

L'intervento del Presidente della Repubblica alla cerimonia per la nomina dei Cavalieri del lavoro: il Paese deve crescere

# Ciampi: per la ripresa abbassare i prezzi

Questa è la strada per risollevare i consumi. Poi invita gli italiani a fare più figli

**MILANO** Un passo nella giusta direzione per uscire dal pantano economico nel quale l'Italia si è cacciata è quello di «ridurre i prezzi per rilanciare i consumi». Ne è convinto il presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi, che ieri ha parlato al Quirinale durante la cerimonia per i nuovi Cavalieri del lavoro.

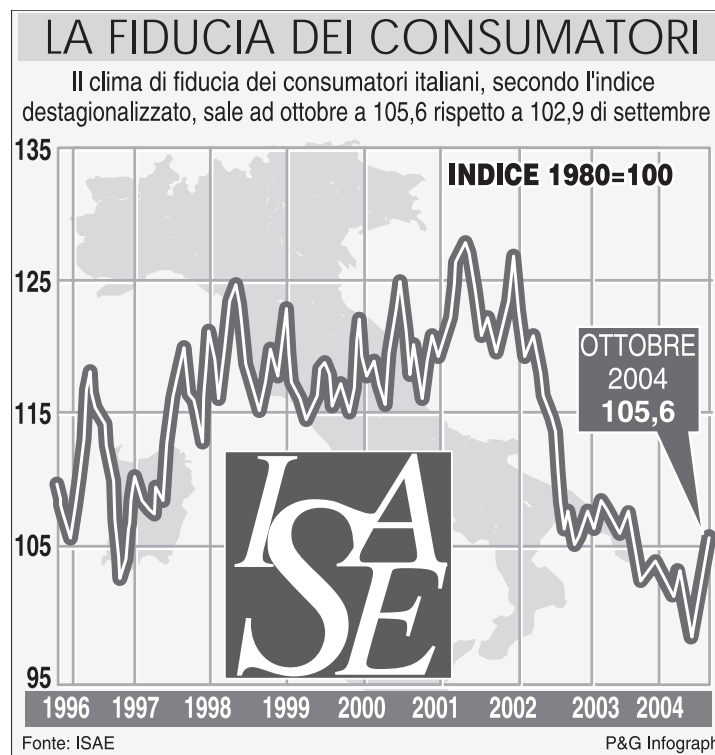
Dopo aver ricordato tutti i problemi che dobbiamo e possiamo risolvere per risalire dal fondo delle graduatorie sulla competitività, che, anche se il presidente non l'ha ricordato nel suo discorso, ci vedono dietro il Botswana, al 47mo posto, Ciampi non ha rinunciato a dare una forte iniezione di fiducia. «La ripresa dei consumi delle famiglie - ha detto il presidente - dipende dal livello di fiducia che si riesce a diffondere nel sistema. Per avviarla, uno sforzo nella riduzione dei listini per i beni di largo consumo potrà costituire una importante spinta».

E una crescita solida dei consumi passa solo, in prospettiva, attraverso «un aumento delle nascite». L'aumento delle nascite, ha sostenuto Ciampi, «è l'indicatore più vero e autentico della fiducia che una comunità ha verso di sé. Serve una politica demografica attiva che assicuri un sostegno economico e sociale alle culle».

Ma una ripresa dei consumi non passa solo per un calo dei prezzi. «In un mercato integrato, unico, quale è quello europeo, o comunque sempre più aperto, quale è quello mondiale, - ha aggiunto - il punto di attacco



Il Presidente della Repubblica Ciampi ieri al Quirinale. Foto di Oliverio/Ansa



per il rilancio della crescita è necessariamente dal versante della produzione, pur nella consapevolezza della circolarità che lega domanda ed offerta». E per vendere di più è necessario essere competitivi: «ho fiducia che l'Italia saprà risalire le graduatorie della competitività, saprà rimanere saldamente ai primi posti tra i paesi industrializzati».

Da dove nasce questa fiducia? Dalle «capacità» e dalla voglia di affermarsi che si vede ovunque in Italia, nella capacità, sempre più diffusa, di operare in una situazione nuova in cui sia ha «alle spalle il sostegno di una moneta solida, che offre i vantaggi della stabilità, di bassi tassi di interesse, ma che impone un radicale cambio di mentalità rispetto al passato». Insomma, la capacità di usare l'euro come un vantaggio.

Ciampi ha anche voluto scuotere gli imprenditori con un richiamo del tipo: ricordiamoci chi siamo. «Una nazione che riesce a produrre le più grandi navi del mondo, aerei come il P-180 e l'M-246 - ha detto, citando le sigle del piccolo aereo da turismo civile prodotto dalla Piaggio e del nuovo velivolo super tecnologico militare da addestramento prodotto dall'Aermacchi - è un paese che quando crede in se stesso vince la concorrenza. È dimostrato anche dai successi in settori tradizionali ad altissima competizione laddove sappiamo innovare nella qualità dei prodotti e nei modi di produrre».

ro.ro.

