

VERSO I REFERENDUM.

Una proposta di Forza Italia alla commissione emittente apre uno spiraglio alla trattativa sulle televisioni

Dagli spot ai volantini In volo aerei del no? E Dotti presenta il suo antitrust

Tutte le iniziative della Fininvest e del Comitato del no per la battaglia referendaria. Spot, spille, bottoni e volantini. Si alzeranno in cielo gli aeroplani del no? Mobilitazione generale in un clima da duello finale mentre Forza Italia presenta le proposte per l'antitrust: due reti generaliste per gruppo (che però potrebbero averne altre tematiche come le pay-Tv) e sostanziale liberalizzazione del numero delle frequenze: non meno di venti.

MICHELE URBANO

MILANO. Nell'impero del bisono la mobilitazione è generale. Senza risparmi. Per il no, naturalmente. La sindrome è quella del duello finale. E dunque idee cercasi. Per vincere e convincere. E magari per dribblare le norme che regolano la campagna referendaria. Chiusa la fase dei poster gigante affissi sui muri delle città. O quella degli striscioni, ad uso e consumo degli spettatori piazzati davanti alla Tv, che appaiono nel mezzo di una rombante gara di formula uno o di una partitissima di pallone. E finiti anche gli autobus-spot. Non tanto per il mare di polemiche che le due iniziative sollevarono (tanto che un tot di aziende tramviarie rifiutarono i contratti). Ma soprattutto perché fino al 10 maggio la pubblicità commerciale era permessa. Ora non più.

anche quello dell'antitrust. Non è un caso che ieri, Vittorio Dotti, il presidente dei deputati di Forza Italia e da anni legale del Cavaliere, abbia presentato alla commissione Napolitano la proposta azzurra per garantire il pluralismo dell'etere. Come? Stabilito che un gruppo al massimo può avere due reti «generaliste» (ma permettendo che ne abbia altre tematiche come le pay-Tv) e decidendo, ad esempio, che non deve essere inferiore a venti il numero delle emittenti che trasmettono programmi sull'intero stivale. Una scelta che, se passasse, toglierebbe la Fininvest dal letto di spine della sentenza della Corte Costituzionale.

Ma ora il primo scontro di una guerra che sarà combattuta senza esclusione di colpi sono i referendum. E tutti sono impegnati. Dipendenti e dirigenti. E così Carlo Mongilioni, il vicedirettore generale di Publitalia (la potente e ricca concessionaria di pubblicità gui-

data da Marcello dell'Utri) si è staccato dalle sue attività professionali e si occupa solo di quello: dirige una piccola squadra impegnata nella raccolta della documentazione utile alla «promozione» del no. Ma del resto lo stesso presidente, Fedele Confalonieri, è impegnato in prima fila a coordinare e spronare i suoi nell'epica battaglia. Che in Tv prosegue con due spot. Propaganda indiretta? La Fininvest preferisce definirli «celebrativi» e di «affezione». Uno è quello che festeggia i 15 anni di «Canale 5», «Rete 4» e «Italia 1». Nessun accenno al referendum. Allo spettatore il collegamento con l'11 giugno. Chiaro? Idem per il fumetto-spot disegnato da Bruno Bozzetto. Il personaggio si limita a ricordare che a guardare i film delle Tv commerciali non spende una lira. Della serie: caro spettatore sei avvertito. Inutile dire, i due messaggi continueranno a essere trasmessi.

Nuove iniziative? Quelle istituzionali partiranno la settimana prossima. Saranno trasmessi dibattiti tra esponenti del «sì» e del «no» selezionati come garante vuole. Ma Fininvest e «Comitato per il no» - mai integrazione d'intenti fu così totale - stanno studiando anche altre ipotesi. Ad esempio l'utilizzazione di quella che in gergo viene definita «pubblicità in movimento». Che poi altro non sono che i vecchi camioncini che puntualmente in tutte le campagne elettorali vengono trasformati in stazioni mobili di propaganda. Oppure l'uso di piccoli aerei, modello stadio, con striscione svolazzante in coda.



