

ALITALIA, PEGGIORA A SETTEMBRE LA POSIZIONE FINANZIARIA

ROMA Posizione finanziaria in aumento di 100 milioni di euro, per Alitalia, e pari al 30 settembre a 1.764 milioni. Lo afferma la compagnia aerea in una nota di aggiornamento alla Consob, spiegando che, rispetto ai dati di agosto, lo scorso mese è peggiorata anche la posizione finanziaria del gruppo (+89 milioni a 1.721 milioni).

Ciò è dovuto - spiega la società - a fattori legati alla tipica stagionalità degli incassi e dei pagamenti del mese di settembre: l'andamento degli incassi da biglietteria aerea (riversate alla Compagnia dagli agenti di viaggio come da prassi nel mese successivo) ha infatti - si legge ancora nella nota - negativamente risentito a settembre in modo marcato della generalizzata riduzione delle attività industriali nazionali di agosto; contestualmente, e per le stesse ragioni, i pagamenti del mese di settembre hanno riflesso, oltre gli esborsi di stretta

competenza del mese in argomento, anche una quota rilevante dal mese precedente e correlata all'usuale rallentamento ad agosto delle fatturazioni da parte dei principali fornitori.

Nella nota, Alitalia ricorda anche che, in linea con le indicazioni ricevute dalla stessa Consob, ha operato una riclassifica con lo scorporo dei dati relativi all'indebitamento a medio-lungo termine delle quote correnti in scadenza nei dodici mesi successivi, e l'inclusione di queste ultime nei dati relativi all'indebitamento finanziario a breve termine, che pertanto risulta essere, sempre al 30 settembre scorso, di 202 milioni per la compagnia, e 150 per il gruppo.

Quanto all'indebitamento bancario, Alitalia sottolinea che quello esistente è pressoché interamente assistito da garanzie reali (ipoteche su automobili) o da garanzie personali (garanzie rilasciate da agenzie per il credito all'esportazione).

SCENDONO GLI INTERESSI SUI LIBRETTI DI RISPARMIO POSTALE

MILANO La Cassa depositi e prestiti taglia dello 0,20% il tasso offerto sui libretti di risparmio postale e lancia due nuove serie di Buoni fruttiferi postali, una con tassi fissi crescenti di anno in anno e la seconda con tassi legati anche all'andamento della Borsa.

Lo comunica in una nota la stessa Cassa, informando che il tasso offerto sui libretti di risparmio postale nominativi, al portatore e giudiziari, passa dall'1,50% all'1,30% mentre quello sui libretti postali nominativi intestati ai minori di età passa dall'1,75% all'1,55%.

Entro quindici giorni dalla pubblicazione dell'avviso nella Gazzetta Ufficiale, precisa la Cdp, il sottoscrittore ha poi diritto di recedere dal contratto senza penalità e di ottenere, in sede di liquidazione del rapporto, l'applicazione delle condizioni precedentemente praticate. Quanto ai buoni frut-

tiferi, i buoni ventennali della serie «B2», spiega la Cassa, garantiscono il capitale investito e un interesse certo e predefinito al momento dell'emissione.

In particolare, i tassi nominali annui lordi applicati alla serie «B2» offrono rendimenti crescenti: nel 1° anno 1,50%, nel 2° anno 1,90%, nel 3° anno 2,20%, dal 4° al 5° anno 2,80%, dal 6° al 9° anno 3,70%, dal 10° al 14° anno 4,20%, dal 15° al 20° anno 4,70%. I buoni settennali indicizzati a scadenza della serie «BB2», poi, oltre a garantire il capitale investito e un interesse certo e predefinito al momento dell'emissione, riconoscono, alla fine del settimo anno, un eventuale premio aggiuntivo, il cui valore è legato all'andamento dell'indice azionario Dow Jones Euro Stoxx 50. L'importo lordo di tale premio può variare tra 0 e il 10% del capitale nominale sottoscritto.

Mistero Buffo 2.

I monologhi dal vivo di Dario Fo e Franca Rame in 4 esclusive videocassette

in edicola con l'Unità a € 8,90 in più

Mistero Buffo 2.

I monologhi dal vivo di Dario Fo e Franca Rame in 4 esclusive videocassette

in edicola con l'Unità a € 8,90 in più

economia e lavoro

Nessuno si accorge dell'inflazione che cala

Carovita al 2%, ma in dieci anni i salari hanno perso quasi il 6% del potere d'acquisto

Laura Matteucci

MILANO Le acrobazie dell'Istat, se anche convincono, non riescono a rallegrare nessuno. A parte il governo, certo, che cerca di trasformare quel dato sull'inflazione calante, bloccata in ottobre al 2%, in un indicatore di imminente e sicura ripresa economica.

