



Renato Preti, promotore del fondo d'investimento Opera, specializzato nel rilancio del made in Italy

Riscattare il made in Italy è una vera Opera da Preti

Il suo sogno? «Una grande azienda vinicola: 500mila e persino 1 milione di bottiglie l'anno, rigorosamente made in Italy». Beh, non è facile produrre un milione di Barolo o di Sassicaia. «E chi li vuole - sbotta lui - Per carità, grandi vini. Ma, da industriale, io sogno un prodotto di qualità capace di inondare i mercati. Non il bell'oggetto artigianale, solo per pochi. E chi l'ha detto che i grandi numeri non possono coesistere con la qualità?». Il «lui» in questione è Renato Preti, promotore assieme a Bulgari di Opera, prima società d'investimento specializzata nei settori del bello all'italiana. Bocconiano, classe 1955, uno dei grandi chef finanziari del made in Italy (ma adesso usa di più parlare di *Italian lifestyle*), dal Duemila batte il mondo forte di soci nella Penisola (gruppo Angelini, Hopa, Mediolanum, De Agostini, Fininvest) e fuori (Deutsche Bank, Mitsui, Ernesto Bertarelli) con l'obiettivo di estrarre valore dalla via italiana al bel vivere.

UGO BERTONE

SCOMMESSE

Quel sogno ad alta gradazione

Renato, bocconiano doc e promotore insieme a Bulgari del fondo d'investimento studiato per sostenere il bello all'italiana, sprona le imprese: «Sviluppate i marchi e rafforzate la distribuzione. O sarete mangiati dai cinesi»

Possibile che dopo tanta ricerca ci si fermi davanti a una bottiglia di lambrusco? «E perché no? - replica lui - I francesi hanno una visione più elaborata del *bon vivre*. Ma non solo Lvmh riesce a produrre centinaia di migliaia di bottiglie di champagne senza comprometterne la qualità. Anzi, proprio Lvmh ha dimostrato che i grandi numeri permettono di investire nel prodotto, nel marketing e nella distribuzione migliorando il servizio al cliente». Meglio un buon lambrusco a vagoni che una sola bottiglia di Brunello da mostrare agli amici il giorno del battesimo del pronipote. Per dirla alla Walter Benjamin (anche la cultura rientra a pieno titolo nel *lifestyle*), il lusso inteso come stile di vita è entrato, come l'arte, nell'età della sua riproducibilità tecnica: l'eccellenza non si coniuga più con la rarità del singolo oggetto ma con la sua capacità di servire un'élite di consumatori evoluti di dimensioni planetarie. E questo vale per una bottiglia di champagne, di lambrusco, per una Porsche o per un gioiello di Bulgari, splendido ed esclusivo anche ora che occupano le vetrine di Singapore o di Beverly Hills oltre che le teche esclusive di via Condotti.

La morale economica è una sola: anche nel made in Italy piccolo non più bello, ma è al contrario sinonimo

di fragilità e di debolezza, anticamera di una crisi che rischia di non avere sbocchi. «Qualcuno l'ha capito - sospira Preti - ma molti s'illudono che la crisi sia passeggera e non strutturale. Per loro il risveglio rischia di essere amarissimo». L'esperienza del fondo Opera 1, 225 milioni investiti (Opera 2 chiuderà le prime sottoscrizioni l'estate prossima) sta tutta qui: acquisire partecipazioni consistenti (meglio se di controllo) per aiutare le aziende del made in Italy a crescere in dimensioni e marketing; investire, anche attraverso alleanze internazionali, oltre frontiera per raggiungere, con il giusto messaggio, la clientela disposta a spendere. «In giro per il mondo vedo un'eccezionale voglia di investire - commenta Preti - Basti pensare ai 70 grattacieli in cantiere ad Abu Dhabi, in una zona estremamente calda dal punto di vista geopolitico». L'Europa, al contrario, resta fredda. L'Italia, addirittura gelida. E le aziende continuano a soffrire di «nannismo» congenito, incapaci di affrontare una politica di marketing e distribuzione adeguata a servire una clientela mondiale. E, ancor prima, inadeguati per gestire un processo produttivo in outsourcing, necessario per reggere alla sfida mondiale. «Anche perché sotto certi numeri - sintetizza Preti - non sei interessante agli occhi di un cinese.

