

Il Sole 24 ORE

DIRETTORE RESPONSABILE
Gianni Riotta

VICE-DIRETTORI: Edoardo De Biasi (VICARIO), Elia Zamboni, Alberto Orioli, Alessandro Plateroti
CAPOREDATTORE CENTRALE: Mauro Meazza
CAPO DELLA REDAZIONE ROMANA: Fabrizio Forquet
CAPOREDATTORI CENTRALI: Alberto Trevisoi, Federico Momoli, Guido Palmieri, Giorgio Santilli, Massimo Esposti (coordinamento quotidiano-online), Marco Mariani (segretario di redazione)
ART DIRECTOR: Francesco Narracci
RESPONSABILI DI SETTORE: Luca Benecchi, Paola Bottelli, Enrico Brivio, Luca De Biase, Jean Marie Del Bo, Laura La Posta, Marina Macelloni, Evelina Marchesini, Walter Mariotti, Lello Naso, Luca Orlando, Antonio Quaglio, Fernanda Roggero, Giovanni Santambrogio
LUNEDI: Salvatore Padula
ILSOLE24ORE.COM: Daniele Bellasio

GRUPPO EDITORIALE

PROPRIETARIO ED EDITORE: Il Sole 24 Ore S.p.A.
PRESIDENTE: Giancarlo Cerutti
AMMINISTRATORE DELEGATO: Donatella Treu

EURO E DOLLARO

Caro Geithner il silenzio è d'oro

Storia di un corto circuito. Non stiamo svalutando la moneta, ha detto al Wall Street Journal Timothy Geithner, capo del tesoro Usa. Motivo: euro, dollaro e yen sono «più o meno allineati». Secondo logica, frasi che dovrebbero mettere vento nelle vele del dollaro. Invece accade il contrario: euro in salita, a 1,4 sul biglietto verde. Per una volta i media non c'entrano nulla, il problema non sta nel mezzo ma nel messaggio. O meglio nella fiducia che i mercati attribuiscono a chi lo ha emesso. In breve: Geithner è poco creduto. Poco credibile che il *quantitative easing*, più volte prospettato dalla Fed, non sia di fatto una manovra svalutativa. Poco credibile che la Casa Bianca non abbia in questo il suo interesse (vedi alla voce mid-term). Certo, quella dei listini non è scienza esatta, e c'è perfino chi ha scovato ricorrenze tra i loro andamenti e i cicli delle temperature stagionali per dimostrare il grado di imprevedibilità. Ma l'irrazionalità della finanza qui non c'entra. Reagendo al contrario del prevedibile, i mercati hanno in realtà mandato un lucido messaggio alla politica e ai policy maker: a volte è meglio tacere.

LA SENTENZA ITALLEASE

Giustizia a misura di risparmiatore

Nell'estate del 2007 la Banca d'Italia sciolse il Cda di Banca Italease, facendo partire l'inchiesta della magistratura. Sono passati poco più di tre anni. Ieri è arrivata la sentenza di primo grado: Massimo Faenza, l'ex patron, è stato condannato a sette anni di carcere. Certo, si tratta solo del primo grado. Ma una cosa è certa: in tre anni la giustizia ha fatto il suo corso. Tutto questo in Italia non è di poco conto. I grandi processi finanziari (da Parmalat a Cirio) non sono stati altrettanto veloci. Il crack di Parmalat risale al dicembre 2003 e solo un mese fa i pm di Parma hanno richiesto di condannare Tanzi a vent'anni per bancarotta. La sentenza è attesa per fine anno: sette anni dopo il crack. Sono già arrivate le sentenze al tribunale di Milano (dieci anni a Tanzi), ma solo per il reato di agiotaggio. Per Cirio siamo ancora più lenti: il default risale al novembre 2002, ma il processo è ancora in corso. Per i risparmiatori resta dunque l'amaro in bocca della prescrizione per il reato di truffa. Certo, i casi Cirio e Parmalat sono mille volte più complessi del caso Italease. Ma una volta tanto la sentenza è arrivata in fretta. Prima addirittura della prescrizione.

