

II Negozio

Un negozio su due in Italia non supera i cinquanta metri quadri: insomma, nonostante la moltiplicazione dei centri commerciali e delle grandi catene della distribuzione, i piccoli esercizi resistono, soprattutto al Sud. In media il primato del nanismo tocca a Messina



CASE: I MIGLIORI AFFARI IN GRAN BRETAGNA

L'alto indebitamento delle famiglie di Gran Bretagna, Spagna e Irlanda si farà ancora sentire pesantemente nei prossimi mesi sul mercato immobiliare trascinando al ribasso i prezzi delle case. È quanto sostiene l'ultimo report di Standard & Poor's che prevede flessioni delle quotazioni di un ulteriore 17% in Gran Bretagna dopo il ribasso del 9,6 registrato rispetto ai picchi di agosto 2007. La discesa potrebbe raggiungere il punto più basso ad aprile-maggio 2009.

CASE: SETTE MILIONI E MEZZO PER MONTENAPOLEONE

Per comprare l'appartamento più costoso di Milano, 300 mq in pieno quadrilatero della moda, servono 7 milioni e mezzo di euro; a Roma «bastano» 2,8 milioni per aggiudicarsi 180 mq in via Sistina, a due passi da piazza di Spagna, mentre a Venezia, per un open space di 90 mq con vista su San Marco, occorrono 2 milioni. Sono i risultati di uno studio realizzato dal Portale immobiliare italiano. Consoliamoci: Madrid è più cara.

Mediaset all'attacco di Google e Youtube

Le tv di Berlusconi contro Internet: richiesta di danni di 500 milioni

di Luigina Venturelli / Milano

SFIDA «È come fermare il vento con le dita». Nessuno si nasconde la difficoltà dell'impresa. Nemmeno nel management di Mediaset che, dopo tre anni di costante monitoraggio, ha deciso di affilare le armi legali e fare causa a Youtube, chiedendo 500 milioni di

euro di risarcimento danni al sito internet, perché colpevole di «illecita diffusione e sfruttamento commerciale di file audio-video di proprietà delle società del gruppo». I teorici della rete parlano già del vecchio contro il nuovo, dell'interesse aziendale contro la libertà di comunicazione, della tentata conservazione di un sistema che sarà presto travolto dalla rivoluzione tecnologica in corso. Ma quella di Cologno Monzese non è una scelta inedita: molte case di produzione cinematografiche e televisive hanno citato in giudizio il portale di video più famoso del web, il quarto più cliccato al mondo dopo Google, Msn e Yahoo. L'hanno già fatto le americane Nbc, Cbs e Viacom, la francese Tfn e la controllata spagnola del Biscione, Telecinco. Proprio sull'onda del successo giudiziario di quest'ultima, che lo scorso 23 luglio ha ottenuto una sentenza favorevole dal tribunale di Madrid, Mediaset si è decisa al grande passo: su Youtube sarebbero presenti 4.463 filmati di proprietà dell'azienda pari ad oltre 325 ore di programmazione, materiale per il quale il sito non ha sborsato un solo euro.

L'intenzione, dunque, è quella di tutelare i diritti d'autore dei propri programmi appetibili anche per il web, come gli spettacoli dei comici di Zelig o alcuni spezzoni della trasmissione scopri-talenti di Maria De Filippi. Per la quantità dei filmati caricati e dei contatti ricevuti, l'atto d'accusa stima una perdita di

«315.672 giornate di visione da parte dei telespettatori». La richiesta di risarcimento è verso Google, proprietaria del celebre sito di condivisione video, ma la cifra di 500 milioni di euro non può considerarsi definitiva, perché «al danno emergente bisognerà aggiungere le perdite subite per la mancata vendita di spazi pubblicitari sui programmi illecitamente diffusi in rete». La precisazione non è casuale, e lascia aperto uno spiraglio di trattativa per Youtube: lo scopo di Mediaset è la rimozione dei propri video da internet e sarebbe più facile raggiungerlo con un accordo extragiudiziale tra le due società. Altrimenti l'azienda si vedrebbe costretta a continuare per le vie legali, alzando però la posta in gioco. «Se si sgretola il muro ideale a di-

Bpm, Epifani e Bonanni difendono la governance

/ Milano

Quello della Banca popolare di Milano è un buon modello che ha portato risultati positivi e che va rilanciato. È questa l'opinione che Guglielmo Epifani e Raffaele Bonanni hanno espresso ai rappresentanti dei sindacati dei bancari che hanno incontrato ieri. È la risposta alla critica venute da Banca Italia alla governance di Bpm che prevede la partecipazione azionaria dei dipendenti con un ruolo sia sia nella determinazione degli organi amministrativi e di governo, sia nella gestione operativa. «Questa governance ha portato valore economico e patri-



