

Rassegna del 14/04/2012

14/04/12	Corriere della Sera	19	Rai, allarme per i conti 2012 In vista 60 milioni di tagli	<i>Conti Paolo</i>	2
14/04/12	Corriere della Sera	49	Se è la tv a guardarti (e riconoscerti)	<i>Letizia Marco</i>	4
14/04/12	Repubblica	26	Frequenze tv gratis per Rai e Mediaset - Frequenze gratuite a Mediaset e Rai a rischio l'asta voluta dal governo	<i>Longo Alessandro</i>	6
14/04/12	Sole 24 Ore	35	Google, è polemica sui titoli senza voto	<i>Carrer Stefano</i>	7
14/04/12	Giornale	9	Asta delle frequenze tv Confalonieri a Passera: «Ce le avete portate via»	<i>Signorini Antonio</i>	8

Bilanci Raiuno perderà 5 milioni, 3,5 Raidue e 1 Raitre

Rai, allarme per i conti 2012 In vista 60 milioni di tagli

Effetto-crisi sulla raccolta pubblicitaria della Sipra

Scelte

Ora il dg Lei dovrà decidere come fronteggiare la necessità di ridurre i costi

ROMA — Ennesimo allarme rosso alla Rai sui conti della tv pubblica. Stavolta si tratta del 2012, subito dopo l'approvazione del bilancio 2011 con un utile prossimo ai 4 milioni di euro, frutto della manovra correttiva da 60 milioni che il Consiglio di amministrazione chiese nel maggio 2011 all'allora nuovo direttore generale Lorenza Lei. L'allarme è scattato dopo i risultati della Sipra, la concessionaria pubblicitaria della Rai, nel primo trimestre 2012: -17% a gennaio, rispetto alle previsioni. Ancora: -14% a febbraio e un durissimo -22% a marzo. La crisi si fa sentire, nonostante gli apprezzabili sforzi dei vertici Sipra. Traducendo tutto questo in denaro, si parla di circa -40 milioni di euro rispetto alle previsioni trimestrali. La Sipra dovrebbe in teoria chiudere il 2012 con introiti prossimi al miliardo di euro: c'è chi ormai prevede invece un realistico 915-920 milioni. Anche se è tutto da stabilire, poiché Olimpiade e Europei di calcio potrebbero produrre ottimi affari. Comunque vadano le cose, Sipra chiuderebbe ad almeno -50 milioni: questo, nella migliore delle ipotesi possibili.

Un duro colpo non solo per l'azienda ma anche per la stessa Lorenza Lei, candidata alla successione di se stessa, che conta di poter mostrare al ministero del Tesoro (azionista Rai, dunque Mario Monti in perso-

na) e al ministro dello Sviluppo economico Corrado Passera una ottimistica previsione di pareggio anche per il 2012. Per mantenere un simile impegno, non le resta che dare il via a una ulteriore manovra (leggi: tagli). Tre giorni fa, in una ristretta riunione in vista del Consiglio di amministrazione convocato per il 26 aprile (quando si discuterà la prima riprevisione di bilancio 2012) Lorenza Lei e i vicedirettori generali Gianfranco Comanducci e Antonio Marano, con i dirigenti del comparto finanziario, hanno messo a punto una possibile manovra da ben 60 milioni di euro. Solo e soltanto tagli, inevitabilmente. La fetta che riguarda più da vicino il telespettatore è il -20 milioni immaginato per gli investimenti nella produzione. Cioè meno soldi per la fiction, per tutti i programmi prodotti dalla Rai, per l'intrattenimento e gli show. Dunque, ciò che vediamo. Reti sempre più povere: -5 milioni a Raiuno, -3,5 a Raidue, -1 a Raitre, -2 al resto della produzione delle varie reti digitali e ovviamente dell'informazione, perché i risparmi riguarderanno anche l'informazione. Ancora: -15 milioni di euro alle società controllate dalla Rai (a partire dal cinema). E -5 milioni alle spese della Corporate (dagli impegni di rappresentanza alla comunicazione). Altri 20 milioni, e questo sarà un capitolo doloroso per i dipendenti, verranno ricavati dalla scomparsa dei premi di risultato previ-

sti in caso di bilancio positivi e alle parti mobili degli stipendi dei dirigenti.

