

Simpatizzanti dell'Ulivo contestano l'annunciato arrivo di Silvio Berlusconi alla manifestazione del Polo nel cuore di uno dei quartieri più popolosi della capitale, quello di Centocelle

Bianchi / Ansa

Sotto, la riproduzione a forma di puzzle del poster elettorale di Berlusconi distribuito ai bambini davanti alle scuole

Medichini/Ap

In basso, il leader di Forza Italia col magnate australiano Rupert Murdoch



Liberation su Berlusconi

Campeggia sulla prima pagina del quotidiano della gauche francese «Liberation» la fotografia di Silvio Berlusconi. Sotto la testata del giornale il titolo «E pericoloso» (in italiano senza accento sulla E). All'interno, sono dedicate al capo del Polo le prime quattro pagine. «Affarista fino al midollo - esordisce l'editoriale dal titolo "Non rassegnarsi" - silenzioso sulle origini della sua immensa fortuna, risparmiato una volta dalla giustizia in un caso di finanziamento politico soltanto per prescrizione, ma sempre perseguito per falso in bilancio e corruzione di magistrato, demagogo al punto da diffondere in milioni di esemplari una biografia agiografica della quale i coniugi Ceausescu non avrebbero rinnegato l'enfasi, preso dalla sua immagine fino a vietare ai suoi di utilizzarne un'altra sui manifesti elettorali, sospettato di oscure familiarità in Sicilia con la mafia... No, decisamente Berlusconi non è un personaggio simpatico. Ma non è una scoperta». Liberation sostiene che «ciò che agli italiani fini per ripugnare ieri sarebbe diventato accettabile oggi» e conclude: «non sarà certo qualche editoriale della stampa europea che li riporterà da un giorno all'altro ad un miglior discernimento. E nemmeno minacce di sanzioni, che poi non



hanno dato niente nel caso austriaco. Ma non è certo una ragione per non chiedere ai nostri amici italiani di porsi qualche domanda». Il quotidiano liberale austriaco «Der Standard» ricostruisce il dibattito suscitato da The Economist, Le Monde, El Mundo e fa un parallelo con ciò che accadde a Vienna al momento della svolta a destra a gennaio 2000. «El País», giornale madrilenno scrive: «In Italia la scintillante storia di corruzione di Berlusconi non è sufficiente per far sì che una buona parte dell'elettorato non lo voti».

La vendita di Mediaset? Solo uno spot elettorale

Berlusconi ne parlerà l'11 maggio da Costanzo. Ieri ha visto Murdoch, che però dice: io non compro

Marcella Ciarnelli

ROMA Uno megaspot elettorale lungo un'intera serata televisiva. È quello che Silvio Berlusconi si accinge a fare venerdì prossimo, l'11 maggio. Prima al Tg5 e poi al «Costanzo show», eccezionalmente in prima serata, il Cavaliere dimostrerà nei fatti cos'è il conflitto di interessi, cosa significa essere il padrone della più importante azienda televisiva privata e, allo stesso tempo, aspirante premier. Si ha un sacco di tempo a disposizione e nell'orario migliore per entrare nelle case degli italiani a poco più di 24 ore dal voto.

Per puntare meglio i riflettori sulla serata clou il Cavaliere, che di comunicazione se ne intende, ha già fatto un mini spot facendosi intervistare da Enrico Mentana che, per ora, non ha ancora deciso se passare a Tmc. «Annuncerò l'11 se venderò le mie televisioni» ha detto il leader della Casa della Libertà. Guarda caso proprio la sera prima dell'arrivo in Italia del magnate australiano Rupert Murdoch che ieri pomeriggio è sbarcato all'aeroporto di Ciampino dal suo aereo privato. Murdoch? Sì proprio il titolare dell'unica, vera trattativa per l'acquisto di Mediaset che risale almeno a tre anni fa. L'unico che si sia seduto realmente attorno ad un tavolo con i vertici dell'azienda del Cavaliere per cercare di concludere l'affare che poi non andò in porto perché i due figli di Berlusconi impegnati nell'azienda, Marina e Piersilvio, ad

un certo punto dissero: «Papà, non farlo». E lui li ascoltò e rispose no. Facendo felici, oltre ai pezzi "e core", anche Fedele Confalonieri e tutto il management che mal digerivano l'arrivo dell'australiano. I manager di oggi sono stati colti alla sprovvista dalla sortita dell'altra sera al Tg5. Da mesi, dicono in azienda, di Murdoch non si parlava più.

