

Telecom stacca La7 dalla compagnia De Benedetti può avere le frequenze

Ieri il Cda ha avviato la procedura di cessione

di **Carlo Tecce**

Ora è ufficiale: stavolta La7, il giocattolo o il fastidio, il potere o il presidio, Telecom non la vuole più. E l'ammette con una parolina tecnica infilata in quei documenti che segnano un Consiglio d'amministrazione: dismissioni. Una parolina con un significato più vasto di quelle undici lettere che la compongono: oggi Telecom Italia Media (TiMedia), la controllata di Telecom, è in vendita. Chi la vuole, se la compri. Suona bene: per il resto, è uno spartito complicato. Il gruppo telefonico non vuole regalare il pacchetto intero, cioè frequenze e programmi col fiocco Enrico Mentana, un patrimonio che può valere circa 530 milioni di euro. Torri e piloni di qua, palinsesti e conduttori di là: due operazioni, due clienti. Prima i tre multiplex (pacchetti di frequenze) vanno nel nuovo contenitore con un socio per fare l'asta pubblica che abolisce il *beauty contest*; poi Telecom lentamente molla le mani per la gestione editoriale dei canali. Ambiziosa, e forse avventurosa, comunque una strategia per recuperare quei milioni smarriti di anno in anno.

CARLO De Benedetti non è stato profetico, forse l'intervista che andrà stasera su Rai2 l'ha registrata tempo fa: "Il presidente Franco Bernabè sarà costretto a vendere La7; ma ne è ancora innamorato". A Telecom dicono che De Benedetti, escluse le profezie, conosce benissimo l'approccio: niente bonifici pronta-consegna, ma una trattativa lunga e laboriosa per mirare a un risultato piuttosto prevedibile:

uno sconto sui prezzi. Un timore che circonda l'azienda: la svendita sofferta, più che la vendita spettacolare. Ai potenziali acquirenti - e dunque al Gruppo Espresso - va mostrato il piatto più ricco: le frequenze, che non marciscono, che non pagano lo share, che non bucano i bilanci. Così può iniziare un rapporto con De Benedetti: con i preliminari.

NONOSTANTE un palinsesto più robusto che sfrutta la scia di Mentana, senza scomodare i centri media, si può dire che La7 è tornata un passo indietro: a volte accelera, spesso frena, e tiene una velocità intorno al 3,7 per cento di share. La concorrenza è distante. Può consolare, nei giochi dove non vince nessuno, il tracollo in Borsa di Mediaset: il titolo segna il -11 per cento, un timbro che boccia la trimestrale con un utile al ribasso di 85 pun-

ti. Per farsi male, si può ricordare che la pubblicità scappa ovunque - che sia viale Mazzini o Cologno Monzese - eppure TiMedia incassa a buon ritmo. Quest'insieme di indicazioni e numeri può spiegare La7, e spuntare una lista (non eccessiva) di candidati. Un terzetto che prevede, ovviamente, l'ingegner De Benedetti. C'è la soluzione berlusco-

niana: il francotunino Tarak Ben Ammar, amico e sodale del Cavaliere, in coppia con Urbano Cairo (che già raccoglie la pubblicità di TiMedia) oppure simbolicamente solitario con i contributi arabi. E c'è l'ipotesi Diego Della Valle, desiderio inesperto di Mentana, suo amico: azioni firmate Tod's e azioni anche per dirigenti e giornalisti. Fra nomi che si rincorrono e che si ripetono, la novità è che TiMedia è in attesa: adagiata sul mercato. C'è da capire che tipo di mercato sia: placido o tempestoso? Non si contano più le occasioni sprecate, o volutamente gettate via, per fondare il terzo centro televisivo (polo ormai è fuori moda). Quasi vent'anni fa, alba di Forza Italia, De Benedetti disse "no, grazie" al Telesogno di Michele Santoro e Maurizio Costanzo che cercavano una sponda per un'operazione da 70 miliardi di lire. E Telemontecarlo finì a Vittorio Cecchi Go-

ri. Come l'Apple rimase di Steve Jobs: "Con lui feci la più grande stupidaggine della mia vita. Ero in California, dove lavoravano 300 ingegneri della Olivetti. Ero con Elsefino Piol, che mi disse: 'Ci sono due ragazzi in un garage che stanno facendo progetti, passiamo un attimo...'. Vidi 'sti due, erano Wozniak e Jobs, che trafficavano con delle piastre elettroniche. Jobs mi chiese se ero disposto a mettere un milione di dollari, era il 1980, per avere il 20% dell'azienda", racconta l'editore di *Repubblica* a *Fratelli d'Italia* su Rai2.

QUASI un anno fa, tramonto del Cavaliere, durante la caccia ai conduttori di viale Mazzini dell'amministratore delegato Gianni Stella detto *er canaro*, la concessionaria pubblicitaria di Sky offrì un accordo molto vantag-

gioso a TiMedia che s'apprestava a presentarsi in autunno con Michele Santoro: un'alleanza satellite-digitale che poteva spaventare Mediaset. E spaventò, appunto, Silvio Berlusconi. Tanto per srotolare il calendario, va ricordato quando TiMedia puntava al 3 per cento di share di La7 per convivere serenamente con i rivali. Di anni ne sono passati, chissà se il mercato televisivo se n'è accorto.

**L'editore di
Repubblica negli
anni Novanta
disse no
al Telesogno
di Santoro
e Costanzo**

**Tra i nuovi
azionisti della tv
potrebbe
arrivare
anche
l'imprenditore
Diego Della Valle**