

Federica Fantozzi

ROMA Il richiamo alla sentenza della Corte Costituzionale del 1985 fatto dal presidente della Repubblica nelle sue osservazioni sulla mancata promulgazione della legge Gasparri è «preistorico». Pur «con il massimo rispetto, in piedi, con la mano sul petto e in sottofondo l'inno di Mameli», il presidente di Mediaset Fedele Confalonieri non lesina giudizi critici sui motivi della decisione presa da Ciampi.

Mentre dunque le diplomazie della Casa delle Libertà lavorano per trovare la quadratura del cerchio (evitare lo scontro istituzionale Quirinale-Palazzo Chigi, salvare Rete4 dall'esilio satellitare, rendere digeribile la Gasparri) e mentre il premier smaltisce il disappunto limitandosi a uno sprezzante «non leggerò i rilievi di Ciampi», Confalonieri - manager vicinissimo a Berlusconi ma fuori dalla politica - va all'attacco. E la diessina Gloria Buffo commenta: «Il partito azienda colpisce ancora. Confalonieri non si capacita che esistano un capo dello Stato e una Consulta che non sono sul libero paga di Mediaset».

Secondo Confalonieri richiamare i principi contenuti in quella sentenza (sull'esigenza che il settore radiotelevisivo non fagociti le risorse della raccolta pubblicitaria a danno dell'editoria) non avrebbe senso diciotto anni dopo quando «la libera stampa è sette volte tanto» quella di allora. Così come, afferma, non sarebbe appropriato «richiamare quel concetto di torta pubblicitaria contro cui ci siamo battuti». Il presidente del gruppo del Biscione afferma poi che la sentenza «è stata superata da due direttive europee, dalle leggi Mam-

Buffo, Ds: non si capacita che esistano un Capo di Stato e una Consulta che non sono sul libro paga di Mediaset

“ Monopolio? duopolio? Troppa concentrazione? Macché: oggi siamo in un vero libero mercato, sostiene il manager dell'impero berlusconiano



«I giornali? Fanno lobby Negli anni 80, quando c'era la commissione paritetica e la "torta" pubblicitaria allora sì che il mercato era protetto e eterodiretto»

Confalonieri offende Ciampi: «Preistorico...»

Stampa e Tv non sono più quelle dell'85. Il presidente Mediaset va all'attacco del Quirinale



Il presidente di Mediaset, Fedele Confalonieri

il personaggio/Gasparri

Dal Fuan a paggio del premier Il crac del «Carrierino dei piccoli»

Pinocchio, quando si avvicinò troppo al caminetto, si bruciò le gambette di legno. Piansi, il povero burattino. Il buon Geppetto gliel'ebbe rifecce. Maurizio Gasparri, invece, nel cammino potrebbe esserci ributtato e pure senza scarpe. Il leader del suo partito, Fini, vorrebbe rifargli la patatona bollente del decreto «salva Fede», firma tu che tanto come ministro la faccia l'hai già persa con la scomunica del Quirinale. Che sgarbo, eppure, raccontavano Francesca Mambro e Giusva Fioravanti, al suo fianco talvolta nelle manifestazioni degli anni 70, «portava il cestino a Fini fin dall'asilo. Tanto che lo chiamavano, ridendo il "Carrierino dei Piccoli"». E di carrierina, anzi carriera l'ha fatta, Gasparri il logoroico che usava, anche negli anni duri, la parlantina romana come arma affilata. Già comunicava, insomma, si meritava il Ministero delle Comunicazioni. Figlio di militari, la sua fede è l'ordine (ora l'ordine è Fede): Fini lo volle come segretario provinciale dei missini romani, sotto l'ala di

Teodoro Buontempo divenne il presidente nazionale degli universitari del Fuan. Allora gli scappò una foto col saluto romano ma «non sono mai stato fascista», dice. Nel '96 per presunzione ottimista perse la sfida elettorale nel collegio «blindato» di Ciampino. Vinse Willer Bordon. E Fini l'anno dopo tolse a Gasparri il ruolo da coordinatore del partito. Si è rifatto nel 2001. Dall'album delle figurine dei calciatori alle pagine della Comunicazione e tante apparizioni in tv profetizzate dal grandioso imitatore Neri Marcorè. Ma a Maurizio, «come a Ignazio, le imitazioni ci hanno portato fortuna», ha detto ad Arezzo. Più a «Gnazio», per ora. Da ministro si affanna nel dar voce agli «esuli in patria», leit motiv degli ex missini: incolla i Futuristi sui francobolli, Marinetti e le foibe nelle fiction Rai. Ora il vecchio Teo ora se la gode per la bocciatura della Gasparri: «Si vede che era una legge da rivedere». Già perché Maurizio adesso il cestino lo porta più volentieri ad Arcore. «Si guardi in tasca per vedere che tessera

ha», quella di Forza Italia, sibila pochi mesi fa Francesco Storace, parente serpente che chiedeva di fronte al «correntone nero» mai nato: «Chi ha scritto la legge?». Un colpo dietro l'altro da Storace: «Più che salvare i posti di lavoro a Rete4 pensiamo a quelli Alitalia», e ieri, con i guanti istituzionali: «Spero che il Parlamento non commetterà l'errore di rifiutare di confrontarsi sui tempi posti dal Capo dello Stato».

