

## COMMENTI &amp; ANALISI

## CONTRARIAN

DIETRO L'OFFENSIVA DI TPS  
UN MISTERO CHE GETTA  
LUCE SINISTRA SU ALITALIA

► A proposito della vicenda Alitalia-AirOne, bene ha fatto Corrado Passera a non rispondere alla sconcertante provocazione di Tommaso Padoa-Schioppa che lo ha accusato, nel soliloquio domenicale pubblicato dal *Sole 24 Ore*, di essere un irresponsabile ciarlatano oltre che megalomane. Un'esagerazione? Onde evitare di essere accusati a nostra volta di lettura distorta delle sue parole, rileggiamo la frase testuale dettata dal ministro: «L'amministratore delegato di Intesa Sanpaolo ha assunto posizioni che lasciano stupefatti. Una persona responsabile a capo di una grande impresa, e che sa di non aver assunto alcun impegno finanziario, non dovrebbe fare simili dichiarazioni... Lui sa che non ci sono impegni veri, eppure in incontri e dichiarazioni ha ingenerato la sensazione che questi impegni ci fossero. Ma nelle carte che sono state presentate non ci sono. Non so neppure se gli organi collegiali della banca abbiano deliberato».

Dunque, a parere di Padoa-Schioppa l'amministratore delegato di Intesa è insieme un irresponsabile, un ciarlatano e persino un po' megalomane. Ma è concepibile che un ministro dell'Economia, peraltro di un governo sfiduciato e a camere praticamente sciolte, si rivolga al primo banchiere del paese con toni quasi blasfemi, mettendo addirittura in dubbio la sua capacità di mantenere la parola data? Da che pulpito, verrebbe da dire. Anche perché, nel mentre non vediamo ragioni per credere a una sola delle insinuazioni di Padoa-Schioppa sul conto di Passera – i traguardi raggiunti da Intesa Sanpaolo sotto la sua guida sono davanti agli occhi di tutti, così come i progressi compiuti dalle Poste quando gli furono affidate – dubbi crescenti suscita la gestione del caso Alitalia da quando il ministro dell'Economia ha assunto la regia del progetto di privatizzazione. A cominciare dall'epilogo: perché mai, contro la logica-paese e in spregio alle forze del Nord produttivo sempre più compatte contro le sue decisioni, Padoa-Schioppa vuole cedere la compagnia di bandiera all'unico soggetto che non ha partecipato alla gara che egli stesso aveva indetto? Che poi chiamarla gara è troppo onore: in dieci, tutti nomi di prima fila nel panorama degli investitori internazionali, l'hanno via via disertata a causa di meccanismi giudicati «improponibili». Talmente improponibili che Air France non vi partecipò con la motivazione che si pretendevano troppe informazioni sulle strategie aziendali. Sarà per questo suo eccesso di trasparenza che oggi si vuole premiare la compagnia parigina? Resta il fatto che sono sempre meno, oggi, coloro che credono che quella gara è fallita solo per defezione dei pretendenti: tutto porta invece a ritenere che l'insuccesso sia stato provocato dai banditori, essendo parte di una strategia che fin da subito aveva quale obiettivo di favorire Air France. Lo prova il fatto che, nonostante le garanzie che da oltre due mesi va offrendo a gran voce il banchiere Passera (dietro il quale si muovono sia Giovanni Bazoli sia Enrico Salza: a proposito, ignorava anche questo il crollo Padoa-Schioppa), la proposta firmata Intesa-AirOne non riesce a superare i cavalli di frisia eretti attorno alla compagnia di bandiera. Ed è sempre più sospetto anche l'atteggiamento del presidente Maurizio Prato: se il fine è davvero ottenere le migliori condizioni, perché rinunciare a mettere sul tavolo della trattativa con Air France una proposta concorrente che quantomeno farebbe lievitare il prezzo delle azioni? Mistero. Come misteriosi restano i contenuti del vero piano di Air France (non quello che ci hanno raccontato Prato e Padoa-Schioppa) attorno al quale ormai si raccontano le peggiori cose. E non soltanto a proposito del futuro di Malpensa.

## Microsoft-Yahoo, un deal che guarda al passato?

di MARIO SOAVI\*

Yahoo ha un accordo dal Novembre 2006 per la pubblicità mobile: ecco che per Microsoft l'acquisizione di Yahoo significherebbe entrare indirettamente anche in questo affare.

**Probabilmente questo deal** ha implicazioni forse ancora più grandi nel campo dei contenuti. Senza pensare al web 2.0 (dove in realtà tutti gli operatori stanno ancora tentando di costruire modelli di business principalmente nello sfruttamento dei relativi contenuti pubblicitari) non va dimenticato che il gruppo di Yang è il primo aggregatore di notizie online per il mondo americano (50 milioni d'individui ogni mese, secondo quanto riferito fa ComScore), leader in un campo che vede protagonisti Aol e Msn (di Microsoft), dalla quale Yahoo ha preso nel 2005 Scott Moore, architetto di questa leadership. Il teorico accorpamento tra i portali Yahoo e Msn (teorico, perché non è detto che tutto non rimanga identico) sarebbe un bel colpo alle ambizioni di Google di entrare nel mondo dei contenuti, già ritenuto come la probabile successiva mossa del gigante di Mountain View e per il quale potrebbe rimanere come sola porta d'entrata il consolidamento dell'accordo del 2005 con AOL (che da qualche mese si rompeggia in procinto di vendita da parte di Times Warner).

