

Rep A&F

Affari&Finanza

Dinastie familiari

La battaglia per Lagardère fa saltare il salotto buono della finanza francese
ANAI GINORI ▶ pagina 10

La svolta in Giappone

Liquidità e poche tasse
la Suganomics nella scia di Abe
FILIPPO SANTELLI ▶ pagina 16

Settimanale allegato a
la Repubblica

Anno 35 - n° 33

Lunedì, 7 settembre 2020

Andrea Farace

Un riservatissimo banchiere italiano
dietro la liquidazione di Wirecard
MARIO PLATERO ▶ pagina 19

Il credito

I fondi e le due banche valtellinesi
la scommessa su chi sarà la preda
VITTORIA PULEDDA ▶ pagina 20

Lo scenario

FEDERICO RAMPINI

LE CONSEGUENZE DI JACKSON HOLE

L'euro e il renminbi in risalita rispetto al dollaro, che penalizzano le esportazioni europee o cinesi sul mercato americano. I tassi interbancari sottozero, con le ripercussioni negative di lungo termine per i pensionati. Sono due delle manifestazioni di una nuova era, collegate in qualche modo alla "svolta di Jackson Hole".

pagina 6 ▶

L'analisi

FRANCESCO GUERRERA

LA CORAZZATA DEL CAPITALISMO

Un'azienda regna suprema sul capitalismo mondiale: Apple. Il gigante Usa ha inventato prodotti che hanno trasformato la vita di milioni di persone e ha creato un impero senza pari. Poco prima di Ferragosto Apple è stata la prima al mondo a superare 2 trilioni di capitalizzazione di mercato.