Il vice presidente di Mediaset Piersilvio Berlusconi con il presidente Fedele Confalonieri Foto Ansa

fesa del diritto d'autore - spiega a Cologno Monzese - finirà che non ci saranno più film, musica e libri. Chi li produrrà senza poterci guadagnare?». La domanda è lecita e da tempo ani-

ma il dibattito giuridico e filosofico sul destino dei prodotti intellettuali e d'intrattenimento. Ma l'unica risposta certa è sul vincitore finale della sfida: l'inarrestabile mondo di internet.

Youtube in tre anni di vita, da quando tre ex dipendenti di eBay l'hanno fondato, è diventato un fenomeno da 200 milioni di visitatori al mese e 100 milioni di video al giorno.

Electrolux, Scandicci riparte con Energia Futura

/ Milano

La scelta di Electrolux per la ri-industrializzazione del sito di Scandicci (Fi) è ricaduta su Energia Futura, società controllata al 50% dal fondo Mercatech. L'annuncio è arrivato ieri con la conclusione dell'incontro che si è tenuto a Roma fra Electrolux, Energia Futura e Fim, Uilm nazionali e fiorentini. Secondo il progetto di riconversione, su un totale di 450 lavoratori dipendenti di Electrolux, 370 dovrebbero trovare ricollocazione nella produzione di pannelli solari e pale eoliche. Il piano partirebbe già ad ottobre con l'installazione di una prima linea di montaggio di pannelli solari, poi altre

due linee; entro l'anno 2010 sarebbe aggiunta una linea di produzione di pale eoliche, nonché l'attività di carpenteria. Energia Futura ha affermato, però, di avere anche un piano di lungo periodo, che prevederebbe l'utilizzo di nuove tecnologie nel campo dei semi-conduttori. Oggi i sindacati incontreranno i lavoratori in assemblea presso lo stabilimento fiorentino. Poi dal 3 settembre partirà una serie di incontri tra Fim, Uilm e il nuovo imprenditore per arrivare a un accordo entro il 20 settembre. «Resta però da siglare - dicono alla Fiom - l'accordo complessivo con Electrolux, che rimane in Italia con altri stabilimenti».

L'INTERVISTA

ENRICO FINZI

Il sociologo: Mediaset? È un'iniziativa conservatrice

Battaglia di principio ma già persa in partenza

/ Milano

«Un'utile battaglia di resistenza contro i mulini a vento». Il sociologo Enrico Finzi, presidente dell'Istituto di ricerche Astra, non usa mezzi termini per bocciare l'iniziativa legale del Biscione.

Siamo al solito vecchio contro il nuovo?

«La tecnologia del web ha caratteristiche incompatibili con i vecchi sistemi aziendali e giuridici, perché si pone in contrasto con l'idea proprietaria del diritto d'autore. Le difficoltà sono strutturali e riguardano video, film, musica e libri: la causa intentata da Mediaset è solo l'ultima in ordine di tempo».

Dunque, nulla di cui stupirsi.

«Mediaset si allinea a quanti tentano con le unghie e con i denti di mantenere il privilegio di essere gli unici a possedere qualcosa e trarne guadagno. Probabilmente il diritto darà ragione all'azienda, perché non è stato aggiornato alla rivoluzione tecnologica in corso. Gli avvocati di Berlusconi, che dopo il lodo Alfano hanno più tempo libero, vinceranno la causa intentata contro Youtube, ma la comunicazione lanciata da Mediaset è disastrosa».

Che cosa intende dire?

«Il gruppo di Cologno Monzese lancia un messaggio di conservazione, di cieca difesa del sistema tradizionale, molto deludente per chi si è proposto come soggetto innovatore del panorama mediatico. I redditi pubblicitari del piccolo schermo sono in via di contrazione, la leadership della tv generalista è già finita. In questo quadro Mediaset si dimostra non all'altezza della sfida tec-



nologica della multimedialità». **Quale poteva essere l'alternativa?**

«Le major cinematografiche e i gruppi televisivi hanno tre possibilità. La prima strategia è quella di scendere a patti col nemico per salvare una parte del reddito: le case di produzione siglano accordi per fornire contenuti ad internet nonostante il forte abbassamento dei ricavi, mollano il monopolio distributivo sperando di sopravvivere. Gli americani dicono: feed the enemy, dai da mangiare al nemico».

