

IL ROAD SHOW 2019

Cairo lancia Rcs
nel mercato
romano

Nella meravigliosa Villa Aurelia, sulla cima del Gianicolo, il presidente e amministratore delegato di Rcs Mediagroup, Urbano Cairo, racconta ai settori vitali dell'economia romana e non solo, dal digitale alla telefonia, dall'automotive al fashion, il difficile lavoro portato avanti con successo sia su La7 che

sui quotidiani e periodici. È stata questa la tappa capitolina del Road Show 2019 di Rcs «La forza delle idee» alla quale hanno partecipato oltre cento imprenditori. «Il mio problema non è stato tagliare i costi, ma gli sprechi», spiega Cairo.

a pagina 7 **DI FRISCHIA**

Cairo lancia Rcs nel mercato romano

Il Road Show 2019 con oltre cento imprenditori, dall'automotive al digitale, tra idee e progetti

La vicenda

● Urbano Cairo ha preso la guida di Rcs Mediagroup nel giugno 2016

● Dal 2011 al 2015 il Gruppo ha perso 1,3 miliardi. Nel 2018 invece la marginalità positiva è di 156 milioni

22,8

milioni sono i contatti settimanali tra testate tradizionali e online del sistema integrato di Corriere della Sera e Gazzetta dello Sport (dati rilevati nel 2018)

Economia

di **Francesco Di Frischia**

Tonino Boccadamo

«È utile il dialogo tra imprenditori e pubblicitari per stimolare l'economia»

I settori vitali dell'economia romana e non solo, dal digitale alla telefonia, dall'automotive al fashion, hanno partecipato alla tappa capitolina del Road Show 2019 di Rcs «La forza delle idee».

Nella meravigliosa Villa Aurelia, sulla cima del Gianicolo, il presidente e amministratore delegato di Rcs Mediagroup, Urbano Cairo, ricorda il difficile lavoro portato avanti con successo sia su La7 che sui quotidiani e periodici: «Il

mio problema non è stato tagliare i costi, ma gli sprechi. La mia bussola è sempre stata quella di non voler mandare a casa nessuno». Infatti quando ha rilevato l'emittente televisiva, quasi sei anni fa, La7 aveva 420 dipendenti e oggi ne ha altrettanti. Stesso discorso in Rcs: «Nel 2016 c'erano 3.300 dipendenti: oggi ce ne sono sempre 3.300 - aggiunge il presidente -. E chi è andato via è stato rimpiazzato con giovani che dedichiamo soprattutto al web dove stiamo investendo in modo molto importante». Parole condivise da Raimondo Zanaboni, direttore generale di Rcs Pubblicità, affiancato dai top manager tra i quali Marco Ghigliani, ad di La7 e dai direttori del *Corriere della Sera*, Luciano Fontana, e della *Gazzetta dello Sport*, Andrea Monti. E dalle pesanti perdite che aveva Rcs «dopo tre anni siamo riusciti a avere una marginalità che è andata da meno 170 a più 156 milioni - sottolinea Cairo -. Come sia-

mo riusciti a ottenere questi risultati? Tagliando le inefficienze e lavorando molto al sostegno dei fatturati, delle diffusioni e con la crescita della pubblicità, soprattutto nel 2017 e nel 2018. Così abbiamo trovato le risorse per le tante nuove iniziative promosse e per il rinnovamento dei quotidiani e dei periodici». Chiaro il segnale lanciato al mercato sulle potenzialità del Gruppo.

Nelle prime file della sala Tonino Boccadamo, ad del Gruppo omonimo (gioielli), osserva: «È sempre utile e in-



teressante confrontarsi tra imprenditori e pubblicitari per fare emergere spunti e linfa vitale che sono importanti stimoli all'economia. In fondo dalla necessità si crea la virtù». Riferendosi poi al fashion Boccadamo aggiunge: «Con buone strategie e idee vincenti si può uscire dalla crisi economica attuale». Qualche fila più avanti siede Erica Giandomenico, pr manager di Mazda, che è più ottimista: «Per l'automotive non è un periodo semplice: abbiamo subito provvedimenti che ci penalizzano sul

fronte delle emissioni anti smog. Comunque speriamo che il 2019 sia un anno positivo per l'evoluzione del nostro brand: ci sono nuovi modelli in uscita, tra i quali un Suv che stiamo per presentare al Salone di Ginevra».

Dall'automotive al digitale, Gaetano di Tondo, direttore delle relazioni esterne e istituzionali di Olivetti (Gruppo Tim) sottolinea che «tanti segnali vanno verso la digitalizzazione, sempre più necessaria, della Pubblica amministrazione e in generale del Paese anche per dare un

importante contributo alla crescita dell'economia».

Gianluca Comin, fondatore della società di comunicazione omonima, guarda avanti: «Qui non abbiamo la dimensione della finanza come a Milano, nè la manifattura del Nord-Est, ma nell'economia romana c'è molto fermento e il ruolo dei media tradizionali credo che anche in futuro sarà ancora importante. Certi marchi sono garanzia di una informazione di qualità, soprattutto in un mondo di fake news».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il presidente e ad di Rcs, Urbano Cairo (al centro) e i direttori della Gazzetta dello Sport, Andrea Monti (a sinistra) e del Corriere della Sera, Luciano Fontana



Digitale Gaetano Di Tondo (Olivetti)



Confronto Raimondo Zanaboni e Erica Giandomenico