

IL COMMENTO

MARIO DEAGLIO

COSÌ L'ITALIA
DELLE IMPRESE
CRESCE
IN EUROPA

La notizia dell'acquisto da parte di Mediaset di poco meno del 10% del colosso televisivo tedesco Prosieben non è un avvenimento di interesse limitato ai tecnici della finanza o della comunicazione. Viene infatti pochi giorni dopo gli annunci

di prossimi accordi tra Fiat Chrysler Automobiles e Renault, nonché della «pace» ai vertici di Essilor-Luxottica, il grande gruppo italo-francese, recentemente costituito, operante nel campo delle lenti e degli occhiali; potrebbe essere seguito in tempi mol-

to brevi dall'accordo definitivo di Fincantieri con i francesi di Naval Group per la grande iniziativa comune nei cantieri navali che creerà un «campione europeo» al posto di due «campioni nazionali».

SEGUE / PAGINA 8

IL COMMENTO

L'altra Italia che cresce nel continente

MARIO DEAGLIO

Da tutti questi segnali deriva un'indicazione chiara: nel «grande gioco» dell'economia europea e dell'economia globale, le imprese italiane non sono soltanto delle «pedine»: stanno diventando invece degli attori importanti. Hanno dimostrato di saper prendere iniziative che possono far superare in maniera positiva le dimensioni nazionali, sembrano avere idee abbastanza chiare su strategie a medio lungo termine nello stesso momento in cui le principali forze politiche italiane paiono concentrarsi principalmente sul breve o brevissimo periodo. Le notizie di provenienza imprenditoriale si aggiungono quelle sull'intera economia che dà qualche segnale positivo: dopo diversi mesi di caduta, è tornato il segno «più» negli indicatori di fiducia dei consumatori e delle imprese, come ha comunicato ieri l'Istat.

La percezione della necessità di «andare all'estero» si sta facendo sentire in maniera crescente non solo nel

comparto meccanico-automobilistico, nel quale ha una lunga tradizione, ma anche nel settore agro-alimentare, con le acquisizioni, soprattutto americane, di Ferrero e Lavazza – e in molti altri segmenti costituiti soprattutto da piccole e medie imprese, anche per effetto

Nel grande gioco
dell'economia globale
le imprese italiane
non sono solo pedine

dell'azione del Fondo Strategico Italiano (ora CDP Equity, sotto l'egida, appunto, della Cassa Depositi e Prestiti), una cooperazione di fatto tra pubblico e privato che ha molti precedenti storici.

Con l'operazione Mediaset-Prosieben, la tendenza al superamento degli orizzonti nazionali si estende in maniera significativa al campo dei servizi, nel bel mezzo di una battaglia campale per la presenza sui «piccoli schermi» nelle case degli europei. Sia il gruppo italiano sia quello tedesco sono infatti fortemente, anche se non unicamente, presenti nel

campo della televisione gratuita – finanziata, quindi, dalla pubblicità – alla quale si contrappongono le televisioni prevalentemente «su domanda» che «saltano» le reti e i loro costi. Sono in gioco le scelte offerte a centinaia di milioni di cittadini, con possibili risvolti sulle libertà e la democrazia ed è confortante che non siamo soltanto oggetto di questi sviluppi ma, in qualche modo, contribuiamo a determinarli.

Dopo le elezioni di domenica, l'Italia rischia l'isolamento politico in Europa, non essendo sostenuta certo dai supposti «amici», ossia i «sovrani» di altri Paesi, nel momento di messa a punto del nuovo profilo delle istituzioni europee e della Bce: nella riunione di ieri a Bruxelles eravamo sul banco degli accusati per non aver rispettato gli accordi sui conti pubblici. E nessuno ci sorrideva.

Per fortuna, a questa solitudine nelle trattative politiche fa da contrappunto un'intensa partecipazione italiana a trattative di strategia aziendale, la riluttanza

Le aziende hanno strategie a medio termine mentre il governo a breve

di chi detiene il potere in Parlamento a ragionare sul futuro può risultare controbilanciata da esempi di attivismo imprenditoriale nel cercare

di disegnare il futuro economico dell'Italia. Almeno il rischio autarchia sembra lontano.—

 BY-NC-ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