Ora il dossier, dopo un'ultima limatura da parte dei vicedirettori generali, è sul tavolo di Lorenza Lei. Che dovrà affrontare un nodo spinosissimo. Può la Rai, tv pubblica e legata a un contratto di servizio, incidere così pesantemente sulla quantità e la qualità dei programmi condannando i palinsesti a un inevitabile impoverimento editoriale e anche a un congruo ricorso alle repliche? Altro punto interrogativo. Tagliare sul prodotto significa necessariamente produrre meno novità e diventare meno appetibili verso i clienti pubblicitari. Non si aggraverebbero così i problemi della Sipra? Un direttore generale che abbia davanti a sé altri due anni di incarico potrebbe sostenere il peso di un bilancio negativo puntando a una migliore performance l'anno seguente. Ma Lorenza Lei deve necessariamente pensare all'immediato. Difficile pensare che deciderà di non tagliare.

A dimostrazione del clima che regna alla Rai, ci sono i 38 dipendenti licenziati a New York da Rai Corporation, attiva da 51 anni negli Stati Uniti, per la politica di ottimizzazione delle risorse decisa nei consigli di amministrazione della fine dello scorso anno. «Per il modo ed il metodo non vi sono molti precedenti nella storia del servizio pubblico», dicono in una dichiarazione congiunta Vincenzo Vita, senatore pd, e Beppe Giulietti, portavoce dell'associazione Articolo 21.

Paolo Conti

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La situazione delle prime tre reti



-5 milioni

I tagli destinati a Raiuno

Tre giorni fa il dg Lei e i vicedirettori generali Comanducci e Marano, con i dirigenti del comparto finanziario, hanno messo a punto una possibile manovra da 60 milioni di euro



-3,5 milioni

I tagli destinati a Raidue

L'allarme tagli è scattato dopo i risultati della Sipra, la concessionaria pubblicitaria della Rai, nel primo trimestre 2012: -17% a gennaio, rispetto alle previsioni, -14% a febbraio, -22% a marzo



-1 milione

I tagli destinati a Raitre

Traducendo le percentuali in denaro, le perdite si contano in circa 40 milioni di euro rispetto alle previsioni trimestrali. A fine 2012, gli introiti Sipra dovrebbero ammontare intorno ai 920 milioni



Al vertice

Lorenza Lei, bolognese, 52 anni, è stata nominata direttore generale della Rai il 4 maggio 2011: è la prima donna ad essere stata scelta per l'incarico ai vertici della tv di Stato

Le tecnologie provate

Produttori a caccia di un nuovo standard. Dopo l'alta definizione, la galassia è esplosa: chi troverà la strada giusta?

Se è la tv a guardarti (e riconoscerti)

3D senza occhiali, comandi vocali, videocamere integrate: la rivoluzione 2012

Sempre connessi

La connessione a servizi Internet di tipo cloud consente di effettuare acquisti online. Diretto l'accesso al profilo personalizzato

Senza precedenti

Immagini girate in 4K consentono non solo una definizione senza precedenti, ma anche un contrasto ai massimi livelli

Confronto ai vertici

I produttori di tv sono a caccia di un nuovo standard. Dopo l'ultima grande convergenza, quella dell'alta definizione, la galassia degli apparecchi televisivi è esplosa, con le case produttrici che hanno cominciato a percorrere le più diverse direzioni per trovare la caratteristica vincente del televisore del futuro. Quella della quale il consumatore non potrà più fare a meno. Dal 3D senza occhiali all'altissima definizione, dalla tv interattiva a quella social, il panorama delle novità è imponente. Vediamo le novità 2012 dei principali produttori per forza di cose soffermandoci sugli apparecchi top di gamma o quasi, su cui per primi si sperimentano le tecnologie.

