

E la banca va

GLI AVVENIMENTI DELLA ECONOMIA, DELLA FINANZA E DELLA BORSA. E DEI GIORNALISTI CHE LI RACCONTANO - A CURA DI CARLO RIVA

Il superministro

Se il premier Silvio Berlusconi senza tanti giri di parole ha detto ai direttori dei grandi giornali quello che pensa di loro, invitandoli a cambiare mestiere, il ministro dell'Economia Giulio Tremonti

non è ancora arrivato all'anatema pubblico ma ai giornali non ne fa scappare una. Ne sa qualcosa Luca Cordero di Montezemolo che - presidente della Fiat con un peso diretto sul giornale di casa, *La Stampa*, grande azionista del *Corriere della Sera* e come socio pesante di Confindustria, di cui è ex presidente, è influente anche sul *Sole 24 Ore* - viene martellato dalle lamentele di Tremonti per titoli o articoli che giudica non corretti.

Lo spazio che Giulio Tremonti si è conquistato sulla scena italiana va al di là del ruolo importante che un ministro dell'Economia può avere in tempi di crisi difficili. Un'autorevolezza e un peso politico che, con i cordoni della borsa stretti in mano, condizionano le scelte degli altri membri del governo, premier compreso, facendo passare in pochi minuti provvedimenti come la Finanziaria o il pacchetto anticrisi che in altri tempi avrebbero comportato tira e molla di mesi. Un decisionismo che, a parte qualsiasi giudizio sulla sostanza o bontà delle scelte, sicuramente ha reso molto sul piano dell'immagine di Tremonti, ormai dato come possibile successore di Berlusconi, leader di un nuovo partito del Nord, interlocutore del Vaticano e via dicendo.

Tremonti non fa il piacione con i giornalisti, anzi ha sempre un tono un po' infastidito e polemico come li considerasse degli interlocutori un po' tonti. Ma in realtà ha un'attenzione formidabile ai media a cui dedica tempo e energie come si è visto il 28 novembre quando, alla conferenza stampa per il varo del pacchetto anticrisi, uscito dalla sala Berlusconi, si è seduto al suo posto, si è tolto la giacca, e ha esordito con "Adesso parliamo finalmente di economia", tenendo banco per due ore davanti a una platea di giornalisti frastornati.

Tremonti ha come portavoce Emanuela Bravi, ma i rapporti con i media molto spesso preferisce gestirli direttamente. Chiama personalmente i direttori per chiosare un articolo, protestare per un titolo, controbattere le tesi di un opinionista. Non è un tipo facile ma sicuramente è un interlocutore. Il problema è definire il limite tra il sano rapporto dialettico tra potere politico e informazione, e le possibili pressioni sulla linea informativa attraverso le proprietà di giornali molto esposte e sensibili agli umori e alle decisioni del mini-

stro dell'Economia, non solo per questioni legate al business editoriale (basti pensare a Fiat per casse integrazioni e rottamazioni, a Intesa Sanpaolo per la crisi del credito e l'Alitalia, e a tutti gli altri industriali, imprenditori edili o della sanità presenti nelle proprietà dei giornali italiani).

Rispetto al business specifico, Tremonti ha dimostrato nessun riguardo, anzi la volontà di mettere gli editori in riga, prima con la norma infilata nella Finanziaria per la riforma alla legge sull'editoria riguardo agli aiuti erogati direttamente dal ministero dell'Economia, poi con il clamoroso raddoppio dell'Iva alle pay tv. Un vero calcio nelle palle a Rupert Murdoch e alla sua Sky Italia e, anche se quest'aspetto non è stato enfatizzato, a Pier Silvio Berlusconi e alla sua tanto amata Mediaset Premium, la pay sul digitale.

Si dice che Berlusconi padre si sia trovato il piattuccio dell'Iva servito senza essere stato preventivamente avvertito dal suo ministro, certo è che l'effetto della norma per il premier è stato disastroso: a parte gli affari di famiglia, un calo di tre punti nei consensi.

