

Venerdì 4 dicembre 1998

4

VERSO LA MONETA UNICA

l'Unità

IN
PRIMO
PIANO

◆ **I risparmiatori collocheranno altrove le proprie sostanze, anche se non elevate perché il deposito non renderà nulla**

◆ **Gli istituti non sono obbligati ad adeguarsi ma sarà la concorrenza europea a fare scendere le remunerazioni sui prestiti**

◆ **I clienti rivendicano ormai la totale gratuità delle operazioni elementari di base in cambio della «rendita zero» dei depositi**

A un passo dal 5% sui mutui per la casa

Conti correnti verso l'interesse zero ma per le banche i margini si riducono

RAUL WITTENBERG

ROMA Romano Prodi ha mantenuto la sua promessa dei mutui per la casa al 5%. L'ha mantenuta, per così dire, in contumacia non essendo più a capo del governo. Sta di fatto però che con il nuovo taglio del tasso di sconto da parte della Banca d'Italia, e ancor più con quello atteso per la fine dell'anno per unificare i tassi europei al 3% dal primo gennaio, siamo a un passo dal mitico 5% per comprarsi l'appartamento. Un altro effetto del calo dei tassi, per il consumatore, è che dovrà cambiare le sue abitudini nei rapporti con le banche. Nel senso che dovrà limitare al massimo i depositi in conto corrente, giusto il minimo per le spese di routine; spostando i soldi che intende mettere da parte, siano pure 10 milioni, su uno dei tanti investimenti finanziari (fondi comuni) sul mercato, perché il conto corrente finirà per non rendere una lira d'interesse dovendo sopportare solo i costi della gestione.

la clientela dal primo gennaio, con le operazioni denominate in Euro, avrà a disposizione tutte le banche dell'Unione. Mauro Novelli dell'Adusbef ricorda che l'indicazione della Banca d'Italia sul tasso ufficiale di sconto non si trasferisce automaticamente nelle condizioni praticate dalle banche, perché queste si approvvigionano a Via Nazionale solo per il 5% del loro fabbisogno.

PRESTITI E FIDI
Già in ribasso top e prime rate di diversi istituti
La resa dei c/c ora può limitarsi allo 0,25%



Quindi l'associazione di consumatori sollecita gli istituti di credito ad «adeguare velocemente i tassi sui fidi e sui prestiti».

MUTUI. Attualmente l'interesse per i mutui immobiliari si colloca tra il 5,75 e il 6,5% rispetto a un tasso di sconto che solo a fine ottobre è sceso dal 5 al 4%. Quindi il 5% per i mutui è davvero a portata di mano. Anche perché da gennaio il

mercato dell'Euro permette agli italiani di farseli prestare a Marsiglia, i soldi, se li costano meno. Per i vecchi mutui, ve ne sono al 16% contrattati nel '92, l'Adusbef ricorda come dieci mesi fa tutte le associazioni dei consumatori si sono battute per ottenere la rinegoziazione.

PRESTITI E FIDI. Già da ieri alcune banche hanno ridotto il «prime rate» e il «top rate», l'in-

teresse più basso e il più alto praticato ai clienti rispettivamente migliori e peggiori. La prima è stata Banca Intesa (nata dalla fusione tra Cariplo e Ambroveneto) che ha tagliato notevolmente l'interesse più caro, dal 14 al 12,5%; limitandosi allo 0,50 per il «prime rate» che è sceso dal 6,75 al 6,25%. Il «top rate» riguarda poco i fidi bancari, che sono contrattati col

cliente, ma piuttosto lo scoperto improvviso e imprevisto, che ripeténdosi può essere colpito da un «over top rate». Riguardo ai prestiti personali ora siamo a tassi del 10,5-12,5%, vedremo se la concorrenza e il taglio del Tus li farà calare. Per non avere spiacevoli sorprese la clientela deve pretendere dalle banche che sia comunicato il Taeg (tasso annuo effettivo globale, compresi i costi accessori).

DEPOSITI IN C/C. Ormai l'interesse sul conto corrente può limitarsi allo 0,25%, di solito difficilmente recupera l'inflazione (1,5%). Anzi, invece di rendere, il conto corrente sta diventando oneroso. L'Adusbef calcola che bastano una decina di operazioni al mese per dover sborsare tra commissioni e spese di estratti conto, 3-400 mila lire l'anno. Si va rapidamente verso il conto corrente a interessi zero, l'Adusbef propone che in cambio siano offerte gratuitamente le operazioni semplici come versamenti, prelievi, pagamento di bollette. Comunque il calo dei tassi mette in difficoltà le banche perché si riduce la forbice tra interessi attivi e passivi: l'interesse passivo (che spetta al cliente) è vicino allo zero, il margine per le banche è destinato a calare.