Le interattive

Comandare il proprio televisore con la voce o con le mani, senza telecomando. Non è un sogno ma ciò che promette di fare il nuovissimo ES8000 della Samsung (2.890 euro per il 55 pollici), in assoluto il primo televisore interattivo sul mercato. Oltre ad avere tutte le caratteristiche tipiche di un televisore led 3D di ultimissima generazione l'ES8000 si distingue infatti per essere comandabile sia con la voce (parlando dalla poltrona o usando il telecomando che si trasforma in microfono) che utilizzando i movimenti delle mani, riconosciuti da una videocamera integrata. Con una serie di co-

mandi specifici si può accendere l'apparecchio, spegnerlo, cambiare canale e così via. In maniera analoga si può interagire con le mani. Alla prova dei fatti i comandi vocali richiedono forse ancora qualche miglioramento, mentre quelli manuali sono più a buon punto. Una telecamera guidata da un apposito software permette anche il riconoscimento facciale dell'utente e permette l'accesso a un profilo personalizzato per accedere a foto, social network e altro. Infine uno slot sul retro permette l'inserimento di un modulo che aggiornerà l'apparecchio, rendendolo a prova di futuro.

Sull'interattività punta anche Lg che permette di comandare a voce il suo LM960V (47 e 55 pollici, prezzi da 1.990 euro) con un telecomando che funge da microfono. La funzione Magic Gesture permette poi di controllare la tv con i movimenti del braccio o del polso. Per gli amanti dei videogame, con la funzione Dual Play è poi possibile giocare con un avversario vedendo la propria immagine a tutto schermo.

Altissima risoluzione

Dopo averlo presentato alla fiera di Berlino, Toshiba commercializza ora il ZL2, il primo televisore al mondo che consente di vedere immagini in 3D senza occhiali, attraverso uno speciale pannello dotato di particolari lenti orientabili grazie a una telecamera che permette di seguire il volto degli utenti in modo da garantire l'effetto stereoscopico. Se la tecnologia del 3D senza occhiali è sicuramente innovativa anche se ancora un po' acerba, ciò che

stupisce nel ZL2 è il pannello 4K ad altissima risoluzione: quattro volte la normale alta definizione. Immagini girate in 4K consentono non solo una definizione senza precedenti ma anche un contrasto ai massimi livelli. Un televisore unico dal prezzo consistente: 8.990 euro per il 55 pollici.

Tre dimensioni

Design, 3D (a occhiali attivi) senza difetti e connessione alla rete sono invece le carte su cui punta Sony. Gli ultimi televisori di Sony come il KDLHX755 (55 pollici, 2.200 euro) sono provvisti di pannelli 3D ad alta velocità che assicurano una trasmissione uniforme delle immagini e priva di difetti.

Design, servizi web e 3D (con occhiali attivi) sono anche il cavallo di battaglia di Panasonic, ormai il re di una tecnologia, il plasma, che ha ancora molto da dire per l'elevato livello qualitativo. Il TX-P50VT50T è un plasma 50 pollici certificato THX: la connessione a servizi Internet di tipo cloud consente di effettuare acquisti online.

Interattività, 3D attivo, servizi web sono anche i punti di forza del Philips 40PFL5507H/12. Il prezzo di questo 40 pollici è di 849 euro.

Sui grandissimi schermi punta invece Sharp: LC-70LE838E (3.999 euro) è un modello Quattron con uno schermo a 4 colori primari contro i 3 tradizionali da ben 70 pollici.

Marco Letizia

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sony KDL-HXB55
 Tv 3D wi-fi con cui è possibile accedere a Internet, ai social network, a Skype e alla piattaforma di servizi Sony Entertainment network

Samsung ES 8000
 La prima tv interattiva di Samsung, comandabile sia con la voce che con i gesti. Riconosce il volto dell'utente che funge da password per navigare sui social network ai quali si è iscritti

Toshiba ZL2
 Un televisore con schermo ad altissima risoluzione (4 volte l'alta definizione tradizionale) e che permette di vedere scene in 3D senza occhiali