Governo a parte, l'inflazione che si raffredda è già stata addebitata al crollo dei consumi da parte di esperti, economisti, sindacati. Il che è un indicatore esattamente contrario, di stagnazione e crisi economica. La stagnazione della domanda è in effetti, di per sé, un fattore depressivo.

E di sicuro non basta a fronteggiare l'impovertimento della popolazione: le retribuzioni continuano ad arrancare e, come risulta anche da un recente studio dell'Ufficio economico Fiom-Cgil, restano sempre al di sotto della crescita dell'inflazione. Qualche dato: in dieci anni, il potere d'acquisto di operai e impiegati (una tantum escluse) è diminuito del 5,8%, come risulta dal rapporto tra gli aumenti dell'inflazione e quelli contrattuali. E si tratta di categorie che, tutto sommato, sono riuscite a difendersi. Per l'intera collettività, infatti, va anche peggio: negli stessi anni, il potere d'acquisto degli italiani nel complesso è diminuito addirittura del 6,5%.

Ma in realtà c'è chi avanza molti dubbi anche sulla credibilità stessa della rilevazione dell'Istituto nazionale di statistica. «Noi pensa-

Sotto accusa anche i criteri di rilevazione Istat. I consumatori: per i redditi medio-bassi il tasso è al 7,5%

mo sia ampiamente sottostimata, lo diciamo da sempre», sostiene Rosario Trefiletti a nome dell'Intesa dei consumatori, secondo cui l'inflazione viaggia a tassi almeno doppi rispetto a quelli registrati dall'Istat.

Inflazione oltre il 4%, insomma, e per anziani, pensionati e in genere redditi medio-bassi anche di più. Intorno al 7,5%, dice l'Intesa. Motivo: il semplice fatto che i loro consumi sono spostati proprio verso quei beni che negli ultimi mesi hanno subito i rincari più forti, come l'alimentazione (che solo tra settembre e ottobre ha iniziato a raffreddarsi) e le spese per la casa, mentre fanno un uso molto relativo ad esempio delle telecomunicazioni, i cui prezzi sono invece generalmente crollati. «E infatti - riprende Trefiletti - noi abbiamo sempre chiesto all'Istat l'introduzione di panieri differenziati per reddito, che permetterebbero rile-



COSÌ I SALARI RISPETTO ALL'INFLAZIONE								
		1993	1996	1998	2000	2002	2004	2004/1993
Increment. retrib.	increment. %		6,1%	7,1%	2,9%	3,9%	5,0%	-
Increment. retrib.	indici	100	106,1	113,63	116,93	121,49	127,56	27,6%
Potere d'acquist. operai e impieg.	indici	100	93,2	96,5	95,2	94,1	94,2	-5,8%
	increment. %		-6,8%	3,4%	-1,3%	-1,2%	0,1%	
Potere d'acquist. intera comunità	indici	100	93,2	96,0	94,8	93,5	93,5	-6,5%
	increment. %		-6,8%	2,9%	-1,3%	-1,3%	-0,1%	

Fonte: Fiom Cgil

L'inflazione è in calo, ma i consumatori non se ne accorgono

vazioni più precise e più utili per tutti». Richiesta, al momento, irrisolta.

«Qui c'è un problema che nessuno ha mai risolto - dice Trefiletti - Siamo anche d'accordo sul fatto che c'è un generale assestamento dei prezzi, ma ci chiediamo come mai non sono stati registrati gli

aumenti spropositati avvenuti tra il 2002 e il 2003, in pieno change-over». Tra i punti critici delle rilevazioni dell'Istat, ci sono innanzitutto le voci del paniere: «Hanno introdotto il dvd, i cui prezzi sono in continua discesa, e tolto l'alcol». Poi i pesi delle stesse voci: «Prendiamo l'assicurazione del-

l'auto: in realtà pesa per circa il 5% sul budget familiare, mentre per l'Istat pesa solo l'1%, e prima era addirittura allo 0,4%». Oppure la voce casa - bollette, affitto medio, spese varie: «In realtà pesa per il 22,23%, per l'Istat invece nemmeno il 10%». Terzo punto che meriterebbe maggiore attenzione, l'accuratezza delle rilevazioni territoriali.

Tutte considerazioni che fanno pensare che la corsa dei prezzi sia in effetti molto più consistente di quanto rilevato ufficialmente. E di sicuro più incisiva rispetto al tasso d'inflazione programmata dal governo, che si è sempre rivelata inattesa e che però è riuscita a danneggiare il potere d'acquisto di milioni di lavoratori.

