

IL LANCIO

**Arriva sul mercato
Cubovision, un'altra
strada per la tv**

«Allargare il mercato internet e di banda larga in Italia e portarlo a 20 milioni di clienti», per l'ad di Telecom Italia, Franco Bernabè, è questo l'obiettivo che il gruppo punta a raggiungere attraverso il lancio di Cubovision, il nuovo dispositivo tv broad band. Allo stato attuale, in Italia ci sono 8 milioni di clienti potenziali per il mercato internet, «e questo oggetto ci permette di superare questo gap». Per Bernabè, Cubovision rappresenta «la prima espansione a livello mondiale dell'over the top tv. Cubovision è un oggetto semplice, costa pochissimo e può essere utilizzato da chiunque».

me si spiega questa baraonda? Il problema è che anche i grandi network tv, soprattutto il modello di tv commerciale e generalista, hanno urgente bisogno di avere a disposizione una infrastruttura su cui veicolare nel prossimo futuro i loro programmi. Potrebbero crearne una di nuova generazione (NGN), tirar fuori un po' di soldi (8-9 miliardi di euro) e cercare altri soci. Ma vuoi mettere com'è comodo usare, conquistare la rete Telecom?

Aderire a questo piano sarebbe come perdere l'argenteria di casa, senza difendersi. Bernabè non ci sta, ma bisognerà sentire cosa dicono i suoi azionisti: Mediobanca, Generali, Intesa Sanpaolo e la spagnola Telefonica. In particolare il presidente di Mediobanca, Cesare Geronzi, ritenuto da Berlusconi uno dei pochi banchieri affidabili in quanto «non comunista», avrebbe suggerito ai vertici Telecom di essere più aperti. Il pressing sarebbe più articolato e meno nobile: una riduzione delle già modeste ambizioni de La7, e magari la cessione della rete tv a una mano più amica, il ridimensionamento di trasmissioni pericolose (Lerner e la Gruber... pericolosi?), il mantenimento della direzione Piroso (casamai qualcuno avesse pensato di assumere il disoccupato di lusso Enrico Mentana).

La guerra della rete è difficile. Bernabè non è Biancaneve: è un uomo di potere, esperto di servizi segreti, dotato di un grande equilibrio, anche fisico. Lo scoprimmo sul floor di Wall Street, nel 2002, quando lo vedemmo ballare lo scatenato rock Johnny B.Goode in coppia con Lilli Gruber. Ora l'equilibrio non basta: bisogna alzare le difese e muovere le colonne delle salmerie. ❖

→ **Upim** possiede 140 negozi diretti e 247 affiliati. Coin oltre 450

→ **Dopo Oviessa** la società veneta prosegue la campagna di rafforzamento

Nozze tra Upim e Coin, nasce il colosso nell'abbigliamento

Pronto il matrimonio tra Upim e Coin. Ne verrebbe fuori un colosso dell'abbigliamento. Upim porta con sé 140 negozi diretti e 247 affiliati, Coin ne porta in dote invece 450 in tutto il mondo.

MARCO TEDESCHI

MILANO

Dopo vari tentativi andati a vuoto il matrimonio tra Coin e Upim è in dirittura di arrivo. Gli inviti sono stati mandati e dovrebbe essere pronta anche la firma. Secondo quanto riportato dall'agenzia Radiocor, le parti hanno ormai raggiunto un'intesa che prevede la fusione delle due entità. Le nozze saranno fatte attraverso un complicato ridisegno finanziario. Gli attuali soci di Upim (Investitori Associati al 46%, Deutsche Bank Real Estate Opportunities Group al 30%, Pirelli Real Estate 20% e Gruppo Borletti al 4%) insieme alle banche creditrici della stessa Upim conferiranno la loro partecipazione a una nuova società veicolo che entrerà in Coin con una quota del 7%.

I soci di Upim e le due banche creditrici Unicredit e Natixis conferiranno partecipazioni e crediti in un veicolo controllato al 60% dagli

Veicolo

Il passaggio sarà fatto con una complicata operazione finanziaria

istituti di credito e al 40% dagli azionisti. Il veicolo, a sua volta, prenderà una partecipazione del 7% del gruppo coin con una valutazione implicita di upim pari a circa 40 milioni di euro.

BIG

Dalla fusione di Coin e Upim nascerà un big del retail italiano. Upim porta con sé 140 negozi diretti e 247 affiliati anche se il bilancio chiuso a settembre 2008 presenta una perdita di 19,2 milioni (era -0,9 milioni nel 2007) a fronte di

ricavi scesi da 520 a 493 milioni. I punti vendita Upim si aggiungeranno agli oltre 450 punti vendita Coin fra Italia ed estero.

Inoltre l'ingresso nel gruppo veneto dovrebbe consentire a Upim la svolta che è mancata negli ultimi anni. Coin, controllata da Pai con il 78% delle azioni, d'altra parte, con questa nuova operazione prosegue la campagna di rafforzamento. Se per il Natale dello scorso anno si era regalata, tramite la controllata Oviessa, la catena Melablu, quest'anno acquisisce uno storico mar-

chio della grande distribuzione.

Upim è nata negli anni venti ed è stata poi acquisita dalla famiglia Agnelli a fine anni sessanta con il gruppo Rinascente. Negli anni novanta passa al gruppo Auchan che la cede nel maggio 2005. Adesso si appresta a cambiare ancora una volta di mano separando i suoi destini dalla Rinascente. All'operazione Upim coin hanno lavorato Unicredit e Ubs come advisor e gli studi legali Grimaldi e Essociati e Gilberti Pappalera Triscornia. ❖

**Le notizie sono preziose
ma noi non facciamo
i preziosi**

asca | |
agenzia stampa quotidiana nazionale

www.asca.it - www.ascachannel.it - www.piueuropa.it