

L'INTERVISTA / Il vicepresidente esecutivo del gruppo e numero uno Mondadori: raddoppiato l'utile

# «Le imprese siano libere di crescere»

*Marina Berlusconi: le dimensioni sono importanti. Favoriti dalla politica? No, meritiamo rispetto*

Rarissime uscite pubbliche, un figlio, un altro, maschio, che nascerà nel giro di tre mesi. Una presenza in azienda che è venuta e verrà meno «solo lo stretto necessario». Marina Berlusconi ci tiene a combinare lavoro e famiglia. Numero uno della Mondadori, vicepresidente esecutivo della Fininvest, il gruppo che controlla anche Mediaset, Medusa cinematografica e il Milan, si presenta con un bilancio che vede gli utili raddoppiare a 240 milioni. «E il 2004 andrà anche meglio. I primi mesi dell'anno sono molto positivi e puntiamo a un risultato operativo attorno al miliardo. Proprio ieri è stata quotata Telecinco, di cui controlliamo il 52 per cento, con richieste fino a venti volte l'offerta e un titolo che schizza subito in alto. Insomma, direi che il know how paga anche in settori complessi come l'editoria. E anche all'estero».

**Eppure fioriscono le statistiche sul declino italiano.**

«Quello sul declino è un dibattito un po' singolare. Intanto, si è fatta parecchia confusione tra problemi strutturali del nostro sistema produttivo, che certamente ci sono ma hanno origini lontane, e problemi legati al quadro congiunturale, dai prezzi del petrolio al superpuro. Poi, nel giro di poche settimane, è tornato l'ottimismo, anche se, a dire il vero, già i conti 2003 di molte aziende non mi sembravano per niente negativi».

**Sta dicendo che il dibattito è stato strumentalizzato politicamente?**

«Eravamo in campagna elettorale, faccia un po' lei...»

**Non ci sono problemi, allora?**

«E chi l'ha detto? Certo, esiste un problema di ammodernamento del nostro sistema produttivo, aggravato tra l'altro dal paradosso di un Paese con un forte spirito imprenditoriale ma che stenta a superare quella

cultura anti-imprenditoriale che lo ha dominato per troppo tempo. Su questo ammodernamento dobbiamo però essere chiari fino in fondo: sono inevitabili dei sacrifici. Giusto ricercare il massimo dell'equità. Troppo spesso però vedo un sostanziale accordo sulla diagnosi e anche sulla terapia, ma quando poi si tratta di ingoiare la medicina ecco scattare i "se" e i "ma", naturalmente evocati in nome dell'interesse generale. No, una classe dirigente degna di questo nome ha il dovere di indicare soluzioni credibili e realizzabili, assumendosi anche la responsabilità dei costi che si dovranno pagare».

**Insomma sta criticando il governo?**

«Al contrario, è una critica a chi con il gioco dei veti ostacola l'adozione di provvedimenti fondamentali».

**Veti o non veti, il made in Italy è in crisi.**

«Un momento. Io parlo per i settori del nostro business: le competenze nella comunicazione di una Mediaset e di una Mondadori vincono e pagano. Questo non vale so-

lo per noi. E non vale solo per l'Italia. Telecinco è diventata in pochi anni la prima tv commerciale spagnola e la più redditizia in Europa con Mediaset. Mondadori sta cominciando ad esportare testate prestigiose: lo fa già all'Est, punta a farlo anche altrove, dagli Stati Uniti alla Cina.

**Ma voi comunque siete ancora molto concentrati in Italia.**

«Consideriamo l'estero una opportunità, anche se non intendiamo fare follie. Certo, non è facile. Bisogna rispettare le identità locali, ma soprattutto superare gli egoismi nazionali che in alcuni paesi sono ancora mol-

to forti. Se pensa che neppure un mese fa Francia e Germania hanno siglato un accordo per la nascita di "campioni europei" capaci di fronteggiare gli americani... "Campioni europei" o franco-tedeschi? Ma non basta: bisogna anche avere le dimensioni necessarie. Ho preso atto con piacere delle parole di Luca di Montezemolo sulla necessità di far crescere le imprese italiane: noi lottiamo da sempre per il nostro diritto prima ad esistere e poi a svilupparci».

**Eppure della legge Gasparri non potete certo lamentarvi.**

«La legge Gasparri è una legge equilibrata, che mette in grado il sistema della comunicazione italiana di competere a livello internazionale ma che ci ha anche imposto delle rinunce, come quella ad un quotidiano fino al 2011».

**A proposito di quotidiani. La televisione spadroneggia sul mercato della pubblicità, e i giornali hanno dovuto recuperare grazie a nuovi canali come i collaterali, libri, cd, cassette.**

«Nessuno ruba niente

a nessuno. Nella pubblicità c'è spazio di crescita per tutti: in Italia gli investimenti raggiungono solo lo 0,6% del Pil contro lo 0,8 della media europea. Per quanto riguarda i collaterali, noi della Mondadori siamo stati tra i primi a intuirne le potenzialità. Sono un fenomeno importante, che però non deve far dimenticare quello che è e resterà sempre il mestiere dell'editore: realizzare prodotti di qualità capaci di informare, di far discutere, di intrattenere. L'elemento centrale dovrà sempre essere la qualità editoriale».

**In concreto che cosa significa?**

«Significa fare una informazione completa, approfondita, responsabile, rispettosa dei vari punti di vista, e, se mi permette, attenta alle questioni sostanziali più che a fare cassa di risonanza per le polemiche di giornata. Che spesso nascono proprio per avere un effetto mediatico e durano lo spazio di un paio di titoli».

**Lei parla di qualità editoriale come elemento centrale. A dire il vero, secondo molti l'elemento centrale del vostro gruppo è quello di essere favorito dalla politica.**

«A queste polemiche abbiamo fatto l'abitudine. Bastano pochi esem-

«Già nel 2003 migliorati i conti di molte aziende.

La classe dirigente? Guidi lo sviluppo»

«I media sono un settore forte per il made in Italy. Dal '96 abbiamo investito 10 miliardi»

pi per smontarle. Dal 1996 ad oggi, a fronte di investimenti superiori ai 10 miliardi di euro, la nostra redditività è più che quadruplicata, crescendo costantemente a prescindere dagli assetti di governo. Ancora: da quando siamo entrati in Mondadori, all'inizio degli anni '90, i suoi margini sono praticamente raddoppiati. Di Telecinco e del suo successo abbiamo già detto... La realtà è che le nostre sono ottime aziende, ottimamente gestite. Credo che le 20 mila persone che lavorano in questo gruppo meriterebbero un po' più di rispetto».

Daniele Manca



IL GRUPPO E I CONTI

