



Siegfried Ginzberg

Il riccone che è passato per la cruna dell'ago a New York non era noto per essere simpatico. Ma simpatia a prima vista non aveva mai ispirato, a ben vedere, nemmeno Rudolph Giuliani, che ha compiuto il miracolo appoggiandolo. Non ha doti di modestia. Aveva in sostanza un solo argomento nel candidarsi a sindaco della città: il suo strepitoso successo nel mondo degli affari. Gli è bastato, in una città che, pur essendo la capitale mondiale del business, ha sempre avuto il cuore a sinistra, non aveva mai accettato di farsi governare da un miliardario. Anche se non è chiaro se li ha convinti lui, li ha convinti Giuliani, uno che in fin dei conti aveva iniziato la sua carriera mettendo le manette ai «colletti bianchi» di Wall Street colpevoli di falso in bilancio, o perché non li convinceva l'alternativa.

Michael Rubens Bloomberg, 59 anni, è un miliardario di quelli che si sono fatti da sé, non un erede dell'aristocrazia dei gentlemen dell'«old money» come i Roosevelt, i Kennedy e i Rockefeller. Figlio di un contabile, ha messo su in pochi anni uno dei maggiori imperi mediatici al mondo: televisioni, radio, giornali, case editrici, servizi di informazione finanziaria. Si dice che non si fidi di nessuno. Non è abituato a farsi controllare da nessuno. È il padrone della sua azienda, non rende conto ad altri. Chi ha lavorato con lui dice che sa essere talvolta odioso. In compenso, ha un gran senso dell'humour. Ammette i propri difetti, tra cui mette una debolezza per l'«adulazione fatua» da parte dei consiglieri. Ma non lo si può accusare di ipocrisia. Non pretende di essere un santo. Non esita a far sapere che gli piace divertirsi. Divorziato, ma in ottimi rapporti con la moglie, ha case e «fidanzate in ogni città», non c'è grande casa di traslocchi che non l'abbia avuto cliente. Si muove con aereo ed elicottero privati, talvolta si diverte a pilotarli, uno l'ha fatto precipitare. Talvolta si fa trascinare forse un po' troppo, come quando si è paragonato a Dio: «Vedrete che riusciremo a camminare sulle acque», o quando dei rivali ha detto che «non mi risulta che abbiano mai lavorato, gestito davvero qualcosa». «Volete sapere cosa c'entra un miliardario con la politica? Ebbene, eleggereste piuttosto un poveraccio che ha fallito? Sono io il sogno americano», ha risposto ai critici. Può dire di avere fatto la gavetta. E di essere stato persino disoccupato, senza nemmeno la cassa integrazione. Licenziato dopo aver lavorato 15 anni alla banca d'affari Salomon Brothers, con la liquidazione aveva fondato, all'inizio degli anni '80, quella che poi è diventata una delle società leader mondiali dell'informazione economica, con oltre 7.000 dipendenti.

La sua fortuna è dovuta all'invenzione della «Bloomberg machine», i prodigiosi monitor che forniscono informazioni finanziarie. Ognuno dei 157.000 monitor che affitta gli genera un ritorno di 1,285 dollari al mese, per 12 mesi all'anno, che hanno fatto 2,4 miliardi di dollari nel 2000. È ora al 61mo posto nell'elenco Forbes dei miliardari americani. Da «media mogul» pari suo, l'ha fatto in modo «virtuale», con uno spot tv, in cui si presenta in maniche di camicia dicendo: «La mia esperienza mi ha insegnato a fare le cose. A mettere insieme la gente. A risolvere i problemi. Ad essere onesto. Ad andare al dunque».

Ha promesso di gestire bene la cosa pubblica come ha saputo gestire le sue aziende. Ma chi glielo ha fatto fare, di voler cambiare mestiere, entrare in politica alla soglia dei sessant'anni? Chi dice l'ambizione, chi dice la noia, chi il gusto della sfida. «Sindaco di New York è

La sua fortuna inizia con la Bloomberg machine per le informazioni finanziarie. A 59 anni il debutto in politica



Il Sindaco "uscente" Rudolph Giuliani con il nuovo Primo Cittadino di New York, il repubblicano Michael Bloomberg

Ansa

Un democratico firma gli spot del magnate

Un guru democratico della pubblicità ha firmato gli spot elettorali che hanno portato il magnate dei media repubblicano Mike Bloomberg alla vittoria nelle elezioni di New York. Bill Knapp, della società di consulenza massmediologica democratica "Squier, Knapp, Dunn", è l'autore dei brevi filmati grazie ai quali il tycoon dell'informazione finanziaria è diventato sindaco. Nel primo filmato di 60 secondi Knapp ha trasformato la tardiva sponsorizzazione del sindaco uscente Rudolph Giuliani in una potente arma che ha conquistato il voto di elettori di entrambi i partiti. Giuliani ha dato a Bloomberg il suo appoggio il 27 ottobre: un atto dovuto, secondo i media americani, da parte di un sindaco repubblicano uscente verso il candidato del suo stesso partito. Una settimana dopo sono partiti gli spot.