Che dite, sono andato a lezione da Confalonieri per scrivere la legge? «Fandonie. Io non faccio il bagnino e non lancio ciambelle di salvataggio. E una legge epocale che fa crescere il sistema». Si avventura in locuzioni sul «nansismo» di Rai e Mediaset contro il Murdoch il «Gulliver», parole prese a prestito da un membro dell'Authority, il Sic l'aveva ideato Previti da legale Fininvest. Adesso «m'hanno rimasto solo 'sti quattro cornuti», direbbe Gassman ne «I soliti ignoti». E solo è rimasto, anche Berlusconi ha detto «se la vedrà Gasparri».

Ora si avvicina il rimpasto, vede la sua silhouette dinoccolata cancellata da quella impettita di Marco Follini, leader Udc che parla poco ma pensa molto di tv. È arrabbiato, Maurizio. Marzano annuncia il decreto per Rete4? ognuno parli per sé, io non mi occupo di soldatini.

n. l.

mi e poi Maccanico e nel 2001 dalla legge 66 sul digitale... La pubblicità non è più quella di allora, quando c'era la cosiddetta «torta» e, con la commissione paritetica, c'era in Italia un mercato protetto ed eterodiretto. Oggi abbiamo un vero mercato, un mercato libero».

Ma Confalonieri accusa la stampa - la stessa che Silvio Berlusconi, assai di recente, ha definito «obsoleta» - di avere montato contro la legge di riordino del sistema radiotelevisivo una campagna per difendere «interessi lobbistici». Precisa: «Siamo tutti lobbisti, ma quando la stampa ha ammantato di grandi principi i propri interessi, e grandi giornalisti e direttori di testata si sono prestati a scrivere che la Gasparri era una legge liberticida, questo fa male, quasi

ribrezzo».

Il presidente del gruppo televisivo che fa capo al premier critica anche le reazioni di girotondi e associazioni alla notizia del rinvio della legge alle Camere: «Certe scene di giubilo perché delle persone perdono il posto fanno male». Quanto a quest'ultima ipotesi, Confalonieri asserisce di non voler «tirare per la giacca» il ministro Gasparri per un decreto salva-Rete4. Ma avverte: «Bisogna stare alle cifre. È come se a voi nelle vostre aziende vi chiudono un terzo delle attività, certamente non potete andare avanti con gli stessi organici».

Ma per il presidente della Fnsi (Federazione nazionale stampa italiana) Franco Sidi «l'esperto gestore di Mediaset è come Pinocchio, ma deve sapere che, alla lunga, le bugie non stanno in piedi». Perché «quando adombra l'ipotesi di licenziamento, a causa di chi ha contrastato la Gasparri, manipola la verità sostanziale delle cose».

Sidi, Fnsi: è come Pinocchio. Addossa gli eventuali licenziamenti su chi ha avvertato la Gasparri

Pubblicità su Mediaset, mai così bene

Le reti di Berlusconi chiudono l'anno con una crescita del 6,5%. E nel 2004, dice la Nielsen, andrà meglio

Laura Matteucci

MILANO Sulle reti Mediaset la pubblicità è ai massimi, mai andata così bene. Di sicuro, Berlusconi non avrebbe affatto bisogno della legge Gasparri. Mediaset chiude il 2003 con una raccolta pubblicitaria in aumento del 6,5% (più del doppio rispetto alle attese del mercato), ed un fatturato che è arrivato ai 2.630 milioni di euro. Mentre per la Rai si profila un bel meno 5%.

Secondo i dati Fieg, gli investimenti pubblicitari del 2003 su stampa e tv sono così suddivisi: quotidiani 21,2%; periodici 13,4%; Tv Rai 18,6%; Tv Mediaset 38,3%; altre televisioni 1%. Sul complesso dei mezzi, la televisione nei primi dieci mesi dell'anno (dati Nielsen media research) ha totalizzato +2,4% (raggiungendo un valore complessivo di 3.347 milioni da inizio anno), quando il mercato è fermo al +1%.

