

"Super Luca" et "Super Diego", symboles de la réussite à l'italienne

Luca Cordero, marquis de Montezemolo, 58 ans, et Diego Della Valle, petit-fils et fils de cordonnier, 53 ans, sont amis de longue date. Pour les Italiens, ils sont, chacun dans son domaine, les symboles de la réussite du "made in Italy".

Le premier a donné six titres mondiaux consécutifs à Ferrari, de 1999 à 2005, alors que, à son arrivée comme PDG, fin 1991, la prestigieuse Scuderia vivait depuis des années une triste disette sur les circuits de formule 1. Le second a transformé le petit atelier de grossiste créé par son père dans les Marches en un groupe de 1 500 salariés réalisant un chiffre d'affaires de 300 millions d'euros dans l'industrie de la chaussure de luxe.

"Super Luca" et "Super Diego", comme on les surnomme souvent, doivent tout deux une part de leur réussite à Gianni Agnelli, "l'Avvocato", le puissant patron de Fiat, qui symbolisa pendant des décennies le miracle italien tout en exerçant son influence à l'intérieur comme à l'extérieur du pays. C'est surtout vrai pour Luca di Montezemolo, dont la carrière s'est faite sous la bienveillante attention de la famille Agnelli.

Descendant d'une famille aristocratique du Piémont, Luca di Montezemolo est né à Bologne, une ville dont il préside toujours la Foire, tout en étant impliqué dans le club de football. Parallèlement à des études de droit, il vit sa jeunesse à grande vitesse, au volant de voitures de rallye. C'est en entendant ce passionné de compétition automobile à la radio qu'Enzo Ferrari, dit-on, aurait décidé de l'embaucher. A 25 ans, le néophyte aux allures de play-boy devient l'assistant du "Commandatore", tout en continuant lui-même la compétition automobile avec son meilleur ami, Cristiano Rattazzi, fils de l'une des soeurs Agnelli.

Il rejoint Fiat en 1977 après les deux titres mondiaux de Ferrari. Directeur des relations extérieures, puis administrateur délégué des activités éditoriales du groupe turinois, il se lie d'amitié avec Gianni et la famille Agnelli. Sportif dans l'âme, il prend en main le challenge italien pour la Coupe de l'America en 1982, puis, passant de la voile au football, le jeune manager gagne une notoriété nationale en menant à bien l'organisation du Mondiale italien en 1990. "Le vrai secret du succès, c'est l'enthousiasme", a-t-il coutume de dire aux gens qu'il embauche chez Ferrari, où sa présidence coïncide avec des résultats commerciaux inédits.

C'est tout naturellement qu'à la mort brutale d'Umberto Agnelli, fin mai 2004, la famille lui confie la présidence du groupe Fiat en difficulté. Une charge supplémentaire pour celui qui vient de se faire élire par ses pairs président de la Confindustria, sans penser une seconde à abandonner les rênes de Ferrari. Depuis, il est présent sur tous les fronts, sans jamais déléguer dans le domaine où il excelle : la communication. Il a hérité de "l'Avvocato" une estime très relative pour la réussite de Silvio Berlusconi.

Pour Diego Della Valle, le patron de Tod's, la "filiation" est beaucoup plus indirecte, quasi accidentelle. Quand il "inventa" le mocassin qui devait faire sa fortune, le jeune Della Valle se heurta d'abord à la perplexité d'une clientèle déroutée par la semelle aux 133 picots : c'est "l'Avvocato" qui lança la mode en se montrant à la télévision avec sa paire de Tod's, avant de convertir ses amis de la jet-set.

Diego Della Valle est de ces self-made-men qui ne craignent pas d'afficher leur réussite. Son avion et son hélicoptère personnels sont immatriculés "DDVE" et il passe ses vacances sur son grand yacht en acajou, le Marlin, ayant appartenu aux Kennedy. Comme Berlusconi, il possède un club de football, la Fiorentina, arraché à la faillite en 2002, reparti de zéro en quatrième division, et qui a joué les premiers rôles cette saison en série A. Le terrain du calcio a été celui de ses plus violents affrontements, notamment pour la répartition des droits de télévision, avec un système dominé par Silvio Berlusconi, propriétaire du Milan AC, et ses hommes de confiance, placés aux postes-clés du football professionnel.

"Super Diego" comme "Super Luca" cultivent l'image de patrons rigoureux, autoritaires et énergiques, mais également une certaine décontraction. Chaleureux et adepte du parler vrai, le premier prône le rôle citoyen de l'entrepreneur, mais réfute toute ambition politique. Luca di Montezemolo aussi, même si son discours en conduit certains à lui prédire un avenir politique. Le politologue Sergio Romano n'y croit pas : "L'arrivée au pouvoir d'un homme d'entreprise a été possible en 1994, quand la politique était à genoux, mais aujourd'hui elle a repris le contrôle de la situation."

Associés dans leur "culture de séparation" entre l'Etat, les banques et l'industrie, les deux amis le sont aussi en affaires. Il se croisent dans les conseils d'administration. Leurs entreprises se côtoient au capital de plusieurs groupes, dont Le Monde. Avec quelques proches, ils ont créé la holding Charme, qui rachète et développe avec succès des marques de luxe comme les meubles Poltrona Frau, les lunettes Web ou le cachemire Ballantyne. Nulle trace d'un échec, pour l'instant, sur leurs CV respectifs.

Article paru dans l'édition du 18.03.06