

FIAT, DOPO IL DECLASSAMENTO LA PROVA DEL MERCATO

MILANO I titoli Fiat si presenteranno oggi all'esame del mercato dopo il declassamento subito da Moody's lunedì scorso. Le azioni del Lingotto, equiparate ai titoli "spazzatura" nonostante l'accelerazione data da Torino alle dismissioni, testeranno l'orientamento degli investitori con il timore che possa esserci una fuga dei fondi d'investimento straniero. Soprattutto perché l'agenzia di rating internazionale motiva il suo declassamento con la debole performance operativa della società, soprattutto di Fiat Auto, oltre che il suo elevato livello di indebitamento.

Ma quello che potrebbe apparire più preoccupante per gli investitori, è il fatto che la decisione di tagliare il voto si basa su una valutazione negativa del profilo finanziario ed industriale di Fiat, ritenuto inadeguato da Moody's anche in caso di cessione dell'80% di Fiat Auto a GM.

Dall'inizio dell'anno il titolo Fiat ha già perso oltre il 54%, passando dai 17,69 euro della chiusura del 2 gennaio 2002 agli 8,1 euro del 23 dicembre. Il management del Lingotto ha subito definito «ingiustificata» la decisione di Moody's e vedremo questo giudizio sarà condiviso dagli investitori, soprattutto quelli istituzionali. L'agenzia internazionale riconosce comunque alla casa di Torino l'impegno nel portare avanti il piano strategico di risanamento deciso con le banche e confermato dopo il tentato blitz di Mediobanca dei giorni scorsi proprio sul rinnovo del vertice Fiat. In effetti dal maggio scorso (quando ci fu l'accordo tra Sanpaolo Imi, Capitalia, Intesa e Unicredit poi sottoscritto a luglio sul prestito convertendo) la Fiat ha già realizzato la vendita del 34% della Ferrari a Mediobanca per 775,2 milioni di euro.

FINMECCANICA-BAE, A MEDIOBANCA IL RUOLO DI ADVISOR

MILANO Mediobanca diventa l'advisor dell'alleanza Finmeccanica-Bae «per la valutazione di iniziative industriali e finanziarie» nel settore della Difesa. Lo ha deciso il ministero del Tesoro.

I valutatori dovranno mettersi al lavoro e iniziare ad esaminare il valore degli apporti da fornire per dare vita ad un'alleanza, quella tra Finmeccanica e Bae, che ha come condizione «sine qua non» la pariteticità. La lettera d'intenti firmata il 12 dicembre scorso tra la società italiana e quella britannica, prevede infatti la costituzione di una nuova alleanza paritetica con l'obiettivo di concorrere alla realizzazione del cuore informatico della «network war».

In pratica le due società dovrebbero preparare insieme il sistema per la guerra incentrata sull'uso della rete elettronica, al fine di ottenere ed esercitare in forma integrata le funzioni

di comando, controllo, comunicazioni, computer, intelligenza e sorveglianza.

Nonostante le voci circolate in questi giorni e le polemiche, anche politiche, che hanno accompagnato l'annuncio della possibile intesa, il presidente di Finmeccanica e l'ad Roberto Testore hanno garantito che «finora di numeri precisi non si è ancora parlato».

L'intesa coinvolgerà le società di Finmeccanica legate all'elettronica della difesa. E in tal senso un ruolo di primo piano spetterà ad Alenia Marconi Systems, joint venture paritetica proprio con Bae Systems.

Proprio questo fatto, secondo Testore, fa considerare questo nuovo accordo come «un ampliamento di una alleanza che già esiste e che funziona in un modo che è già abbastanza soddisfacente».

Firenze
città aperta
i giorni del
Social Forum

in edicola
con l'Unità
a € 4,50 in più

economia e lavoro

Il grande
gioco
dell'oca
extracomunitaria
in edicola
con l'Unità
a € 3,60 in più

Un Natale gelido per i consumi

Secondo il Codacons acquisti in calo del 20%. Nel 2003 nuovi rincari

Luigina Venturilli

MILANO A Natale trascorso, si tirano le prime somme e per i consumi è un vero flop. Secondo un'indagine condotta da Codacons nei giorni prefestivi, il calo degli acquisti è stato circa del 20% rispetto allo scorso anno.

La debacle dello shopping ha coinvolto ogni settore, a cominciare da quello alimentare, per proseguire con il mercato dei regali e con quello vacanziero.

Alle abbuffate festive, infatti, si sono sostituiti pranzi e cene più parchi: sono diminuiti panettoni, pandori e torroni, sono prevalse le verdure, il pollo ed i piatti pronti nei giorni di festa, con poca carne di prima scelta e pochissimo salmone e caviale. E ad accompagnare le pietanze c'erano moscato e brachetto al posto dei più costosi champagne e spumanti di prima qualità.

