

Finanza & Mercati

PARTERRE

IL RISIKO DELLE PARTECIPATE

Cdp, il dossier nomine al vaglio del cda di domani

Giuseppe Giordo, capo della divisione navi militari di Finantieri, è fuori dalla corsa per il vertice del gruppo. Al manager, al centro dell'affaire sulla vendita di navi e aerei militari alla Colombia, sarebbero state ritirate le deleghe operative che saranno assunte ad interim dall'ad Giuseppe Bono. Le cui quotazioni per una possibile riconferma restano alte. In alternativa, ci sarebbe l'ipotesi di nominare al timone il dg Fabio Gallia con Bono presidente con deleghe "pesanti". Rimane poi l'opzione, più remota, di un rinnovo tout court. Per la quadra finale, però, servirà più tempo all'azionista Cdp. Che, dopo il comitato nomine di ieri, riunirà domani il cda per i conti e dovrebbe ufficializzare le altre nomine: in Italgas sarebbe vicina la riconferma del ceo Paolo Gallo, mentre per Snam starebbe perdendo quota l'ipotesi di promuovere il cfo e capo dello sviluppo del business internazionale, Alessandra Pasini. Circolano i nomi di Valerio Camerano, ex ad di A2A, e Gianni Armani, ceo di Iren. Alla fine potrebbe però spuntarla un outsider su cui si starebbero facendo ulteriori valutazioni. (Cf. Do.)

PRIVATE EQUITY

Advisor al lavoro sulla vendita di Facile.it

È pronto a partire, subito dopo Pasqua, il processo di vendita del gruppo Facile.it, azienda digitale leader nella comparazione di assicurazioni, prodotti di finanziamento e tariffe energetiche.

In queste settimane, secondo i rumors, sarebbe in corso la «vender due diligences». Al lavoro sarebbero PwC assieme all'advisor finanziario Goldman Sachs. Sul tavolo ci sarebbe per l'azienda, controllata dall'investitore scandinavo Eqt, una strada di «dual track», con doppia opzione di cessione e quotazione in Borsa. Tuttavia sembra improbabile che, con l'attuale situazione dei mercati dei capitali, venga scelta la direzione della Borsa. Più semplice che per Facile.it si prospetti un altro private equity: fondi come Bc Partners, Cinven, Advent e Bain Capital sarebbero interessati. La società sta avendo buone performance, malgrado il periodo non semplice sul versante congiunturale: il fatturato si attesta ormai a una quota superiore ai 140 milioni, con un ebitda margin al di sopra del 30 per cento. (Cf. Fe.)

CALCIO & BUSINESS

Milan, semestrale in utile Ricavi più 40%

Il Milan chiude il primo semestre tornando in utile, con ricavi in forte crescita rispetto al primo semestre del 2020/21. Il Cda del club rossonero, presieduto dal presidente Paolo Scaroni, si è riunito ieri per approvare l'andamento gestionale del primo semestre del 2021/2022. I primi sei mesi si sarebbero chiusi con una crescita del 40% dei ricavi. In particolare, i diritti da broadcasting (pari al 58% del totale) avrebbero trainato il giro d'affari, grazie alla crescita derivante dai diritti per la Uefa Champions League.

Le sponsorships e il marketing contano invece per il 23% delle entrate: una parte di ricavi su cui incidono prevalentemente le nuove partnership commerciali siglate. Infine, le entrate da stadio valgono il 17%, una fonte di ricavi tornata ad avere un impatto positivo sul bilancio, seppur con le limitazioni legate alla capienza registrate nella prima parte della stagione. Altre voci contano per il restante 2%. (Cf. Fe.)

RISPARMIO GESTITO

A febbraio raccolta a 6,3 miliardi

2.508

MILIARDI DI MASSE Patrimonio gestito in calo rispetto a gennaio

Raccolta in crescita anche a febbraio per l'industria del risparmio gestito, ma le masse risentono dell'andamento dei mercati, dove è stata molto pesante la reazione all'invasione dell'Ucraina da parte della Russia, preceduta da settimane di tensioni, anche per le incertezze del quadro economico globale. Come emerge dalla mappa mensile di Assogestioni, febbraio ha registrato flussi netti per +6,3 miliardi di euro, in aumento dai +4,3 miliardi di gennaio, mentre il patrimonio gestito è diminuito a 2.508 miliardi da 2.551 miliardi. A fare da traino alla raccolta sono ancora le gestioni collettive, che hanno totalizzato entrate nette per +4,2 miliardi, in calo tuttavia dai +5,5 miliardi di gennaio, con i fondi aperti in rallentamento a +3,9 miliardi da +5,3 miliardi e i fondi chiusi che accelerano a +316 milioni da +269 milioni.