Un sindaco miliardario per New York

Storia di Bloomberg, figlio di un contabile diventato re dei media. Di sé dice: sono il sogno americano



uno dei quattro-cinque posti più importanti al mondo. Quello di presidente degli Stati Uniti è già occupato. Quelli di segretario delle Nazioni unite e di presidente della Banca mondiale (che è mio amico), pure. Si libera il posto occupato da Rudy, che ritengo sia il migliore: prendi una decisione la mattina, si istra nel pomeriggio, vedi i risultati l'indomani», è il modo in cui l'aveva messa lui. Come altri, che si sentono a disagio nell'essere messi in discussione, è stato, anche durante la campagna elettorale, piuttosto parco di interviste. Non gli garba che siano altri a raccontarla la storia, preferisce di gran lunga raccontarsi da solo, come fece in un libro autobiografico uscito nel 1997. Bloomberg by Bloomberg, il titolo. L'anno dopo aveva avuto problemi giudiziari: non per tangenti, falsi in bilancio, affari loschi, ma per molestie sessuali ad una

dependente. Chiamato a testimoniare, ammise di aver detto, a proposito dei suoi hobby: «Teatro, cene, correr dietro alle donne. Mettiamola così: sono single, non gay e miliardario a Manhattan, cosa dovrei fare?». Sul suo campo di lavoro, l'informazione finanziaria, ha detto: «Qualcuno dice che è esattamente l'opposto del sesso, è scarsa anche quando è buona». Su cosa pensa dei dipendenti che passano al servizio di altri: «Se uno se ne va è un traditore. Fa danno ai colleghi e gli toglie il pane di bocca ai figli». New York, è noto, è sempre stata una roccaforte democratica e progressista. Viene da chiedersi: come ha fatto ad eleggere per la terza volta di fila un sindaco repubblicano? Le due volte prima era stato Giuliani, un outsider. Come outsider, e non solo in quanto non politico di professione, si era presentato anche Bloomberg. «Sono un

liberal sul piano sociale, e un conservatore fiscale», aveva dichiarato al New York Times. «Il lavoro del sindaco è essenzialmente bipartisan», ha continuato a insistere. Non si è presentato come un «crociato» dell'ideologia. Le sue simpatie politiche erano andate in passato sempre ai democratici, anche se per la corsa a sindaco si è candidato coi repubblicani. L'altro campo era troppo affollato di professionisti della politica, per giunta «abituati a perdere», la spiegazione che aveva fornito.

La campagna si dice gli sia costata un centinaio di milioni di dollari. Se lo poteva permettere, è meno dell'1 per cento di quanto viene stimato il suo patrimonio. E comunque agli elettori questa cosa non pare aver fatto né caldo né freddo, anche se lo slogan dell'avversario Mark Green era: «Il messaggio batte i soldi». Il liberal New York Times ha

ricordato il precedente della campagna di Arch Moore contro il governatore del West Virginia John Rockefeller nel 1980. «Fateglieli spendere tutti!», suonava lo slogan contro il ricco. «Almeno sia i suoi», contrattò il campo di Rockefeller. A finire in galera, qualche anno dopo, fu il povero Moore, per frode fiscale. Quanto a Bloomberg non ha evidenti conflitti di interesse, come ci sarebbero se fosse un palazzinaro come Donald Trump. Non aveva un'azienda sull'orlo del fallimento da salvare. Non sono venute fuori magagne col fisco. Non ha pendenze giudiziarie. Aveva contro l'antipatia istintiva degli elettori americani, non solo newyorchesi, contro i miliardari in politica, regolarmente silurati (Ross Perot, Michael Huffington, Ronald Lauder, Abe Hirschfeld tra le vittime più illustri). Ma in democrazia valgono anche le eccezioni.