Tremonti non fa una piega e va avanti per la sua strada. Si irrita invece con il *Corriere della Sera*, giornale di cui è stato collaboratore, un po' per quello che scrivono Francesco Giavazzi e Salvatore Bragantini, economisti non certo teneri con il governo, e soprattutto per i "Retrosceci" di Francesco Verderami che raccontano la competizione tra il superministro e il sottosegretario Gianni Letta e la notizia dell'incontro con papa Ratzinger. Su questa indiscrezione, che ha suscitato un botta e risposta epistolare tra il ministro e il giornalista, sono poi tornati Roberto Mania sulla *Repubblica* e Giacomo Galeazzi sulla *Stampa*, che ha ipotizzato un contributo del superministro al pensatoio da cui è uscito il messaggio di Benedetto XVI per la Giornata della pace e, addirittura, all'enciclica sulla globalizzazione annunciata per gennaio, tema, insieme alla critiche al mercantilismo e alla speculazione, di cui Tremonti ha fatto una bandiera.

Buono il rapporto invece con *Il Messaggero* e il suo direttore Roberto Napolitano, detto il "morbidone" per l'aria pacioccata e per la sua capacità di interloquire con i potenti. Napolitano piace anche a Berlusconi (non a caso è amico di



Il ministro dell'Economia Giulio Tremonti durante la conferenza stampa in cui, il 28 novembre, ha illustrato le misure anticrisi decise dal governo (foto Olycom).

Mimun direttore del *Tg5*) e viene dato come possibile candidato alle direzioni dei più importanti quotidiani italiani: dal *Sole*, grazie anche ai buoni rapporti con il presidente dell'editrice Giancarlo Cerutti, al *Corriere della Sera*. In attesa, si fa notare popolandolo le pagine del suo giornale di firme autorevoli come quella dell'ex presidente Ciampi, o di Romano Prodi. Tra i beniamini di Tremonti come editorialista di punta del *Messaggero* c'è **Marco Rossi**, economista conoscitore dei distretti e delle imprese, ex ufficio studi Ferruzzi e di Montedison, oggi Fondazione Edison. Buoni i rapporti anche con l'editore Caltagirone, infatti dal 2005 direttore delle relazioni esterne, affari istituzionali e sviluppo del gruppo romano è Fabio Corsico, ex a capo delle segreteria tecnica di Tremonti.



La crisi del liberismo secondo Rossi - Sarà in libreria a marzo per Adelphi il nuovo libro di Guido Rossi (foto) sulla crisi economica e finanziaria. Rossi, uno dei maggiori esperti di diritto societario, prosegue nella sua forte critica al liberismo e alla speculazione, non accidente di percorso ma elemento del sistema; e ritiene che il terremoto finanziario di questi mesi ha determinato la fine del liberismo e un ritorno all'intervento dello Stato, con una nuova forma di keynesismo. In ogni caso le soluzioni non possono essere nazionali, ma mondiali e l'Europa deve assolutamente essere protagonista.

'CorrierEconomia' come 'La Gazzetta' - Alla Rcs Quotidiani la parola d'ordine è 'tirare la cinghia' e si tagliano collaborazioni e si risparmia sulla carta. Così dal 15 dicembre *CorrierEconomia*, il supplemento del lunedì curato da Giuseppe Sarcina e Massimo Fracaro, ha cambiato formato, adottando quello ridotto della *Gazzetta dello Sport*, sulle cui rotative viene ora stampato.

Le restrizioni riguardano la versione tradizionale, quella cartacea, ma non il web dove *CorrierEconomia* avvia nuove iniziative: a partire dal 15 dicembre, ogni lunedì i lettori possono collegarsi alla sezione che il *Corriere.it* (www.corriere.it) riserva al supplemento e rivolgere attraverso una videochat domande a importanti manager sui temi economico finanziari di attualità della settimana. Il primo ospite è stato Andrea Castronovo, presidente e amministratore delegato di Bmw Italia, interrogato sul crollo del mercato e le reazioni dell'industria.