FONDI FAS E PIANO SUD

Meno pioggia a Mezzogiorno

Emma Marcegaglia aveva detto nei giorni scorsi che le parti sociali devono aiutare la politica e spingerla ad assumere le proprie responsabilità, quando la politica non riesce a decidere. Un caso concreto è il «Piano Sud» per cui ieri la presidente di Confindustria ha chiesto una cabina di regia allargata a imprese e sindacati. Qui in realtà, la politica sta provando a decidere pur nella difficile dialettica governo-regioni e la proposta confindustriale è, più che sostitutiva, di una larga condivisione dell'iniziativa.

Non c'è dubbio, però, che la spinta del ministro Fitto a riprogrammare le risorse incagliate di Fas e fondi Ue possa incontrare altre difficoltà di fronte alle resistenze dei governatori. Per ora quasi tutti (facezione Vendola) sembrano disposti a discutere il cambio di passo, ma resta da vedere quale sarà l'atteggiamento quando si arriverà al nodo, l'azzeramento delle spese a pioggia per concentrare i fondi su poche priorità. A quel punto - se fosse necessario - tornerebbe utile la spinta delle parti sociali per varare un piano realistico che parta proprio dall'affrontare le troppe inerzie del passato.

Lettere



Risponde **Salvatore Carrubba**

L'anima del fisco

Tremonti ha annunciato il nuovo fisco con tutta una serie di promesse sulla tassazione delle rendite e sulla lotta all'evasione, vero Santo Graal di ogni ministro delle finanze che si rispetti. Riforma del fisco significa anche abbandonare quell'atteggiamento nei confronti del contribuente che lo costringe a cure psichiatriche solo per capire cosa deve fare. Andate a fare un giro sul sito dell'agenzia delle entrate e provate a leggere anche solo il primo dei manuali che questi signori nella loro magnanimità hanno preparato per noi, per farci capire cosa si deve fare per essere considerati contribuenti in regola e ligi al dovere. Alla voce «Annuario del contribuente» si ottiene un libro di 202 pagine...

Mario Moreggi
e-mail

le casse (di tutti) e alla civiltà giuridica del paese. ■

Morire in cella

Sconvolge il caso dell'italiano morto in cella in Francia, le cui condizioni hanno fatto pensare a grosse violenze subite durante la detenzione. Molte domande senza risposta, e il potere della diplomazia che risulta nullo di fronte all'ipotesi di leggerezze delle autorità francesi, che potrebbero nascondere qualcosa di molto più grave. Speriamo che non se ne parlerà in futuro come l'ennesimo mistero italiano, perché solo adesso è il momento giusto per fare con forza la dovuta chiarezza.

Bruno Russo
Napoli

Le scuole di Stoccolma

A seguito della riforma svedese dell'istruzione, numerose scuole libere e indipendenti - per lo più società private, ma anche consorzi educativi - costituiscono una valida alternativa al vecchio monopolio scolastico pubblico. A Stoccolma, nell'anno scolastico 2006-07, la percentuale di alunni che frequentano queste scuole ha raggiunto il 16% nella elementare, il 27% nella secondaria e il 31% nella materna. La concorrenza fra scuole pubbliche e private sprona e giova all'innalzamento generale dell'efficienza. Genitori e alunni scelgono liberamente la scuola, tramite l'utilizzo del voucher o buono scolastico annuale -

gravante sull'erario - di pari entità per istituto pubblico o privato. Un esempio per l'Italia?

Gianfranco Nibale
e-mail

Danni da graffiti

Gli esempi dei danni, spesso ingenti, provocati dal patrimonio pubblico sono infiniti: nel trasporto (graffiti, rotture di sedili, scritte sui vetri), negli stadi (basti l'esempio di Italia-Serbia a Genova), nel trasporto della spazzatura (vedi gli incendi dei camion a Napoli e dintorni), nelle infrastrutture cittadine (ancora graffiti ecc.). E altro ancora. Ne soffre in ultima analisi la qualità della vita di tutti i cittadini, che poi

sono chiamati a fornire le risorse necessarie a riparare i guasti. Chi fa un danno dovrebbe essere chiamato a rifonderlo di tasca propria.