MASI, RENZO ROSSO SALE AL 10% Red circle investments, la holding di investimento che fa capo all'imprenditore Renzo Rosso, ritocca ancora la sua quota in Masi agricola, salendo al

10 per cento. Ad aprile dell'anno scorso Rosso era salito al 7,5% del capitale da un precedente 5 per cento. I fratelli Sandro, Bruno e Mario Boscai detengono ciascuno il

24,5% del capitale della società vitivinicola, quotata sull'Egm. A febbraio i tre azionisti hanno sottoscritto un patto parasociale della durata di tre anni.

Mediaset, più raccolta e spinta all'estero

Media

Publitalia '80 agli investitori: da Publieurope amministrati 300 milioni d'investimenti

Un trimestre in crescita per la pubblicità del gruppo Mediaset, una raccolta, per quanto riguarda Dazn, che a questo punto della stagione ha raggiunto gli 81 milioni e un focus sempre maggiore sulle possibilità all'estero, dove la controllata Publieurope «è arrivata a gestire un amministrato di oltre 300 milioni di euro».

È quanto emerso lunedì, nella serata in cui Publitalia '80, la concessionaria del gruppo ora Mfe-MediaForEurope, ha incontrato gli investitori nell'ultima di otto tappe di un roadshow. Tutto ciò a valle di un 2021, è stato ricordato, in cui l'Italia ha avuto una crescita del Pil del 6,6%, superiore alla media europea, e l'advertising è cresciuto con velocità doppia (+12,8% secondo Nielsen, Ott esclusi). Anno in cui il risultato del gruppo Mediaset registra un +2,4% sul 2019 con una TV

cresciuta del +14,6% (contro il +14,4% del mercato) e una radio in crescita del 13,3% (+10,4% il mercato).

Il primo spunto emerso è il miglioramento della raccolta nel primo trimestre. «I contenuti vivono insieme alla tecnologia - ha detto Sala durante la presentazione - che ci permette, tramite Tv connesse e digital device, di costruire la nostra Total Audience All Screens raggiungendo con le Tv connesse ormai 7,8 milioni di famiglie con 9,3 milioni di smart Tv che rappresentano un bacino di circa 21 milioni di persone che, se consideriamo i digital device, cresce fino a raggiungere oltre 35 milioni di utenti digitali ogni mese».

Quanto ai contenuti, «il main driver strategico è l'autoprodotto», con offerta aumentata su scripted e non scripted, «una dorsale news e infotainment più solida che mai e il contributo live dei diritti sportivi: Coppa Italia e Champions». E così i primi 2 mesi dell'anno hanno avuto «risultati di ascolto migliori degli ultimi 5 anni» con crescita «anche su target difficili come uomini 25-54 e giovani 15-34».

Per Digitalia focus, durante la serata, sulla Serie A in esclusiva a Dazn che è valsa 43 milioni di raccolta nel

81

MILIONI DA DAZN È la raccolta che Digitalia, controllata da Publitalia, ha raggiunto riguardo alla Serie A trasmessa in esclusiva da Dazn

grone d'andata e 38 in quello di ritorno finora, «con più di 170 investitori». E sulla radio, la novità per il 2022 è l'acquisizione di Radio Bruno fra le emittenti in concessione. Per Mediamond, con riferimento alla Digitalia Out of Home, si aggiungono gli impianti della concessione della nuova M4 a Milano (Linate-San Babila) e l'allargamento della collaborazione con Mercurio che proprio oggi lancia «The Corner»: schermo digitale da 350 mq alla Stazione Garibaldi di Milano.

L'attenzione però, come detto, travalica i confini nazionali. Qui a operare è la controllata Publieurope «offrendo un servizio di valore aggiunto alle aziende straniere che vogliono investire in Italia e in Spagna e, viceversa, alle aziende italiane e spagnole che vogliono internazionalizzare il loro investimento, grazie alla partnership coi principali broadcaster europei: Tfi, Channel 4, ProSieben e ovviamente Mediaset España». In questo quadro è stata decisa una riorganizzazione per dare una maggiore spinta, con la nomina del nuovo ad Michele Giraud e Sala nel ruolo di chairman.