Emilio Fede in testa, in molti hanno lanciato l'allarme: se Rete4 va sul satellite perderanno il

lavoro mille persone, crollerà la pubblicità, e lo stesso valga anche per Rai3. Illazioni poco lungimiranti. Il mercato pubblicitario nel complesso, reduce da due anni di stagnazione, ad ottobre ha invertito la tendenza, tanto che chiederà l'anno, secondo le stime di Nielsen media research con un +1,3% (forse anche sottostimato). Il mezzo che registra la maggiore crescita è sempre la televisione che, anche in ottobre come nei mesi precedenti, segna un aumento pari al 13,7% (+2,4% nei primi dieci mesi del 2003), e che sta trainando il mercato in tutto il mondo. Merito anche del fatto, come spiega il direttore di Nielsen media research, Paolo Duranti, che «raccolge investimenti dai settori che vanno meglio, in particolare quelli di largo consumo». Il largo consumo (alimentari, prodotti per la casa, automobili) nel complesso investe anche 85% del budget destinato alla pubblicità proprio sui mezzi televisivi.

E la tv andrà anche meglio l'anno prossimo. Per il 2004 le stime Nielsen parlano di una crescita complessiva pari al 2,9%, mentre la tv conti-

nuerà ad andare meglio del mercato, mettendo a segno almeno il 3,4%. Ancora Duranti: «I settori che hanno investito in modo strutturale continueranno a farlo. Altri stanno emergendo, come la finanza, che tratterà il mercato e che usa la televisione in modo privilegiato». Nel solo mese di ottobre, per esemplificare, la pubblicità del settore finanza in tv è aumentata del 100%.

Qualche dato: la crescita degli investimenti in ottobre (+9,9% rispetto a settembre) imprime una svolta al mercato, che nei primi dieci mesi del 2003 registra un progresso dell'1,2% a 6.110,972 milioni di euro, contro una flessione del 4,1% nel periodo gennaio-settembre. In ottobre gli investimenti pubblicitari sulla radio salgono dell'8,1%, riprese anche per i quotidiani (+3,8%) e per i periodici (+6,3%). Sui quotidiani aumenta la pubblicità nazionale (+0,9%), ma soprattutto la locale (+9,2%) e di servizio (+10,1%). Tra gennaio e ottobre gli investimenti sulla stampa, comunque, sono ancora in negativo (-1,3%).

Il direttore generale è stato responsabile di Sviluppo reti, marketing e commerciale a Mediaset. Come molti dei suoi colleghi manager

Nasce dal Biscione la Dmt, signora del digitale

Simone Collini

ROMA Sul digitale terrestre ci sono alcune cose da sapere. La prima: a chi interessa lo sviluppo e la diffusione di questa tecnologia? Sicuramente alla Dmt, acronimo di Digital Multimedia Technologies, azienda leader in Italia in questo settore. La seconda: chi si è assicurato il maxiappalto da quasi 80 milioni di euro per costruire il primo lotto della rete di trasmissione digitale terrestre della Rai? Due società, una multinazionale e una italiana. La multinazionale è la Rhode & Schwarz, azienda con base a Monaco di Baviera e filiali in tutto il mondo

che ha alle spalle settant'anni di esperienza in questo campo. L'italiana è la Dmt, che ha sede a Lissone, vicino Milano, ed è nata quattro anni fa. La terza cosa da sapere: chi ha creato e chi controlla la Dmt? Uomini provenienti da Mediaset.

La Dmt è nata nel '99 da un management buy out (ovvero l'acquisizione dell'impresa da parte dei suoi dirigenti) di Elettronica Industriale, società controllata dal gruppo Mediaset. Il presidente è Alessandro Falciai, il direttore generale Adriano Rosa, che è anche amministratore delegato della Dmt Network, azienda nata nel 2001 e che si occupa di progettazione, produzione, fornitura e installazione di

apparecchiature per la diffusione del segnale televisivo terrestre, sia analogico che digitale. Le due società sono legate da vincoli societari e insieme hanno dato vita al Gruppo Dmt.

Prima di lanciare il nuovo progetto, Rosa ha assistito alla nascita di Retequattro e ha poi ricoperto ruoli di vertice nella tv di Berlusconi. Si legge nel suo curriculum, disponibile nel sito internet della Dmt Network: «Nel 1976 costituisce l'emittente privata lombarda Videodelta che viene poi venduta a Mondadori dove prende il nome di Retequattro per la regione Lombardia. Nel 1981 ricopre la posizione di Direttore Tecnico per la rete dell'emittente nazionale Rete-

quattro. Nel 1984 entra in Elettronica Industriale (Gruppo Mediaset), dove ricopre la posizione di Direttore Gestione Sviluppo Reti, di Direttore Commerciale e Marketing. Ha inoltre seguito i progetti di tre reti private nazionali in Spagna, di una in Germania (Tele Funf) e una in Francia (La Cinq)».