LG LM960V
 Tv in 3D passivo dotata di una particolare funzione per chi ama i videogiochi: la Dual Play, che permette di evitare la tradizionale bipartizione dello schermo

Panasonic TX-P50VT50T
 Tv al plasma 3D dotata di accesso a una serie di servizi Internet Cloud-based: permette, ad esempio, di fare acquisti online

CORRIERE DELLA SERA

Dai cellulari al digitale: così l'asta del governo è a rischio

Frequenze tv gratis per Rai e Mediaset

ROMA — Arriva un regalo per Mediaset e Rai: un'ottima frequenza gratis, finora utilizzabile solo per la tv su cellulare ma che presto servirà anche per il digitale terrestre. È lo scenario che si sta preparando per via del nuo-

vo codice delle Comunicazioni, approvato dal governo nei giorni scorsi. In questo modo rischia di svuotare l'asta per le frequenze decisa dallo stesso governo.

LONGO A PAGINA 26

Frequenze gratuite a Mediaset e Rai a rischio l'asta voluta dal governo

Utilizzo non più limitato ai soli cellulari. Biscione favorito

Le cifre

1,2 mld**LA STIMA**

È la stima d'incasso per l'asta delle frequenze a 700 MHz

150 mln**IL VALORE**

È il valore di ogni singola frequenza 700 MHz che andrà all'asta

4,2 mld**IL PASSATO**

Per l'asta dei cellulari a 800 MHz sono stati incassati 4,2 miliardi

ALESSANDRO LONGO

ROMA — Comparire all'orizzonte un regalo inaspettato dal governo per Mediaset: un'ottima frequenza quasi gratis, che finora è stata utilizzabile solo per la tv su cellulare e che presto servirà anche per il digitale terrestre. È lo scenario che si sta preparando per via del nuovo codice delle Comunicazioni, approvato dal governo nei giorni scorsi con il decreto legislativo che attua la direttiva Ue 140 del 2009. Cambiano così le carte in gioco in uno scacchiere già complicato: il governo vuole assegnare tramite asta nuove frequenze televisive a 700 MHz (stima d'incasso: 1,2 miliardi di euro).

Il nuovo codice è un atto dovuto (e tardivo) verso le regole europee che impongono all'Italia il principio di neutralità tecnologica. Cioè: permettere agli operatori di usare le stesse frequenze con diverse tecnologie. Invece finora lo Stato aveva destinato tre frequenze — detenute da Rai, Mediaset e H3G — a usi diversi dalla normale tv digitale terrestre. Usi però che al momento hanno scarso valore economico. «In particolare, la frequenza detenuta da Mediaset è ottima per farci il digitale terrestre: non

ha interferenze, copre tutta l'Italia. Quella di Rai invece è pessima, quasi inutilizzabile», spiega Antonio Sassano, docente all'università La Sapienza e tra i massimi esperti di frequenze in Italia.

Che succederà? Con queste nuove frequenze, Rai e Mediaset arriverebbero al massimo consentito dalle norme e quindi non ne potrebbero avere altre. «Rai potrebbe però restituire allo Stato la frequenza sfortunata e chiederne in cambio una migliore», prevede Sassano. A quanto risulta a *Repubblica*, non è detto che le frequenze convertite dal nuovo codice restino agli attuali detentori, visto che sono state assegnate a titolo provvisorio.

Il ministero allo Sviluppo Economico valuterà il tutto nell'ambito della questione asta 700 MHz, prevista entro l'estate. Il prossimo passo (a giorni) sarà un decreto e poi la palla passerà all'Autorità garante delle comunicazioni, per le regole dell'asta, comunque da fare in accordo con la Commissione europea.

Si tratta di dieci frequenze, di cui quattro andrebbero assegnate alle tv solo a breve termine, visto che nuove regole internazionali impongono di renderle disponibili anche

per la banda larga mobile dal 2015.

L'asta sarà comunque una strada in salita. Sostituisce il *beauty contest* con cui il precedente Governo voleva regalare quelle frequenze alle emittenti.