SEGUE DALLA PRIMA

COSÌ I BANCHIERI DANNO IL VIA...

È troppo presto per dirlo, ma va ricordato che la condotta seguita dalla Bundesbank - il modello al quale più di altri dovrebbe avvicinarsi quello della Bce - nella gestione della politica monetaria non ha mai ignorato, pur nella priorità del contenimento dell'inflazione, l'andamento della crescita.

Ma in questi giorni altre decisioni, meno clamorose ma non per questo meno importanti, sono state prese in merito al funzionamento dell'euro e che mostrano come si vadano mettendo a punto le caratteristiche del regime di politica monetaria dell'euro. La Banca Centrale Europea ha annunciato, solo un paio di giorni orsono, la definizione del suo obiettivo monetario M3 - e il relativo tasso di crescita di riferimento (il 4,5 per cento) per il 1999, che dovrebbe riflettere un tasso di crescita del Pil del 2,5 per cento e un tasso di inflazione del 2 per cento.

Un'altra decisione, presa dai ministri economici e finanziari europei, ha chiarito un ulteriore punto relativo alla gestione della moneta unica, quello della rappresentanza dell'area euro nell'ambito del G7. La soluzione adottata si basa su un meccanismo di rotazione che largamente adottato in sede comunitaria e, al di là del suo significato istituzionale, rappresenta un ulteriore

passo verso la definizione di una sola «voce» dell'Europa in campo internazionale. Questo insieme di decisioni fa seguito a un periodo di dibattito, anche aspro, tra le autorità monetarie e quelle finanziarie dell'area euro in merito al modello di politica economica dell'Unione Europea a moneta unica. Il clima è oggi più tranquillo e la linea adottata sembra essere quella di rinunciare a occasioni di conflitto per permettere un avvio il più tranquillo e solido possibile della unione monetaria. La decisione presa sui tassi di interesse sembra suggerire il nuovo clima e ben depone per l'avvio della moneta unica.

La soddisfazione unanime per questo «avvio anticipato dell'euro», come molti osservatori hanno definito la scelta di ieri, non deve peraltro far dimenticare che sulla via della costruzione dell'Europa del nuovo millennio già si presentano altri problemi. Sono quelli, per esempio, relativi alla trattativa sulla «Agenda 2000», che prevede in particolare la definizione di una nuova politica per il bilancio dell'Unione. Su questo terreno registriamo, per adesso, prese di posizione dei diversi paesi che riflettono visioni contrapposte, tutte più o meno a difesa degli interessi nazionali. Il semestre di presidenza tedesca dell'Unione Europea assai probabilmente vedrà questo tema al centro del dibattito e, auspicabilmente, le differenti posizioni potranno trovare una soluzione comune e all'altezza delle ambizioni e delle responsabilità dell'Ue. In caso contrario, dell'avvio dell'euro potrebbero essere sfruttati solo in parte assai contenuti.

PIER CARLO PADOAN

ECONOMIA & COSTUME

RITORNO AGLI ANNI SESSANTA, MA STAVOLTA SENZA BOOM

ENRICO MENDUNI

Tassi di sconto al tre-tre e mezzo di sconto; prezzi della benzina (il principale genere di largo consumo totalmente importato dall'estero) stabili, se non in calo; inflazione al palo. Per certi aspetti sembra di essere tornati nei primi anni Sessanta, quando l'Oscar della lira assegnato alla Banca d'Italia guidata da Donato Micheli garantiva i risparmi degli italiani e il loro nascente benessere. Dopo un decennio di ininterrotto sviluppo, in cui l'economia era decollata in qualche punto imprecisato della pianura padana e aveva cominciato a correre, ora gli italiani potevano tirare il fiato, e godere (non tutto però) i primi frutti a caro prezzo di un'annunciata prosperità, che faceva capolino dalle vetrine dei negozi e dagli schermi della televisione.

