

Televisione

di Giancarlo Radlce

Fininvest crescerà ancora Ma soltanto in Italia

Per la holding un 2004 da record
e un futuro tutto nazionale

A pagina 7



CAMPIONI NAZIONALI Dalle 3 reti a Mondadori, da Publitalia a Medusa: strategie e incognite per il futuro prossimo

Fininvest, il mondo può attendere

Per la holding della famiglia Berlusconi un 2004 record. E grandi spazi di crescita. Ma tutti in Italia

Mediaset che chiude il 2004 con il bilancio migliore della sua storia. E con il vicepresidente Piersilvio Berlusconi che preannuncia «un ottimo 2005». Mondadori che fa anch'essa il pieno di utili. Gli investimenti pubblicitari che arrivano a pioggia. E la nuova frontiera della tv digitale terrestre che promette più flussi di denaro di quanto immaginato. Tutto sembra girare a pieno ritmo per Fininvest, la holding della famiglia Berlusconi cui fanno capo anche Medusa (distribuzione cinematografica), Mediolanum (finanza), Tri-Finance (la finanziaria lussemburghese per le attività estere del gruppo), oltre a Milan e Pagine Italia. Una corsa verso dove? All'interno della business community italiana c'è chi considera il Biscione uno dei pochi gruppi italiani in grado di fare il grande salto verso una dimensione multinazionale. Una nuova News Corporation. Oppure, facendo i debiti scongiurati, una Vivendi.

In realtà niente di tutto questo rientra nell'agenda Fininvest da qui ai prossimi anni. Anche se i flussi di cassa (arrivati a 710,5 milioni di euro solo per Mediaset, mentre per Mondadori l'amministratore delegato Maurizio Costa dice di avere a disposizione liquidità fra i 300 e i 500 milioni), consentono forti investimenti, molto finirà per premiare gli azionisti. Tanto che quest'anno si calcola che 315 milioni di euro verranno distribuiti dalla Fininvest alla famiglia Berlusconi (che detiene il 100%) e altri 300 milioni abbondanti ai soci delle controllate come Mondadori (al 50,2% Fininvest) o Mediaset (al 50,1% Fininvest, il 26% di investitori este-

ri, il 10% di fondi italiani, il 5,3% di una platea di circa 250 mila piccoli risparmiatori). «Se disporremo di maggiori profitti, non avremo difficoltà a convogliarli verso gli azionisti», ha ribadito pochi giorni fa Giuliano Adreani, amministratore delegato Mediaset oltre che presidente e amministratore delegato di Publitalia, la concessionaria di pubblicità del Biscione. «La Fininvest che vedremo da ora ai prossimi anni — è la battuta che si sente ripetere fra gli analisti finanziari del settore — sarà una sorta di cash machi-

ne, una macchina dispensa soldi». Di certo lo scenario della holding di via Paleocapa, guidata dal vicepresidente operativo Marina Berlusconi, è molto diverso da quello di metà anni '90, risultato di una «diversificazione» che dalle attività originarie nel mattone aveva portato fino alla grande distribuzione. Nel '98, ultimo anno con la Standa in bilancio, il gruppo fatturava circa 10 mila miliardi di lire (meno di 5 miliardi di euro), i supermercati rappresentavano il 40% di tutti i ricavi, ma la redditività non superava il 5%. A parte televisioni ed editoria, le attività

erano quasi tutte in perdita. Nel '99, senza più Standa, il fatturato è precipitato a 7.500 miliardi di lire. E c'è voluto fino al 2003, quando ormai il gruppo aveva ceduto anche le attività immobiliari riunite in Edilnord, per far tornare i ricavi ai livelli del passato, attorno ai 5 miliardi di euro. Ma con una redditività quattro volte superiore.