«L'economia è ferma da anni, intanto si fa un golpe nel Paese»

## Vaciago: falso problema, ci vorrebbe un governo

Laura Matteucci

**MILANO** «Il problema non sono i prezzi, che tra l'altro ormai non stanno più crescendo molto».

**E qual è il problema, professor Vaciago?**

«Abbiamo un'economia ferma da anni. Produttività zero, zero aumento dei salari. Se qualcuno è cresciuto, è successo a scapito di altri. Questo è il problema. I consumi crescono quanto il reddito. Un blocco della produttività così grave non l'abbiamo mai avuto nel dopoguerra. Siamo qui, da anni, col freno a mano tirato. E nessuno fa niente».

Parla Giacomo Vaciago, docente di economia all'università Cattolica

di Milano, editorialista de Il sole 24ore, che commenta l'invito del presidente Ciampi a «uno sforzo nella riduzione dei listini». E non condivide.

**Come dire: solo un aumento dei redditi può spingere i consumi, i prezzi non c'entrano.**

«È vero che qualcuno ha approfittato del change-over per raddoppiare, anche triplicare i prezzi. È vero che dei bottegai, soprattutto, si sono arricchiti a nostre spese. Anche perché nessuno ha controllato quando avrebbe dovuto farlo. Ma questa ormai è storia. Oggi io non credo che l'inflazione sia truccata. E comunque, anche quello che è successo in passato non è stato un fenomeno generalizzato: non ha riguardato i beni durevoli, ad esempio. Che so, tv, dvd, automobili. Beni che peraltro noi importiamo, quindi la produzione industriale non ne ha beneficiato. Ma la verità è che solo una maggiore produttività è un vero guadagno per tutti, il reddito è bene che aumenti per tutti».

**La redistribuzione non è risolutiva, quindi.**

«No, ci vuole un aumento complessivo. Nei paesi seri il governo la torta la fa crescere, qui invece continuiamo a tagliare le stesse fette».

**E come si fa crescere?**

«È il solito discorso: con le liberalizzazioni, le dimissioni. Vere. Con le riforme. Noi avevamo iniziato a farle, ma poi ci siamo bloccati. E intanto si fanno cose che non servono, come una riforma della Costituzione di cui, semmai, vedremo gli effetti nel 2016. Oltretutto, una riforma assurda: non si può scegliere di aumentare i poteri sia delle Regioni sia dello Stato, perché significa moltiplicare le sovrapposizioni di competenze, e quindi fare sempre più confusione. Guardi, il punto è che qui in Italia c'è stato un golpe e non ce ne siamo accorti».

**Un golpe?**

«Ma sì. I ministri non stanno nei ministeri, passano la giornata alla Camera, e la sera in televisione. In nessun paese al mondo il premier si vanta di aver fatto delle leggi, semplicemente perché le leggi le dovrebbe fare il Parlamento».

**A proposito: che ne pensa della Finanziaria?**

«Quale Finanziaria? Per ora è un ectoplasma. Le hanno provate tutte, e le hanno tutte scartate. Vedremo, per il momento non si può commentare una legge che continua a cambiare».

**E della riduzione delle tasse?**

«Ho il sospetto che finiranno per ridurle a chi già non le paga...».

Il presidente di Confesercenti: stiamo già diminuendo i listini

## Venturi: c'è sfiducia, le famiglie sono a terra

Roberto Rossi

**MILANO** «Ridurre i prezzi? Lo stiamo già facendo. Ma non basta. Nel paese c'è un clima di sfiducia che non sarà facile superare».



**E come è andata?**

«Abbiamo avuto riscontri positivi. In Liguria, per esempio, ha avuto un successo eccezionale. Anche in altre regioni non ci possiamo lamentare. È partita comunque da poco vedremo come si svilupperà».

**E iniziative del genere servono al rilancio dei consumi?**

«Non credo, purtroppo. E dico questo partendo da un dato. Con gli ultimi saldi abbiamo registrato un calo significativo rispetto allo scorso anno. Perché, mi domando, i consumatori di fronte a sconti del 30 e del 50% riducono gli acquisti?»

**Che cosa ne avete dedotto?**

«Che non è solo una questione di prezzo. Che sarebbe sbagliato puntare tutto sulla questione dei prezzi, ma che dietro c'è qualcosa di più vasto. Una sfiducia sul futuro, sulle prospettive».

**Un clima di sfiducia che non investe solo l'economia?**

«Esiste anche quello, ma non è solo. A questo aggiungiamo altri fattori come la guerra o il terrorismo. È chiaro che con queste condizioni

esiste una prudenza collettiva che si riflette anche sulla spesa».

