

# I media tradizionali non reggono l'assalto dei colossi dello streaming

Quella per conquistare il mercato mondiale del settore è una guerra. Nessuno voleva Netflix a 50 milioni, ora vale 115 miliardi. Sempre più importante produrre direttamente contenuti. Il dominio incontrastato di Google

di **GIANLUCA BALDINI**



Il 2018 per il settore media è stato un anno ricco di chiaroscuri, con l'indice euro-peo e mondiale

del settore in parità ma con un andamento molto variegato fra i titoli più rappresentativi e l'indicazione sempre più chiara che i media tradizionali subiscono attacchi sempre più non solo da internet ma anche dai nuovi colossi dello streaming come Netflix e nuovi sfidanti.

«L'emergere di Netflix (Isin: US64110L1061) cambia l'offerta televisiva, aumentando la domanda di spettacoli e film», spiega **Salvatore Gaziano**, direttore investimenti di **SoldixExpert Scf**. «Chi gioca in difesa e torna alla tivvù tradizionale e generalista come Rai e Mediaset ne paga pegno sul piano degli ascolti e della pubblicità». «Il più grande operatore via

cavo degli Stati Uniti, Comcast (Isin: US20030N1019), con l'acquisizione di Sky da **Rupert Murdoch** nel 2018 per 39 miliardi di dollari, fa capire a che punto sia arrivata la guerra per conquistare il mercato mondiale», continua l'esperto.

«Discovery communication (Presente anche in Italia, Isin: US25447051049) mantiene le posizioni e si muove con abilità mentre sullo sfondo da tempo si parla di una possibile alleanza fra coloro che sono oggi "pendenti" in questa battaglia il cui terreno di confronto è sempre più digitale», dice.

**ProSieben Sat** (Isin: DE000PSM7770) è molto forte in Germania, Austria e Svizzera e viene vista da alcuni analisti come possibile alleato di Mediaset che, dopo il fallito tentativo di attacco di Vivendi, nei prossimi mesi dovrà presentare una revisione del piano industriale.

Sul fronte televisivo e cinematografico, dunque, Netflix

viene vista come la lepre del settore ed ora il modello da imitare. Solo pochi anni fa i giganti del settore la consideravano un'impresa senza futuro, rifiutando di acquisirla quando valera 50 milioni di dollari e stava per fallire. Oggi vale 115 miliardi di euro.

«Queste nuove tecnologie hanno reso estremamente granulare la fruizione di contenuti che ora passano attraverso i social media: Youtube e i servizi di streaming come Netflix, Hulu etc.», ricorda **Alberto Conca**, portfolio manager di Aqua Capital. «La crescita del fatturato pubblicitario è passata attraverso internet, Google in questo segmento domina, praticamente indisturbata, a discapito dei media tradizionali quali la televisione e la stampa, che hanno visto le loro quote di mercato scendere. Anche Sky, che una volta si differenziava rispetto alle tv tradizionali per i suoi contenuti (calcio, film e sport) ha

adottato sempre più un approccio di tv on demand, dice.

«In passato», continua, «avere il collegamento con i consuntori, attraverso la tv via etere o via cavo, era sufficiente per generare fatturato dalla pubblicità o dall'abbonamento, mentre ora diventa sempre più importante produrre direttamente contenuti».

Sul fronte dei media «cartacei» lo scenario è invece sempre peggioro e pochissimi editori riescono a fare soldi e non bruciarli, ma iniziative legate a target specifici e multimediali possono assalire ancora i «vecchi dinosauri» che sembrano sempre più in difficoltà a reagire, carichi di costi fissi.

Dove puntare dunque? Meglio puntare su chi produce contenuti come Netflix o l'americana Comcast o, via radio satellitare, Sirius Xm. Molti di questi titoli hanno realizzato crescite a doppia cifra. Attenzione, però, la volatilità è molto elevata e la possibilità di scottarsi è dietro l'angolo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## CORRE SOLO CHI PUNTA SUI CONTENUTI

Nome	Isin	Rendimento a un anno	Rendimento a tre anni
● Mediaset	IT0001063210	-25,29%	-35,16%
● Mondadori	IT0001469383	-39,66%	44,35%
● Cairo Communication	IT0004329733	-21,28%	-23,27%
● Comcast	US20030N1019	-1,35%	32,66%
● ITV	GB00333986497	-21,46%	-53,55%
● Walt Disney	US2546871060	6,63%	1,50%
● Prosieben	DE000PSM7770	-40,12%	-59,76%
● Lyxor S. Europe 600 Media Uctis Ed - Acc	FR0010344929	-0,94%	-2,85%

Nome	Isin	Rendimento a un anno	Rendimento a tre anni
● Entertainment one Ltd	Ca29382b1022	13,40%	107,66%
● Vivendi	FR0000127711	-6,81%	10,39%
● Ubsi soft entertainment	FR0000005470	6,57%	154,83%
● Discovery Inc - A	US25470N1049	26,16%	4,12%
● Viacom Inc - class B	US92553P2011	-8,86%	-28,46%
● Netflix Inc	US64110I1061	40,14%	126,11%
● Sirius Xm holdings Inc	US82668B1035	12,43%	53,01%
● Alphabet Inc - Cl A	US020719K3059	-4,03%	37,60%

Fonte: SolmixExpert Scf

Fonte: SolmixExpert Scf

Fonte: Aqua Capital

Fonte: Aqua Capital