pagina 9 ▶

Il commento

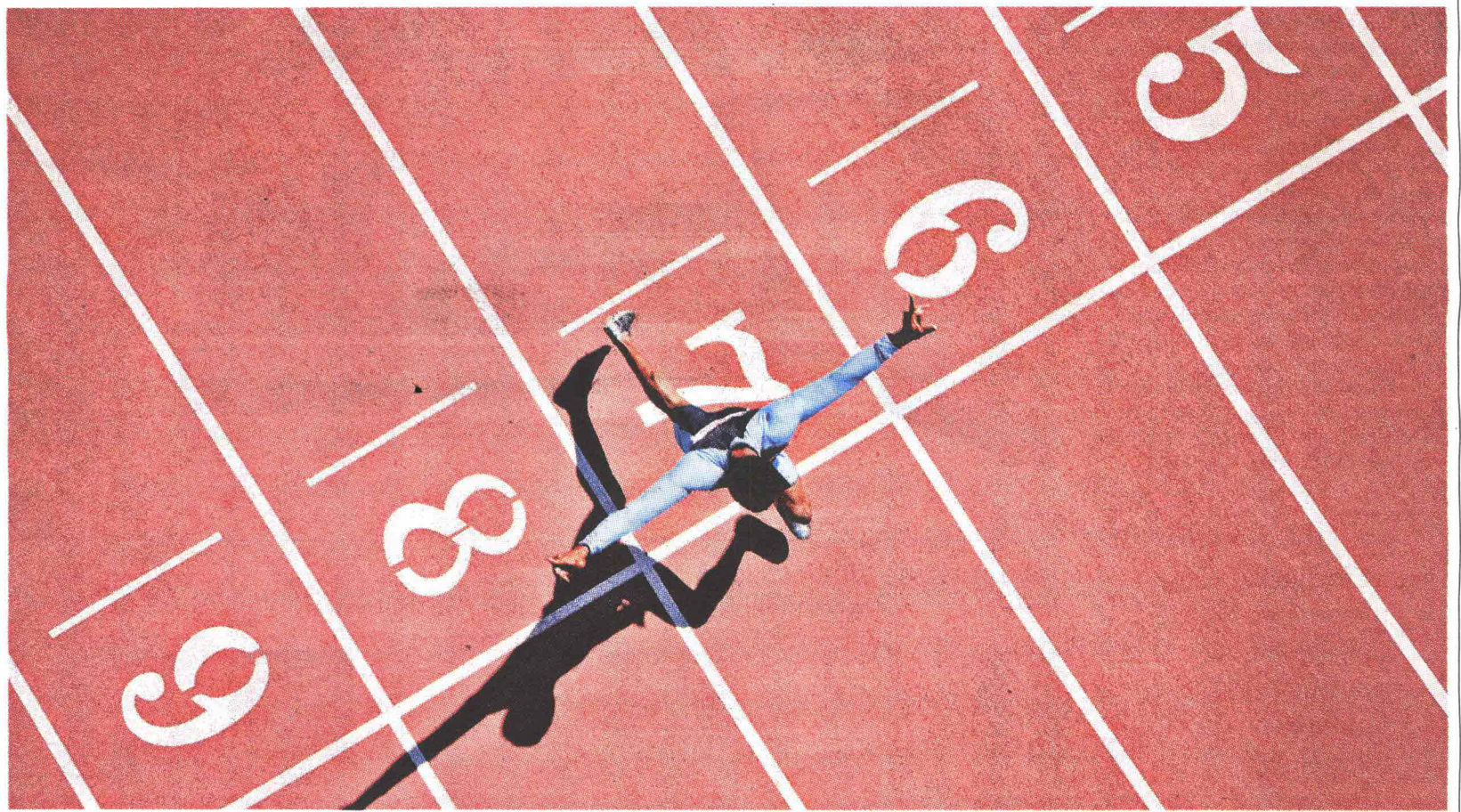
SERGIO RIZZO

DAL PANETTONE AL PROSCIUTTO

Dai panettoni ai prosciutti. Evidente il salto di qualità che lo Stato italiano ha compiuto in questi ultimi 27 anni. Nel 1993 l'Iri vendeva la Sme, holding dell'industria alimentare, nel 2020 la Amco, controllata al 100 per cento dal Tesoro, è in corsa per acquisire una quota della società che rileverà la Ferrarini: storica ditta emiliana produttrice del prosciutto cotto.

pagina 15 ▶

Concorrenza addio



PAUL BRADBURY/GETTY

LUCA PIANA

Concessioni prorogate, liberalizzazioni rinviate, appalti senza gara
Le regole della competizione sono sospese. Fino a quando?

Tre decreti legge, 508 articoli complessivi, un'infinità di commi. Se si scorrono i provvedimenti d'urgenza nei quali tra marzo e agosto il governo ha condensato la propria risposta alla pandemia, si possono rintracciare i lembi di una rete protettiva che il premier Giuseppe Conte e i suoi ministri hanno steso contro un pericolo molto diverso da quelli che tutti abbiamo imparato a conoscere fin troppo bene, come l'emergenza sanitaria e la crisi di liquidità delle imprese. In

questi mesi, infatti, il governo ha voluto blindare l'economia italiana cristallizzando il più possibile le posizioni dei più disparati operatori di mercato, dai piccoli gestori delle spiagge ai grandi concessionari degli aeroporti, dai venditori ambulanti all'Alitalia, la compagnia di bandiera che vuol far risorgere. Concorrenza arrivederci, si direbbe, se non fosse che in Italia i provvedimenti transitori durano spesso per sempre, e l'arrivederci rischia di diventare un addio.

continua a pagina 2 ▶

con una intervista a Pierluigi Bersani di **MARCO PATUCCHI** ▶ pagina 4

Lo Stato gestore

Un abbraccio di interessi soffoca il libero mercato

OSCAR GIANNINO

L'Italia non ha mai amato la concorrenza. Né la politica, né il sindacato, né la maggioranza del Paese. La politica considera concorrenza e divieto di aiuti di Stato dei freni alla sua libertà discrezionale. La politica industriale non è concepita come incentivo di uno Stato regolatore, ma come strumento di uno Stato gestore, che detta priorità e assetti, come in Alitalia, Autostrade, Ilva.

pagina 14 ▶

Una vecchia
gomma
da masticare?

Un nuovo paio di sneakers.



Fidelity
INTERNATIONAL

fondifidelity.it/waterandwaste

Capitale a rischio
AVVERTENZA: Prima dell'adesione leggere attentamente il prospetto e il documento contenente le informazioni chiave per gli investitori (KIID), disponibili presso i soggetti collocatori e su www.fidelity-italia.it. Queste informazioni non devono essere riprodotte o circolate senza autorizzazione preventiva. Fidelity fornisce esclusivamente informazioni sui prodotti e non offre consulenza sugli investimenti basata su circostanze individuali. Fidelity International si riferisce al gruppo di società che compone l'organizzazione globale di gestione degli investimenti che fornisce informazioni su prodotti e servizi in determinate giurisdizioni, ad eccezione dell'America settentrionale. Questa comunicazione non è assolutamente diretta a persone residenti negli USA o ad altri soggetti residenti in paesi dove i fondi non sono autorizzati alla distribuzione. Salvo espressa indicazione contraria, tutti i prodotti e i commenti sono forniti da Fidelity International, il logo Fidelity International e il simbolo "F" sono marchi registrati da FIL Limited. Il presente materiale è pubblicato da FIL Luxembourg S.A., autorizzata e regolamentata dalla CSSF (Commission de Surveillance du Secteur Financier). CL20052104-2011.