Anzi. Vuol sapere la verità? Io mi aspetto che, tra un paio d'anni o forse meno, le aziende di casa nostra saranno comprate dai clienti cinesi, a meno che non sappiano sviluppare una politica del marchio e della distribuzione adeguata. Se questo non avverrà, saranno i compratori ad avere il coltello dalla parte del manico».

Il quadro, insomma, non è dei più rosei: la redditività delle piccole imprese dello stile di vita italiano (dall'alimentare alla cosmetica, dalla moda all'arredamento), già bassa, tende ora a scendere; il circolante è un problema anche per nomi insospettabili. L'ora della verità sembra vicina, ma c'è chi si affida ancora allo «stellone», alla speranza che prima o poi torneranno i bei tempi. «Per paradosso - dice ancora - sono gli industriali leader, come i Busnelli, i più consapevoli. Ma nella fascia tra i 50 e i 100 milioni di fatturato, la gran parte degli imprenditori si nutre ancora di illusioni». Il tempo stringe, ma proprio per questo c'è spazio per qualche buon affare. Entro l'estate, Opera (un cda di eccellenza presieduto da Delio Fabbri di Ferrero International) aggiungerà qualche nuova preda al carnere che ora conta, tra gli altri, B&B (arredamento e design), UnoPiù (arredamenti per esterni), Bruno Magli (scarpe e accessori moda), l'unico investimento di Opera che dà qualche problema), Sector (orologi), Itama (nautica) e AG Ferrari (gastronomia). Il settore più promettente? «Probabilmente l'arredamento e il design d'autore. Ma anche qui l'Italia, che pure ha una posizione di eccellenza, ha problemi di dimensioni. Da noi un'azienda occupa in media 6 persone. In Germania 75». Quante vendemmie ci vogliono, per produrre una fila di lambrusco che arrivi fino in Cina.



IL MONDO IN TRE NOTE

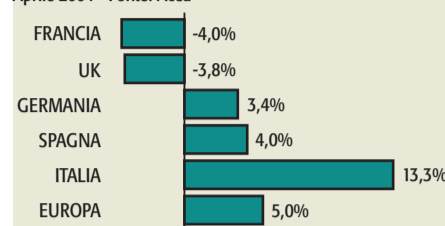
L'Europa dell'auto accelera. Fiat al volante

FRANCESCO NATI

Non c'è guerra, recessione o crisi che tenga. L'Europa vuole stare al volante. Lo dimostrano i recenti dati sulle immatricolazioni nel mese di aprile, che registrano un aumento medio del 4,1% rispetto al 2003. I numeri dell'Accea (Associazione costruttori europei di auto) sottolineano che si tratta del terzo incremento consecutivo dopo quelli di febbraio (+2%) e marzo (+6,9%). Una corsa che ha visto un'accelerazione del 3,2% nel primo quadrimestre 2004 e che, tra i cinque big d'Europa, registra nell'ultima tappa un sorpasso a sorpresa. Quello dell'Italia, che nel mese di aprile è passata in pole position con una crescita delle immatricolazioni del 13,3 per cento. Un vero trionfo per casa Fiat, che in tutta Europa ha registrato un balzo in avanti dell'11,4%, portando le vendite oltre 415mila unità. Il mercato della quattroruote tricolore ha fatto mangiare la polvere anche Germania e Spagna, che hanno chiuso il mese con incrementi rispettivi del 3,4 e del 4 per cento. Per non parlare di Francia e Gran Bretagna, che hanno ingranato la retromarcia perdendo il 4 e il 3,8 per cento. Tra gli altri mercati spicca lo sprint di Danimarca (+29,5%), Belgio

IMMATRICOLAZIONI IN EUROPA

Aprile 2004 - Fonte: Accea



(+22,9%) e Grecia (+21,7%). Mette il turbo la Polonia, che festeggia il suo ingresso nell'Ue con un balzo delle immatricolazioni del 45,6 per cento. Resta invece immutata la classifica delle case automobilistiche: nel Vecchio Continente domina Volkswagen con una quota di mercato del 18,1% (+1,6%); al secondo posto Peugeot-Citroen con una fetta del 14,2% (-3,3%); terza la Fiat, che vede crescere la propria quota di mercato dal 7,2 al 7,7 per cento. Il vero sconfitto è il gigante America. Nel mese di aprile le vendite auto sono calate dell'1,8 per cento. Dopo l'accelerazione di febbraio (+2,3%) e marzo (+2,1%) si direbbe che il bolide a stelle e strisce abbia tirato il freno a mano.