Lettera firmata

La tassa per l'alluvione

Non credo di essere fra i "più ricchi", ma credo che la nuova trovata della tassa per l'alluvione che si sta studiando di applicare sia il nuovo sciaffio che viene dato alla popolazione genovese che chiede più tutela dell'ambiente, servizi migliori e una struttura cittadina non fatta solo di costruzioni.

Giorgio Ghiglia
e-mail

TELEVISIONE

IL PASSAGGIO AL DIGITALE

Per allocare in modo efficiente e redditizio il 30% in uso alle emittenti locali l'asta non deve essere strutturata in funzione della distribuzione sul territorio

Gara su frequenze di mercato

di **Franco De Benedetti**

Che cosa hanno in comune le fondazioni bancarie e le frequenze televisive? A entrambe si guarda per reperire risorse per progetti che il bilancio dello stato non riesce a finanziare: al primo posto dell'elenco, accanto alla sempreverde rete a banda larga, si è da poco insediata la riforma Gelmini. Si tratta di risorse effettivamente disponibili? Nel caso delle fondazioni, tre lustri dopo la legge Ciampi-Pinza, si dovrebbe sapere che farci entrare progetti di questo genere sarebbe una forzatura di quanto statuti e testi di legge prescrivono per investimenti dei patrimoni e destinazione dei redditi. Nel caso dei proventi dalla vendita delle frequenze liberate dalla transizione al digitale, varrebbe la pena verificare se quel «un bel po' di miliardi» di cui parla Pier Luigi Bersani (sul Corriere del 14 ottobre) - ed Eugenio Scalfari (sulla Repubblica del 17) precisa essere tre - sono effettivamente disponibili.

Se si pensa alle frequenze come a una strada, e ai canali televisivi come a file di macchine, la tecnologia digitale consente di far passare sei (ma tra poco anche 12) file dove con l'analogica ne passava una. La nuova capacità che così emerge è il "dividendo digitale", e il problema che sorge è chi deve incassarlo. Quanto all'uso, gli interessati al dividendo sono le televisioni nazionali e fornitori di servizi di comunicazioni mobili, le prime per poter trasmettere canali tematici a pagamento, l'alta definizione, domani il 3D (il "dividendo interno"); i secondi per aumentare la copertura e la capacità trasmissiva, soprattutto nelle aree urbane ("dividendo esterno"). Quanto al valore economico: chi è il proprietario dell'azione a cui è attaccato il dividendo, ossia il diritto di usare la frequenza liberata?

Per il dividendo interno (al sistema televisivo), la legge Gasparri consente alle televisioni nazionali (Rai, Mediaset, La7, l'Espresso) di seguire l'evoluzione tecnologica del loro business, a condizione che si paghino le relative infrastrutture e mettano a disposizione di nuovi entranti il 40% della nuova capacità trasmissiva. Per rispondere ai rilievi di Bruxelles, che in tal modo si trasferirebbe nel mondo del digitale l'oligopolio dell'analogico, il governo ha "racimolato" cinque blocchi

di frequenze che assegnerà con un *beauty contest*, al quale è stato ammesso a partecipare anche Sky. Le frequenze per il dividendo esterno, cioè destinato ai servizi mobili, possono venire quindi solo dalle televisioni locali: anche i loro canali con il digitale si moltiplicano. La legge Maccanico del 1997, che destina alle locali il 30% delle frequenze, ha messo il suggello sulla proliferazione di emittenti, per cui l'Italia ha un record mondiale. Dalla razionalizzazione di questa disordinata vegetazione possono venire le risorse per i servizi mobili e le speranze di incasso del dividendo economico.

