

La decisione dopo l'incontro di ieri con i sindacati. Previsto un piano di investimenti pari a 800 milioni

Fincantieri apre ai privati e va in Borsa

Avviato l'iter, nel 2008 sarà collocato il 49%. Il «no» della Fiom



Giuseppe Bono

MILANO — Fumata bianca per l'Ipo di Fincantieri. L'iter partirà da subito e l'approdo a Piazza Affari è previsto per i primi mesi del 2008. La decisione del governo è stata accolta con soddisfazione dalla Fim-Cisl e dalla Uilm che vedono sostanzialmente accolte tutte le richieste formulate nei mesi scorsi. Il gruppo resterà saldamente in mano pubblica, visto che sul mercato andrà al massimo il 49% del capitale, il controllo passerà da Fintecna al ministero del Tesoro e — come confermato da Palazzo Chigi — le risorse finanziarie «saranno finalizzate a un rigoroso piano di investimenti, volti ad accrescere la capacità produttiva del gruppo, aumentare la sicurezza sul posto di lavoro e a rendere Fincantieri più competitiva sul palcoscenico internazionale». Piene le garanzie fornite dal governo sui livelli occupazionali e sul fatto che il rafforzamento e l'espansione internazionale del gruppo non porteranno a delocalizzazioni, anche parziali, delle produzioni attualmente svolte in Italia. A breve inizierà il confronto serrato tra azienda e sindacati sul piano industriale. Un piano che prevede investimenti per circa 800 milioni e che — come sottolineato dai rappresentanti del governo — farà scattare «un programma di

nuove assunzioni concordato d'intesa con le parti sociali». Alla soddisfazione di governo, dell'amministratore delegato di Fincantieri Giuseppe Bono, Fim e Uilm si contrappone il secco «no» al progetto Borsa da parte della Fiom-Cgil che preannuncia una mobilitazione durissima. «Siamo contrari non per motivi ideologici, ma tecnici», spiega il coordinatore nazionale della Fiom, Sandro Bianchi. Dalla quotazione si pensano di ricavare 400 milioni di euro: «Vorrei sapere cosa si fa se la Borsa non porta le risorse attese», continua Bianchi ventilando un rischio concreto, quello che il mercato trovi poco appetibile un'azienda leader mondiale in molti segmenti di mercato ma che ha una redditività netta che supera di poco il 2%. Senza considerare i contraccolpi che potrebbe avere sul titolo l'annuncio di difficoltà con le commesse o una lieve contrazione dei margini. Dal canto suo, «il governo è convinto della bontà del piano — ha detto il ministro per i Rapporti con il Parlamento, Vannino Chiti —. L'autofinanziamento da solo non può assicurare le necessarie risorse e la quotazione è lo strumento più adeguato per finanziare il piano industriale».

Paolo Fior

400

milioni di euro è l'incasso previsto dalla quotazione di Fincantieri. Fondi che verranno utilizzati per finanziare il piano d'investimenti da 800 milioni



CROCIERE



UN MILIONE DI TURISTI. La Costa Crociere, guidata da Pierluigi Foschi (nella foto) ha raggiunto il milione di prenotazioni in questa prima parte dell'anno, un record.

E il made in Italy di Costa «scala» la Carnival Usa

GENOVA — Quando, esattamente dieci anni fa, la Carnival Corporation acquisì Costa Crociere, società e marchio storico dello shipping genovese, la compagnia si trovò a essere nella galassia del gigante americano «se non proprio il fanalino di coda quasi, eravamo piccoli piccoli», parole di Pier Luigi Foschi presidente e ad del gruppo Costa. Oggi Costa Crociere che ha una flotta di 12 navi sempre più grandi (gli ultimi sette ordini dal 2000 in poi sono stati fatti tutti a Fincantieri) taglia il traguardo del milionesimo cliente in un anno, un record mai raggiunto da nessuna compagnia in Europa. Misura così il percorso fatto. «All'interno della corporation - dice Foschi, che dal 2003 siede nel cda di Carnival - il gruppo Costa oggi si posiziona per passeggeri e fatturato al terzo posto, dopo Carnival Cruises e Princess». Il gruppo (composto da Costa Crociere e da Aida che si rivolge al mercato tedesco) vale un 20% di Carnival e non è più «piccolo piccolo». Lo scorso anno ha fatturato 1,7 miliardi di euro e il trend di crescita si aggira sul 20%. Il milionesimo crocierista non è soltanto

un fatto di «immagine», dà la misura della crescita della compagnia se si pensa che nel 2006 l'intera industria delle crociere nel mondo ha totalizzato 12,12 milioni di clienti (di cui 3,4 europei).

I festeggiamenti del «milionesimo» fortunato, con brindisi su tutte le navi, sono un po' di gusto americano, ma il gruppo ha puntato molto sull'italianità.

SOCI E LEADER

Costa è stata acquistata dagli americani ma il suo peso nel gruppo sta crescendo

Oltre a battere bandiera nazionale e a considerarsi perciò «l'unica flotta crocieristica italiana» (una stiletta al concorrente Msc), Costa Crociere considera il made in Italy una delle chiavi per conquistare posizioni. Un made in Italy adattato però al gusto dei passeggeri, al 60% stranieri. Senza contare le nuove esigenze sulle navi destinate alle rotte asiatiche e al golfo Arabico. Per le crociere cinesi si sono accostati, nell'arredamento, colosso e gondole. «Sì - ammette Foschi - a volte può essere un po' kitch, ma è voluto. È uno stile adatto alla vacanza e deve suscitare un certo stupore. Meno facile di quel che sembra». Il mercato delle crociere promette trend in espansione soprattutto per i clienti europei: «L'euro è più forte del dollaro e gli europei hanno più vacanze degli americani eppure solo l'1% è stato in crociera mentre negli Usa la percentuale sale al 3». La caccia al cliente è più che aperta. L'obiettivo di Costa Crociere è il milione e mezzo di passeggeri nel 2010.

Erika Dellacasa