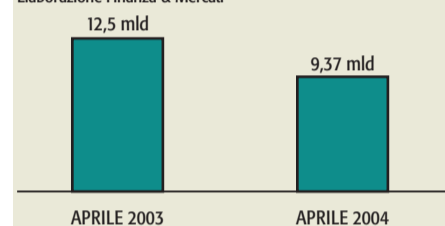
Fumare fa male e costa. Chi ha da accendere?

MICHELA RAVALICO

L'aumento delle tasse sulle sigarette in Germania ha avuto conseguenze così assurde che i paradossi di Zenone, a confronto, sembrano storie per bambini. Non solo la manovra ha impoverito le casse dello Stato, ma non ha avuto neanche l'effetto di allontanare i fumatori dal vizio. L'ultima sferzata sui prezzi delle bionde è stata inaugurata il primo marzo scorso, e secondo i dati rilevati da rivenditori e tabaccai tedeschi la vendita delle sigarette «legali» è bruscamente crollata. I numeri, che fanno riferimento al mese di aprile, parlano di un calo del 25% rispetto allo stesso mese del 2003, per un incasso totale di 9,37 miliardi. I diminuiti acquisti ai negozi, però, hanno penalizzato solo il governo, perché i tedeschi, uno dei popoli più incalliti con il tabacco, continuano beatamente a fumare. Le strade alternative al pacchetto dorato di Benson&Hedges o alle intramontabili rosse Marlboro sono infinite. E allora ecco rispuntare cartine e tabacco, mentre per i più pigri rimane sempre il commercio di contrabbando, ancora più facile da quando l'Europa si è allargata a est del fiume Oder comprendendo la Polonia. Anche la Francia, recentemente, ha avuto un problema simile e in molti hanno ripiegato sui negozi di sigarette on-line.

VENDITA SIGARETTE IN GERMANIA

Elaborazione Finanza & Mercati



ne. Ma la smania di intossicarsi non sta stimoando solo l'inventiva dei fumatori: anche i rivenditori, vista la penuria di affari che sta impoverendo le loro casse, hanno deciso di correre al riparo. Come prima mossa sono stati ritoccati i prezzi dei pacchetti in vendita ai distributori automatici. Reemtsma, una delle catene di negozi di sali e tabacchi più diffuse nel Paese, da questa settimana venderà le John Player Special Red a tre euro anziché a quattro. Ma si tratta di un puro trucco commerciale: il pacchetto invece di essere in formato «king size» da 24, sarà da 18. Così, il prezzo di ogni bionda non cambierà di un centesimo, ma la speranza di conquistare gli ultimi spiccioli del fumatore incallito potrebbe non essere del tutto vana. Purtroppo.

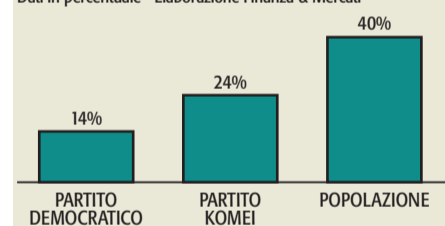
Pensione sociale, in Giappone non si paga

LUIGI ANGELICI

Ichiro Ozawa, 62 anni, ex segretario del partito di governo liberaldemocratico del Giappone, passato all'opposizione nella prima metà degli anni '90, sarà il nuovo presidente del Partito democratico. Ozawa sostituirà Naoto Kan, costretto alle dimissioni perché coinvolto nello scandalo dei politici morosi nel versamento dei contributi per la pensione sociale obbligatoria. Nell'autunno scorso Ozawa ha fuso il suo piccolo Partito liberale con i democratici di Kan. Nelle elezioni generali in novembre la coppia Kan-Ozawa è balzata da 138 a 178 seggi nella camera dei deputati di 480, proponendosi come possibile alternativa all'Ldp del primo ministro Junichiro Koizumi. Sei mesi più tardi, Kan, risultato moroso dopo aver criticato aspramente la riforma del governo e i ministri di Koizumi che non avevano pagato, ha rimesso in crisi il partito democratico, a due mesi dalle elezioni per il rinnovo di metà del Senato previste l'11 luglio. I democratici stanno cercando di recuperare l'iniziativa perduta. Ieri hanno reso nota la lista dei deputati e senatori morosi: 33 su un totale di 240, circa il 14 per cento. Quanti avevano incarichi di partito o istituzionali hanno rassegnato le dimissioni. Sul fronte dei partiti di governo, il Komei di ispirazione buddhista ha ri-