Cavazzutti presidente di Patti Chiari - Il professor Filippo Cavazzutti è il nuovo presidente di Patti Chiari. Lo ha nominato il consiglio direttivo del consorzio di 167 banche (26mila sportelli corrispondenti all'84% dell'intero sistema bancario italiano), promosso dall'Associazione bancaria italiana nel settembre 2003 per offrire ai clienti strumenti semplici e moderni che aiutino i clienti a capire meglio i prodotti finanziari e a scegliere quelli più adatti alle loro esigenze.

Cavazzutti è dal 1980 professore ordinario di scienza delle finanze e diritto finanziario alla facoltà di economia dell'università di Bologna.

È stato senatore dal 1983 al 1996; sottosegretario al ministero del Tesoro del primo governo Prodi, ha collaborato al *Sole 24 Ore* e al *Corsera*. Ora collabora alla Voce.info.



Abi europea - È on line il nuovo sito dell'Abi, l'Associazione bancaria italiana, dedicato all'Europa (www.abieurope.eu), presentato il 3 dicembre a Bruxelles dal direttore generale Giuseppe Zandra.

“È il primo sito di un'associazione di imprese edito interamente in inglese e redatto totalmente con documenti originali”, spiega Giuliano Zoppis (foto), direttore centrale relazioni esterne che ha nominato Sabina Pignataro responsabile dell'ufficio stampa a Bruxelles. Potenziato anche l'ufficio stampa, responsabile Ilde Ferraro, dove è stata assunta Sara Aguzzoni. Si rinnova anche *Bancaria*, la rivista dell'Abi, che compie sessant'anni. Pur conservando le caratteristiche di testata scientifica per il mondo accademico e gli addetti ai lavori *Bancaria* punta a formare e informare sui temi del mondo bancario e finanziario italiano e internazionale un pubblico più vasto.

Tasso e Lanfrancone - Isabella Tasso e Lorenzo Lanfrancone, da un anno responsabili della redazione milanese di *Radiocor*, hanno avuto la nomina a capiredattori.

Lanfrancone è a *Radiocor* dal '90 dove si è occupato inizialmente di finanza estera, poi di Borsa e finanza italiana. Da dieci anni segue le banche con un ruolo da inviato. Isabella Tasso è a *Radiocor* dal 1994 dopo esperienze di collaborazione con Radio Popolare e Mondadori. Al desk dell'agenzia economico finanziaria del Gruppo 24 Ore dal 2000, Tasso era vice caporedattore dal 2004.

Palmieri a Banca Sella - Marco Palmieri dopo sette anni lascia l'Abi dove sotto la guida di Gianni Rizzuti (ora col ministro dell'Industria Mario Scajola) si è occupato prevalentemente delle crisi dei mercati finanziari e del risparmio, ed è diventato dal 10 dicembre responsabile dell'ufficio relazioni con i media alla Banca Sella con sede a Roma e a Biella.

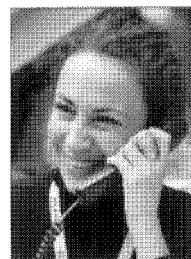
Nato a Isernia, 35 anni, laureato in scienze politiche, ex collaboratore del *Tempo* e del *Giornale di Sicilia*, Palmieri ha già lavorato con Maurizio Sella quando il presidente della banca era al vertice dell'Associazione bancaria italiana. In quel periodo ha seguito come addetto stampa le vicende dei crack finanziari di Cirio, Parmalat, bond Argentina.



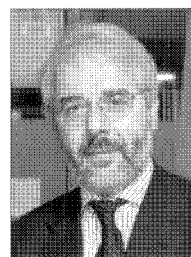
Sud intraprendente secondo Unicredit Banca - Il quinto rapporto Piccole imprese di Unicredit Banca scardina gli stereotipi delle fabbrichette felici al Nord e dell'arretratezza e inadeguatezza al Sud.