-A. Bio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'intervista. Stefano Sala. L'ad Publitalia: «Offerta e relazione col mercato stanno facendo la differenza». Piano MediaForEurope «da perseguire contro gli oligopolisti digitali globali»

«Trimestre in crescita, ma troppe asimmetrie con i colossi web»

Andrea Biondi

«Quando due anni fa scoppiò, imprevedibile, la pandemia la reazione fu nell'immediato molto forte con aziende che cancellarono o rivedettero i loro piani di comunicazione. Oggi, dopo 2 anni, 4-5 ondate di pandemia, oltre 9 mesi con problemi strutturali legati a energia e materie prime e infine oltre un mese di guerra nel nostro continente, la reazione è piuttosto di un controllato nervosismo dove prevale la volontà di dare nei modi possibili continuità al proprio business». Stefano Sala, ad di Publitalia '80 e consigliere di amministrazione Mediaset, ha concluso lunedì (si veda articolo in pagina) un roadshow in 8 tappe in giro per l'Italia per la presentazione delle novità editoriali e pubblicitarie del Gruppo. Il che ha voluto dire «incontrare e verificare il sentiment di oltre mille aziende che operano nel nostro Paese».

Quanto spavento o rassegnazione ci sono negli investitori? Quello che mi ha colpito di più nelle ultime 4 settimane, incontrando aziende di tutte le dimensioni e regioni del nostro Paese, è il mix di vitalità e resilienza. Parlando con manager e imprenditori ti accorgi che ormai abbiamo imparato a convivere con un livello di incertezza cui non eravamo abituati, senza rimanere paralizzati nelle decisioni, ma adattando le strategie di business.

Trimestre positivo per Mediaset il primo del 2022. Esatto, ed è il settimo trimestre positivo consecutivo. Lo lego essenzialmente a 2 fattori: la continuità nella strategia di investimento e la collaborazione con il mercato. Il nostro gruppo segue una strategia partita da lontano, investendo da anni in un sistema unico, veramente cross mediale che si sviluppa in 4 direzioni strategiche: contenuti, tecnologia, total audience e internazionalizzazione. Quanto alla collaborazione con il mercato,



Stefano Sala. Amministratore delegato di Publitalia '80 e consigliere d'amministrazione del gruppo Mediaset, componente del Comitato esecutivo. È anche presidente della controllata Publieurope

faccio presente che con ognuno dei nostri oltre mille clienti abbiamo trovato o reinventato uno schema di collaborazione su misura.

Il gruppo ora avrà da affrontare mesi sicuramente di grande lavoro. C'è da portare a termine l'Opas per il controllo del 100% di Mediaset España. Di certo l'Opas e la nostra azione in Germania, con la richiesta di autorizzazione a superare la quota del 25% di ProSiebensat, dimostrano come Pier Silvio Berlusconi consideri il nostro progetto MediaForEurope una direttrice di sviluppo, basata su una piattaforma unica di tecnologia e contenuti in grado di generare non soltanto sinergie di costi ma anche importanti ricavi aggiuntivi; una direttrice da perseguire con determinazione a dispetto di una prospettiva di dominanza degli oligopolisti digitali globali.

Contro cui dai vertici Mediaset sempre più spesso si levano posizioni critiche. Ci sono 4 asimmetrie che di fatto rappresentano una minaccia per la competitività del mercato. La prima è quella tra la pluralità di editori, broadcaster e publisher nazionali, e le posizioni di oligopolio globale dei player digitali. Siamo in un mercato condizionato dalla presenza dominante di un oligopolio globale di pochi operatori digitali con un potere di mercato superiore a quello degli Stati nazionali. La

seconda asimmetria è la mancanza di pari opportunità di accesso alle risorse strategiche per competere: oggi chi controlla un browser o un sistema di ad serving o un sistema operativo di fatto controlla le regole di accesso al mercato e può decidere di cambiare queste regole per tutto il mercato, con iniziativa unilaterale. La terza asimmetria è che, diversamente dagli editori nazionali, gli oligopolisti digitali globali non si sottopongono a nessuna misurazione certificata da parti terze, sia riguardo alla certificazione delle campagne sia riguardo alla misurazione degli investimenti.

Dazn è stata bacchettata da Agcom a tal proposito.

