

Il carbone a Natale punisce l'economia

MARIO DEAGLIO

Un tempo si diceva che la Befana porta i doni ai bimbi buoni e il carbone ai cattivi. Quest'anno, però, il carbone è già

presente in abbondanza nel sacco di Babbo Natale destinato all'economia italiana.

CONTINUA A PAGINA 21

IL CARBONE A NATALE PUNISCE L'ECONOMIA

MARIO DEAGLIO

SEGUE DALLA PRIMA PAGINA

Sono almeno quattro i pezzi che ha tenuto in serbo per noi in questo concitato finale del 2016.

Il primo pezzo di carbone ha la forma di uno scudo e riguarda le banche. La lunga battaglia per contenere il debito pubblico si conclude a fine anno proprio con un aumento di quel debito, con la condiscendenza di una parte dell'opposizione. Si deve certamente valutare favorevolmente la tempestività con cui si sono mossi governo e Parlamento nel dare via libera alla costituzione di uno «scudo» di 20 miliardi di euro per assicurare la liquidità al sistema bancario. Non si può, però, non rimanere perplessi di fronte all'entità della cifra, assai superiore a quella necessaria per sanare la vicenda Montepaschi: ci sono altre difficoltà nel sistema bancario o il «buco» Montepaschi è più profondo?

Possiamo soltanto augurarci che lo «scudo» venga usato il meno possibile perché, quando viene utilizzato, lo pagano i contribuenti. Far pagare ai contribuenti e futuri (un altro «schiaffo» ai giovani) anziché agli investitori procura un sollievo momentaneo ma è un bene soltanto se così non si incoraggiano comportamenti disinvolti. In ogni caso non ci creerà alcuna simpatia in Europa.

Il secondo pezzo di carbone riguarda Alitalia. Che i risultati operativi non fossero lusinghieri lo si sapeva da tempo, ma perché il male si è acuitizzato proprio alla vigilia di Natale? Probabilmente perché è tempo di chiusura di bilanci e, senza il sostegno delle banche, la chiusura sarebbe disastrosa. Era però ragionevole che prima suonassero forti campanelli d'allarme e occorrerà capire perché i manager insediati dai soci di Abu Dhabi non sono riusciti a ridurre i costi e aumentare i ricavi dell'ex «compagnia di bandiera».

Si è determinata così una situazione paradossale in cui lo scudo pubblico sostiene lo zoppo (le banche) e lo zoppo sostiene il cieco (Alitalia). Ma chi sosterrà lo scudo pubblico, o meglio la finanza pubblica che ha in scadenza nel 2017 più di 300 miliardi di debito che deve essere rifinanziato? Non possiamo aspettarci sempre e soltanto interventi della Bce per sostenere un debito che sale.

Lasciamo questa girandola di sofferenze di banche private e di debiti pubblici e veniamo al terzo pezzo di carbone che risponde al nome di Mediaset. Qui non c'è questione di debiti e nemmeno di crisi ma anzi il colosso televisivo privato è valorizzato dall'interesse di Vincent Bolloré, un finanziere francese rapidissimo nei suoi piani, spesso più numerosi di quanti ne rie-

sca a realizzare. Perché mai Vincent Bolloré si interessa di Mediaset? Perché ritiene che, unita ai suoi interessi mediatici francesi potrebbe costituire la base di un gruppo integrato di telecomunicazioni e intrattenimento a livello globale.

La domanda da farsi qui è come mai la stessa cosa non sia stata pensata da italiani, a cominciare dalla Mediaset. Una parte dell'imprenditoria italiana sembra accontentarsi di coltivare il suo orticello invece di spingersi nei mari tempestosi dell'economia globale. E «farsi comprare dai francesi», mantenendo l'autonomia gestionale è un'attitudine largamente presente, tra l'altro, nel settore del lusso. Visto l'andamento degli investimenti è legittimo domandarsi se gli imprenditori abbiano davvero quell'«appetito per il rischio» che li dovrebbe contraddistinguere.

E veniamo così al quarto pezzo di carbone, che è anche quello più amaro: ha un nome tratto dal «Barbiere di Siviglia» di Rossini, riguarda una società multinazionale italiana che in Italia si occupa soprattutto di «call center» e negli ultimi mesi ha avviato le procedure per chiudere i centri di Roma e Napoli con 2500 licenziamenti. I licenziamenti saranno quasi certamente sospesi fino a primavera ma è una pezza che viene posta su un vestito logoro.

In fondo al sacco di Babbo Natale speriamo proprio di trovare qualche vestito nuovo: imprese desiderose di crescere grazie a idee e investimenti e non a sussidi, famiglie pronte a utilizzare per i loro piani di vita i soldi messi da parte per paura. E anche qualche pillola di una medicina che si chiama fiducia.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