**AOL, il successivo colpo di mercato?** Non escluso, anche perché in questo scenario s'inserisce un altro tavolo di confronto: l'istant messaging. Questa applicazione (su online e mobile) vede oggi leader, oltre a Microsoft, anche Yahoo e AOL, anche se quest'ultima limitatamente ai soli Stati Uniti. Google è di fatto quasi escluso e perciò è portata a rivendicare i propri diritti sulla società del gruppo Ti-

me Warner (avendone la possibilità nel luglio prossimo). Se alla fine l'acquisizione avrà esito positivo (superando anche i dubbi anti-trust,) decreterà un punto a favore del colosso di Redmond in una battaglia di controllo che è iniziata l'anno scorso e che sta continuando, incurante dei venti di recessione.

**Certo, è la terza volta** che si parla di questa fusione e, seppur le condizioni paiono le più favorevoli, non va trascurato che l'annuncio è arrivato quasi in contemporanea con l'uscita di Bruce Jaffe da VicePresidente per lo sviluppo corporate di Microsoft. Il fatto che l'artefice dell'importante acquisizione di aQuantive (sempre ritenuta assai positiva per Microsoft) esca dalla prima linea proprio alla vigilia di un'estenuante trattativa con Yahoo non è un buon segno. Anche la prima motivazione in favore dell'offerta riportata nella lettera che il ceo di Microsoft Steve Ballmer ha spedito al cda della società di Yang, rappresentata dalle economie di scala di almeno un miliardo di dollari, pone qualche perplessità. Queste considerazioni sono infatti usuali in deal industriali del genere, ma stridono un po' con il mondo della Rete: colossi come Yahoo, Google e FaceBook nascono infatti in un garage o nella stanza di un campus per studenti grazie all'investimento di poche migliaia di dollari e un qualche nottata insomma. Pagare miliardi di dollari per acquistare una tecnologia ormai quasi matura e una fetta di un mercato capace di essere rivoluzionato da una coppa di studenti è un rischio da non trascurare. Per una conferma, basta chiedere proprio al ceo e fondatore di Yahoo, padrone della rete prima dell'avvento di Google. E costretto pochi giorni fa a licenziare mille dipendenti di un'azienda incapace di tenere il passo di Google.

\* Managing partner, Marcomm.info

## I banchieri facciano i banchieri, non i croupier

di ROBERTO RUOZI

**L**e banche si stanno giocando uno dei loro asset più importanti, la fiducia, sulla quale da sempre esse fondano la loro attività e le possibilità di successo. Varie cause hanno prodotto questa situazione, ma due sono più deleterie di altre. La prima è l'impatto sulle banche e sui loro clienti delle insensate attività connesse ai mutui subprime, ai derivati, ai futures, alle opzioni e ad altri prodotti e servizi finanziari più o meno strutturati. Le perdite subite da alcune delle principali banche del mondo in quasi tutte le piazze finanziarie stanno gettando discredito sui loro amministratori e dirigenti. In non pochi casi la clientela ha già reagito correndo a ritirare i risparmi. Anche le altre banche hanno ritirato o ridimensionato i crediti a quelle le cui perdite hanno raggiunto cifre da capogiro.

Il secondo fattore all'origine del rischio di perdita di fiducia nelle banche è rappresentata dalla pubblicizzazione del comportamento «fraudolento» di alcuni loro dirigenti cui sono state imputate operazioni dal risultato catastrofico. I vertici delle banche coinvolte hanno mostrato sdegno nei riguardi dei dipendenti che avreb-

bero assunto comportamenti «fraudolenti», dimenticando che questi sono ora biasimati per operazioni simili a quelle che in precedenza avevano fatto guadagnare loro il plauso degli stessi vertici, che li hanno allora ripagati con lauti compensi, bonus, stock options e così via. E cambiato il tempo, sono cambiati i mercati, sono forse stati commessi errori, si è calcata troppo la mano. I guadagni si sono trasformati in perdite ed è scoppiato lo scandalo.

In realtà lo scandalo esiste da un pezzo e la gente se n'è finalmente accorta. Il problema è grave, anche se almeno per ora riguarda poco il nostro paese, ciò non esclude che l'ondata internazionale di sfiducia non finisca per colpire anche noi. La sfiducia è un elemento impalpabile, si muove velocemente e può essere assai contagioso. Affinché non si distrugga il patrimonio che la stragrande maggioranza delle banche di tutto il mondo ha faticosamente accumulato nel corso degli anni è necessario un immediato cambiamento di rotta. I vertici delle banche, in primis azio-

nisti, amministratori e massimi dirigenti, devono tornare a capire che le banche non sono case da gioco, anche se questo in certe circostanze può rendere bene; bensì aziende come tutte le altre, che in più hanno responsabilità sociali enormi. Occorre un ritorno alla ricerca di un profitto equo e di orizzonti temporali operativi di medio periodo, che ristabiliscano un migliore equilibrio fra attività bancarie e finanziarie e rimettano l'economia reale al centro dell'attenzione. Poi c'è la vigilanza, i controlli, la trasparenza, i patti chiari e tutte le altre cose evocate per rimediare alla situazione. Cose che non avranno effetto alcuno se non saranno ristabilite regole del gioco già sperimentate con successo per quasi due secoli. Risalire la china è indispensabile, ma non facile. Riguardare la fiducia è più difficile che perderla. Le banche giapponesi, trovatesi in una situazione simile non molto tempo fa, ci hanno messo più di dieci anni per recuperare la fiducia della gente, che è quindi cosa non impossibile, ma da cercare senza indugio, con grande determinazione e soprattutto con grande onestà, equilibrio, pazienza e buon senso.