Era un benessere urbano, concentrato nelle città grandi e medie in cui si era addensato il profitto, attorno a cui sorgevano fabbriche e fabbrichette; le città in cui si svi-

luppavano i servizi, il commercio, il turismo, accessori di una nuova condizione di vita. Dalle campagne e dal Sud (due modi per dire la stessa cosa, lavoro manuale e fatica senza guadagno) si scappava, per affollare le città del Centro-Nord che si espandevano nella campagna, spingendo più all'esterno gli stabilimenti industriali, costruendo sempre nuovi quartieri satellite che solo una rete precaria di trasporti pubblici collegava alle vecchie città, diventate «centri storici» di un colossale agglomerato. Ai trasporti però poco si guardava: ora c'era la macchina, la Sciacca o la Giulietta (due nomi rimasti nell'immaginario) che sembravano risolvere in modo tutto individuale i bisogni di mobilità.

Automobile, petrolio, televisione, autostrade; e presto supermercati, grandi magazzini, palazzi e palazzetti dello sport, piscine, vacanze, passaporti in massa per andare all'estero a vedere il mondo. Il boom si era sovrapposto alle idee

logie italiane senza scalfirle, tutti pretendevano di rimanere democristiani o socialdemocratici, o comunisti, senza accorgersi che i riti del benessere stavano cambiando la sostanza dell'essere italiani, il sistema delle convenienze individuali e di gruppo, l'immaginario collettivo. Certo il costume era rimasto quello che era. Il divorzio non esisteva; le cose del sesso erano circoscritte da un alone di perbenismo e di ipocrisia, la gerarchia tra uomini e donne non ammetteva che poche eccezioni. Un grosso amalgama di ingiustizie sociali rimaneva lì, al centro della società, e sembrava che non ci si potesse fare niente, in un sistema politico in cui l'arrivo dei socialisti - niente meno - al governo faceva «tintinnare le sciabole» agli alti gradi dell'esercito e minacciava golpe e rivoluzioni di palazzo.

Le libertà tuttavia aumentavano, la moneta le rafforzava, molti sembravano colpiti - per citare un film che si fece notare - da un im-

provviso benessere. Bastava tirar di lungo senza guardare i baracati, le borgate ai margini delle città, l'analfabetismo, la mancanza di igiene, l'arretratezza di apparati decisivi dello Stato, la protervia dei grandi ricchi, quelli veri. Razzisti dicevamo di non esserlo, senza aver mai visto un nero o un giallo, se non qualche turista per caso. Intanto compravamo cucine americane e tostapane, caffettiere Bialetti e materassi Pirelli, macchine da scrivere Olivetti lettera 22. Alcuni oggetti poi dimenticati, come rasoi elettrici, il perspex di distinzione; la plastica, il pannello, il nylon, il molten prendevano il posto del metallo e del legno, i materiali di sempre.

Gli italiani andavano nei grandi magazzini e li compravano; poi passavano al supermercato, spingendo con orgoglio il carrello ricolmo, pronti a depositare i sacchi di plastica nel portabagagli dell'auto. Era il boom.

Oggi il boom non c'è. Il Pil, ci

dicono, crescerà al massimo dell'1,5% all'anno, e le prospettive di crescita le dobbiamo un po' ridimensionare. Un certo odore di stagnazione nei consumi è nell'aria. Il consumismo, del resto, non è più di moda; la famelica voracità di oggetti e di esperienze, frutto di fame atavica, sembra quietarsi; continuano a comprare veloci automobili ma poi non sappiamo dove metterle e dove parcheggiarle. L'ecologia, i limiti dello sviluppo, l'inquinamento e i rifiuti debordanti hanno fatto il resto. Nessuno crede più che un'autostrada (o anche un ponte sullo Stretto) «supererà lo storico divario tra Nord e Sud», come si diceva nei discorsi di inaugurazione. Ci godiamo la stabilità e i bassi tassi, i mutui finalmente accessibili, forse perfino le casse a buon mercato, il concerto virtuoso tra le banche europee, ma senza boom; senza quella crescita che sembrava infinita e che caratterizzò, in maniera così passionale, il paesaggio italiano di quegli anni.

04-12-98

-- ABBONAMENTI A l'Unità

SCHEDA DI ADESIONE

Desidero abbonarmi a l'Unità alle seguenti condizioni

Periodo: 12 mesi 6 mesi

Numeri: 7 6 5 1 indicare il giorno.....

Nome..... Cognome.....

Via..... N°.....

Cap..... Località.....

Telefono..... Fax.....

Data di nascita..... Doc. d'identità n°.....