Dallo studio, che si basa su interviste a un campione di più di 6mila piccole imprese (1.800 del Sud) - su temi come caratteristiche e strategia d'azienda, innovazione, internazionalizzazione, rapporti con banche e Confidi (gli organismi di garanzia) - emerge

→



Sabina Pignataro, nuovo capo ufficio stampa Abi a Bruxelles: 27 anni, laureata in filosofia, un diploma in studi europei (conseguito presso Isp) e uno in diritto dei consumatori (alla Bocconi), ha lavorato come free lance per molte testate e negli ultimi 18 mesi ha collaborato dalla capitale belga per *Italia Oggi*.



Guido Rivolta, 48 anni milanese è diventato consigliere per i mercati finanziari del ministro Tremonti, di cui nel 1984 e tra il 2002 e il 2003 era stato portavoce. Rivolta (ex *Mondo*, *Corsera*, *Sole 24 Ore*, *Giornale*) ha lasciato da settembre la direzione di *Borsa&Finanza* e la condirezione di *Finanza&Mercati*, testate di EpF di cui è stato tra i fondatori.



Diego Lifonti, presidente della società di comunicazione Lifonti & Company che ha acquistato come cliente Deutsche Bank Italia dove Flavio Valeri è recentemente diventato Chief Country Officer Italia, ceo di Deutsche Bank Spa e general manager della filiale di Milano Deutsche Bank.

E la banca va

GLI AVVENIMENTI DELLA ECONOMIA, DELLA FINANZA E DELLA BORSA. E DEI GIORNALISTI CHE LI RACCONTANO - A CURA DI CARLO RIVA

→

che il Mezzogiorno italiano più che una realtà arretrata e rassegnata, appare un'area sottoutilizzata. Con imprenditori consapevoli della propria potenzialità e decisi a colmare il divario esistente e ad agire per la crescita e lo sviluppo del loro territorio.

Il rapporto è stato presentato a Napoli il 5 dicembre, presenti, tra gli altri, i ministri Claudio Scajola e Renato Brunetta, Roberto Nicastro (foto), deputy ceo di Unicredit Group, Gabriele Piccini, responsabile divisione Retail Italia di Unicredit, Paolo Savona, presidente di Unicredit Banca di Roma, e il leader degli industriali siciliani e presidente del Banco di Sicilia Ivan Lo Bello.

"È stato un momento di comunicazione per ribadire i nostri valori e che la fonte primaria del nostro successo è e rimane il territorio", dice Renato Vichi, direttore comunicazione divisione Retail di Unicredit. "Ma anche un'occasione di informazione sul Sud e le sue imprese per molti manager e giornalisti presenti".

Il rapporto sulle piccole imprese è il risultato dell'esperienza quotidiana delle strutture territoriali di Unicredit Banca e della collaborazione delle relazioni esterne della banca con il sociologo Aldo Bonomi, direttore di AAster, che in questi anni ha studiato, animato e strutturato l'organizzazione dei Comitati territoriali della banca.

Bnl rafforza l'identità -

Con la nuova campagna di comunicazione istituzionale - firmata da Tbwa/Italia - Bnl Gruppo Bnp Paribas lascia da parte il cinema (che continuerà a dare spunti per la pubblicità di prodotto) e, attraverso immagini di vita quotidiana, punta a rafforzare l'immagine di istituto responsabile e solido a cui poter affidare i risparmi per realizzare i propri progetti e le proprie ambizioni. Un obiettivo esplicitato nel claim 'Continuate a immaginare il vostro mondo, lo costruiremo insieme'.

Agli spot televisivi (on air dal 7 dicembre fino all'inizio di gennaio) è seguita da metà dicembre una campagna su radio, stampa (testate nazionali ed economiche) e Internet.

Sempre da dicembre è on line anche il nuovo portale Internet di Bnl (alla cui direzione comunicazione è arrivata recentemente Lucia Leva), che diventa unico

punto di accesso per clienti e non e integra in un unico indirizzo www.bnl.it le informazioni istituzionali e commerciali e le funzioni di Internet banking e trading on line per privati e aziende. La grafica del portale è coerente con la nuova identità visiva del Gruppo Bnp Paribas, studiata nella sede parigina. Tra l'altro, c'è stato un restyling del logo, diventato tridimensionale.

