

Mediaset, Premium tv va sul mercato

Mossa anti-Vivendi del Biscione: le frequenze digitali della televisione a pagamento aperte ad altri operatori
Oggi la presentazione a Londra del nuovo piano industriale con l'obiettivo nel 2020 dell'utile sopra 468 milioni



ETTORE LIVINI

MILANO. Mediaset tira dritto per la sua strada, snobba la scalata di Vivendi e lancia il nuovo piano industriale aprendo la pay-tv a nuovi operatori. La road map di Cologno al 2020 — che verrà presentata oggi nei dettagli a Londra da Piersilvio Berlusconi — disegna un percorso dove le tv di Arcore si muoveranno da sole e non prevede, ed era facilmente ipotizzabile, alcuna alleanza con Vincent Bolloré. Anzi. I programmi della società italiana disegnano una radicale trasformazione di Premium, l'ex oggetto del desiderio del raider bretone diventato poi il Cavallo di Troia per provare a strappare l'impero di famiglia all'ex premier.

La pay-tv, costata ingenti perdite a Mediaset dopo il rifiuto di Vivendi ad onorare l'impegno ad acquistarla per un miliardo, verrà sostanzialmente messa sul mercato aprendone le frequenze digitali ad altri operatori. Le reti prodotte dal Biscione saranno così ufficial-

mente messe in vendita a terzi interessati ad acquistarle. Mentre la complessa piattaforma tecnologica sarà a disposizione di big del settore intenzionati a lanciare un'offerta pay senza imbarcarsi nella progettazione (costosissima, a Cologno lo sanno bene) del network fisico. Una sorta di polizza sulla vita in vista delle prossime aste dei diritti tv per la Serie A e la Champions. Se Mediaset uscisse sconfitta dall'asta per il digitale — oltre a Sky si è già candidata pure Discovery — potrebbe sempre rientrare dalla finestra fornendo chiavi in mano Premium come canale al vincitore.

L'obiettivo di questa metamorfosi della tv a pagamento è chiaro: aumentare le fonti di entrate visto che oggi come oggi il conto economico di questo business — complici anche i quasi 600 milioni spesi per la Champions — è ancora un miraggio. Il rinnovamento di Premium sarà accompagnato da una riorganizzazione di tutta l'offerta digitale. Il Biscione non si metterà

1 mld

Il gruppo di Bolloré si era impegnato a rilevare la pay-tv per un miliardo

+4%

Nel corso del 2016 gli introiti pubblicitari sono cresciuti del 4%

29,9%

Il finanziere francese ha rastrellato sul mercato il 29,9% di Cologno

a fare concorrenza a Netflix, Amazon & C. con i servizi a pagamento ma si lancerà in un modello gratuito sul modello dell'americana Hulu, riorganizzando tutta la sua straordinaria videoteca e le trasmissioni di cui ha diritto per un'offerta ragionata in grado di moltiplicare le entrate grazie alla pubblicità. Trovando in qualche caso alleanze ad ok come quella appena consolidata con l'investimento in Studio 71 assieme a ProSiebensat e alla francese Tf1, rivale di Vivendi per i video online. Gli obiettivi finanziari sono ambiziosi e confortati dal +4% della pubblicità registrato nel 2016. Al 2020, dice il piano di Mediaset, l'utile operativo delle attività italiane dovrebbe essere superiore di 468 milioni. Come dire che anche senza Bolloré il gruppo ha ampio spazio per camminare sulle sue gambe dando soddisfazione ai suoi soci. Il Biscione però fa un po' i conti senza l'oste. Certo, a Cologno c'è la speranza che l'Agcom completi presto la sua istruttoria («è anco-

ra in corso», ha ribadito ieri) congelando subito i diritti di voto sul 29,9% rastrellato a Piazza Affari dal raider. Ma a tutti è abbastanza chiaro — lo ha ammesso anche Silvio Berlusconi — che la strada maestra per non allungare troppo un braccio di ferro è quella di trovare un'intesa. Le sirene transalpine stanno insistendo a proporre la formula più conveniente per loro. Uno scambio tra azioni Mediaset contro titoli di Telecom Italia (dove Vivendi ha il 24,9%) in grado di risolvere tutti i problemi di autorizzazioni senza che Bolloré debba tirar fuori troppi soldi visto che la liquidità di Parigi è esaurita. I Berlusconi entrerebbero nell'ex monopolio delle tlc lasciando le tv — o una loro parte — ai francesi. Cologno però da questo orecchio non ci sente (almeno per ora). Il business di famiglia è quello delle tv, dicono in azienda. E il piano che sarà svelato oggi è la prova che Arcore vuole e può andare avanti da sola.

MANAGER
Oggi a Londra Piersilvio Berlusconi e gli altri manager Mediaset presenteranno il piano industriale