Stile e design

Imprese & prodotti

Il business delle vacanze di salute e wellness

“Investiamo 10 milioni di euro le terme di Saturnia sono uniche”

BETTINA BUSH

Parla Massimo Caputi, presidente del resort toscano che ogni anno richiama 160mila persone e con il Covid è diventato ancor più attraente. Il turismo del benessere perno delle strategie degli azionisti York-Feidos

In questo difficile 2020, l'anno nero per il turismo mondiale, si viaggia meno ma si pensa sempre più alle mete della salute, e per questo le Terme di Saturnia, forti della loro storia, non hanno rinunciato a intraprendere investimenti importanti: «Partiamo dal presupposto che questo luogo è unico per la sua acqua molto ricca di sali minerali e vitamine - spiega Massimo Caputi, presidente delle Terme di Saturnia - un posto pieno di energia, ha una storia antichissima, è il più grande aerosol al mondo, con combinazioni per seguire diverse terapie del corpo. Per questo anticamente ci venivano le legioni romane, e anche le pestilenze del passato venivano curate qui».

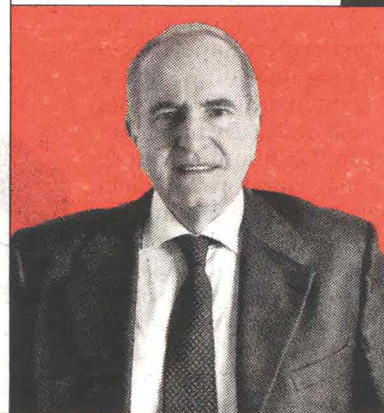
Grazie alle caratteristiche di un'acqua che sgorga dalla terra, a una temperatura di 37,5°, con un flusso costante di circa 550 litri al secondo, particolarmente ricca: «Mediamente ogni anno le Terme di Saturnia, complessivamente sono frequentate da un pubblico di oltre 160 mila persone - continua Caputi - per questo, nonostante il momento estremamente difficile, abbiamo deciso di realizzare un investimento di 10 milioni di euro, che inizialmente era previsto in 3 anni, per la ristrutturazione complessiva; il 3 settembre abbiamo riaperto il nostro resort con i lavori quasi terminati, saranno completati entro Natale 2020».

Un progetto ambizioso seguito dagli inglesi di The Hickson Design Partnership Ltd con lo studio milanese Lombardini22 che ha coinvolto tutte le camere, oltre alle aree comuni del resort che fa parte dei Leading Hotels of the World di Star Hotel Collezione e Virtuoso, che conferma la volontà della società Feidos, insieme al fondo americano York Capital, di sviluppare il turismo rivolto al benessere, settore dove proprio l'Italia ha caratteristiche uniche al mondo. «Il nostro paese ha una grandissima tradizione termale -

1



Il personaggio



Massimo Caputi
presidente delle Terme di Saturnia nonché azionista di Feidos che con il fondo York detiene il controllo totale del resort toscano

sottolinea Caputi - le terme sono canali di benessere, e noi abbiamo un potenziale enorme per l'offerta diversificata, per questo noi stiamo pensando a una joint venture con un polo americano per sviluppare un centro della salute che unisca il leisure con la medicina, per una filosofia che cura facendo divertire». Un modo per intercettare i cambiamenti della società sempre più attenta alla salute: «Ormai l'età media si è alzata notevolmente, benessere e longevità interessano ogni individuo, non solo per viver di più, ma an-

Le Terme di Saturnia hanno una storia antichissima e un'acqua con proprietà uniche

che per vivere meglio. Per questo vogliamo sviluppare il nostro brand in altri settori, puntando alla bellezza, dedicandoci presto alla cosmetica e agli integratori». Una vera e propria filiera della salute che include il territorio e che per Caputi diventerà produttiva solo in futuro.

«Quest'anno, dopo il lockdown abbiamo riaperto il parco in giugno e abbiamo subito notato un grande afflusso di persone, sappiamo comunque che il 2020 sarà drammatico, il 2021 sarà comunque un anno di transizione. Nel 2019 abbiamo fatturato 18 milioni di euro, nel 2020 forse chiuderemo a 5 milioni, con una riduzione del 70%. Il nostro obiettivo sarà quello di arrivare a superare i 20 milioni di fatturato nel 2022».

Numeri difficili che non hanno fermato la voglia di fare della società: «Nonostante tutto, abbiamo voluto intraprendere questa sfida, e abbiamo avviato i lavori nei mesi di chiusura per il lockdown, l'alternativa sarebbe stata quella di chiudere la struttura ogni anno per un paio di mesi».

Quindi tutto praticamente pronto nel resort 5 stelle di Saturnia, l'edificio del 1919 nel cuore della Maremma, con 124 camere operative su 140, per provare consulenze e trattamenti personalizzati per la bellezza ma anche adatti agli sportivi: «Il nostro desiderio è quello di creare qui un nuovo polo della salute - conclude Caputi - in grado di trasformare il termalismo tradizionale in vero benessere».

© RIPRODUZIONE RISERVATA