Se sulla tavola non hanno trovato posto banchetti luculliani, anche sotto l'albero hanno proliferato regali da poco prezzo. La scelta dei doni è caduta soprattutto su utili ma economici capi d'abbigliamento, gadget strani ed oggetti curiosi. La gente ha quindi preferito puntare al regalo inconsueto e poco costoso, fra i 7 e i 25 euro, piuttosto che stipire con oggetti di valore compreso tra i 70 e i 200 euro: sono stati così venduti in massa sveglie, orologi swatch, felpe, cd, pupazzi, oggetti di argento, portamonete, cappelli e sciarpe.

A fare le spese della nuova tendenza "è il pensiero che conta" sono soprattutto i prodotti high-tech, non molto gettonati dai consumatori, che si sono lasciati scoraggiare dai prezzi proibitivi dei pochi modelli di telefonini Umts già in commercio.

Anche sul fronte dei viaggi si è registrata una tendenza piuttosto fiacca: le indagini svolte da Codacons nelle agenzie di viaggio di Roma, Napoli, Milano e Catania hanno fatto riscontrare posti liberi dappertutto, in particolare nelle isole tropicali, come Seychelles e Maldive. E questo nei giorni tradizionalmente da tutto esaurito come il 23 e

il 24 dicembre.

Facile trovare una spiegazione ai contenuti fervori consumistici. L'inflazione, trascinata anche dagli euro rincari - come per la prima volta ha ammesso anche il presidente della Bce, Wim Duisenberg - non arresta la sua corsa, attestandosi a dicembre fra il 2,8 e il 2,9%.

Da gennaio, inoltre, partiranno gli ulteriori aumenti delle tariffe autostradali, ferroviarie, assicurative e bancarie, nonché delle bollette di elettricità, acqua e gas.

Si sono, invece, già fatti sentire gli effetti del caro benzina: chi ha fatto il pieno per partire per le vacanze natalizie è stato costretto a spendere circa 4 euro in più dell'anduro scorso. Il prezzo della verde, infatti, ha avuto un'impennata di 0,08 euro, arrivando a quota 1,074 al litro, complice la crisi mediorientale che ha portato il prezzo del greggio a oltre 31 dollari al barile.

Ma all'allarme dell'Intesa dei consumatori - a cui aderiscono Adoc, Adusbef, Codacons e Federconsumatori - si contrappongono i toni più rassicuranti di Confesercenti,

che apre così il solito balletto di cifre: per il Natale 2002 gli italiani avrebbero speso ben 7,1 miliardi di euro.

A tenere, in particolare, sarebbe stato il settore alimentare: per festeggiare la vigilia e il 25 dicembre con tavole imbandite gli acquisti si sarebbero attestati a 2,9 miliardi di euro, il 5% in più del 2001.

Ed anche per quanto riguarda i tradizionali regali, secondo Confesercenti, la spesa sarebbe scesa a poco meno di 4,2 miliardi di euro, con una flessione solo del 3,5%.

Per fare un bilancio completo, dunque, non resta che attendere i dati di Capodanno: le previsioni parlano di una spesa che dovrebbe raggiungere i 721 milioni di euro, il 15% in più rispetto al 2002, tra brindisi in ristoranti, locali e discoteche. Una stima che vedrà 9,5 milioni di persone uscire di casa per brindare al nuovo anno, spendendo in media 75 euro a testa.

Ma gli immane bilanci degli italiani sul primo anno di vita dell'euro nelle loro tasche potrebbero riservare delle sorprese.



Acquisti in un supermercato

Franco Silvi/Ansa

pubblicità progresso

Se non spendi sei fuori dalla società

Un messaggio pubblicitario, non associato a un singolo prodotto ma con finalità educative più generali, suggerisce tra un quiz e una fiction televisiva, di consumare, cioè di spendere il proprio reddito. Dando per scontato, ovviamente, che si disponga di un reddito.

Sulla scia di teorizzazioni illustri (il «vizio del risparmio», criticato da Keynes) e suggerimenti autorevoli (quello del presidente Bush rivolto alla società americana dopo l'attentato delle due Torri e quello più ruspante e meno contin-

gente di Berlusconi) si associa l'idea del consumo di qualunque bene, di una spesa effettuata indipendentemente da gerarchie di bisogni, all'interesse supremo dell'economia.

Perché appunto si superino situazioni di crisi e di recessione, sembra ci venga detto, occorre metter mano, da parte nostra, al portafoglio. Senza lasciarci influenzare da ideologie che esaltino valori alternativi, quello dell'austerità, ad esempio. Se pur, anche recentemente, ricordate da autorità religiose come il Pontefice.