Desidero avere in omaggio la Carta di Credito Diners prevista dalla Campagna abbonamenti '99

Desidero pagare attraverso il bollettino di conto corrente che mi spedirete all'indirizzo indicato

Desidero pagare attraverso la mia Carta di Credito:

Carta S Diners Club Mastercard American Express

Visa Eurocard Numero Carta.....

Firma Titolare..... Scadenza.....

I dati personali che vi fornisco saranno da voi utilizzati per l'invio del giornale e delle iniziative editoriali ad esso collegate. Il trattamento dei dati sarà effettuato nel pieno rispetto della legge sulla privacy (Legge n. 675 del 31/12/96) che interdice per trattamento qualsiasi operazione svolta con o senza l'ausilio dei mezzi elettronici, concernente la raccolta, elaborazione, conservazione, comunicazione e diffusione dei dati personali. Potrà in base all'art. 13 della suddetta legge, esercitare il diritto di accesso, aggiornamento, rettifica, cancellazione e opposizione al trattamento dei dati personali. Il titolare del trattamento è l'Unità Editrice Multimediale S.p.A. con sede in Roma, via Due Macelli, 23/13. Con il presente coupon esprimo il consenso al trattamento dei dati per le finalità previste.

Firma..... Data.....

Spedire per posta a: Servizio Abbonamenti - Casella Postale 427 00187 Roma, oppure inviare fax al numero: 06/69922588

l'Unità

DIRETTORE RESPONSABILE
Paolo Gambrescia
Vice DIRETTORE VICARIO
Pietro Spataro
Vice DIRETTORE
Roberto Rosciani
CAPO REDATTORE CENTRALE
Maddalena Tulanti

L'UNITÀ EDITRICE
MULTIMEDIALE S.P.A.
PRESIDENTE
Pietro Guerra
CONSIGLIO D'AMMINISTRAZIONE
Pietro Guerra
Italo Prario
Francesco Riccio
Carlo Trivelli
AMMINISTRATORE DELEGATO
Italo Prario

Direzione, Redazione, Amministrazione:
00187 Roma, via Due Macelli 23/13
tel. 06 699961, fax 06 6783555 -

20124 Milano, via F. Casati 32, tel. 02 67721

Iscrizione al n. 243 del Registro nazionale della stampa del Tribunale di Roma. Quotidiano del Pds. Iscrizione come giornale murale nel registro del tribunale di Roma n. 4555

Certificato n. 3408 del 10/12/1997

l'Unità

Servizio abbonamenti

Tariffe per l'Italia - Anno: n. 7 L. 510.000, n. 6 L. 460.000, n. 5 L. 410.000, n. 1 L. 85.000.
Semestre: n. 7 L. 280.000, n. 6 L. 260.000, n. 5 L. 240.000, n. 1 L. 45.000.

Tariffe per l'estero - Anno: n. 7 L. 1.100.000, Semestre: n. 7 L. 600.000.

Per sottoscrivere l'abbonamento è sufficiente inoltrare la scheda di adesione pubblicata quotidianamente sull'Unità VIA FAX al n. 06/69922588, oppure per posta a L'UNITÀ EDITRICE MULTIMEDIALE S.p.A. - Servizio Abbonamenti - Casella Postale 427 - 00187 Roma - Indicando: NOME - COGNOME - VIA - NUMERO CIVICO - CAP - LOCALITÀ - TELEFONO E FAX. I titolari di carte di credito Diners Club, American Express, Carta S.I., Mastercard, Visa, Eurocard dovranno invece anche barrare il nome della loro carta e indicare il numero.

Non inviare denaro. L'Unità Editrice Multimediale S.p.A. provvederà a spedire ai nuovi abbonati, non titolari di carta di credito, l'apposito bollettino postale già intestato per eseguire il pagamento.

Per informazioni: Chiamare l'Ufficio Abbonati: tel. 06/699961/70-471 - fax 06/69922588. Inoltre chiamando il seguente numero verde 167-254188 è possibile, 24 ore su 24, sottoscrivere nuovi abbonamenti o lasciare messaggi ed essere richiamati.