E l'inflazione programmata, infatti, a venire presa come punto di riferimento per i rinnovi contrattuali, ma il divario con l'inflazione reale si è fatto ormai incalcolabile.

l'intervista

Roberto Dessì
segretario Ancd-Conad

«Ancora un anno così e molti chiuderanno bottega»

L'allarme dei dettaglianti Conad: «I consumi crollano e il governo non fa nulla»

MILANO «Un altro anno come il 2004 sarà drammatico per molte imprese commerciali. I costi da sostenere aumentano, i margini si riducono sempre di più, anche perché per fronteggiare il calo dei consumi dobbiamo tutelare la clientela, e continuare con politiche di sconti e promozioni».

Le imprese commerciali sono sole ad affrontare la situazione e non ce la fanno più, è così?

«Se il governo non riesce a varare alcun provvedimento di sostegno, non è che noi possiamo andare avanti all'infinito, questo è chiaro. È una situazione che può durare finché le imprese avranno riserve da mettere in campo. È almeno un anno pieno che andiamo avanti nello stesso modo, e per il momento il 2005 non si presenta migliore».

L'allarme lo lancia Roberto Dessì, segretario generale dell'Ancd, che è l'Associazione naziona-

le di cooperative di dettaglianti a insegna Conad, la seconda catena distributiva in Italia. Un allarme e un richiamo al governo, che scelga una strategia di politica economica e decida «provvedimenti di sostegno alle imprese da un lato, e al potere d'acquisto degli italiani dall'altro».

Secondo l'Istat l'inflazione è al 2%: le sembra attendibile?

«Voglio prenderlo per buono. Non credo che le rilevazioni siano immuni da errori, però sono anche i dati più credibili che abbiamo. E poi, che alcuni prezzi diminuiscano, in particolare per i beni di largo consumo, è un dato di fatto. Anche se tutta l'area delle tariffe non è altrettanto virtuosa. Ma il problema vero è un altro: anche prendendolo per buono, questo dato è positivo solo a metà».

Qual è la parte negativa?

«Il crollo dei consumi. Siamo passati da una fase di stagnazione ad una riduzione vera e pro-

pria. Non è una novità, peraltro, è almeno da un anno che i consumi vivono in forte tensione. E infatti è da un anno che facciamo operazioni consistenti di contenimento e taglio prezzi. Abbiamo condiviso anche il recente accordo con il governo per il blocco dei prezzi fino al 31 dicembre, ma ricordo che tutto il gruppo Conad l'aveva già deciso da tempo. Le politiche promozionali riguardano un numero sempre più considerevole di prodotti. I dati Nielsen registrano che nella media e grande distribuzione il 25% del venduto è sottoposto a politiche promozionali».

Però l'altro giorno il ministro Siniscalco ha dichiarato che i consumi non sono affatto in frenata.

«L'ho sentito, una dichiarazione stupefacente. Suppongo sia un auspicio per il futuro, magari significa che il governo sta finalmente approntando qualche provvedimento di sostegno. In Finanziaria non c'è assolutamente nulla, atten-

diamo il collegato».

E che cosa vi aspettereste?

«Quella di mettere mano alle aliquote Irpef non è la strada giusta. Il governo deve scegliere che cosa fare. E se è vero che vuole appoggiare la domanda interna, allora dovrebbe operare con interventi di sostegno alle imprese, innanzitutto riducendo l'Irap, e con interventi a beneficio dei redditi medio-bassi. Provvedimenti, insomma, che aiutino sia il contenimento dei costi d'impresa, sia il recupero di potere d'acquisto degli italiani. Ad esempio, perché non fa nulla per ridurre l'impatto degli aumenti del petrolio? Perché non abbassa le accise sulla benzina?».

Perché così ha maggiori introiti.

«D'accordo, ma allora almeno lo si dica chiaramente. La corsa del petrolio è un problema per tutti, noi trasportiamo quasi tutta la merce su gomma, i costi per noi non fanno che aumentare. Non si può andare avanti all'infinito. E in

crisi anche tutta la produzione alimentare, non solo la distribuzione».

Come si prospetta il 2005?

«Segnali di ripresa non se ne vedono, quindi a meno di interventi del governo consistenti e credibili sarà un altro anno di sofferenza. Anche perché l'incertezza e i timori per il futuro incidono moltissimo sui consumatori: da un lato esiste un problema reale di perdita del potere d'acquisto, soprattutto per i redditi medio-bassi, ma dall'altro è la fiducia che è debolissima, e che blocca la propensione al consumo».

Quali sono i consumi più penalizzati?