Vittorio Dotti e Pisanò di Forza Italia

Casaroli/A3

In realtà alla Fininvest non credono troppo alla promozione pura e semplice del no. Il loro modello ideale si basa su contatti dove è possibile ragionare e convincere. E allora, come per la vittoriosa campagna di un anno fa, fondamentali rimangono le truppe scelte degli 800 venditori di Publitalia e dei duemila di Programma Italia (prodotti finanziari e assicurativi). Professionisti esperti che ogni giorno contattano decine di clienti. Che

l'11 giugno andranno a votare. In una dimensione da battaglia finale riacquista interesse perfino la vecchia e povera tecnica del volantaggio militante. Non è stato ancora deciso, ma una distribuzione a tappeto di volantini potrebbe essere decisa l'ultima settimana prima del voto. A farla sarebbero chiamati volontari dei «Comitati per il no» che in questi sono stati aiutati con ogni mezzo a nascere e a crescere. A costo di cadere in qualche gaf-

fe. Come quella del direttore generale dell'ufficio personale del settore televisivo della Fininvest, Vincenzo Colombo. Che partecipando a un'assemblea di dipendenti - indetta dall'azienda proprio sul referendum - aveva consigliato ai presenti a compilare i moduli di adesione al Comitato per il no. Il «peccato»? L'invito era di sottoscrivere le schede e di mandarle direttamente all'ufficio del personale. Suggestivo interessato che ha seccato una lavoratrice che ha si-

preso la penna, ma per scrivere alla Cgil e denunciare l'accaduto. Sì, il clima interno è sempre più teso. E l'ansia cresce. C'è chi va in giro con un bel «botone» appuntato sulla giacca - tipo quelli rilanciati da «Forza Italia» alle politiche del 27 marzo - con su scritto, ovviamente, «no» e chi invece preferisce una «spilla». Il no martella. E colpisce soprattutto i diecimila collaboratori Fininvest, quelli con contratto a termine. Per molti di loro va in onda il no della paura.

LA POLEMICA

Berlusconi vende o non vende le sue televisioni? I due direttori si sfidano a suon di milioni

Scalfari e Feltri, scommessa sulla Fininvest

Scòmmetto 3 a 1, 300milioni contro 100, che Berlusconi non vende le sue reti Tv. Eugenio Scalfari domenica ha lanciato la sua sfida e ieri Vittorio Feltri l'ha raccolta. Ma abbassando la posta a 10 milioni: soprattutto dicendosi sicuro che il cavaliere cederà i suoi gioielli solo a tre condizioni: il prezzo fissato prima dei referendum, Fininvest quotata in Borsa, base di partenza dell'asta i 4600 miliardi offerti da Murdoch. Oggi la controparte di Scalfari.

ROSANNA LAMPUGHANI

ROMA. Murdoch, Kirch, Lo-sceicco saudita Al Waleed Bin Talal. Ma soprattutto l'americano progetto Wave. Alla Fininvest dicono che tra queste opzioni alla fine Silvio Berlusconi sceglierà la migliore per vendere i suoi gioielli, le sue tv. Ma sarà davvero così? Lui promette e giura che la decisione è ormai presa, ma c'è chi continua a non fidarsi, chi si dice convinto che il Cavaliere il suo impero non lo dismetterà. Tra questi Eugenio Scalfari. Il direttore de «La Repubblica» domenica ha lanciato una scommessa: 3 a 1, come si dice in gergo ippico, che Berlusconi non vende. Se vincerà la scommessa incasserà 100 milioni da chi accetta la sfida; se invece le tv saranno vendute il barbutto direttore pagherà 300 milioni. E Vittorio Feltri, direttore de «Il giornale», ha accettato.

beral-democratico. Lui è un monopolista per intrinseca natura; appena ha conquistato una posizione non pensa che a mettere le mani sulla successiva...e soprattutto detesta i concorrenti...perciò non venderà mai quello che è suo. Io comunque sono disposto a scommettere uno contro tre.

