi strumenti a tutela della privacy dei suoi iscritti - tra cui diversa gestione dei dati sensibili, consenso genitoriale per i minori e stop al riconoscimento facciale - si trova a dover fronteggiare una nuova bufera. Il trasferimento del domicilio legale è stato letto come un affronto all'autorità europea.

SCANDALI

Secondo diversi esperti è come se Zuckerberg avesse dichiarato esplicitamente di non preoccuparsi degli scandali, delle normative nazionali o regionali o delle condizioni di utilizzo della piattaforma, interessandosi soltanto al suo modello di business. Ovviamente Facebook ha subito provato a difendersi da queste accuse: «Applichiamo le stesse protezioni sulla privacy ovunque - ha dichiarato in via ufficiale - indipendentemente dal fatto che l'accordo sia siglato con Facebook Inc o Facebook Ireland». Secondo il social, il cambiamento è stato effettuato solo «per-

ché la normativa Ue, a differenza di quella Usa, richiede un linguaggio specifico» nelle comunicazioni sulla privacy. La linea difensiva adottata da Menlo Park continua però a non convincere i più critici. L'iniziativa non può essere considerata un semplice copia e incolla, perché non si tratta di un passaggio indolore: gli 1,5 miliardi di utenti interessati non potranno più rivolgersi all'autorità garante per i dati personali irlandese, la stessa che nel 2012 bloccò l'introduzione del riconoscimento facciale in Europa. In pratica il trasferimento dei dati da un lato all'altro dell'Atlantico comporta una riduzione delle tutele di cui Facebook dovrà rendere conto ai singoli Paesi interessati. Un'eventualità che permette a Zuckerberg di guadagnare tempo e denaro. Le norme



volute dai Garanti per la privacy europei, tutelando i dati personali degli utenti, limitano anche gli incassi pubblicitari del social.

Francesco Malfetano

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri di Facebook



Elliot al contrattacco su Tim: serve management indipendente

Bolloré a sorpresa lascia Vivendi

Alla presidenza il figlio Yannick

■ A sorpresa Bolloré passa il timone di Vivendi al figlio Yannick, neopresidente. I francesi su Tim: «Noi social lungo termine, 4

maggio inizio di un nuovo capitolo». Ma Elliott contrattacca: cda spaccato, serve management indipendente. **Olivieri** ▶ pagina 25

Media. Il finanziere annuncia il passo indietro e il board nomina il figlio Yannick

Vivendi, svolta a sorpresa

Bolloré lascia la presidenza

L'annuncio: «È l'ultima assemblea, spazio ai giovani»

LO SCENARIO POLITICO

Il figlio dell'imprenditore bretone è accreditato di ottimi rapporti con l'attuale inquilino dell'Eliseo, Macron

Antonella Olivieri

PARIGI. Dal nostro inviato

■ Il colpo di scena è arrivato dal palco dell'Olympia, il teatro di proprietà di Vivendi nel cuore di Parigi dove si è svolta ieri l'assemblea della media company transalpina. Adunanza tranquilla, nessuna contestazione, risultato bulgaro per l'approvazione della remunerazione del presidente. I soci avevano appena finito di votare e si stavano alzando per lasciare la platea, quando Vincent Bolloré ha preso il microfono e invece di salutare gli astanti con il consueto arrivederci ha lasciato tutti di stucco congedandosi definitivamente.

«È l'ultima assemblea che presiedo. Va lasciato spazio ai giovani. Non voglio fare come il re Sole ha regnato 50 anni e ha passato lo scettro al bis-nipote anziché al figlio», ha detto prima di scomparire dietro le quinte per portare sul tavolo del consiglio di sorveglianza l'avvicendamento appena annunciato ai soci. «Proporrò per la presidenza Yannick Bolloré», il 38enne rampollo della famiglia che controlla Vivendi, che ha dato buona prova di sé alla gui-