Ed invece la vicenda, con un colpo di teatro dal denso sapore prelettorale, torna d'improvviso di attualità. Con effetti di borsa più che benefici. Il titolo Mediaset è volato in alto dopo le prime dichiarazioni di Berlusconi, è sceso al successivo



annuncio di Murdoch di non essere interessato all'acquisto di Mediaset, ha nuovamente ripreso a salire alla notizia che i due magnati dei media si sarebbero visti a cena. Naturalmente Berlusconi si è ben guardato dal fare chiarezza con un comunicato, così come richiederebbero le regole della Consob.

L'incontro tra Berlusconi e Murdoch dunque c'è stato. Una Mercedes blu ha portato Rupert Murdoch alla residenza di Berlusconi che ha scelto di dar buca ai sostenitori di Centocelle che lo hanno

Stream e Telecom

Il tycoon australiano tratta con Colaninno

Marco Ventimiglia

Un viaggio lampo, con due incontri che pesano appuntati nell'agenda. È quanto accaduto ieri al magnate australiano Rupert Murdoch, sbarcato a Roma per confrontarsi con Silvio Berlusconi e Roberto Colaninno. E se i contenuti del colloquio serale con il leader dell'opposizione appaiono di incerta decifrazione, nessun dubbio sussiste sull'interpretazione da dare al faccia a faccia con il padrone di Telecom. Murdoch, attraverso la sua News.Co., è infatti socio al 50% di Stream, mentre la restante quota di partecipazione della tv satellitare è interamente detenuta da Telecom che però è intenzionata a vendere. Lo stesso Colaninno ha più volte dichiarato che «Stream non rappresenta un punto strategico del piano di Telecom».

Murdoch si è presentato da Colaninno, nella sede di Telecom, insieme al figlio e ad altri membri del suo staff. Due ore di colloquio, nel corso del quale ci si è occupati dei modi e dei tempi, presumibilmente molto brevi, in cui Telecom dovrebbe cedere a News.Co. il suo 50%. Ma prima che l'operazione vada in porto sarà necessario sciogliere una serie di nodi, sostanziali e procedurali. In ballo, infatti, non c'è soltanto il nuovo assetto di controllo di Stream ma la già annunciata fusione con la rivale

Telepiù, per dare vita ad un'unica tv satellitare italiana. Nodi procedurali, perché Murdoch non potrà assumere in Stream una percentuale di controllo che poi lo porti ad oltrepassare i limiti fissati nella partecipazione alla nuova azienda che nascerà dal matrimonio con Telepiù (un tetto del 30% per socio). Nodi sostanziali perché c'è da definire il quantum da versare a fronte dell'uscita di scena di Telecom.

Un'uscita di scena, da parte di Colaninno, che soltanto pochi mesi fa sarebbe stata irrealizzabile sotto il profilo dell'opportunità politica ma che adesso sta maturando in un quadro di riferimento sostanzialmente cambiato. Come detto, infatti, Stream viaggia a grandi passi verso la fusione con Telepiù, l'altra tv satellitare che fa capo alla francese Vivendi. Proprio a fine aprile Jean-Marie Messier, presidente di Vivendi, ha annunciato le prossime nozze, anche se la ratifica dell'accordo potrà avvenire soltanto dopo le relative autorizzazioni da parte dell'Antitrust di Bruxelles.

