

◆ *In finanza* ◆

Mediaset prevede di chiudere il 2003 con ricavi pubblicitari a quota 2,630 miliardi di euro, in crescita del 6,5% circa rispetto all'anno scorso. Lo ha detto l'a.d. della società, Giuliano Adreani, aggiungendo che i primi mesi del 2004 saranno positivi. (Servizio a pag. 5)

* * *

LO HA DETTO IL VICEPRESIDENTE DELLA FININVEST MARINA BERLUSCONI ALLA CONVENTION DI MONTECARLO

Mediaset non è figlia della politica

*Il numero due del Biscione rivendica l'autonomia della società
Nel 2003 i ricavi di Publitalia cresceranno del 6,5%
Confalonieri, il nostro vero spauracchio è Telecom Italia*

DA MONTECARLO
MANUELA BRAMBATI

«Non siamo figli della politica. Pretendiamo rispetto». Marina Berlusconi, vicepresidente della Fininvest, difende a spada tratta l'azienda di famiglia fatta «da autonomia e libertà» di fronte ai 1.300 manager chiamati a raccolta a Montecarlo per la convention estesa per la prima volta a tutto il gruppo Mediaset. La top manager si scaglia contro chi, a suo parere, attacca false etichette alla società che controlla Mediaset. «Non ne possiamo più di quello che si dice, delle accuse di essere il frutto della politica e del conflitto d'interesse. Questa azienda non ha chiesto nulla né ottenuto nulla dalla politica, abbiamo solo dovuto evitare trappole». Marina Berlusconi, a un anno di distanza dalla convention di Publitalia in cui con il pancione annunciava di doversi allontanare per un po' dalla Fininvest per dedicarsi al lavoro di mamma, è tornata saldamente al comando dell'azienda e ha annun-

ciato di fronte alla platea radunata i frutti di un anno di lavoro. «Fininvest pensa di chiudere il 2003 con 4,7 miliardi di euro di ricavi e con un risultato operativo superiore agli 800 milioni di euro. Anche il risultato netto per la fine dell'esercizio mostrerà un segno positivo», ha spiegato la Berlusconi, che è anche la presidente di Mondadori. Proprio la casa editrice «manterrà quest'anno gli eccellenti risultati del 2002». Esprime anche compiacimento per i risultati del gruppo Medusa e di Mediolanum, anche se la soddisfazione maggiore è «per lo splendido lavoro svolto da Mediaset, da una squadra forte con saldi valori e legata da uno spirito umanitario». Ovviamente è soddisfatta per il via libera alla legge Gasparri. Ma è Fedele Confalonieri, il presidente di Mediaset, a cui fanno capo le reti del Biscione a esprimere un parere in merito: «Siamo contenti, non possiamo nascondere. Ma so che domani partiranno i ricorsi alla corte costituzionale già annunciati. Tireranno la giacchet-

ta al presidente Ciampi. È una storia infinita, anche se questa volta siamo riusciti a tenere una cosa (Rete 4) che volevano portarci via». A far paura al gruppo in questo momento, ha spiegato Confalonieri, «sono Telecom Italia e il magnate Murdoch per il quale il sole non tramonta mai». Le polemiche sulla legge Gasparri e la difesa dalle accuse di conflitto d'interesse non hanno comunque oscurato il dato sorprendente sul fronte della raccolta pubblicitaria. La macchina macina ricavi, non solo ha ripreso a correre, ma «ha superato la più rosea delle previsioni». Parola dell'amministratore del gruppo Giuliano Adreani: «Contiamo di chiudere il 2003 con una crescita dei ricavi pubblicitari stimata attorno al 6,5% rispetto al 2002, a quota 2.630 milioni di euro». E questo grazie alle grosse campagne degli investitori finanziari appena partite e che proseguiranno nel 2004. Adreani si riferisce a banche e assicurazioni che «hanno cominciato a investire alla luce delle fusioni e dei

profondi cambiamenti in atto». L'investimento di questa tipologia di investitori corrisponde a circa 200 milioni di euro. Dopo gli investimenti targati UniCredit, Ras, Mediolanum sulle reti del Biscione, l'a.d. del gruppo si attende per l'inizio 2004 quelli firmati Intesa e Capitalia le cui campagne pubblicitarie partiranno a gennaio. Se si considera però anche la spagnola Telecinco (di cui Mediaset controlla il 52%) che viene consolidata nel bilancio del gruppo da quest'anno, il dato relativo alla crescita del fatturato, anche se è difficilmente confrontabile dato che è mutato il perimetro di consolidamento, sale al 30%, a circa 3

miliardi di euro. Nonostante le stime al rialzo sul fronte degli introiti pubblicitari, che hanno dato la spinta al titolo (+2,3%), Marco Giordani, responsabile finanziario del gruppo di Cologno Monzese, ha detto che il gruppo manterrà invariata la politica dei dividendi.

La sfida del digitale terrestre.

Questo lo slogan scelto per la convention 2003 targata Mediaset. «Una sfida», ha concluso Confalonieri, «che si sta traducendo in un piano di investimenti triennali di circa 200 milioni di euro, anche se è difficile quantificare quando arriveranno i risultati, in termini di ritorno economico». (riproduzione riservata)