Ma contro la sospensione del beauty hanno già fatto ricorso, al Tar del Lazio, Mediaset ed Europa 7 (questa si è rivolta anche alla Commissione europea). Per di più, «Europa 7, Telecom Italia Media e le tv locali potrebbero aver diritto a ricevere frequenze direttamente, senza passare dall'asta. Si sanerebbero così alcune irregolarità causate da decisioni del precedente Governo in materia di spettro radio», dice Sassano.

«E non è finita: visto che Romani non ha fatto il coordinamento internazionale per le frequenze 700 MHz, è molto probabile che in alcune regioni le emittenti non riusciranno a utilizzarle bene: subiranno interferenze causate dai Paesi vicini».

La fattibilità e, soprattutto, l'incasso dell'asta sono insomma una partita aperta.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Google, è polemica sui titoli senza voto

LO SPLIT AZIONARIO

I fondatori del colosso del Web consolidano il controllo aziendale, secondo un modello che ormai fa scuola, da Zynga a Facebook

Stefano Carrer

■ Sulla scia dei nuovi orientamenti della Apple, anche molti azionisti di Google volevano un dividendo. L'hanno ottenuto nella maniera più inattesa: un frazionamento azionario che consegnerà loro un titolo nuovo senza diritto di voto per ciascuna azione posseduta. Con la creazione di una nuova classe di titoli (la terza), i fondatori Larry Page e Sergey Brin hanno fatto il capolavoro di dare un dividendo senza intaccare l'enorme liquidità aziendale e al tempo stesso di garantirsi - potenzialmente all'infinito - il controllo assoluto della società anche se dovessero possedere sempre minori quote di capitale. Su di loro sono piovute non poche accuse da parte di investitori e blogger finanziari, fino a quella estrema di lesa spirito del capitalismo americano. Non si tratta solo della motivazione ufficiale, che enfatizza la necessità di poter attuare strategie a lungo termine senza essere condizionati dalla pressione di certi investitori troppo interessati alle performance su base trimestrale (un argomento che a Wall Street e dintorni ha sempre fatto molta meno presa che altrove). A creare sconcerto è la diffusione di modelli di corporate governance, soprattutto nel settore dell'innovazione tecnologica, squilibrati in favore di chi detiene azioni che strutturalmente si pesano anziché essere contate. Non è una novità per Google, dove esistono due classi di azioni: A (con un diritto di voto) e B (con 10), queste ultime detenute per il 92% da Larry Page, Sergey Brin e Eric Schmidt. Il modello che "privilegia" i fondatori viene sostanzialmente replicato nella quotazione di nuovi campioni del Web come Zynga e, tra breve, Facebook. La struttura "dua-

listica" delle azioni, del resto, non è insolita anche nei media tradizionali. Vari analisti e blogger sottolineano che Steve Jobs aveva poteri dittatoriali senza aver blindato il controllo e non credono all'impegno di Page e Brin a non cedere titoli senza diritto di voto senza venderne altrettanti con questo diritto (la clausola può essere cambiata).

«In effetti lo split azionario ha sorpreso un po' tutti - afferma Andrea Rangone, direttore degli Osservatori Itc al Politecnico di Milano - In sé, il frazionamento viene incontro all'esigenza di facilitare ai piccoli risparmiatori l'accesso a una Blue Chip del prossimo decennio. La sostanza non cambia, perché investire in Google ha sempre significato investire sui suoi fondatori». Un conferimento di fiducia in bianco, visto che non è che i due siano prodighi nell'anticipare le loro strategie. Anche ieri, ad esempio, non hanno chiarito cosa intendano fare con Motorola Mobility, una prossima acquisizione che Rangone elogia perché «paradossalmente siamo tornati indietro di decenni: per fare bene software si deve presidiare l'hardware». Un leverage che dovrebbe compensare i margini più bassi dell'hardware; non si sa ancora, però, se Google voglia spingersi fino a fare diretta concorrenza ai produttori di telefonini che utilizzano il suo sistema operativo Android.