A spingere verso l'unione, del resto, c'è il più convincente dei motivi: la necessità di risanare i rispettivi bilanci mettendo in atto un robusto meccanismo di sinergie. Fin qui l'una contro l'altra armate, specie nell'offerta di calcio e film a pagamento, Stream e Telepiù hanno accumulato una quantità impressionante di debiti. Un disavanzo di svariate centinaia di miliardi che ha finito col porre pesanti interrogativi sulla loro stessa capacità di sopravvivenza. Interrogativi che, appunto, hanno trovato un'unica risposta possibile nella fusione fra le due aziende. L'imminente unione con Telepiù, infatti, ha reso praticabile la strada dell'unificazione della proprietà di Stream, con l'uscita di scena di Telecom. Murdoch, infatti, non diverrà più il padrone unico di una tv satellitare nazionale - un'ipotesi estremamente sgradita in varie stanze della politica e dell'economia - in quanto si troverà comunque a dover coabitare con i francesi di Vivendi.

che senso ha

«La sinistra deve presentare un bilancio, la destra un programma». Pochi si sono accorti di questa frase di Pierferdinando Casini. La sua strategia è usare modi garbati e aspetto mite. Così nessuno si accorge di quello che dice.

Nessuno fa caso (e poi perché dovrebbe) al fatto che ripete la stessa frase -che a lui deve sembrare il colmo dell'originalità ed è comunque la sola di cui dispone- in ogni occasione, Tg, «Telecamere» o «Porta a Porta», e talk show assortiti. Dunque circa ogni 10 minuti su tutte le reti.

La frase non è così oscura come sembra. Significa che maggioranza e opposizione, in caso di campagna elettorale, sono vincolate, secondo lui, a osservare due regole diverse: chi ha governato parli del passato, chi vuole governare parli del futuro.

È un'idea carina, perché in tal modo le due parti non si incontrano mai.

Solo una volta è stato più chiaro («Raggio Verde», 26 aprile). Ha gridato: «ma parlate delle cose vostre, ma di che cosa vi immischiate?».

Il tema era «The Economist» e si può capire il raro scatto di nervi.

Ma è il concetto che è curioso. Si può spiegare così. Secondo Casini nelle elezioni francesi Jospin deve parlare di Jospin e Chirac di Chirac. Nelle elezioni americane Gore deve parlare di Gore (se mai di Clinton) ma mai di Bush. Ecco perché il suo boss non deve perdere tempo a confrontarsi con Rutelli. Parlerebbero di cose diverse.

Chiario che citare l'esempio di altri Paesi (dove Gore parla solo di Bush, Jospin discute solo di Chirac) con lui non funziona. Direbbe che sono lobby straniere.

Ma persino adottando la curiosa «regola Casini» (che lui ripete come un proverbio) il discorso non sta in piedi. Perché Amato, D'Alema, Fassino, parlano tutto il tempo di ciò che ha fatto l'Ulivo. Programmi di Berlusconi nessuno ne ha visti.

f.c.

Tra i dipendenti delle Tv di Berlusconi c'è grande attenzione per le voci che si susseguono in questi giorni ma si discute di più del «caso Mentana»

A Cologno Monzese in pochi credono ad un cambio di proprietà

Carlo Brambilla

MILANO Enrico Mentana ammette: «È tutto in movimento». Che cosa? La vendita di Mediaset o il suo personale destino al Tg5? «Cerco anch'io di capire che cosa sta succedendo». Così anche il direttore del telegiornale più importante del gruppo ha deciso di muoversi alla volta di Milano per incontrare Pier Silvio Berlusconi. È successo ieri. Dopo il colloquio il vicepresidente di Mediaset si è sbilanciato: «Mentana resta nella nostra squadra, sono ottimista. Ci siamo trovati d'accordo su tutto». Niente futuro a Tmc allora? Mentana frena e non si sbilancia: «Deciderò dopo il 13 maggio, vedre-