«I beni voluttuari, chiaro. Ma ultimamente assistiamo ad una riduzione generale dello scontrino medio, e al rinvio di acquisti persino per i generi alimentari. La gente compra solo i prodotti promozionati, si trasferisce sui primi prezzi e penalizza le marche».

la.ma.

L'iniziativa del gruppo fiorentino A Moda, che ha firmato un accordo per la produzione e la distribuzione dei capi da lavoro americani Smith's (sempre uguali dal 1906)

Giubbotti e salopette? Si troveranno in vendita dal ferramenta

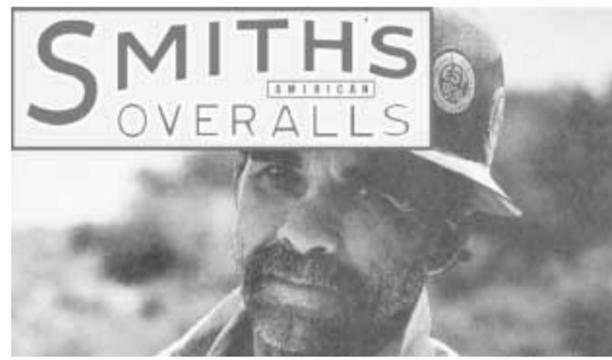
Gianluca Lo Vetro

FIRENZE La moda va dal ferramenta. Sembra quasi una battuta sulla crisi di un settore che avrebbe certamente bisogno di panni e puntelli, ma è un'interessante iniziativa sperimentale che parte da Firenze, dal gruppo A Moda di Alessandro Bastagli.

Già produttrice di marchi "fuori dalle mode" come Everlast e Alpha, questa realtà con un organico di 50 persone, un indotto di 150 unità lavorative e un fatturato di 20 milioni e 150mila euro in crescita del 30%, ha appena siglato un accordo per produrre e distribuire i capi da lavoro americani Smith's. Sono pantaloni, giacconi e t-shirt che si producono a Brooklyn dal 1906 e che hanno fatto storia in una fotografia-icona nella quale un

gruppo di muratori consuma la pausa pranzo nel vuoto: sull'impalcatura di un grattacielo in costruzione, nella fattispecie il Rockefeller Center. Scarpe da lavoro, tute, pantaloni e giacconi saranno prodotti in Italia ed entreranno in commercio nel settembre del prossimo anno. Parte della produzione sarà effettuata da una cooperativa di Reggio Emilia.

Per gestire il recupero e il rilancio di giubbotti robusti, salopette indistruttibili e braghe multitasche, Bastagli ha chiamato al suo fianco come partner e product manager, Paolo Borgomanero, inventore di casi dello stile come l'Acqua di Parma. E infatti questo esploratore di percorsi alternativi ha pensato bene di mettere in vendita i capi Smith's America nei negozi di ferramenta, anziché nelle boutique del centro. Dove peraltro imperverano capi da lavoro e jeans usurati ad arte.



Ritrovata coerenza tra il punto vendita e il prodotto? «Più che altro, - replica Borgomanero - una scelta per cercare una soluzione alle controindicazioni delle mega boutique nelle vie del lusso». «Quando a Milano la sola buona uscita da un negozio di via Montenapoleone supera il valore dell'immobile - aggiunge Bastagli -, significa che qualcosa non funziona e che i costi di immagine gravano eccessivamente sul prezzo finale al pubblico». C'è di più. «I capi Smith's - prosegue Borgomanero - sono sempre gli stessi da un secolo, non seguono le mode, quindi non vanno in saldo alla metà del prezzo tre mesi dopo il loro lancio, né finiscono a prezzi stracciati negli outlet». La continuità di questi prodotti solleva inoltre i negozi dai problemi delle rimanenze in magazzino e dei tempi di consegna. I prezzi di questi capi - poche decine di euro, anche perché nelle ferra-

menta il ricarico è al massimo del 40% - rispettano la filosofia secolare del marchio («il miglior abbigliamento che il danaro possa comprare») in un momento in cui le grandi firme offrono a cifre stratosferiche uno stile finto povero fatto di toppe e strappi.

Insomma, alla resa dei conti la scelta di portare la moda tra chiodi e bulloni, risulta una critica lucida e feroce ad un sistema dello stile fossilizzato su strategie e rituali al capolinea. In quest'ottica l'attuale crisi della moda strutturale e non congiunturale, assume tutt'altri contorni: positivi perché esistono vie d'uscita (basta cercarle e saperle individuare), ma al tempo stesso negativi. Perché i più sembrano insistere sui vecchi percorsi. Tanto che nelle vie del centro i templi scintillanti dello shopping paiono destinati a diventare mausolei. Se non monumenti ai «caduti del lusso».