

Il personaggio

L'allievo Cairo e il maestro Silvio Ultimo sogno: la scalata in politica

Vite parallele

La pubblicità, il calcio, i giornali

Una vita a rincorrere il modello

Il contatto negli anni '80

La telefonata alla Edilnord

«Ho delle idee per il Dottore...»

Interventismo

Le critiche alle politiche di Renzi

«In economia deve far meglio»

Pietro De Leo

■ Oltre il 50,13%, quota delle azioni Rcs conquistate con la sua opas, Urbano Cairo ha un altro numero fortunato: 8880. Senza 02, perché all'epoca non c'erano ancora i prefissi. Era il telefono della Edilnord. Cairo, studente alla Bocconi nei primi anni '80, aveva letto un'intervista al patron Silvio Berlusconi su Capital, rivista patinata che permetteva all'Italia di sognare sulle gesta dei capitani d'impresa, condottieri della finanza ed eredi delle grandi dinastie del capitalismo. Compose quel numero. «Ho due eccezionali idee che vorrei spiegare al dottor Berlusconi». Stando a quanto raccontò lui stesso una decina d'anni fa a Sette del Corriere della Sera, Cairo parlò così alla segretaria di Berlusconi all'altro capo del filo. Ottenne l'appuntamento.

In realtà, quelle idee che Cairo espose il Cavaliere le aveva già sviluppate, però in compenso quel giovane originario di Alessandria, famiglia contadina, lo colpì. E lo volle al suo fianco come assistente. Ecco, dunque, Cairo salire sulle montagne russe dagli anni '80 dal vagone principale targato Fininvest. Era l'epoca del berlusconismo d'assalto nella prateria televisiva e nella giungla della raccolta pubblicitaria. Gli anni craxiani del vortice Milano, del Vogue Club di Danilo Arlenghi dove Berlusconi e i suoi si ritrova-

vano a far serata, delle top model, le maggiorate di Drive In e il mito del risultato. Che Cairo, ragazzo precoce però mai tentato dall'autoesaltazione yuppista, comincia a macinare. Fu lui, ad esempio, decisivo per l'acquisizione di Italia 1 dalla famiglia Rusconi, ormai non in grado di contendere i prezzi competitivi della raccolta pubblicitaria proposti da Berlusconi. La leggenda vuole che proprio l'anziano Edilio si incontrò con Cairo, ambasciatore del Biscione, di venerdì, per concordare una cifra cui vendere gli spazi a partire dal lunedì successivo. Solo che Cairo, tornato in ufficio, scatenò gli agenti riuscendo a coprire tutti gli spazi di Canale 5 a un prezzo più basso, ancora possibile in quelle quarantotto ore restanti. A Rusconi, quindi, non restò che vendere la rete.

Cinismo d'azienda. Dedizione al lavoro a ritmi sovrumani. Questo sembra accomunare Cairo a Berlusconi. Al pari del riferimento ai «sogni» che tratterà l'avventura a tutto tondo del Cavaliere come quella, in pieno corso, del suo giovane ex assistente. Diversi per afflato pubblico. Tanto debordante quello di Berlusconi, mite quello di Cairo. Le pagine dei giornali comprate da quest'ultimo via via per celebrare i risultati aziendali sono nulla di fronte all'agiografia di sé che Berlusconi ha composto negli anni. Non è sul racconto, ma sulla sostanza, che Cairo comincia a competere con il maestro. Il punto di svolta avviene a metà degli anni '90. Cairo non aveva seguito

Berlusconi in politica, preferendo rimanere in azienda. Sulla galassia berlusconiana si abbatté il ciclone del pool di Milano, che contesta l'esistenza di una specie di struttura parallela, per gestire soldi in nero dalla raccolta pubblicitaria, messa su dai manager Fininvest. Che adottano la linea di resistenza ad oltranza alle accuse. Tranne uno, Urbano Cairo, che decide il patteggiamento. Anni dopo, con la cancellazione del reato la sua fedina penale risulta di nuovo pulita.

Questa scelta acuirà le tensioni con l'azienda, già accese per via di alcuni dissidi con Franco Tatò (ad chiamato a risanare i conti) e Marcello Dell'Utri. Cairo se ne va con una cospicua liquidazione e comincia a percorrere le orme dell'ex Capo: fonda la sua agenzia di pubblicità e conquista come cliente Rcs, che gli commissiona la raccolta. Poi arrivano gli spazi pubblicitari dello Stadio Olimpico e di Telepiù.

E prende quota, Cairo, nel mondo editoriale. Che assume subito una dimensione sentimentale. Come Berlusconi aveva acquistato l'Arnoldo Mondadori Editore, il suo allievo conquista la Giorgio Mondadori, delle riviste di nicchia come Airone, Gardenia, Bell'Italia. Si narra che in una telefonata di cortesia con l'ex capo, Cairo si fosse vantato perché avrebbe avuto, anche lui, «una sua Mondadori». E forse è proprio questa la chiave del tutto, la rincorsa al modello, da scorgere nelle scelte imprenditoriali successive. Le testate lanciate negli an-



ni, Di più, Di Più Tv, For Men Magazine, Diva E Donna si rivolgono all'evoluzione antropologica della Casalinga di Voghera cui hanno sempre parlato le reti del Biscione.

Ma per esser pari al maestro, servono una squadra di calcio, e Cairo compra il Torino nel 2005 (anche se non ha nemmeno mosso il primo passo dell'epopea del Milan berlusconiano), e una tv, e acquisisce dalla Telecom La 7 nel 2013. A questo punto, dopo il *Corriere della Sera*, manca un solo tassello, la politica. Cairo comincia a dire la sua e, in una recente intervista al *Foglio*, ha bocciato la politica economica del governo. Una sortita che ricorda un po' quel Berlusconi del '93, che mentre covava la sua creatura politica si esibiva frequenti uscite pubbliche dal sapore vagamente militante. Al momento è fantascienza, certo. Ma le coincidenze, specie quando sono tante, hanno sempre un certo fascino.