**In questo clima di incertezza la ventilata riduzione delle tasse può giovare?**

«Io credo di no, almeno da quello che fino adesso viene prospettato. Noi abbiamo una manovra Irpef che dà zero a chi ha meno di 7.500 euro. Perché, viene detto, questi sono già esenti. Ma sono esenti perché più poveri. Questi andrebbero aiutati più degli altri. Poi abbiamo una fascia sopra i 7.500 euro che si governerà di benefici che varieranno da 50 a cento euro all'anno. Quindi parliamo del nulla».

**I benefici maggiori sono per il ceto medio alto...**

«Vero. Oltre i 2.000 euro. Questi soldi però finiscono in risparmio o in immobili. Sinceramente in questo non vedo una ricetta per rilanciare l'economia. Se interventi fiscali si devono fare devono essere quelli che garantiscono equità e un ritorno alla fasce basse di reddito».

**Tornando al clima di sfiducia, quanto può durare?**

«A lungo. Il nostro modello di previsioni ci dice che il Pil nel 2005 dovrebbe crescere dell'1,7% non del 2,1%, che già è un livello molto basso. All'appello manca un altro 0,4% il che vuol dire manovra di aggiustamento anche il prossimo anno. I consumi, poi, nel 2004 non cresceranno più dell'1% e nel 2005 l'aspettativa è dell'1,3%. Non c'è crescita».

Il manager vicino alla Fininvest con la sua Canale D ha scelto la piattaforma digitale di Telecom Italia Media, cui fa capo «La7», e rinuncia a Sky Italia

## Livolsi fa le prove di avvicinamento tra Mediaset e Telecom

Sandro Orlando

**MILANO** Ubaldo Livolsi sperimenta l'alleanza tra il Biscione e Telecom. Mentre ieri a Milano, dove si trovava per il Forum sul risparmio gestito organizzato da Assogestioni, Marco Tronchetti Provera bollava come una fantasia l'ipotesi di una convergenza tra Telecom e Mediaset, l'ex direttore finanziario del Biscione im-

bastava nella Capitale le prime prove tecniche di un'intesa tra i due gruppi. Canale D, la vecchia Home Shopping Europe, la rete di televendite che il fondo Convergenza di Livolsi ha rilevato da Leo Kirch con i soldi anche del Cavaliere, ha infatti formalizzato il passaggio alla piattaforma del digitale terrestre di Telecom Italia Media, la società della galassia Telecom a cui fanno capo le emittenti La 7 e Mtv. Una decisione presa do-

po la rottura con Sky Italia, e l'abbandono della sua piattaforma satellitare, con il solito contorno di strascichi giudiziari. Per ora si tratta di un piccolo progetto, limitato al solo canale di teleshopping formalmente controllato da Livolsi (con una quota dell'80%, mentre il restante 20% è intestato alla tedesca Hot Networks), ma non è escluso che l'accordo possa avere delle ricadute a cascata sulle attività ancora in via di sviluppo da parte

di Mediaset e Telecom nel campo del digitale terrestre. L'amministratore della rete, Marco Ficarra, ha motivato l'operazione con l'esigenza di avere un "marchio che caratterizzasse il canale", rispetto ai suoi azionisti di controllo. Dopo una fase di sperimentazione in Toscana, l'emittente del fondo Convergenza - che tra i suoi sottoscrittori vede diverse società della famiglia Berlusconi, dalla Trefinance a Mercurio Fincom ai fondi

comuni della Mediolanum - punta ad estendere le sue attività su scala nazionale. I numeri ci sono già tutti: a fine giugno Canale D poteva vantare già 800 mila clienti e il raggiungimento del pareggio, con un utile di un milione di euro e un fatturato di 31 milioni, più che raddoppiato rispetto allo stesso semestre 2003. Per prepararsi al salto di qualità, Livolsi ha avviato un restyling dell'emittente che ha portato al cambio del suo mar-

chio, previa una ricapitalizzazione da 10 milioni di euro della società che si è conclusa durante l'estate. E oggi Canale D funziona come uno spot infinito, un immenso supermercato virtuale, dalle cui frequenze, ad esempio, solo l'anno scorso sono passati in rassegna ben 4 mila prodotti durante 2.500 ore di programmazione. Oltre agli spazi televisivi, la rete mette a disposizione delle aziende che vogliono promuovere i loro articoli

una struttura di vendita e distribuzione, con call center, magazzini e servizi di recapito a domicilio: attività che contribuiscono per un terzo all'utile di Canale D. Il tutto anche grazie alle sinergie con le reti del Biscione, che fanno da trampolino alla rete, garantendo delle "finestre" pubblicitarie nel corso della giornata. Ma adesso che il canale è cresciuto, i prossimi passi li farà insieme alla Telecom di Tronchetti Provera.



**microbi**  
i processi della crescita senza pregiudizi

di Manuela Trinci

Microbi: una raccolta esclusiva di voci, di sguardi, di congetture e digressioni sul "pianeta bambino"; una maniera di raccontare i processi della crescita rinunciando alle pigre certezze del pregiudizio, e soprattutto cercando di avvicinare gli adulti alla visione che i bambini hanno delle cose.

in edicola

con l'Unità

a 4,00 euro in più