mo». Non resta che aspettare. E quello della febbre attesa è esattamente il clima che si avverte nelle varie postazioni di Mediaset, Da Cologno Monzese agli altri centri di produzione. Vende non vende? Darà il grande annuncio? Sarà solo uno spot elettorale? Le domande girano. Comunque le decisioni varie ed eventuali di Silvio Berlusconi, a parte le congenite preoccupazioni di Emilio Fede, all'apparenza non sembrano creare particolari ansie. «Non si avverte fermento». Atmosfere comunque diverse fra testate giornalistiche e apparati di produ-

zione. Quadri diversi, sistemi diversi, un «aziendalismo» diverso. Di sicuro al Tg 5, ad esempio, di quel che farà il Cavaliere importa poco o nulla. Qui interessano di più le decisioni di Mentana: «L'importante è che resti». I giornalisti stanno col direttore, che ha garantito «10 anni di informazione di qualità». La proprietà è sentita più lontana. Umore opposto al Tg4. Dice un redattore: «L'ipotesi di non avere più un direttore che ad ogni momento sbraitava "taci tu, comunista" è molto gradita». Insomma se anche Berlusconi dovesse vendere la rete a un albanese, da queste parti non si farebbe una piega. Salvo inevitabili eccezioni. Totale, apparente distacco anche a Studio Aperto, di Italia Uno.

Parere di un dipendente della testata: «Coll'arrivo alla direzione di Mario Giordano si viaggia nell'empireo ciel. Persino la competizione elettorale è vista con fastidio. Ci siano inventati questa brutta roba del «caso» di Vittorio Feltri ed è finita lì». Entrando nel merito della vendita o meno di Mediaset a Murdoch o altro compratore, nessuno francamente crede alla possibilità di una cessione secca dell'azienda da parte del Cavaliere. Coro: «Sarà una cosa graduale. Magari vende ai figli». Quindi niente pathos. Niente barricate contro lo straniero. Niente ini-

ziative. Nemmeno uno straccio di comunicato sindacale. Preoccupazione? «E perché mai, chi sa fare bene il proprio mestiere non deve temere nulla. Se è bravo con un padrone lo sarà senz'altro anche con un altro». Chi parla è Leonardo Pasquinelli, produttore di programmi di varietà: «Sono in azienda da 17 anni, mi sono trovato bene con Silvio ed ora è la stessa cosa col figlio. Ecco dirò francamente che se Berlusconi dovesse passare la mano, mi girerebbero abbastanza i c... Ma questo fa parte dei rapporti, delle relazioni interpersonali. Professionalmente credo che non serva a niente gridare al lupo al lupo. Non resta che aspettare». Appunto. E si torna daccapo. In effetti sulle deci-

sioni di Berlusconi nessuno è in grado di avanzare ipotesi più o meno credibili. Lo stesso Mentana, già designato a raccogliere il verbo del Cavaliere alla vigilia del voto, mostra una cautela estrema: «Lanciarsi in scenari che per ora sono del tutto teorici è inutile. Per quanto ne so, c'è un 50 per cento delle possibilità che venerdì Berlusconi annunci la vendita di Mediaset e un 50 per cento che non lo faccia. E posso immaginare che nessuno dei protagonisti sappia ancora che cosa dirà Berlusconi venerdì, forse non lo sa neppure lo stesso Berlusconi». Fa

notare un dirigente di produzione: «Su questa storia della cessione ci si dimentica sempre di considerare il peso del patrimonio familiare, in termini anche di eredità. Ammettendo che Berlusconi venda ai figli, Marina e Pier Silvio, già piazzati in azienda, dovrà pur risolvere le questioni legate agli altri figli più piccoli avuti in seconde nozze». Conclusione: in un modo o nell'altro tutto resterà come prima. Con grande sollievo dei dirigenti di Cologno Monzese. Ovvero del management aziendale creato personalmente dal Cavaliere. Perché finché c'è Berlusconi al vertice, per ovvie ed esclusive ragioni di opportunità politica, «l'azienda è una bestemmia». Con un volto nuovo, chissà...