

www.milanofinanza.it

# MILANO FINANZA

€ 3,00

Ul. € 3,30 - Cl. fr. 7,80  
Francia € 5,00

MF *il quotidiano dei mercati finanziari*

ANNO XVII - NUMERO 50 - SABATO 12 MARZO 2005  
Sped. abb. post. 45%, art. 2c. 20/b legge 662/96, Filiale MI

*Classeditori*

IL SETTIMO VOLUME DEL NUOVISSIMO ATLANTE ECONOMICO FINANZIARIO A €9,90 IN PIÙ - IL MAGAZINE PATRIMONI A €1,30 IN PIÙ

da pag. 43

**I Vostri Soldi/Fondi**

Forum / a pag. 14

**Cinque anni dopo**

**Performance senza trucco**

**Chi si è salvato dalla bolla**

INCHIESTA

# L'AFFARE è a EST?

*Non solo banche e industrie, ma anche azioni, obbligazioni e immobili della nuova Europa sono appetibili.*

**Ma attenzione a cosa e come comprare**

a pag. 10



*Intervista a Bini Smaghi  
L'economista designato alla Bce spiega i vantaggi di investire a Oriente*

a pag. 12

**F**orse a Torino ce la faranno. Il primo segnale è stato registrato a Ginevra, al recente **Salone dell'auto**, dove la **Fiat** si è presentata con lo stand più attraente, ricco di belle auto, di vivacità e di sorprese, compresa una squadra di basket entrata al completo all'interno della **Croma**. Ma l'indicazione più significativa viene da severi banchieri d'affari che hanno avuto occasione recentemente di incontrare l'amministratore delegato, **Sergio Marchionne**. L'accorciamento della catena di comando con l'assunzione della responsabilità diretta di **Fiat auto** da parte dello stesso Marchionne ha convinto che la cura d'urto per far arrivare al più presto sul mercato modelli di successo è iniziata e ora avrà tempi più ravvicinati, potendo contare sulla competenza automobilistica indiscussa del presidente **Luca Cordero di Montezemolo** e sull'energia che stanno mettendo nell'operazione i due giovani nipoti di **Giovanni Agnelli**, **John** e **Lapo Elkann**. Forse la novità maggiore viene proprio dal loro impegno totalizzante, dalle loro idee giovanili e dalla perfetta intesa che li caratterizza.

Mentre John, ingegnere, pacato, misurato (è stato fidanzato sei anni prima di sposarsi e ora

## ORSI & TORI

DI PAOLO PANERAI

studiato relazioni internazionali, ha fatto l'alpino e gira con la bandiera italiana ricamata sul polsino della camicia, è stato assistente di **Henry Kissinger** e ora si dedica anima e corpo al rilancio del marchio Fiat con un occhio puntato soprattutto sui giovani.

Una ricerca condotta due anni tra i giovani fino a 25 anni aveva evidenziato che solo il 30% si dichiarava disposto a comprare un'auto Fiat. Lapo aveva strappato un budget per cambiare questa realtà, ma quando arrivò **Giuseppe Morchio** quel budget fu cancellato. Senza soldi da spendere ma convinto che la Fiat dovesse tornare a essere amata soprattutto dai giovani, il secondo dei fratelli Elkann si è inventato le operazioni di cobranding, come le felpe con il marchio Fiat («Cosi», dice, «se per caso la indossa uno che scende da una **Porsche** un po' di immagine positiva ricade subito anche su Fiat»), come le

borse fatte con **Giulia Ligresti**, proprietaria del marchio **Gilli**, e ora con il vino e con il caffè Fiat alla **Triennale** di

**IMMOBILI** a pag. 16  
**Nuovo cantiere Roma**

**BANCHE** a pag. 21  
**Tre opzioni per Abn**