In sostanza, ecco un'altra rassicurazione, non è spreco adeguarsi a un effetto-imitazione nei consumi che viene dal modello natalizio di scambio. Acquistare è virtù, non cedimento a tentazioni o peccato da rimuovere. Perché fa bene all'economia, in qualunque forma, anche di spreco, si traduca, e quindi a noi stessi.

Ma c'è di più. Per rafforzare il contenuto del messaggio stesso si insinuano due ulteriori idee: solo chi consuma può socializzare con altri; solo chi consuma è apprezzato dagli altri. Chi consuma, dunque, è meritevole di inserirsi a pieno titolo nella rete della comunità e ha diritto a una gratificazione che la comunità stessa gli deve esplicitamente esprimere.

Ma se persone con difficoltà di reddito sono obbligate ad astenersi da certi consumi o devono rinviare

le loro decisioni di spesa o ancora imporsi sacrificio di desideri pur di rifiutare forme di indebitamento, questo non implica la loro esclusione automatica dalla società. O ancor peggio, il dovere essere messi alla gogna per una loro presunta non partecipazione al rilancio dell'economia.

Pensiamo ai riflessi psicologici della pubblicità della quale parliamo sui senza lavoro, i cassintegrati, le persone vicine alla soglia della povertà o addirittura indigenti. Alle quali, al contrario della folla gaudente che sfilava nelle immagini televisive, dovrebbero essere negati simpatie relazionali e ringraziamenti, visto che, guarda caso, forse non consumano. O, magari, nel farlo, esprimono irritante prudenza. È questo il capitalismo compassionevole?

Mario Centorrino

In un anno la valuta europea ha eroso il 14% I timori della guerra all'Iraq fanno volare l'euro sul dollaro come non succedeva dal 1999

MILANO I timori di un attacco armato contro l'Iraq e del riarmo nucleare da parte della Corea del Nord fanno fatto si che ieri fosse ancora una giornata all'insegna dell'euro.

La moneta unica sulla piazza asiatica è stata scambiata ai nuovi massimi da circa tre anni sul dollaro, in un contesto rappresentato peraltro da volumi sottili, all'indomani del Natale. Il mercato europeo era del resto chiuso, mentre quello statunitense si muove con scambi ridotti; in ogni caso, l'ennesima performance dell'euro è significativa, anche se rientra in un contesto di debolezza generalizzata del biglietto verde.

Il dollaro risente negativamente, come detto, dei venti di guerra che continuano a soffiare in direzione dell'Iraq, oltre che dell'andamento fortemente al rialzo nelle ultime settimane del prezzo del petrolio, che prima di Natale ha superato a New York i 32 dollari al barile. Tutto questo ha fatto in modo che il dollaro scendesse ieri ai minimi dal gennaio 1999 sul franco svizzero, classica valuta-rifugio cui ricorrere in periodi difficili, appunto come quello attuale.

Duisenberg e Prodi ammettono: la moneta unica ha fatto crescere il tasso d'inflazione

Dopo aver toccato 1,0364 dollari, ormai relativamente poco distante dal massimo assoluto contro dollaro registrato il 5 gennaio 1999 (a 1,1790), l'euro peraltro ha ripiegato, sulla scia del dato positivo relativo al calo, nettamente oltre le attese, delle richieste di sussidio di disoccupazione negli Usa. L'effetto di questo stesso dato è stato confortante anche per Wall Street. Il 2002 in ogni caso sarà appunto l'anno dell'euro, in quanto, in concomitanza con la sua introduzione come moneta fisica, la valuta europea ha finora registrato un progresso nei confronti del dollaro pari al 14%. Si tratterà del primo anno dalla sua nascita in cui l'euro chiuderà in attivo il bilancio nei confronti del biglietto verde.

E pensare che nei mesi scorsi gli analisti erano in maggioranza scettici sulle sue prospettive, al punto che da alcune parti era stata prevista una discesa delle quotazioni, fino addirittura a 75 cents. Il recupero è avvenuto in coincidenza con l'aggravarsi della situazione economica Usa e si è poi consolidato recentemente con il crescente timore di una guerra all'Iraq. Quanto al primo punto, cioè il quadro congiunturale statunitense, la situazione pare adesso migliorata, pur in un contesto di dati sempre contraddittori.

Ma l'introduzione dell'euro ha anche portato un'altra conseguenza: quella della crescita dell'inflazione come ha ammesso per la prima volta anche il presidente della Bce, Wim Duisenberg, e il presidente della Commissione Romano Prodi.