Non sembra quella adottata da Mediaset.

«No, il gruppo ha scelto la strategia del never ever, mai e poi mai: non si parla col nemico, si affronta a suon di azioni collettive di risarcimento, altrimenti nessuno produrrà più contenuti. Eppure esiste una terza via, quella che ricerca soluzioni intermedie. Ci è riuscita pure la Cina, che da un lato ha ottenuto l'oscuramento di alcuni siti politicamente sensibili, ma dall'altro sta consentendo la rapida diffusione di internet nel Paese».

Il nuovo è incontenibile.

«È in corso una rivoluzione epocale e Mediaset, con il suo messaggio di chiusura, ha fatto una brutta figura: ha intrapreso un'utile battaglia contro i mulini a vento, una battaglia di resistenza in una guerra già persa in partenza, invece di lavorare alla costruzione di un equilibrio che salvi capra e cavoli».

Lv.

POSTE

La marca da bollo arriva «elettronica»

Si chiama Epcm la nuova marca postale elettronica presentata a Ginevra da Poste Italiane, in occasione del Congresso dell'Upu (Universale Postal Union). Sviluppata in collaborazione con Microsoft, la nuova tecnologia è stata presentata dall'amministratore delegato Sarmi, ai rappresentanti dei 191 paesi membri dell'organismo postale internazionale. L'Epcm sarà messa a disposizione di tutti gli operatori postali internazionali che aderiranno allo standard definito. Molte le caratteristiche innovative della "timbratura postale elettronica": oltre ad essere strumento di validazione di file, comunicazioni e transazioni elettroniche, essa fornirà la certezza della data e dell'ora dell'apposizione, e garantirà la possibilità di controllare, nel tempo, l'integrità dell'oggetto timbrato elettronicamente. La marca postale elettronica consentirà anche una maggiore tutela della riservatezza dei contenuti: la validazione dei documenti, infatti, avverrà senza la lettura dei documenti da parte degli operatori postali. Il nuovo timbro postale, infine, potrà essere associato anche a file e documenti (come piani di progetto, contratti e accordi) destinati ad un invio successivo o ad una condivisione, per i quali i clienti richiedano garanzia di esistenza ad una certa data.

Le matite Fila vanno a colorare anche la Germania

L'azienda della famiglia Candela, leader tra pastelli e pennarelli, ha acquisito la tedesca Lyra. Nell'anno 200 milioni di ricavi

/ Milano

A COLORI Fila (Fabbrica Italiana Lapis e Affini), l'azienda italiana delle matite Giotto, di Tratto Pen, del Pongo e del Das, ha acquisito il cento per cento di Lyra, società tedesca attiva dal 1806, la più antica nel settore della produzione di matite. Il gruppo di proprietà dal 1956 della famiglia Candela consolida così la propria presenza internazionale,



Matite Fila con i loghi delle altre Case italiane

confermando la strategia di crescita, grazie anche al sostegno di Intesa San Paolo, che detiene circa il 25% del capitale. Dopo l'ac-

quisizione, Fila prevede per il 2008 un assestamento dei ricavi intorno ai 200 milioni di euro, con un'ebitda pari a circa il 15%.

«L'operazione - ha commentato l'ad Massimo Candela - ci consentirà di svilupparci in mercati, come quello tedesco, scandinavo e del sud-est asiatico, in cui oggi non siamo presenti». Attraverso l'acquisizione del marchio tedesco, il gruppo Fila entra nel segmento di mercato dei prodotti per uso industriale e rafforza la sua presenza in quello delle matite cosmetiche per conto terzi. Un processo di crescita che potrebbe prevedere nuovi sviluppi per linee esterne, eventualmente supportati da una quotazione alla Borsa di Milano. Il principale finanziatore del-

l'operazione è stato Intesa San Paolo. «L'obiettivo dell'acquisizione - ha aggiunto Candela - sarà sviluppare ulteriormente il marchio Lyra nei suoi mercati chiave, con l'offerta di nuovi prodotti Fila». Fila è nata a Firenze nel 1920, creata dalle famiglie Antinori e della Gherardesca. Negli anni sessanta, dopo l'ingresso dei Candela, si è trasferita a Milano. Di quegli anni è la nascita dei pastelli di cera e dei pennarelli colorati, del 1970 (quella del famosissimo Tratto Pen (che per il suo design si aggiudicò nel 1970) il premio del Compasso d'oro).