LA STAMPA

10 gennaio 2017

Un patto per l'italianità delle aziende

ANDREA MONTANINO

Con la vicenda Mediaset-Bolloré, si è riaperta la discussione sulla tutela dell'italianità delle grandi aziende nazionali.

Sul campo, si sono materializzate anche altre grandi questioni strategiche come Monte dei Paschi di Siena, i rumors su possibili fusioni tra Axa e Generali, l'aumento di capitale di Unicredit che potrebbe diluire i soci storici italiani, e ovviamente Telecom Italia di cui Bollorè ha di fatto il controllo.

Paradossalmente, emergono a fasi alterne due visioni diametralmente opposte. Nel caso di Mps, si auspica l'ingresso di soci stranieri (il fondo sovrano del Qatar), nel caso Mediaset ci si preoccupa della scalata francese.

Si potrebbe argomentare che molto dipende dalla strategicità del settore. Sicuramente l'informazione è strategica perché influenza l'opinione pubblica, anche se non si capisce perché la proprietà privata straniera debba essere considerata, da questo punto di vista, più pericolosa della proprietà privata italiana. Mediaset, oltre ad essere un'azienda di successo e innovativa, è stata anche uno strumento formidabile per la comunicazione politica in mano al suo proprietario, che non a caso è diventato tre volte presidente del Consiglio.

Ma anche il credito è un settore strategico, così strategico che è addirittura tutelato dalla nostra Costituzione che, all'articolo 47, recita: «la Repubblica [...] disciplina, coordina e controlla l'esercizio del credito». Nel ruolo di intermediazione tra chi ha le risorse (i risparmiatori) e chi ha dei progetti (gli investitori) il settore del credito svolge una funzione essenziale per lo sviluppo dell'economia.

Dunque, perché i qatarini in Mps sì e i francesi in Mediaset no? Difficile dare una risposta se non guardando a implicazioni più di ordine politico che non economico e di mercato. Ma qui vogliamo attenerci alle questioni economiche e lasciamo ad altri analizzare le ragioni politiche.

La ragione economica dell'italianità delle grandi aziende va ricercata nel bisogno da parte del governo – di qualunque estrazione e colore – di avere interlocutori privati con cui realizzare delle partnership, ora che le risorse pubbliche per la politica economica sono sempre meno, dati i noti vincoli di bilancio. A questo proposito, in uno scritto di qualche anno fa con il professor Gregorio Gitti dell'Università di Milano, già delineavamo un nuovo ruolo dello Stato come promotore di iniziative di politica economica attraverso il coinvolgimento del settore privato, contrapponendolo al vecchio ruolo di Stato come semplice erogatore di risorse pubbliche.

Lo Stato può essere promotore se ha interlocutori che, perseguendo i propri interessi di massimizzazione del profitto, vedono del valore aggiunto nel soddisfare interessi più generali. Società a partecipazione pubblica come la Cassa Depositi e Prestiti hanno ovviamente questo mandato, ma il coinvolgimento di grandi aziende, vere e proprie istituzioni nazionali al pari delle istituzioni pubbliche, è essenziale per creare un effetto leva e mantenere un'economia di mercato. Nel ricercare questi interlocutori però non si deve fare l'errore di perseguire l'italianità a tutti i costi, che anzi è dannosa perché non porta nuovi capitali, limita la concorrenza, la spinta all'innovazione e dunque la crescita economica.

Quello a cui si assiste in queste settimane è allora il tentativo di bilanciare due esigenze, quella di attrarre capitale straniero per tenere viva la concorrenza e a volte salvare aziende in difficoltà (Mps), e quella di mantenere interlocutori affidabili nel lungo periodo per sviluppare la politica economica nazionale (Mediaset, Generali, Unicredit, Telecom). E' inevitabile che si proceda caso per caso perché posizioni a senso unico – italianità a tutti i costi oppure aperture senza limiti agli stranieri – sarebbero entrambe dannose. Il ruolo del governo è quello di rendere esplicito che l'Italia è un paese aperto agli investimenti stranieri e non ha paura della concorrenza. Allo stesso tempo, deve stimolare gli imprenditori nostrani a farsi carico delle loro responsabilità per condividere un progetto ampio di sviluppo, che passa anche, qualche volta, per la difesa dell'italianità di aziende strategiche. Se Mediaset faccia parte di questo disegno è però tutto da verificare.

@MontaninoUSA

© RIPRODUZIONE CON DIRITTI RISERVATI