il costo della vittoria

Campagna elettorale d'oro Cento miliardi di lire per vincere il match

NEW YORK La riga sul totale non l'hanno ancora tirata, ma il costo del biglietto che Mike Bloomberg ha pagato per la poltrona di sindaco di New York, supera abbondantemente i cento miliardi di lire. Una cifra così, 56 milioni di dollari, non ha precedenti nelle elezioni locali americane. Con quei soldi si può tentare la volata alla Casa Bianca. Bloomberg ha pagato tutto di tasca sua, non ha chiesto finanziamenti e non è dovuto sottostare a nessun limite di spesa. Le leggi elettorali impongono un limite al contributo individuale dei sostenitori, nel caso del sindaco si tratta di 4.500 dollari, spiccioli per il miliardario delle news, che ha investito in se stesso. Un consulente dei democratici, quasi un mese fa, aveva messo in guardia Mark Green, il rivale sconfitto: «Nessun candidato in America ha mai vinto un'elezione quando ha da spende-

re 45 milioni di dollari in meno». Quei soldi hanno comprato affissioni, messaggi alla radio, pagine su Internet, ma soprattutto pubblicità televisiva. Bloomberg ha costruito un impero sui media e di televisione un po' se ne intende. Per farsi confezionare gli spot ha chiamato un mago della pubblicità, Bill Knapp, che solitamente firma le campagne dei democratici. In fondo anche Bloomberg è un ex democratico. Ha ammesso candidamente di essersi candidato con i repubblicani perché sono stati gli unici a offrirgli il posto.

La comunicazione è breve, veloce, incisiva. Mike parla ai bambini proprio come ai «business men» cui propone di fare affari a New York. È il manager moderno, di successo, elegante ma sempre pronto a togliersi la giacca e a rimbocarsi le maniche. Rullo alla mano, ha persino dipinto di giallo un centro

sociale dei quartieri poveri. Non sono gli spot del politico, ma dell'uomo di azione: «The job done», il lavoro fatto. Il martellamento è durato due mesi, trasmesso più dell'ultimo video di Jennifer Lopez. Nell'ultima settimana Knapp cambia il copione e lo stile. Niente schermi piatti e computer, e via alla comunicazione istituzionale. Bloomberg scompare. Al suo posto il sindaco-eroe, Rudolph Giuliani. Dal suo ufficio alla City Hall dice: «È stato un onore essere il vostro sindaco. Forse non sarete sempre stati d'accordo con me, ma io vi ho dato tutto. Amo questa città e sono sicuro che sarà in buone mani con Bloomberg». Cinquanta secondi che chiunque nella televisione in casa si è visto parecchie volte.

È più di un sostegno elettorale, è l'investitura, il passaggio di consegne all'erede scelto e designato. New York

ha detto sì. Bloomberg e la sua squadra sono riusciti a trasformare l'elezione per il nuovo sindaco in un referendum sull'operato di Giuliani. Dopo l'11 settembre la popolarità di Rudy è alle stelle, come mai gli era capitato in otto lunghi anni come primo cittadino di New York. Mark Green dato in vantaggio di 16 punti percentuali in tutti i sondaggi sino a dieci giorni fa, è stato colpito e affondato. I newyorchesi hanno perdonato a Bloomberg una lunga fila di scandali a sfondo sessuale, ma non la battuta infelice di Green: «Se fossi stato al posto di Giuliani, avrei fatto anche di meglio». Quella frase è stata trasformata in uno spot. La camera lascia parlare Green e, solo alla fine, in sovrimpressioni compare un lacconico: «Davvero?».

Un dubbio che ha fatto scegliere l'uomo che dal piccolo schermo interrompe lo spettacolo per dire: «Il mio nome è Mike Bloomberg, e voglio fare il sindaco. La mia esperienza mi ha insegnato come ottenere risultati. Unire le persone. Risolvere i problemi. Essere onesti. Colpire diritto». Ha fatto centro.

r.re.

Roberto Rezzo

La prima dichiarazione ad elezione avvenuta: «New York è viva, sta bene. Ed è pronta per il futuro». I democratici vincono nel New Jersey e in Virginia

Notte trionfale per l'erede di Rudolph Giuliani

NEW YORK Il miliardario repubblicano Michael Bloomberg ha iniziato il suo primo giorno da sindaco eletto con un bagno di folla e strette di mano per le strade di Brooklyn. New York lo ha preferito al candidato democratico, Mark Green, battuto di stretta misura. I risultati indicano che Bloomberg ha raccolto il 49% dei voti contro il 48% di Green, una differenza di appena 40mila schede.

Manca poco all'una di notte quando la voce di Frank Sinatra scandisce «New York, New York» al B.B. King Blues Club in Times Square. Bloomberg sale sul palco, controlla di avere con sé il testo del discorso. Accanto a lui ci sono il sindaco uscente, Rudolph Giuliani, e il governatore dello stato, George Pataki. «Sapete cosa vi dico? - attacca Bloomberg, con l'aria di chi ha fatto un colpo grosso - Questo sarà anche un club di blues, ma questa notte non si canta blues. New York è viva e sta bene.