CHI NON PAGA I CONTRIBUTI

Dati in percentuale - Elaborazione Finanza & Mercati



velato ieri che 13 tra i suoi deputati e senatori, compresi il presidente Tadanori Kanzaki e il segretario generale Tetsuzo Fuyushiba, hanno periodi di morosità. Sono circa il 23% del totale. Kanzaki a Fuyushiba hanno rifiutato comunque di dimettersi. Quanto ai liberaldemocratici di Koizumi, il partito ha deciso che non condurrà alcuna inchiesta interna. L'unico, tra i confessi, che si è finora dimesso è il numero due del governo e segretario capo di gabinetto, Yasuo Fukuda. Altri sei ministri non paganti, più alcuni vice ministri, hanno ribadito che non lasceranno l'incarico. Secondo le statistiche, i cittadini che non hanno pagato per periodi più o meno lunghi i contributi per la pensione sociale obbligatoria, sono il 40% del totale. In fondo, i politici sono i più onesti.

PUNTI DI VISTA

COOPERAZIONE RAFFORZATA PER STOPPARE LA NUOVA Ue

La Commissione europea non sosterrà l'iniziativa franco-tedesca in favore di una maggiore armonizzazione delle imposte societarie nell'Unione, che Parigi e Berlino hanno lanciato ieri in occasione del summit ministeriale nella capitale francese. La posizione dell'Unione è chiara e cristallina. «La Commissione non ha alcuna intenzione di presentare una proposta sul tasso di imposizione fiscale per le imprese» e «qualsiasi iniziativa in proposito di Francia e Germania non sarà sostenuta dalla Commissione», dice Jonathan



Frits Bolkestein

Todd, portavoce del commissario Ue per il mercato interno Frits Bolkestein. Francia e Germania puntano a una armonizzazione delle imposte che gravano sulle imprese europee, con l'obiettivo di fissare livelli massimi, ma soprattutto minimi, sotto i quali non sia consentito scendere. Lo scopo sarebbe quello di combattere il cosiddetto «dumping fiscale». Un termi-

SANDRO IACOMETTI

ne di cui i due Paesi si sono appropriati per definire la concorrenza sleale di alcuni Stati che hanno ridotto notevolmente la pressione dell'erario sulle imprese per attirare investimenti stranieri. L'iniziativa sarebbe diretta in primo luogo ai nuovi Paesi membri dell'Est europeo, dove spesso le società sono tassate (aperti cielo!) meno del 20% (come in Polonia, Ungheria, Slovacchia). «Coloro che puntano al cosiddetto dumping fiscale sbagliano obiettivo», spiega Todd, sottolineando che «se un Paese vuole compensare la sua posizione geografica alla periferia dell'Ue, ha il diritto di applicare il tasso fiscale che desidera». Parole sacrosante. Difficili da contestare. Soprattutto se a queste si aggiunge l'auspicio della Commissione che sull'imposizione fiscale la «concorrenza sia leale». A questo scopo, aggiunge Todd, Bruxelles ha già proposto all'inizio dell'anno «un'armonizzazione della base imponibile» utilizzata per calcolare le tasse sulle società. Il motivo è semplice: «Se la base di valutazione è armonizzata, si accresce automatica-

mente anche la trasparenza» e conseguentemente la concorrenza. Va in questo senso il tentativo della Commissione di presentare una proposta detagliata entro la scadenza del mandato, il prossimo ottobre. Il problema risiede nel meccanismo di voto. Il trattato Ue stabilisce che in materia fiscale i Paesi membri decidano all'unanimità. Per aggirare il probabile veto di Irlanda e Gran Bretagna (che, non a caso, hanno livelli fiscali più bassi degli altri paesi) e degli altri nuovi partner Ue, Berlino sembra orientata a proporre la cosiddetta «cooperazione rafforzata» che permetterebbe ai governi che lo vogliono di armonizzare le norme in materia di tassazione delle imprese. La soluzione è stata bocciata senza mezzi termini dalla Commissione europea: «È poco sensata». I Paesi che hanno un basso livello di imposizione fiscale, ha spiegato il portavoce di Bolkestein, «non seguiranno quei partner che opereranno per l'armonizzazione fiscale». Ora non resta che aspettare, come è accaduto nelle procedure per deficit eccessivo, che Berlino si affretti a criticare la nostra riforma fiscale. Ma non c'era un giudice da quelle parti?

Intesa
online



La comodità
è Mobile!

www.bancaintesa.it



Banca Intesa