

L'INTERVISTA / DANIELA SANTANCHÈ

«Adesso la crisi non ci fa più paura»

A capo di *Visibilia*, società che raccoglie pubblicità per «il Giornale», «Liberò» e altri quotidiani locali, ha realizzato nel 2009 un +30% di fatturato. «Come ho fatto? Semplice, ho staccato i venditori dal telefono e li ho mandati in giro»

Rodolfo Parietti

■ Tutti le dicevano: «È impossibile, c'è la crisi». Insomma, lascia perdere. E invece la «caparbia Daniela Santanchè», per usare la definizione di Silvio Berlusconi, ce l'ha fatta: a capo di *Visibilia*, la concessionaria di pubblicità di *Giornale*, *Liberò*, *Riformista*, *Metro*, più alcuni quotidiani locali, la vulcanica leader del Movimento per l'Italia, è riuscita nel 2009 a mettere a segno un più 30% negli investimenti nonostante lo stato di sofferenza del settore editoriale.

Dottoressa Santanchè, l'ultimo rapporto Nielsen è un bollettino di guerra: tra gennaio e novembre 2009 gli investimenti pubblicitari nella carta stampata sono crollati del 22,5%. *Visibilia* è invece cresciuta: come è stato possibile?

«Ho avuto fortuna».

Scusi, in che senso?

«Ho cominciato a occuparmi un paio di anni fa di questo settore senza avere neppure uno zainetto di consigli. Non sapevo nulla di pubblicità, ed è stata la mia forza. Nessuna contaminazione pregressa. In *Visibilia*

ho così potuto travasare la mia voglia di innovare, con passione e umiltà. Poi, è vero, se non ti dai da fare non vai da nessuna parte».

Appunto: come ci si dà da fare in un settore giudicato maturo da molti?

«Bisogna abbandonare la strategia del mantenuto».

Prego?

«Spiego: basta con i venditori attaccati al telefono. Io in ufficio non voglio vedere nessuno. La suola delle scarpe va consumata, perché il cliente lo si deve poter guardare negli occhi».

Anche in tempi di crisi, quando nessuno pare più disposto a investire, men che meno in pubblicità?

«Soprattutto ora. Le aziende hanno ancor più bisogno di comunicare, di visibilità, quando le cose non vanno bene».

Eppure, c'è chi dice che la carta stampata sia ormai al capolinea per colpa di Internet, dei social network, dei blog...

«Non è vero. O, meglio: può essere in parte vero per i giornali generalisti. Lo spazio per i giornali di opinione invece c'è, ed è dato dalla crescente domanda di verità, dall'esigenza

di leggere non notizie rimasticate, ma commenti e posizioni originali, capaci di stimolare il dibattito».

Carlo De Benedetti ha detto che è «finito il tempo dei pasti gratis», con riferimento alle notizie non a pagamento che si trovano in rete. Ancor prima, Rupert Murdoch aveva annunciato l'intenzione di permettere solo agli abbonati l'accesso alle sue testate on line. Non c'è il rischio che anche la *free press* segua lo stesso destino?

«Al contrario. Io sono convinta che la *free press* crescerà, anche perché svolge un ruolo di *education* tra i giovani, poco abituati alla lettura. Questi giornali possono essere il veicolo per acquisire futuri lettori, disposti a pagare un euro e 20 per una copia comprata in edicola».

Qual è l'obiettivo dell'imprenditrice Daniela Santanchè?

«Non è il guadagno, se è questo che vuole sapere. M'importa a quanta gente do da lavorare, consapevole che la forza di *Visibilia* sta nella mia squadra. Non si vince da soli».

Quando, con Flavio Briatore, era l'anima del Billionaire

re la pensava così?

«Non rinnego il passato, ma ora ho voltato pagina. Bisogna anche essere figli del proprio tempo: oggi è richiesto più rigore, e io mi sento in obbligo di dare l'esempio. Del resto, mio padre diceva: "Per saper comandare, bisogna saper fare"».

***Visibilia* crescerà ancora?**

«Nel 2010 vogliamo bissare l'incremento dell'anno scorso, per raggiungere un fatturato di 75 milioni di euro contro i 20 del 2008-2009».

Bonus ai banchieri: da eliminare?

«Le banche devono tornare a far le banche e nella finanza c'è bisogno di più etica»

È vero che da grande vuol fare il ministro del Tesoro?

«Mannò, era solo il sogno di una ragazza di 17 anni che preferiva la scrivania di Quintino Sella alla carriera di medico o di attrice».

Bene, allora si metta al posto di Tremonti per un attimo: il taglio delle aliquote si può fare?

«Se la ripresa si consolida, sì. Anzi: credo che prima della fine della legislatura, Berlusconi taglierà le tasse. Ne sarei felice: il fisco è il mio primo socio, al 50 per cento».



OBBIETTIVI

Secondo le stime, nel 2010 il giro d'affari di Visibilia dovrebbe toccare i 75 milioni di euro contro i 20 realizzati nel 2008-2009

Neofita

La mia forza è stata quella di non saper nulla di pubblicità

Futuro

Internet e blog non uccideranno mai i giornali d'opinione

Free press

Crescerà ancora svolge un ruolo di education tra i giovani

Tasse

Se saranno tagliate ne sarò felice: il fisco è mio socio al 50%