Quasi dieci anni di lavoro in profondità, insomma, concentrandosi sui «mestieri» che il gruppo sa fare meglio: televisione ed editoria (con il supporto, ovviamente, della raccolta pubblicitaria). Così, con il fondato-

re dell'impero Silvio Berlusconi insediato a Palazzo Chigi con il suo secondo governo, Fininvest ha continuato a macinare risultati finanziari in continua crescita. Il 2004 dei record ha portato Mondadori a 1,65 miliardi di euro di fatturato e 104,1 milioni di utile netto. La corazzata Mediaset ha raggiunto i 3,44 miliardi di euro di ricavi (con Publitalia che ha assicurato 2,869 miliardi di pubblicità, il 9,1% in più del 2003), un risultato operativo di 1,034 miliardi e 500,4 milioni di profitti netti.

E la direzione di marcia è destinata a rimanere la stessa. Tanto più che a Fininvest (nel senso di Mediaset, Mondadori, Medusa) la legge Gasparri consente un aumento di ricavi stimato in 1,8 miliardi di euro prima di raggiungere la faticosa soglia anticoncentrazioni. «Con l'effetto che — come spiegano gli analisti finanziari —, vista la forte leva operativa del gruppo, ogni euro incassato va a trasferirsi direttamente sulla redditività». C'è un'incognita, però: l'esito finale delle inchieste condotte da Antitrust e Authority per le Comunicazioni sullo «sforamento» da parte delle emittenti del Biscione dei limiti massimi di affollamento pubblicitario.

Ma la vera «nuova frontiera» verso la quale appare lanciata soprattutto Mediaset è la tv digitale terrestre, quella che da fine 2006 (così dice la legge, anche se il termine è destinato a slittare) sostituirà l'attuale tv analogica nelle case degli italiani. «Il digitale — ha sottolineato più volte l'amministratore delegato Fininvest, Pasquale Cannatelli — ci consentirà di avere nuove opportunità di raccolta pubblicitaria e di contare su incassi per la vendita di contenuti media, traffico telefonico, servizi di trasmissione sulla rete». La base di partenza è quel milione e 600 mila decoder già venduti in Italia, grazie al contributo iniziale dello Stato di 150 euro ciascuno. Mediaset si è mossa subito, inventando un'inedita forma di distribuzione di contenuti media: con un investimento di 118 milioni ha acquistato i diritti degli incontri di calcio dei maggiori club (a cominciare da Juventus, Milan, In-

ter) da trasmettere, a 3 euro a partita, attraverso schede prepagate da inserire nel decoder. Sembrava una scommessa azzardata. Invece, in pochi mesi sono già state vendute 1,4 milioni di carte. Tanto da poter raggiungere il break-even fin da quest'anno. Secondo uno studio di Banca Imi, il calcio «prepagato» fatturerà 82,9 milioni già nel 2005, che saliranno fra 150 e 230 milioni nel 2006. Complessivamente, secondo Imi, il business della tv digitale potrà valere l'anno prossimo fino al 5% del margine lordo di Mediaset.

L'idea di puntare soprattutto oltre i confini nazionali non sembra insomma in cima ai pensieri del Biscione. «Consideriamo l'estero importante, ma non siamo disposti a fare follie», ribadisce Marina Berlusconi. Non che il gruppo non allinei già una lunga lista di attività internazionali. Dopo lo sbarco in Spagna e Germania, Mediolanum «sta valutando — come spiega Cannatelli — di espandere il suo modello in Francia e Polonia». Mondadori, dal canto suo, persegue da anni una strategia d'espansione all'estero fatta di partecipazioni (come Attica in Grecia) e rapporti di licensing (dalla Gran Bretagna all'Est europeo alla Cina). Quanto a Mediaset, controlla al 52% quella Telecinco che è

diventata la prima tv commerciale di Spagna e che nell'anno record 2004 ha registrato utili per 215,9 milioni di euro (il 76% in più del 2003) su un fatturato pubblicitario di 777,9 milioni (più 20,9%), tanto da contribuire per oltre un quinto ai ricavi dell'intero gruppo del Biscione. Verso gli altri due grandi mercati dell'Europa continentale l'atteggiamento resta invece molto cauto. Brucia ancora il doppio stop «politico» ricevuto in passato: quello del governo francese su La Cinq e quello tedesco ai tempi del salvataggio dell'ex impero televisivo di Leo Kirch. Maggiore interesse lo riscuotono semmai altri Paesi. La Turchia, per esempio, che come dice sempre il presidente di Mediaset Fedele Confalonieri «assomiglia alla Spagna di 10 anni fa». Oppure, a dar retta alle dichiarazioni di Cannatelli e Piersilvio Berlusconi, «i mercati dell'Est europeo, soprattutto Repubblica Ceca e Polonia». Di sicuro, in casa Fininvest si preferisce guardare al futuro con occhio pragmatico, «cogliendo le occasioni quando capitano». E nessuno si sogna di coltivare illusioni globali solo per il gusto d'inseguire Rupert Murdoch.