Accanto a poche realtà di vere televisioni regionali che già si aggregano e crescono col digitale, c'è una pleora di mini emittenti che vivacchiano tra programmi scadenti e ricavi evanescenti, sovente trasmettendo il solo monocolore, e mai potrebbero affrontare i costi per il digitale. Tuttavia, dal punto di vi-

GLI OBIETTIVI

Ottimizzare la copertura è cosa diversa dai meccanismi con cui avviene il passaggio di proprietà: sono piani che vanno distinti

sta giuridico, in che cosa sono diverse dalle televisioni nazionali? Lo spettro non è un bene, come non lo è il campo gravitazionale, le frequenze sono solo una modalità di trasmissione: ma il titolo di proprietà su un terreno dipende forse da che cosa ci si è costruito sopra, una stambergia o un grattacielo? Esiste un mercato secondario delle frequenze, legittimato fin dal 1998 (governo Prodi): da una possibilità di usare quella frequenza in quell'area consente di estrarre un valore, perché non deve andare a beneficio di chi la usa da tempo e poco o tanto qualcosa ci ha investito? E quindi certo che, ove il governo, per poter vendere quelle frequenze ne interdicesse l'uso a chi oggi, bene o male, le usa per il proprio business, andrebbe incontro a ricorsi ad ogni Tar d'Italia. Anche se alla fine la spuntasse, passerebbero anni: questo basterebbe a escludere che da lì si possano ricavare risorse per provvedimenti urgenti.

Comunque, sarebbe poi la linea giusta da seguire? Nell'allocare in modo efficiente risorse scarse, niente batte il mercato, in questo caso il mercato delle frequenze, in cui si incontra liberamente chi vuole comperare e chi vuole vendere. Invece nell'asta l'intervento pianificatorio del decisore pubblico definisce l'oggetto (pacchetti di frequenze) e sceglie le mo-

dalità di assegnazione. L'esperienza non è entusiasmante: l'asta del 2007 per il Wi-max ha reso poco (circa 130 milioni di euro), quella del 2009 per l'Umts sotto il governo Amato rese molto ma sulle sue conseguenze per i consumatori i giudizi sono divisi. Ci sono decine di tipi di aste, ci sono specialisti che le progettano in funzione degli obiettivi che ci si propone: sarebbe un puro caso se un'asta progettata per massimizzare i ricavi del Tesoro producesse anche la massima efficienza per operatori e utenti. È vero che è necessario un piano che razionalizzi la distribuzione e l'uso delle frequenze, per ridurre i costi di transazione: ma a questo possono provvedere i fornitori di servizi radiomobili commissionandolo a un ente tecnico. Non è che si giustifica un'asta con la necessità di un piano, l'ottimizzazione della copertura territoriale è cosa del tutto indipendente dai meccanismi con cui avviene il passaggio di proprietà: è essenziale tenerli distinti.

Lo stato ambiguo dei diritti di proprietà delle "frequenze" è un'eredità del cosiddetto far west televisivo. Bene o male che lo si giudichi, è la nostra storia, diversa da quella degli altri paesi. La possibilità che oggi ci si offre di riassegnarle con metodi di mercato, va considerata come un'occasione: non sprechiamola.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

In Messico distrutte 134 tonnellate di droga



Rogo record di marijuana

Uno spettacolo davvero unico: i soldati messicani osservano andare in fumo 134 tonnellate di marijuana nella base militare di Tijuana. Sono il frutto di due sequestri record: il primo è avvenuto lunedì scorso alla frontiera tra il Messico e gli Stati Uniti, dopo uno scontro tra le forze dell'ordine e i narcos. Il secondo presso alcune abitazioni di un suburbio di Tijuana. Undici le persone arrestate.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La guerra dell'acqua