Ed è aperta per business». Il vincitore tende una mano: «Quello che dobbiamo fare ora è mettere da parte le divisioni che ci separano e guardare a quello che ci unisce», e promette di «mettere insieme la miglior squadra che si sia mai vista per guidare la City Hall». La platea sprizza entusiasmo, in sala c'è lo stato maggiore del partito repubblicano a New York e quello di Bloomberg L.P., l'impero delle news finanziarie.

Ben altra l'atmosfera che si respira a pochi isolati in una sala riservata allo Sheraton Hotel. Green ha stampata in volto una smorfia di stanchezza, le urne sono chiuse da poche ore. «Abbiamo lavorato bene. Michael Bloomberg ha fatto molto meglio, e mi congratulo con

lui - dice Green, concedendo ufficialmente la vittoria - Anche se ovviamente avrei preferito che il risultato fosse diverso d'un paio di punti, non ho mai amato la nostra città più di quanto mi sia capitato negli ultimi due mesi. Sono rimasto commosso nel vedere la nostra città colpita ma non abbattuta». I democratici a New York sono in rapporto di cinque a uno con i repubblicani e Green era partito in gran vantaggio sull'avversario. Solo dieci giorni fa i sondaggi lo davano in testa con una percentuale a due cifre, e per Green un tappeto rosso sembrava disteso fra l'ufficio del Public Advocate verso quello di sindaco. Sul finale della campagna però si sono fatti sentire i muscoli della pubblicità in tele-

visione che Bloomberg si è potuto pagare di tasca propria. E c'è stato l'effetto Giuliani. Quando il sindaco uscente è sceso in campo presentando Bloomberg come il successore ideale, il margine si è sgretolato e il voto di quel 15% di newyorchesi incerti sino all'ultimo, ha decretato il risultato.

Green ha pagato a caro prezzo il risentimento della comunità ispanica e afro americana, offesa dai toni dello scontro con il presidente del Bronx, Fernando Ferrer, suo avversario alle primarie. Le tattiche di Green sono state definite discriminatorie e colpevoli di dividere la cittadinanza. È saltato così l'appoggio di Ferrer, del boss democratico del Bronx, Roberto Ramirez, e del re-

rendo Al Sharpton, rimasti con le mani in mano a guardare la rimonta di Bloomberg nei sondaggi. Uno sfondone imperdonabile quello di Green, che neppure l'appoggio dell'ex presidente Bill Clinton, ormai di casa nel quartiere nero di Harlem, è riuscito a bilanciare.

Ieri mattina, finito il giro a Brooklyn, Bloomberg si è precipitato nel Bronx per incontrare Ferrer. L'ex rivale è stato il primo interlocutore per esplorare possibilità di collaborazione con i democratici e soprattutto con gli ispanici. L'elezione di Bloomberg regala ai repubblicani un primato assoluto: il controllo della City Hall per tre mandati consecutivi. Non era mai accaduto e accade in una città che è la roccaforte del

partito democratico. Alle ultime presidenziali, New York ha dato ad Al Gore il 77% delle preferenze e snobbato George W. Bush con il diciannovesimo. Sempre lo scorso anno, Hillary Clinton ha battuto 73 a 26 Ricky Lazio per un posto al Senato.

Perduta per un soffio New York, il partito democratico fa l'en plein in tutte le principali elezioni locali che si sono tenute ieri negli Stati Uniti. Conquistano Cleveland, il governo del New Jersey e quello della Virginia. I governatori democratici salgono a 21, contro i 27 repubblicani, un campanello d'allarme per Washington, e la Casa Bianca invita a non interpretare i risultati come «un referendum sull'amministrazione Bu-

sh». In Virginia a trionfare è un altro tycoon dei media, Mike Warner, che ha fatto i miliardi con i telefoni cellulari. In Florida è successo un altro pasticcio con le schede: Joe Carroll, il sindaco di Miami protagonista della saga di Elian Gonzalez, ha chiesto di ripetere il conteggio.

Mike Bloomberg, un neofita della politica, ha fatto il miracolo, ma eredita una città finanziariamente e psicologicamente scossa dal terrorismo. Quando, il prossimo 1 Gennaio, metterà piede nella City Hall, si troverà di fronte un deficit di almeno quattro miliardi di dollari. Sul tavolo il problema di come tagliare il bilancio di almeno il 15%, e le proiezioni che parlano di 100mila nuovi disoccupati.

Si è presentato come il nuovo Giuliani, con in più la marcia dell'imprenditore di successo. Ha guadagnato miliardi mettendo il suo nome dappertutto, da periodici all'agenzia di stampa, dall'elaborazione dei dati finanziari alla radio e alla televisione. La prova più difficile arriva con Bloomberg City.