Le dichiarazioni di Duisenberg, citate dal quotidiano belga de Financien-Economische Tijd e rilasciate a sua volta al canale televisivo olandese RTL-Z, sono in controtendenza con quanto fino a questo momento sempre affermato dalla stessa Bce e dai ministri finanziari europei, secondo i quali l'introduzione della moneta unica non ha avuto alcun impatto sull'inflazione. Duisenberg, al contrario, ha affermato che «avremmo dovuto essere più onesti» al riguardo ed al tempo stesso «avremmo dovuto dimostrare di essere capaci di spiegare che l'effetto sui prezzi in ogni caso sarebbe stato limitato».

Il 20 gennaio in edicola il nuovo quotidiano finanziario diretto da Osvaldo De Paolini: «La nostra forza è l'indipendenza». Il pareggio fissato tra le 15 e 20mila copie

Salpa «Finanza & Mercati» per dare l'assalto al Sole 24 Ore

Roberto Rossi

MILANO Il compito che «Finanza & Mercati» si propone non è dei più agevoli: quello di rubare spazio e lettori a due mostri sacri nel settore come il Sole 24 Ore e Milano Finanza. Un obiettivo ambizioso ma che Osvaldo De Paolini, il direttore del nuovo quotidiano finanziario, in edicola dal 20 gennaio prossimo, ritiene possibile.

De Paolini da che cosa nasce l'idea di creare un quotidiano?

«Nasce da un'unione d'intenti da parte di un gruppo di giorna-

listi finanziari (Guido Rivolta, Ugo Bertone, Eraldo Gaffino) stanchi di essere limitati dalle iniziative e dalle esperienze avute in precedenza in quotidiani come il Sole 24 Ore, Repubblica, La Stampa e Il Giornale. Abbiamo pensato che forse era meglio metterci assieme».

Da quanto tempo avevate progettato in mente questa iniziativa?

«Da quasi due anni, quando c'era il boom di Internet. Abbiamo anche avuto la tentazione di andare on-line. Ma poi abbiamo valutato che senza carta nessuno di noi pensava di andare lontano.

E abbiamo avuto ragione. Ma prima di fare un quotidiano, volevamo confrontarci con un settimanale. A quel punto ne abbiamo cercato uno che fosse in vendita (Borsa & Finanza) e abbiamo cercato un compagno di strada con il mestiere dell'editore (Silvano Boroli presidente del gruppo Editori PerlaFinanza). Lo abbiamo trasformato da una pubblicazione che era ad uso e consumo di chi fa trading, a un settimanale finanziario di più ampia portata».

L'editoria è in crisi di pubblicità e di ricavi, la Borsa va maluccio. Secondo lei è

questo il momento giusto per lanciare una nuova testata finanziaria?

«Di solito queste iniziative nascono sull'onda dell'euforia di Borsa. Ma questi tentativi, spesso, sono falliti presto. Ecco noi abbiamo fatto l'esatto contrario. Se reggiamo quando l'economia non tira, ci siamo detti, andremo bene quando ricomincerà a camminare. E poi ce n'è un altro aspetto che va tenuto in considerazione. Nei momenti come questo costa meno anche avviare un quotidiano sia in termini giornalistici sia di struttura».

In tempi di crisi, però, si ri-

ducono anche gli spazi per catturare nuovi lettori?

«Questo è vero. È chiaro che gli spazi si riducono, ma ci siamo resi conto che i due quotidiani, il Sole 24 Ore e Milano Finanza, lasciano delle possibilità per provare una terza opzione».

Ma perché Finanza e Mercati dovrebbe erodere quote di mercato a delle corazzate come il Sole e Mi?

«Perché entrambi mancano di indipendenza. Sembra una parola vuota ma non lo è. Il Sole è controllato dalla Confindustria, e non può dirsi totalmente libero da condizionamenti, l'altro è da

15 anni sulla piazza e da un po' di tempo è legato a gruppi che possono influire. Noi non abbiamo nessuno di questi problemi. Bonoli non è legato a nessuno né a banche né al mondo finanziario. L'indipendenza serve a qualificare il giudizio che tu dai».

A livello editoriale quale sarà il vostro valore aggiunto?

«Dare delle opinioni rafforzate da un panel di commentatori esterni come rettori, grandi personaggi dell'economia. Inoltre la nostra capacità di valutazione avrà anche un commento. Sono cose che non trovi».

Come sarà strutturato?

«Sedici pagine formato grande, sul tipo di Usa Today tanto per avere un'idea».

Il punto di pareggio?

«Non abbiamo un obiettivo vero. Pensiamo a un punto molto basso, quantificabile attorno alle 15-20 mila copie».

A chi vi rivolgete?

«A tutto il mondo della finanza, anche quello istituzionale, a tutti i manager. Ma anche ai risparmiatori. L'idea è quella di creare un prodotto medio-alto utilizzabile anche da chi ha mille azioni Fiat o Unicredit. Deve essere uno strumento che serve per capire se si può investire o meno».