Ognuno beva quello che gli pare

di **Carlo Stagnaro**

La guerra dell'acqua non è per il controllo delle risorse: è un conflitto commerciale. Da un lato la Coop, secondo cui il consumo di minerale è ecologicamente scorretto. Dall'altro Mineracqua, l'associazione dei produttori, risponde che l'acqua in bottiglia «può avere proprietà favorevoli per la salute». A prima vista, si tratta di uno scontro anomalo. L'acqua in bottiglia non è in diretta competizione con quella del rubinetto. Le caratteristiche così diverse di questi due beni (a partire dal prezzo) lasciano intendere che intercettano domande differenti. La domanda vera, allora, è: cosa c'è dietro? Con 195 litri a testa, gli

italiani sono i primi in Europa e i terzi al mondo (dopo i messicani e gli arabi degli Emirati) per consumo pro capite di minerale. Il confronto tra la principale catena di distribuzione e i produttori di acqua in bottiglia è, insomma, molto concreto. Coop spera di convincere i suoi clienti ad acquistare bottiglie a suo marchio, riempite presso fonti collocate in modo strategico per ridurre i costi di trasporto, ma stima un calo di vendite di circa il 10 per cento. Perché un'azienda dovrebbe consapevolmente perseguire una riduzione dei profitti? La chiave sta nel presunto effetto reputazionale: è ciò a dispetto del reale fondamento di quella stessa comunicazione verde che, per quanti pregi possa avere, difficilmente riesce a ridurre argomenti complessi a

un mero discrimine tra comportamenti buoni e cattivi. Del resto, le emissioni dovute a trasporto, produzione e smaltimento delle bottiglie sono una quota minima del totale. L'estrazione dell'acqua dal sottosuolo è strettamente regolamentata proprio per garantire la conservazione delle falde. Non siamo, insomma, di fronte a quella devastazione che uno si aspetterebbe. Perfino sul fronte sanitario, l'acqua minerale deve rispettare criteri rigidissimi: o è pura, oppure non può essere venduta, punto. Ne segue, tra l'altro, che i produttori tendono a vigilare per prevenire, o scongiurare, qualunque forma di infiltrazione o inquinamento. È un classico esempio di come l'interesse privato possa allinearsi all'interesse

collettivo, se gli incentivi sono corretti. Al contrario - dice Pietro Migliaccio, presidente della società italiana di scienza dell'alimentazione e sostenitore della campagna Coop - l'acqua potabile «arriva da acquedotti mediamente ottimi». Cioè, in prima approssimazione, metà sono sopra la media, ma l'altra metà sono sotto. Tant'è che, dopo nove anni di deroghe, ancora oggi un centinaio di acquedotti, pari a un rubinetto su sette, superano i parametri tossicologici richiesti dalle norme comunitarie. Almeno in questi casi, la scelta non è indifferente, e non riguarda solo l'incompatibilità (presunta) tra egoismo individuale e bene del pianeta. Almeno qui, l'informazione dovrebbe essere completa e specifica, non lasciata ostaggio della demagogia idrica. La libertà di bere quel che ci pare e piace è di per sé un argomento sufficiente. Specie quando coincide col diritto di stare bene.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

PROPRIETARIO ED EDITORE: Il Sole 24 Ore S.p.A.
SEDE LEGALE - DIREZIONE E REDAZIONE
via Monte Rosa 91, 20149 Milano Tel. 02.620.22.1 - Fax 02.45318662
AMMINISTRAZIONE: via Monte Rosa, 91 - 20149 Milano
REDAZIONE DI ROMA: Piazza dell'Indipendenza 28/c - 00185 - Tel. 06.320.22.1
Fax 06.320.22.490 - e-mail: lettere@sole24ore.com

© Copyright Il Sole 24 ORE S.p.A.
Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questo quotidiano può essere riprodotta con mezzi grafici o meccanici quali la fotocoproduzione e la registrazione.
Il responsabile del trattamento dei dati raccolti in banche dati di informazione è il direttore responsabile e cioè, presso il Servizio Correttiva, presso Progetto Lavoro via Carlo, 16 - 20159 Milano, tel. 02.40.060.3022.2888, fax 02.40.060.3022.2519, ci si può rivolgere per i diritti previsti dal D.Lgs. 196/03. Manoscritti e fotografie, anche se non pubblicati, non si restituiscono.