I legami tra la Dmt e Berlusconi non finiscono qui. Una parte del capitale della società è stata infatti sottoscritta da Ubaldo Livolsi, considerato un po' il padre di Mediaset: il Biscione è infatti nato ed è stato quotato in Borsa quando lui era amministratore delegato della Fininvest.

La Dmt si è assicurata l'appalto



Tg1

Dopo un po' di Iraq, il Tg1 passa alla defunta legge Gasparri. Affidando l'argomento a Francesco Pionati, il Tg1 riesce a coprire con il solito pastone scolastico tutta la faccenda, delicatissima faccenda. Dopo un Gasparri pallido, si affacciano al video le menti sublimi del centrodestra, che hanno cacciato Rete4 e Rai-Tre in questo terribile pasticcio. Di tutte le menti, quella che sventa su tutte appartiene al portavoce Bondi. Il tono è un misto fra il parrocchiale e il paternalistico. Bondi è commosso: il governo - questo il succo - deve fare un decreto urgente per far passare un sereno Natale alle famiglie dei dipendenti Mediaset e Rai che rischiano di restare a spasso dopo la decisione (cinica e insensibile, ecco il messaggio implicito) del presidente Ciampi. Così, ancora per una sera, il Tg1, senza un cenno critico, senza chiarire alcunché, mette a segno il suo disservizio.

Tg2

Il volto triste di Gasparri-bis inaugura la parte "italiana" del Tg2 e viene incorniciato dal pastone di Luciano Ghelfi. Non cambia la musica: un governo buono e solerte inventerà un decreto jingle bells per allietare le feste delle famiglie di Rete4 e RaiTre. Così anche Emilio Fede la smetterà di piangere in diretta e non lo metteranno sul satellite come la cagnetta Laika. E, a proposito di oggetti volanti, copertina da centenario, curata da Lino Lombardi, partendo dai fratelli Wright, che nella Carolina, si sollevarono in cielo con un oggetto più pesante dell'aria: il "Flyer". Questo l'altro ieri: domani - dice Lombardi - con lo "spazioplano" andremo in un'ora da Roma a New York. Dio, che brivido futurista.

Tg3

Ed ecco che appare un Gasparri-ter mogio come un gatto bagnato. Pierluca Terzulli commenta: «Ha scelto una linea ultraprudente». Anche Terzulli: se questo ministro sta ancora al suo posto deve solo ringraziare l'imminente arrivo di Babbo Natale. Insiste il Tg3 sul "decreto" per salvare Rete4 e RaiTre, ma mette in chiaro che la maggioranza è ormai divisa in due blocchi impermeabili: da una parte An e Udc, dall'altra Forza Italia e Lega. I primi vogliono un decreto che abbia una durata breve e che dica espressamente: la legge Gasparri faceva schifo, il presidente Ciampi ha ragioni da vendere. I berluscones e i leghisti vorrebbero cavalcare la linea dura. Una partita da non perdere, un derby dell'odio.

Dove sono i «mille» licenziandi di Rete4 sbandierati da Fede?

Mille licenziati se Rete4 chiude? Più che una stima, una muleta per agitatori professionisti. I dipendenti in carico al Tg4 di Fede sono un centinaio, per metà dislocati a Milano. Quanto ai 250 tecnici - operatori, addetti al montaggio, segretari, cercatori di immagini - sono dipendenti di Mediaset, e vengono utilizzati anche dalle altre reti. Ma anche a volerli considerare tra i dipendenti in bilico della rete, siamo 350 persone. E gli altri 650? Misteri del Fede. Sta di fatto che l'agitazione del fido direttore non si è trasmessa ai dipendenti. Sia perché Mediaset non ha mai licenziato - è vero, utilizza molti service, collaboratori, contrattisti - sia perché è difficile pensare che il gioiello del premier, l'unico tg che non mi è contro possa chiudere.

per l'operazione che dovrebbe garantire lo sviluppo del digitale terrestre della Rai la scorsa estate: l'approvazione della Gasparri era un miraggio lontano, il Cda di Viale Mazzini aveva bloccato l'acquisto delle frequenze, ma il direttore generale Cattaneo riuscì a far approvare l'avvio della parte «strutturale», ovvero il progetto di conversione dei ripetitori. Costo dell'operazione 79,9 milioni di euro, che venne affidato alla Dmt e alla tedesca Rodhe & Schwarz. Un'altra società italiana, la Eurotel, che per anni è stata costruttrice e fornitrice di impianti per la Rai, ha difidato RayWay per l'esclusione da questa gara. Scriveva il rappresentante legale della Eurotel Giovanni Zamperini in una lettera inviata il 20 giugno ai vertici Rai, prima di far partire l'atto di diffida: «Eurotel è una società che vive su una sana e propria economia, senza alcun appoggio politico, non essendo ramo dimesso di altri gruppi che per dovere di scuderia occorre rilanciare».