



Boeing chiude fabbrica

La Boeing ha annunciato ai suoi dipendenti che intende chiudere entro la fine del 2013 la sua enorme fabbrica di velivoli militari di Wichita, in Kansas, nel tentativo di tagliare i costi. La decisione comporterà la perdita del posto di lavoro per 2.100 persone nello stabilimento della città un tempo considerata "capitale mondiale dell'aria".

In breve

EURO/DOLLARO: 1,2952

FTSE MIB
15.327
-2,04%

ALL SHARE
16.146
-1,67%

SALDI

Oggi parte la stagione degli sconti

Oggi iniziano i saldi invernali nella quasi totalità delle città italiane. Anche il Molise ha deciso alla fine di allinearsi alla data unica, anticipando l'inizio dal 7 al 5 gennaio. Così da Milano a Roma, dal Nord al Sud si parte. Nonostante la crisi a non rinunciare all'occasione saranno, secondo Confcommercio, 7 italiani su 10 che spenderanno meno di 200 euro a testa.

FIAT

Boom di vendite Chrysler ma i target sono a rischio

Un 2011 da incorniciare per Chrysler. Dopo aver restituito i prestiti ricevuti dal governo Usa, la controllata di Fiat compie un altro passo avanti e archivia il 2011 con vendite per 1,37 mln di auto, il 26% in più rispetto al 2010. Nonostante il trend, gli analisti restano cauti e reputano troppo ambizioso l'obiettivo di 6 milioni di vendite nel 2014, fissato per il gruppo dall'ad Marchionne.

CAOS BAGAGLI

L'Enac minaccia di bloccare gli aerei

«Dal 10 gennaio se le compagnie non pagheranno ogni giorno» il servizio di trasporto bagagli su nastro «i loro aerei saranno bloccati». Lo afferma il presidente dell'Enac, Vito Riggio relativamente agli Aeroporti di Roma. «Non vorrei prendere provvedimenti che creino disagi ai passeggeri ma le regole vanno rispettate». La tariffa è di 1,86 euro a bagaglio.

FIUMICINO

Rischio licenziamento per 76 dipendenti Argol

Alla scadenza del contratto quadriennale di appalto, Alitalia/Cai ha deciso di internalizzare il servizio di movimentazione del materiale aeronautico nel contesto dei magazzini dell'aeroporto di Fiumicino. Per questo sono a rischio i posti di lavoro di 76 dipendenti del gruppo di logistica Argol.

→ **Dopo l'offerta** di Rotelli si attendono le mosse di Ior-Malacalza

→ **La Procura vigila** sull'iter di presentazione delle offerte

San Raffaele, conto alla rovescia Ultimo giorno per i rilanci

Entro oggi chi vuole partecipare alla gara per l'acquisto del San Raffaele deve presentare l'offerta. In assenza di rilanci resta in pole position la cordata formata dal Vaticano e da Malacalza.

MARCO TEDESCHI

MILANO

Conto alla rovescia per l'Ospedale San Raffaele dopo la scomparsa del fondatore Don Verzè. Sono ancora aperti i giochi di rilanci nella partita che deciderà il nuovo assetto del polo ospedaliero. Fino a oggi a mezzogiorno c'è tempo per rilanciare - almeno di 50 milioni di euro - sull'unica offerta finora pervenuta, quella del gruppo San Donato di Giuseppe Rotelli, per 305 milioni di euro. Nel suo studio mi-

Le regole

Se Ior e Malacalza offrono 305 milioni prendono l'Ospedale

lanese il notaio Enrico Chiodi Daelli aspetta che arrivino nuove offerte. Se nessuno si dovesse presentare, Ior e l'industriale Malacalza, in quanto primo offerente, avranno tempo fino alle ore 12 di martedì prossimo (10 gennaio) per potersi allineare all'offerta di

Rotelli e rilevare il San Raffaele.