Ad ogni modo, nell'immediato la reazione degli investitori al bilancio trimestrale - annunciato assieme allo split azionario - non è stata entusiasta, anche se una decina di broker hanno alzato ieri il target price: il titolo ha ceduto fino al 4% nonostante la crescita del 59% degli utili per azione e del 24% dei ricavi netti. Alcuni investitori non sono stati convinti delle spiegazioni per il secondo trimestre consecutivo di calo dei Cpc (cost-for-click), attribuito in parte a minori tariffe pubblicitarie a fronte di un aumento del 39% del numero dei click pagati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IL FACCIA A FACCIA

Asta delle frequenze tv Confalonieri a Passera: «Ce le avete portate via»

TAVOLA ROTONDA ALLA LUISS

Il presidente di Mediaset ai giovani presenti al convegno: «I ragazzi di oggi sono un po' troppo coccolati»

Antonio Signorini

Roma Il ministro Corrado Passera aveva parlato poco prima di nuove imprese giovanili *hi-tech*, di come incoraggiare chi vuole sfidare il mercato, ma era già al ministero quando il presidente di Mediaset, Fedele Confalonieri, lo ha preso di mira. «Peccato che il ministro è andato via», ha premesso parlando ad un convegno di *Italian Business & Investment initiative*. «Ma quale *start up*? Tu fai lo *start up* e poi ci fanno lo *stop down*. Tu avevi le frequenze che avevi comprato e poi ce le portano via così, ma lo *start up* dov'è? Passi lunghi e ben distesi». Chiaro il riferimento al *beauty contest* (cioè la riassegnazione delle frequenze libere che è stata bloccata proprio dal ministro allo Sviluppo per lasciare spazio ad un'asta). Poco prima Confalonieri aveva riservato al governo un'altra battuta poco lusinghiera. La ricetta per la crescita? «Non ce l'ha nessuno, neanche i ministri, con tutto il rispetto...». Controcorrente anche sul tema dell'incontro. «I giovani di oggi sono un po' troppo coccolati - ha argomentato davanti ad una platea composta in gran parte di studenti universitari - tutti a dire poverini. Invece noi muovevamo il *bottom*, per non dire una parolaccia e io suonavo nei *nights* facendo bei soldi tirando fino alle quattro di mattina». Inevitabile la domanda del mo-

deratore (il giornalista Enrico Cisnetto) sull'altro componente della band, Silvio Berlusconi: Suonava il piano? «No, io suonavo il piano, quello che cantava l'holicenziato perché scendeva sempre giù a ballare. Aveva già quel vizio là».

Comunque l'invito di Confalonieri ai giovani è di darsi da fare («*It's up to you*, il vostro successo dipende da voi», li ha incitati). E tutto il convegno dell'Ib&Ii, iniziativa di Fernando Napolitano si è svolto sul filo di questo ragionamento. L'obiettivo dell'iniziativa di Napolitano un invito ad agire, indirizzato alle istituzioni e alle imprese affinché si favorisca la nascita di imprese giovanili nelle nuove tecnologie, da fare crescere anche all'estero.

Tra le iniziative, quella di portare mille giovani negli Stati Uniti «per cambiare una generazione in tre anni», prosecuzione del metodo già sperimentato da Napolitano negli ultimi due anni e che ha dato frutti, cioè *start up* di giovani italiani che si sono radicate negli Usa. La nuova fase parte in luglio.

Iniziativa particolarmente apprezzata dall'ambasciatore Usa in Italia, David Thorne. «Entro vent'anni in America non saremo più i primi in nessun campo tranne in una cosa: l'innovazione», ha detto il diplomatico in un passaggio del suo intervento. «Il 37% dell'innovazione negli Usa è venuta dalle *start up*».

E proprio dalle nuove iniziative imprenditoriali, viene l'antidoto al calo dell'occupazione, ha sostenuto Passera. «Le *start up* sono nel nostro Dna, nessun paese ha sei milioni di aziende su sessanta milioni di abitanti. Bisogna incoraggiare la cultura del rischio e smantellare la cultura che considera il non successo di un'iniziativa come un fallimento.