Vittorio Feltri ieri con tono sarcastico ha risposto al collega: «Ebbene sì, caro direttore, hai trovato il pollo: ci sto». Ma non se l'è sentita di puntare così alto e allora, pur convinto di vincere, ha proposto di ridurre la cifra da trecento e cento milioni, a trenta e dieci. E soprattutto ha fissato delle condizioni. Infatti il direttore de «Il giornale» (proprietario Paolo Berlusconi) è convinto che Berlusconi venderà se il prezzo delle sue tv sarà fissato prima dei referendum, perché in caso di sconfitta sarebbero deprezzate; se la Fininvest sarà quotata in borsa, con un garante che controlli l'intera operazione; e, infine, se si partirà dall'offerta di Murdoch (si è parlato nei giorni scorsi di 4600 miliardi, da pagarsi in due tranches, ndr) come base per avviare l'asta. Feltri, facendo sua anche la preoccupazione del Cavaliere di non far finire in mani straniere il gioiello di famiglia, si è interrogato ironicamente sul perché non sia un ente pubblico ad acquistare le reti Fininvest. Perché, tra l'altro, «tutti i partiti potrebbero spartirsi la mezza dozzina di antenne pagate dagli italiani, senza avere neanche il disturbo di litigare». E quindi la conclusione: caro Eugenio, «basta accordarsi tra gentiluomini e le tv vanno in



buone mani. Le mani di Stato non ti piacciono? Niente paura. Di a De Benedetti di prendersi Canale 5. Italia uno la diamo alla Montedison. E Rete 4 ce la giochiamo noi due a briscola. Intanto aspetto di incassare i tuoi trenta milioni. Affare fatto».

E così Scalfari, che non credeva proprio a questa eventualità, a due giorni dalla sfida ha trovato il «pollo». Anzi due. Perché anche Fabrizio Del Noce, che fino a qualche tempo fa era responsabile dell'informazione per Forza Italia, ha messo nel piatto dieci milioni, sicuro che Berlusconi le sue tv le venderà. E magari oggi si farà avanti qualcun altro ancora.

Sul quotidiano romano di piazza Indipendenza questa mattina compare una risposta a Feltri. Scalfari ha scritto un breve corsivo che sicuramente riaccenderà le polemiche.

Vende, non vende... I deputati sfogliano la margherita

ROMA. Silvio Berlusconi vende davvero il suo impero televisivo o fa la manfrina per tenere alto l'argomento che lo interessa, in vista del referendum dell'11 giugno? Rilanciamo la scommessa di Eugenio Scalfari nel Transatlantico di Montecitorio e subito i politici si dividono in due schieramenti, con due posizioni intermedie, quelle di Carlo Rognoni e Giuseppe Giullietti: sono convinti che prima o poi si deciderà a vendere, ma solo per dare la scalata a un affare di più vaste proporzioni. E c'è anche chi, come Fabrizio Del Noce, accetta la sfida del direttore di «Repubblica». Gino Glugni. Sì, Berlusconi vendere le sue tv? No, non lo farà, perché gli piace averle. E poi se lascia la politica cosa fa? È vero che lui vuol continuare in questo settore, ma siamo noi cittadini che decidiamo, con il nostro voto. In ogni caso se mai dovesse vendere è più facile che si liberi di tutta la Fininvest in blocco, piuttosto che a pezzi.

Diego Maal. Fatto. L'offerta di Murdoch per l'acquisto delle tv Fininvest si può di tentativo di spargere fumo intorno ai referendum, che di una seria opzione. Comunque bisogna aspettare i referendum e il quadro della normativa che deciderà la commissione per il riordino del sistema televisivo prima di capire davvero cosa farà il Cavaliere.

Giuseppe Giullietti, progressista. Berlusconi aveva detto che sarebbe stato zitto fino all'11 giugno, e allora chi l'ha fatto il ventriloquo? Un ventriloquo? In questa fase la vicenda della vendita delle tv non è credibile. L'in-

tenzione del Cavaliere è quella di tenersi tutto: politica, tv e pubblicità. In una fase di transizione deve però dismettere le reti tv terrestri, per appropriarsi della parita Stet-telefonia-tv via cavo. Da monopolista deve riproporre un nuovo monopolio e quello che ha in mente sarà il più grosso affare del prossimo decennio. E poi dismettere per lui è vitale, perché lo salva dall'esproprio.