Non ci dovrebbero essere sorprese clamorose. Chi si candida deve presentare insieme alla lettera predisposta per l'offerta anche una fidejussione bancaria relativa all'importo offerto e il via libera, formalizzato in una lettera, delle otto banche che hanno fatto il finanziamento Bei. Gli istituti infatti devono accettare di sostituire al debitore originario il nuovo acquirente, il cosiddetto "accollo liberatorio". San Donato ha presentato la sua offerta in 47 pagine più allegati, dove gli asset sono valorizzati a 305 milioni di euro cash, ovvero 55 milioni in più rispetto a quanto messo sul piatto dalla Santa Sede e da Vittorio Malacalza, e prevede l'accollo di passività per altri 500 milioni rispetto al debito complessivo di 1,5 miliardi.

Formalmente la proposta di Rotelli appare completa e in linea con i paletti fissati dalla procedura messa a punto dai vertici della Fondazione Monte Tabor, e in linea anche con quanto stabilito dai Commissari straordinari (Rolando Brambilla, Luigi Giovanni Saporito e Salvatore Sanzo) e delle Autorità giudiziarie. Sarà all'esame del cda della Fondazione solo il 10 gennaio, assieme ad eventuali rilanci o al pareggiamento. Ieri intanto si è formalmente ritirato Alessandro Proto Consulting, che aveva espresso interesse in rappresentanza di un gruppo estero. Potrebbe invece rientrare in gioco,

anche se in una seconda fase, Gianfelice Rocca. L'Humanitas (controllata da Techint) non si presenterà oggi all'appuntamento coi rilanci ma ci sarebbero stati contatti coi Malacalza che potrebbero aprire a futuri alleanze. L'Humanitas metterebbe al servizio della cordata Ior-Malacalza il suo know how. ♦

COLDIRETTI

"Mozzarelle blu" la metà è fatta con latte straniero

Metà delle mozzarelle vendute in Italia sono ottenute con latte o con cagliate industriali provenienti dall'estero. Lo afferma la Coldiretti chiedendo, a proposito del fenomeno delle "mozzarelle blu" e dei sequestri avvenuti, «chiarezza per non danneggiare gli allevatori italiani impegnati nel garantire qualità e sicurezza». La legge nazionale che obbliga a indicare in etichetta l'origine della materia prima utilizzata negli alimenti deve essere immediatamente applicata, dice l'organizzazione agricola, denunciando che «nelle confezioni delle mozzarelle non è infatti obbligatorio indicare la provenienza del latte impiegato ed è facile che venga spacciato come nazionale quello importato».

Unipol in stile Facebook Campagna punta su fiducia

CESARE BUQUICCHIO

Cartelloni, banner e annunci pubblicitari con il blu dello sfondo che ricorda Facebook, con il carattere dei testi che ricorda Facebook, ma non è una campagna di Facebook. Sotto lo slogan "ho fiducia nel futuro" c'è il Gruppo Unipol che ha scelto di "citare" il

popolare social network per una innovativa e originale operazione di marketing (presente anche sull'Unità) che proprio dall'orizzontalità delle piattaforme web prende spunto per dare voce agli utenti. «Abbiamo deciso di fare la nostra parte, noi che come assicurazione da sempre lavoriamo con la fiducia dei clienti - spie-

ga Unipol -, per provare ad invertire l'onda depressiva (che riteniamo di non meritare) che sta travolgendo il nostro Paese negli ultimi mesi». Sono tante le aziende italiane che negli ultimi mesi hanno virato la loro strategia comunicativa sul "social media marketing" per entrare in contatto in modo più orizzontale con i propri clienti di riferimento. Quello che sta facendo Unipol rappresenta un passo ulteriore con il tentativo di aprire un canale diretto di ascolto e comunicazione su temi sensibili come la speranza e la fiducia degli italiani.

DETTAGLI E IMMAGINI SU UNITA.IT