da di Havas. In più, cosa che non guasta mai in Francia, Yannick è anche accreditato di essere in ottimi rapporti con l'attuale inquilino dell'Eliseo, Emmanuel Macron. Anche se forse non così stretti come quelli che aveva il padre con il predecessore Nicolas Sarkozy che, appena asceso alla più alta carica transalpina, aveva festeggiato la sua nomina sul panfilo del finanziere bretone, con lo scontato strascico di polemiche. Oggi Sarkozy - che da avvocato aveva avuto come cliente anche Silvio Berlusconi per i dossier d'Oltralpe - è un po' finito in disgrazia, indagato dai magistrati anti-corruzione di Nanterre per presunti finanziamenti illeciti dalla Libia alla sua campagna elettorale nel 2007.

Ad ogni modo, la mossa di Vincent Bolloré è stata una vera sorpresa. Non ne sapevano nulla i suoi più stretti collaboratori, non ne sapeva nulla il board di Vivendi fino a quando è stato convocato. Per lo meno a stare a quanto ha riferito a «Il Sole-24Ore» Tarak Ben Ammar che siede nel consiglio di sorveglianza e che era stato il mediatore dell'accordo con Mediaset su Premium, poi naufragato.

Un paio d'anni fa all'assemblea del gruppo di famiglia, Bolloré aveva preannunciato un ruolo per il figlio al vertice di Vivendi. Qualcuno aveva pensato si trattasse della carica operati-

va, ma Arnaud de Puyfontaine, che è tuttora alla guida della media company, aveva «corretto» le interpretazioni ambigue: «Yannick è destinato a prendere il posto del padre alla presidenza». Sì, ma quando avrebbe compiuto settant'anni, quando - secondo quanto più volte da lui stesso ribadito - si sarebbe ritirato. Bolloré però - pesce d'aprile del 1952 - di anni ne ha appena compiuti 66.

Forse si tratta di frasi di convenienza, ma fonti vicine alla situazione hanno poi fatto sapere che il suo passo indietro non significa che si stia allontanando da Vivendi, ma semplicemente che ritiene che il turnaround sia stato ormai sostanzialmente completato e che il gruppo possa andare avanti per la sua strada nelle mani dell'attuale squadra operativa che ne cura la gestione. Più o meno la stessa giustificazione che era stata fornita qualche giorno fa quando, altrettanto a sorpresa, aveva lasciato la poltrona al vertice di Canal Plus a un suo fedelissimo.

Bolloré è riuscito comunque

a prendere la scena anche ieri, aprendo e chiudendo l'adunanza con i fuori programma nel contesto di un evento che per il resto ha seguito ordinatamente il copione con i tempi di un orologio svizzero. Meno dirompente l'esordio, quando il finanziere bretone ha ricordato che vent'anni fa, quando aveva messo piede per la prima volta in Mediobanca, reduce dalla fortunata incursione su Lazard, non erano mancati sospetti e polemiche, come sta succedendo ora con Telecom e Mediaset. «Gli investimenti in Italia - ha osservato - sollevano critiche. Ma è alla fine della fiera che si contano gli animali. È successa la stessa cosa quando ho investito in Mediobanca. Il mio gruppo ha guadagnato molto e ha contribuito alla stabilità di Mediobanca e anche di Generali. Penso che faccia parte delle cose della vita: bisogna essere coraggiosi». Vedremo se il coraggio pagherà anche questa volta.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il confronto europeo

Capitalizzazione in milioni di euro e performance percentuale del titolo da inizio anno

	Deutsche Telekom	66.637	-5,41 ▼
	Vodafone Group	63.445	-12,00 ▼
	Telefonica	42.389	+0,48 ▲
	Orange	38.651	+0,38 ▲
	Bt Group	27.729	-10,56 ▼
	Telenor	27.011	-1,88 ▼
	Swisscom	19.695	-12,23 ▼
	Telia Company	15.885	+4,27 ▼
	Telecom Italia	12.920	+17,95 ▲
	Altice	11.918	-8,71 ▼

In Borsa

TELECOM ITALIA

Andamento del titolo a Milano



VIVENDI

Andamento del titolo a Parigi



L'assemblea Vivendi. Vincent Bolloré (al centro) con i due figli Cyrille (a sinistra) e il neopresidente Yannick