Cavalle

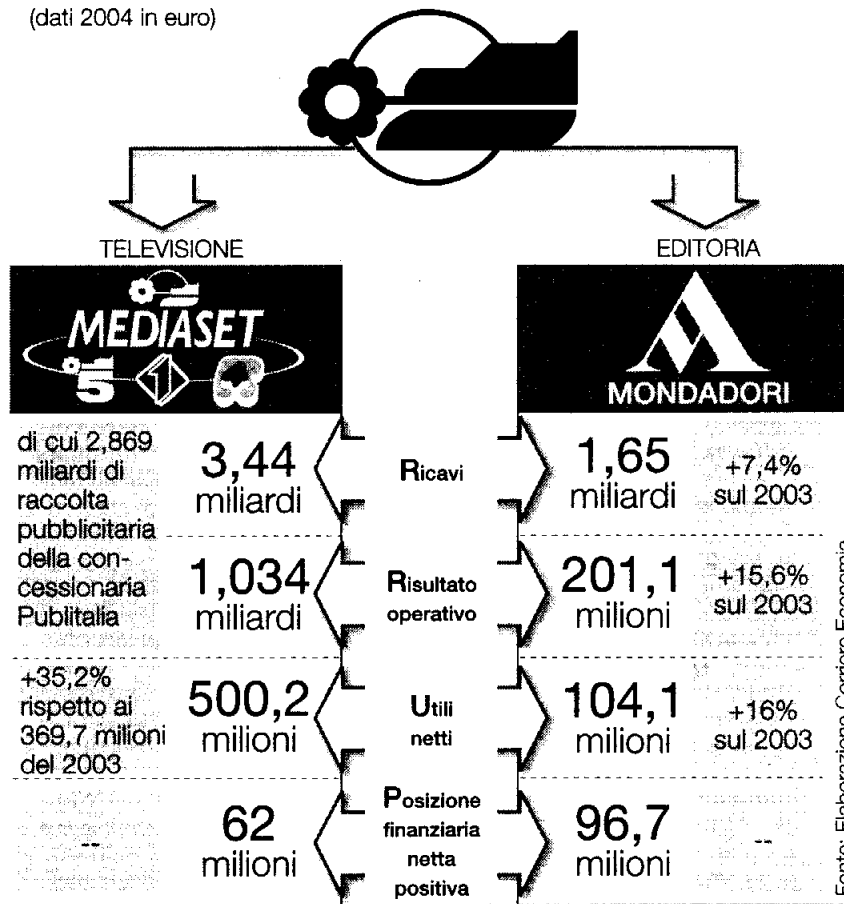
Fedele Confalonieri

ancora il doppio stop «politico» ricevuto in passato: quello del governo francese su La Cinq e quello tedesco ai tempi del salvataggio dell'ex impero televisivo di Leo Kirch. Maggiore interesse lo riscuotono semmai altri Paesi. La Turchia, per esempio, che come dice sempre il presidente di Mediaset Fedele Confalonieri «assomiglia alla Spagna di 10 anni fa». Oppure, a dar retta alle dichiarazioni di Cannatelli e Piersilvio Berlusconi, «i mercati dell'Est europeo, soprattutto Repubblica Ceca e Polonia». Di sicuro, in casa Fininvest si preferisce guardare al futuro con occhio pragmatico, «cogliendo le occasioni quando capitano». E nessuno si sogna di coltivare illusioni globali solo per il gusto d'inseguire Rupert Murdoch.

Giancarlo Radice

I due pilastri del gruppo Fininvest

(dati 2004 in euro)



Fonte: Elaborazione Corriere Economia