Santarelli alla Bei - Marco Santarelli ha lasciato dopo sei anni la vice direzione del *Mondo* ed è passato dal 1° dicembre alla Bei, Banca europea degli investimenti, come responsabile della comunicazione per l'Italia e i Balcani, di stanza a Roma. Santarelli - arrivato al settimanale della Rcs Periodici nel 2000, con la direzione di Gianni Gambiarotta, dopo aver iniziato con corrispondenze da Firenze per *Il Sole 24 Ore* e *Il Messaggero* e aver lavorato per 11 anni a *Mf/Milano Finanza* - è stato chiamato alla Bei dal vice presidente Dario Scannapieco.

Vice direttore del *Mondo* rimane Fabio De Rossi che Enrico Romagna Manoja aveva voluto accanto nel gennaio 2007, a due mesi dalla sua nomina a direttore del settimanale.

Maisano dall'Est a Londra

Marco Niada, capo dell'ufficio di corrispondenza del *Sole 24 Ore* a Londra - dove era arrivato nel '93 - lascia l'incarico a fine anno. Al suo posto arriva nella capitale inglese Leonardo Maisano che ha lavorato come inviato speciale per il quotidiano diretto da Ferruccio de Bortoli in Russia e in Europa dell'Est.

Nido lascia 'MF' per fare il comunicatore

Roberto Nido, ha lasciato *Milano Finanza/Mf* per l'attività di comunicatore, come senior consultant alla Pms, l'agenzia di Patrizio Surace.

Alle testate del gruppo Class, dove lavorava da quattro anni seguendo la Borsa, le nuove quotazioni e le acquisizioni, è stato sostituito da Luisa Leon.

Ucb diventa Bnp Paribas Personal Finance

Banca Ucb, specializzata nel credito immobiliare, dal 24 novembre è diventata Bnp Paribas Personal Finance. E lo comunica con una campagna istituzionale, firmata da Unbranded, e pianificata da B Side Media sulle principali testate finanziarie.



Ing Italia, 52 milioni di comunicazione - Dal 4 gennaio 2009 partirà la nuova campagna di comunicazione di Conto Arancio, il conto di deposito della banca Ing Direct. Fino alla fine di febbraio la campagna sarà on air in tivù (Rai, Mediaset, La7, Sky Sport e Premium calcio di Mediaset), in radio, sui principali quotidiani e periodici e sul web. "Il messaggio che intendiamo trasmettere al pubblico è che noi rappresentiamo un modo sicuro di risparmiare", precisa Sergio Rossi (nella foto), vice president marketing&communication di Ing Direct Italia.

A firmare la comunicazione 2009 di Ing Direct sarà ancora l'agenzia creativa Leo Burnett; il centro media rimane Mpg.

Dopo la campagna di Conto Arancio, a marzo partirà quella dedicata al nuovo prodotto di Ing Direct, Conto Corrente Arancio, lanciato a novembre. E sempre a marzo dovrebbe partire la nuova campagna di comunicazione di Mutuo Arancio. "Per il 2009 abbiamo predisposto un budget comunicazione di circa 52 milioni di euro", precisa Rossi, "che, oltre per la pianificazione media, verrà utilizzato per le operazioni di direct marketing e nuove attività sul territorio". Già da gennaio, infatti, Ing Direct sarà presente con il 'Progetto di educazione al risparmio' in circa 1.500 scuole elementari distribuite tra Lombardia, Lazio, Piemonte, Veneto e Sicilia. E nel 2009 prenderà il via anche il 'Progetto maternità' in circa 660 strutture ospedaliere per contattare le neo mamme.

Un tassello importante del piano di comunicazione 2009 di Ing Direct è Voce Arancio Online, un nuovo portale di informazione economico finanziaria che dovrebbe debuttare all'indirizzo www.vocearancio.it entro gennaio. È un newsmagazine (rubriche, sondaggi, approfondimenti e l'agenda delle principali scadenze economiche e fiscali) aggiornato settimanalmente, la cui direzione editoriale è stata affidata a Giorgio Dell'Arti editore del service Vespina.