Alessandro Meluzzi, Forza Italia. Vende, vende. Il problema è chi le compra le tv di Berlusconi. Sono certo che se gli verrà offerto un giusto prezzo lui accetterà, ma è difficile trovare qualcuno che sia solubile. Berlusconi è un imprenditore e un politico e quindi non andrà certamente in pensione, però credo che voglia dedicarsi soprattutto alla politica.

Giuseppe Tatarola, An. Scalfari ha torto, Berlusconi vende, perché ha una vera passione per la politica. Sbaglia la sinistra a colpirla sulle tv, perché ce lo consegna alla politica al 100%. Se poi il Cavaliere voglia buttarsi nel mercato delle fibre ottiche e tutto il resto io non lo so davvero. Al massimo conosco le quotazioni di TeleFoggia.

Mario Landolfi, An. Berlusconi vuole vendere, ma non è cosa facile. E sicuramente non potrà avvenire prima dei referendum. Poi c'è un'altra questione che riguarda le garanzie che l'operazione dovrebbe avere, perché non è una normale compravendita.

Marco Taradash, Riformatori. Se ce la fa vende. Ho notizie precise che da mesi sta lavorando a questa ipotesi. Certo a lunga scadenza si porrà il problema delle



Schito/Agf

tv via cavo, ma questa è un'altra questione.

Fabrizio Del Noce, Forza Italia. Se Scalfari precisa meglio la sua proposta sono pronto a scommettere io con lui. Perché sono certo che Berlusconi è disposto a vendere le sue tv se ci sono le condizioni. E se lo ha detto non può tornare indietro: le sue decisioni sono sempre irrevocabili.

Alberto Michelini, Federalista liberademocratico. Berlusconi ha intenzione di vendere, non ho dubbi. Solo che non gli piace cedere le sue tv ad uno straniero. Preferirebbe che restassero in mano ad imprenditori italiani.

Rosy Biondi, Ppi (Bianco). Questa storia del Murdoch è uno specchio per le allodole, che si trascinerà per tutta la campagna referendaria. Ciò che farà davvero Berlusconi si vedrà dopo. La cosa importante è capire se vende il suo impero per farne un altro. Ma sicuramente non può fare tutto ciò che gli pare, in un mercato regolato. La vecchia idea di Buttiglione: quello delle tv è un falso problema perché il domani sarà dei satelliti, non è corretta. Infatti se non si risolve oggi il problema, domani il Cavaliere sarà ancora più pericoloso.

Famiano Crucianelli, Rifondazione comunista. Non vende,

perché senza tv è un uomo qualunque. Il suo potere, sia come imprenditore che come «nuovo uomo politico», nasce dall'essere uno dei due monopolisti dei mezzi di comunicazione.

Francesco D'Onofrio, Ccd. Vende, non vende, vedremo. Comunque scioglierà il nodo. Ma escludo che lo farà ritirandosi dalla politica.

Carlo Rognoni, progressista. Berlusconi fa finta di vendere. Cederà probabilmente una parte del suo impero perché ha bisogno di azionisti, per ricavare utili da investire nei nuovi settori delle fibre ottiche, delle tv via cavo, ecc. E contrabbanderà questa sua presenza più ridotta nel mercato delle tv via terra come soluzione del conflitto d'interesse. Allocchi quelli che gli crederanno.

Pierluigi Petrini, Lega. In questa fase Berlusconi dice di voler vendere le sue tv per drammatizzare il momento politico. In realtà non lo farà fino a che non sarà costretto da una legge. Se perderà i referendum si presenterà come una vittima. Se li vincerà riacquisterà la sua baldanza, così ben nota. Comunque mi sembra che lo sviluppo delle nuove tecnologie non le perseguirà fino a che dura questo assetto delle tv.

l'Unità