

Finanziamenti

Le piccole e medie imprese criticano le banche

Quello tra banche e imprese continua a essere un rapporto difficile. Relativamente al 2009 i due terzi delle piccole e medie imprese (67%) ritengono che la banca non sia stato un partner strategico nella gestione della crisi e solo un imprenditore su 5 ha riscontrato approcci propositivi di medio periodo. È quanto emerge dalla seconda edizione dell'Osservatorio di Accenture 2009 sul rapporto banche-pmi. Il 43% degli imprenditori intervistati afferma di non aver avuto indicazioni dalla banca in merito alle difficoltà finanziarie riscontrate e il 18% ammette di essersi trovato di fronte a restrizioni nell'accesso a finanziamenti.

Bankitalia sull'impatto della crisi nel nostro Paese. Il «tornado» provocato dai subprime ha colpito il nostro paese più a fondo di altri - sostengono i ricercatori - nel triennio 2008-2010 i punti di mancata crescita del Pil sono stati 6,5%. Secondo lo studio le politiche economiche varate e gli stabilizzatori automatici hanno consentito di ammorbidire l'impatto e non arrivare a quota -10% del Prodotto Interno Lordo contro il -5,5% del Pil effettivamente perso grazie a un'opera di stimolo pari a 3,5 punti percentuali. Le misure con un maggior impatto sulla domanda aggregata, cita lo studio, sono stati gli interventi di sostegno ai redditi delle famiglie, il poten-

Bankitalia

Secondo uno studio la crisi ha avuto un impatto forte sul Paese

ziamento della cassa integrazione, gli incentivi alla rottamazione, la Tremonti-Ter e le misure si sostengono alle imprese. In particolare le misure hanno limitato la caduta degli occupati effettivi per circa 1 punto percentuale.

Quanto al futuro, l'Isae stima che un aumento della produzione che nel primo trimestre dell'anno dovrebbe essere dell'1,9% e che potrebbe crescere al 3,8% nel secondo. In particolare l'Istituto prevede nuovi incrementi mensili a marzo e a maggio e una pausa ad aprile. Anche il Centro Studi di Confindustria conferma la tendenza positiva di marzo: la crescita su febbraio è dello 0,8% (+3,2 gli ordinativi), dopo la variazione nulla, registrata anche dall'Istat, di febbraio su gennaio. ♦



Ieri e oggi Una Giulietta d'epoca e la nuova Alfa Romeo Giulietta.

Giulietta, un mito dall'Alfa alla Fiat per superare la crisi

Cinquant'anni dopo il successo del modello più famoso dell'industria dell'auto di Stato, simbolo del boom italiano, Marchionne riscrive la storia. Che oggi, però, porta a Detroit

La storia

RINALDO GIANOLA
MILANO
rgianola@unita.it

Nella storia della letteratura Giulietta è il nome di una donna che muore per amore. Per l'industria italiana, invece, è stato, e rimane, il simbolo del boom economico, del riscatto del paese dopo la distruzione della guerra, di una nuova stagione di crescita, di emancipazione della società. La nuova "Giulietta" Alfa Romeo è stata presentata ieri dai vertici della Fiat al presidente della Repubblica, Giorgio Napolitano. Per la verità

questo modello era già stato battezzato come "Milano", ma poi al Lingotto devono aver pensato che la scelta poteva apparire offensiva per il capoluogo lombardo, dove la Fiat sta portando a termine la chiusura dello storico stabilimento di Arese proprio nel centenario della nascita della casa automobilistica del Biscione degli Sforza. Così Sergio Marchionne è andato sul sicuro e ha recuperato la "Giulietta", sperando di poter ripetere il successo di un grande progetto dell'industria di Stato negli anni Cinquanta.

Mezzo secolo dopo il lancio, la "Giulietta" torna sulle strade italiane e, buona notizia, è un modello nuovo prodotto interamente nello stabilimento Fiat di Cassino, assieme ad altre auto del cosiddetto seg-

mento C come la "Bravo" e la "Lancia Delta". In attesa delle novità che Marchionne l'americano annuncerà il prossimo 21 aprile in occasione della presentazione del piano strategico (pare che l'amministratore delegato e i suoi collaboratori parleranno per sei ore filate...), si può notare che la "Giulietta" ha un destino storico segnato: negli anni Cinquanta fu il modello con il quale l'Alfa Romeo scampò a una difficile crisi, oggi è diventata una delle carte della Fiat per svoltare e vincere la sfida planetaria nell'industria dell'auto.

La "Giulietta" uscì dalla mente dell'ingegnere Orazio Satta e fu battezzata dal poeta Leonardo Sinisgalli, un progetto voluto e sostenuto dall'allora direttore generale di Finmeccanica, Giuseppe Luraghi. La finanziaria pubblica, tutta-

La presentazione

Vertici Fiat al Quirinale
Il 21 aprile il nuovo piano strategico

via, non aveva i soldi per sostenere il piano di sviluppo e i primi fondi arrivarono da un investitore tedesco, Otto Wolf. La "Giulietta" fu presentata al Salone di Torino nel 1954, la prima vettura con la cilindrata di 1300 centimetri cubi, prodotta al Portello di Milano. Divenne subito un successo straordinario, un modello apprezzato in tutto il mondo, orgoglio dell'industria italiana. Un'auto di moda, popolare, potente per quei tempi, che venne adottata poi dalla Polizia e anche da famosi play boy da rotocalco.

Giuseppe Luraghi, a proposito della nascita di quel modello, scrisse: «Per varare il programma si dovette superare persino l'avversità di alcuni consiglieri di amministrazione della società, i quali dichiararono pericoloso provocare i potenti concorrenti (cioè la Fiat) già affermati nel campo delle vetture medie. Ma, evidentemente, nessuno voleva provocare chicchessia: si voleva soltanto dare all'Alfa Romeo una base di produzione che le permettesse di vivere in modo autosufficiente». Tra il 1955 e il 1965 uscirono dalla fabbrica 177.620 "Giulietta". Per celebrare la produzione del modello numero 100mila arrivò al Portello anche Giulietta Masina, attrice famosa e moglie di Federico Fellini, per una foto con gli operai.

Oggi l'Alfa Romeo è solo un marchio, la "Giulietta" un nome di successo che lo sperano tutti possa ripetersi dopo mezzo secolo ♦