Tariffe pubblicitarie

| |
|--|
| A mod. (mm. 45x30) Commerciale ferial L. 590.000 - Sabato e festivi L. 730.000 |
| Feriale Festivo |
| Finestra 1° pag. 1° fascicolo L. 5.650.000 - L. 6.350.000 |
| Finestra 1° pag. 2° fascicolo L. 4.300.000 - L. 5.100.000 |

Manchette di test. 1° fasc. L. 4.060.000 - Manchette di test. 2° fasc. L. 2.880.000
Feriali L. 995.000 - Feriali L. 1.100.000 - Feriali-Legal-Concess. Ass. - Appalti:
Feriali L. 870.000 - Festivi L. 950.000

A parola: Necrologie L. 8.700; Partecip. Lutto L. 11.300; Economici L. 6.200

Concessionaria per la pubblicità nazionale: P.P. PUBBLICOMPASS S.p.A.
DIREZIONE GENERALE: Milano 20124 - Via Gesù Carducci, 29 - Tel. 02/864701

Area di Vendita

Milano: via Gesù Carducci, 29 - Tel. 02/24424611 - Torino: corso M. D'Azeglio, 60 - Tel. 011/6665211 - Genova: via C.R. Coccari, 1/14 - Tel. 010/540184 - 567-78 - Padova: via Gattamelata, 108 - Tel. 049/8073144 - Bologna: via Amendola, 13 - Tel. 051/252562 - Firenze: via De' Medici, 46 - Tel. 055/561192 - Roma: via Quattro Fontane, 15 - Tel. 06/4620011 - Napoli: via Caracciolo, 15 - Tel. 081/7205111 - Bari: via Amendola, 166/5 - Tel. 080/5485111 - Catania: corso Sicilia, 37/43 - Tel. 095/7306311 - Palermo: via Lincoln, 19 - Tel. 091/6235100 - Messina: via U. Bonino, 15/C - Tel. 090/6584811 - Cagliari: via Ravenna, 24 - Tel. 070/305250

Pubblicità locale: P.P. PUBBLICOMPASS S.p.A.
Sede Legale: 20123 MILANO - Via Tuclio, 56 bis - Tel. 02/7003302 - Telex: 02/70001941

Direzione Generale e Operativa: 20124 MILANO - Via S. Gregorio, 34 - Tel. 02/6716911 - Telex: 02/67169750

00187 ROMA - Via Broletto, 5 - Tel. 06/267811 - 20124 MILANO - Via S. Gregorio, 34 - Tel. 02/67169750
40121 BOLOGNA - Via Broletto, 5 - Tel. 051/252562 - 00129 FIRENZE - Via De' Medici, 46 - Tel. 055/561192/277

Stampa in fax simile: Ss. De. Roma - Via Carlo Pretori 130
PPM Industria Poligrafica, P.zza Dignano (MI) - S. Stalate di Giovi, 137
STS S.p.A. 95030 Catania - Strada 5°, 35 Distribuzione: SODIP - 20092 Cinisello B.(MI), via Bettola, 18

Il Grande Cinema di Stanley Kubrick

invio periodico di 9 vhs • 140.000 lire (+5.000 lire s.p.)

Nome.....

Cognome.....

Via/Piazza..... n.....

CP..... Città.....

Telefono.....

Fax.....

Compila il coupon sovrastante, effettua il versamento sul ccp 28942001 intestato a: l'Unità Editrice Multimediale S.p.A. - Via dei Due Macelli 23/13 00187 Roma, e invia coupon e ricevuto originale del versamento presso la casella postale l'Unità Multimedia n. 210 - 00125 Roma. Oppure al numero di fax 06.521.89.65

Per informazioni: l'Unità multimedia tel. 06.52.18.993 • fax 06.52.18.965
Dol lunedì al venerdì 8.30 - 13.00 e 14.00 - 17.30

Il trattamento dei dati personali da Lei forniti è svolto per consentire a l'Unità Editrice Multimediale S.p.A. di inviarLe le informazioni commerciali de l'Unità e di suoi qualificati partner commerciali. Le operazioni di trattamento sono quelle utili alla selezione del Suo nominativo per l'invio delle comunicazioni l'Unità. Il trattamento è manuale ed elettronico. Il conferimento dei dati è facoltativo in mancanza, l'Unità non fornirà le dette informazioni. Lei conosce i suoi diritti di cui all'art. 13 della Legge 675: in particolare i diritti di accesso, aggiornamento, rettifica, cancellazione e opposizione al trattamento dei Suoi dati per fini di marketing diretto che potrà esercitare scrivendo a l'Unità all'indirizzo di seguito indicato. Titolare del trattamento l'Unità Editrice Multimediale S.p.A., con sede in Roma, Via dei Due Macelli 23/13. Con l'invio del presente coupon, Lei esprime il consenso ad ogni e più ampia operazione di trattamento dei Suoi dati personali nonché alla loro comunicazione e/o diffusione, per i predetti fini.

Firma..... Data.....