MODALITÀ DI ABBONAMENTO AL QUOTIDIANO: Prezzo di copertina: € 1,00 (€ 1,50 l'edizione di lunedì, mercoledì - eccetto Abruzzo, Molise e Sardegna - di sabato e dei due venerdì con Magazine in abbinata). Abbonamento Italia 12 mesi: € 360 (concorso 19,38% sul prezzo di copertina nelle zone a dorso regionale). L'abbonamento Italia comprende anche 12 numeri del magazine mensile Ventiquattrore e 12 numeri del Magazine mensile Il Maschile del Sole 24 Ore. L'abbonamento estero (Europa al solo quotidiano (posta aerea) 12 mesi: € 710. L'abbonamento estero, nel resto del mondo, al solo quotidiano (posta aerea) 12 mesi: € 942. Per sottoscrivere l'abbonamento è sufficiente inoltrare la richiesta VIA FAX al N. 02.66814296, oppure per posta a Il Sole 24 Ore S.p.A., Servizio Abbonamenti - Casella Postale 10592 - 20111 Milano, indicando: NOME / COGNOME /

AZIENDA / VIA / NUMERO CIVICO / C.A.P. / LOCALITÀ / TELEFONO e FAX, oppure via Internet: www.ile24ore.com/abbonamenti. Non inviare denaro. I nuovi abbonati riceveranno un apposito bollettino postale già intestato per eseguire il pagamento. La sottoscrizione dell'abbonamento dà diritto a ricevere offerte di prodotti e servizi del Gruppo Il Sole 24 Ore S.p.A. Potrà rinunciare a tale diritto rivolgendosi al Database Marketing de Il Sole 24 Ore. Informativa ex D.Lgs. n. 196/03 - Il Sole 24 Ore S.p.A. Titolare del trattamento: dati personali liberamente conferiti per fornire i servizi indicati. Per i diritti di cui all'art. 7 del D.Lgs. n. 196/03 e per l'elenco di tutti i Responsabili del trattamento rivolgersi al Responsabile del trattamento, che è il Direttore Generale dell'Area Editrice, presso Il Sole 24 Ore S.p.A. - Database di Marketing, via Ramusio 1 -

20141 Milano. I dati potranno essere trattati da incaricati preposti agli abbonamenti, al marketing, all'amministrazione e potranno essere comunicati alle società del Gruppo per le medesime finalità della raccolta e a società esterne per la spedizione del quotidiano e per l'invio di materiale promozionale. SERVIZIO ABBONAMENTI: Con Operatore: Tel. 02.66814272 - Fax 02.66814296 - Da lunedì al venerdì, orario: 8.30 - 18.00. SERVIZIO ARRETRATI PER I NON ABBONATI: Inoltrare richiesta scritta via posta: Il Sole 24 Ore S.p.A., Servizio Correttiva, presso Progetto Lavoro, via Carlo, 16 - 20159 Milano, Tel. 02.40.060.3022.2888, fax 02.40.060.3022.2519. Il costo di una copia arretrata è pari al doppio del prezzo di copertina del giornale richiesto.

STAMPATORI: Il Sole 24 Ore S.p.A., via Busto Arsizio 36, 20151 Milano e Via Tiburtina Valeria, Km 68.700, Carshi (AQ) - Società Edit. "Arenas" S.p.A. via Torricelli 14, 37060 Caselle di Sommo Campagna, Verona - Ediz. 3000 x 8" - strada industriale, 95000 Catania - Poligrafico Simini S.r.l. Cda Torre Palazzo, zona industriale 82030 Torrepalazzo (BN) - Stampaquaderni, via Galileo Galilei 280/A, località Fontaneto, 46059 Medicina (RO) - Litome Editrice S.p.A., via Ortovero, Elmas (CA) - R.E.A. Printing/P.V.B.A. Stamperia Unit 17 - B8 (Badrupervark), Mechelen (Belgium). DISTRIBUZIONE ITALIA: in dis. Distribuzione Media S.p.A., Via Cazzaglia 1 - 20123 Milano, Tel. 02.58211. Certificato Ads n. 661 del 10/12/2008. Registrazione Tribunale di Milano n. 322 del 28-11-1965. La tiratura del Sole 24 Ore, di ogni 22 ottobre è stata di 346.013 copie.