A questo riguardo, ricordiamo che comunque Dazn ad oggi è l'unico Ott che ha reso disponibile al mercato un sistema accessibile a tutti con i risultati di ascolto e della pubblicità. Poi, rispetto alla delibera di Agcom che chiede a Dazn di raggiungere determinati standard di certificazione, proprio entro fine marzo Dazn dichiarerà all'Autorità le iniziative che intende assumere in questa direzione. E qui ritorno sul tema delle asimmetrie: la quarta asimmetria è infine il differente livello di regolamentazione. Gli editori operano in un mondo assolutamente regolato, diversamente dallo status di privilegio degli oligopolisti digitali globali che possono in tutto o in parte continuare a eludere aspetti di normativa, misurazione, controllo, fiscalità. Vedo solo una conclusione di questo ragionamento.

Quale? Ci troviamo a fronteggiare una sfida decisiva per tutti: aziende, agenzie ed editori. Si deve decidere se continuare a operare in un mercato plurale con pari opportunità di accesso, certezza di misurazioni e regole omogenee applicate a tutti gli operatori oppure accettare un mercato che collassa su pochi operatori globali che hanno un vantaggio asimmetrico nell'accesso al mercato, senza misurazioni certificate e senza regole che assicurino una equa competizione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Iren, l'Ebitda oltre 1 miliardo La cedola balza del 10,5%

Utility

Il costo dell'energia traina volumi e profitti L'utile a 303 milioni

Cheo Condina

Ricavi in forte crescita, soprattutto per la fiammata dei prezzi delle materie prime, ma soprattutto un Ebitda che sfonda quota 1 miliardo di euro e un utile in robusta crescita, che determina un aumento del dividendo oltre le attese. È questo, in estrema sintesi, il bilancio di Iren che in sostanza conferma come per le multiutility il 2021 - nonostante alcuni elementi di incertezza - sia stato un anno più che positivo, anche se in Borsa il titolo Iren ieri ha chiuso in ribasso dell'1,7% a 2,38 euro.

Se il fatturato del gruppo è cresciuto del 33% a 4,95 miliardi, il dato che balza all'occhio e certamente più significativo è quello dei margini lordi, arrivati a 1,016 miliardi (+9,6%), grazie «al prezzo dell'energia elettrica in forte incremento rispetto all'esercizio 2020 e al maggior contributo dei servizi di dispacciamento». Ciò anche in scia all'ulteriore incremento della base clienti, in aumento di 126 mila unità a oltre 2 milioni, che fanno ormai del gruppo controllati dai Comuni di Torino, Genova e Reggio Emilia un operatore tendente

Il ceo Armani: «Aumenteremo gli investimenti fino a 1,5 miliardi, 200 milioni in più del piano»

alla dimensione nazionale. L'accelerazione del business è testimoniata anche dall'ebit, che si è portato a 454 milioni (+9,3%), e dall'utile netto di gruppo attribuibile agli azionisti, arrivato a 303 milioni (+26,7%) grazie anche - si spiega - a un provento fiscale non ripetibile di circa 32 milioni. Di qui la proposta del cda ai soci di distribuire un dividendo pari a 0,105 euro per azione, in crescita del 10,5% rispetto allo scorso anno. In parallelo, infatti, l'indebitamento finanziario netto è leggermente calato a 2,9 miliardi mentre gli investimenti lordi sono stati pari a 955 milioni (+4,7%).

Proprio gli investimenti potrebbero rappresentare il pezzo forte del 2022 della multiutility. Per l'anno in corso, ha precisato in conference call con gli analisti il Ceo Gianni Vittorio Armani, a livello di Ebitda «confermiamo il tasso di crescita del 6% rispetto ai risultati del 2021 mentre il buon rapporto tra debito finanziario netto e margini lordi riportato nel 2021 ci permette di aumentare gli investimenti previsti fino a 1,5 miliardi di euro, 200 milioni in più rispetto alle stime del business plan». «Ci aspettiamo un'accelerazione nello sviluppo delle rinnovabili come richiesto dall'Italia per superare la crisi energetica», ha aggiunto il manager, il quale ha puntualizzato che nonostante l'aumento del Capex viene confermata la guida di 3,4 volte per il rapporto tra debiti finanziari ed ebitda.

«Le operazioni di M&A effettuate nel corso dell'anno ci hanno permesso di incrementare la presenza territoriale del gruppo nelle sue aree di riferimento migliorando la qualità del servizio a beneficio dei territori e comunità», ha precisato invece il presidente Renato Boero.

© RIPRODUZIONE RISERVATA