Tlc. Il fondo Elliott replica al documento dell'azionista francese: dal loro arrivo in cda il titolo ha perso il 35%

«Telecom ha sofferto in Borsa con Vivendi»

VERSO LA DECISIONE

Oggi l'udienza in Tribunale sul ricorso contro la riammissione all'odg della revoca e nomina di sei amministratori

Il botta e risposta tra Vivendi e Elliott non si arresta, tanto più in vista dell'udienza in Tribunale che oggi potrebbe forse anche decidere sul ricorso presentato da Tim e dal suo primo azionista contro la delibera dei sindaci che ha riammesso all'ordine del giorno dell'assemblea del 24 aprile revoca e nomina di sei amministratori richiesta dal fondo di Paul Singer. Chi attacca (lo fa di mestiere) e chi si difende (visto che ha da proteggere 4 miliardi di investimento): gli argomenti sono necessariamente di parte, ma sul mercato hanno fatto breccia quelli del nuovo azionista che ha smosso il titolo.

Ieri è stata la volta di Elliott. In un documento pubblicato sul sito dedicato - www.transformingtim.com - l'attivista Usa ha contestato punto per punto il position paper diffuso due giorni fa da Vivendi. Non stiamo a elencarli tutti. Ma basta qualche spaccato per comprendere che difficilmente, prima di andare alla conta, si arriverà a ricomporre la lite, come auspica l'ad di Tim Amos Genish. La considerazione più velenosa, sebbene non inedita, è che da quando Vivendi è entrata nel consiglio Telecom il titolo ha perso il 35%. Il fondo non va di fioretto neanche quando ripercorre l'elenco delle «malefatte»: l'aver bloccato la conversione delle azioni di risparmio; l'aver infranto sia la legge sul golden power (su Telecom) sia la legge Gasparri (per la contemporanea presenza in Telecom e Mediaset); l'aver nominato (secondo il suo punto di vista) amministratori non indipendenti (in effetti la consulenza col gruppo Bolloré di Félicité Herzog, componente del comitato controllo e

rischi, qualche problema lo comporta); l'aver nominato manager con ruoli confliggenti come Michel Sibony (braccio destro di Vincent Bolloré, con numerosi incarichi nel gruppo, e recentemente nominato direttore acquisti «in distacco» di Tim).

Il botta e risposta concerne temi come il «board diviso» che secondo Vivendi ci sarebbe con l'ingresso dei «barbari», impedendo a Genish di lavorare, ma che secondo Elliott è invece diviso già oggi per colpa della governance dettata dai francesi che non conosce galateo. E poi non manca, neanche da parte di Elliott, qualche azione in difesa. «Non stiamo imponendo nessun piano strategico - mettono le mani avanti gli americani - Siamo azionisti e stiamo proponendo amministratori indipendenti e altamente qualificati per sostituire, in modo selettivo, alcuni consiglieri nominati da Vivendi». Quanto all'affermazione che il Governo e le Autorità italiane hanno tutto l'interesse ad assicurarsi che Telecom Italia sia ben gestita e adempia al suo ruolo di gestore della rete nazionale, il fondo ribatte che Vivendi ha mancato di cooperare con Governo e autorità non solo su Telecom ma anche nel caso del «mancato take over ostile» su Mediaset. Ultima frecciatina la confutazione della dichiarazione di Vivendi «nello stilare la lista dei candidati per il rinnovo del consiglio all'assemblea del 4 maggio «abbiamo ascoltato con attenzione i suggerimenti che arrivavano dall'esterno»». Possono anche avere ascoltato le opinioni altrui - ribatte il fondo impertinente - «ma evidentemente le hanno ignorate», visto che hanno ripresentato per il 4 maggio sostanzialmente gli stessi amministratori che si sono dimessi a valere dal 24 aprile, «compresi quelli che pretendono di chiamare indipendenti».

A.OI.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Fondo Elliott.** Il patron Paul Singer