

GUIDA
ALLE
NUOVE
ASSICURAZIONI

IN REGALO LA SETTIMA
PUNTATA DELLA GUIDA

A RICHIESTA L'OTTAVO VOLUME
DELLA COLLANA ORSI & TORI

www.milanoфинanza.it

MILANO FINANZA

A SOLI
EURO 12,90
IN PIÙ



€3,50

UK £ 3,40 - Ch. fr. 8,00
Francia € 5,50

MF il quotidiano dei mercati finanziari

Classeditori

ANNO XVIII - NUMERO 239 - SABATO 2 DICEMBRE 2006 - L'ottavo volume di Orsi & Tori a euro 12,90 in più - La guida La riforma del Tfr a euro 5,00 in più

Spedizione in A.P. art. 1 c.1 L. 46/04, DCB Milano

INCHIESTA

Come cavalcare il grande ribasso della moneta americana

Il DOLLARETTO è un AFFARE?

Ha perso il 12% dall'inizio dell'anno

Scenderà ancora o tornerà più forte?

Ecco le scelte da fare su azioni, bond e fondi

BANCHE

Parte la guerra
al contante

RIECCOLO

Che fa De Benedetti
dopo l'opa su Cdb

ALITALIA

Chi salirà
a bordo



ORSI & TORI

DI PAOLO PANERAI

Lorenzo Pellicoli, che torna alla ribalta della borsa con l'acquisizione insieme a DeAgostini di Cdb web tech da Carlo De Benedetti, è, come molti bergamaschi, un uomo coriaceo, determinato, gran lavoratore. Lo era anche quando vendeva pubblicità, prima da agente, alla fine da capo di quella che egli stesso definì la Grande Manzoni, comprendendo nel portafoglio, sia pure per breve tempo, le testate della Mondadori e del Gruppo L'Espresso.

Ma il mondo della pubblicità, sia pure al più alto livello, per Pellicoli era un orizzonte troppo stretto e così, dopo aver fatto toccare alle vendite di spazi il massimo assoluto anche grazie a una politica di sconti selvaggi che ha lasciato una grave distorsione nel mercato, veleggiò verso il mondo delle crociere diventando direttore generale di Costa Crociere. Pochi anni a Miami e poi via verso il vertice della Seat, che era stata da poco privatizzata e fatta uscire dal perimetro di Telecom Italia. A portarlo al vertice delle società delle Pagine gialle era stato il gruppo di investitori che già avevano fatto insieme alcuni buoni affari, come l'acquisto e la rivendita della Panini delle mitiche figurine. Il gruppo era composto da private

equity o meglio da fondi di venture capital come si chiamavano allora e da un apparente outsider del settore come il gruppo DeAgostini di Novara, guidato da Marco Drago.

Pellicoli aveva lasciato la pubblicità dei giornali appunto perché cercava un orizzonte più vasto. E infatti di quel gruppo di investitori egli stesso era di fatto socio attraverso il diritto a un pacchetto molto consistente di stock option.

In pochi anni la Seat fu tirata a lucido e quando Roberto Colaninno conquistò la Telecom, Pellicoli, DeAgostini e gli altri lo convinsero a ricomparsi la Seat per ricreare la sinergia indiscutibile fra telefoni, elenchi telefonici e la nuova frontiera dei servizi internet.

Per gli investitori che avevano comprato alla privatizzazione, Seat fu un successo strepitoso misurabile in una plusvalenza di almeno 6 mila miliardi di vecchie lire. Ma per Pellicoli fu un successo ancora superiore perché, oltre all'esercizio delle stock option per un valore di circa 90 miliardi, riuscì a conquistare la fiducia di Colaninno e a lanciare una campagna di acquisizioni, carta contro carta, per far diventare Seat la grande piazza degli affari d'Italia, come con grande efficacia comunicativa annunciò agli analisti. Ma non solo: Seat dopo l'acquisto da Vittorio Cecchi Gori di Telemontecarlo, doveva diventare una grande società media televisiva sì da lanciare la sfida, anche politica, a Mediaset. In pochi giorni e a colpi di contratti miliardari, Pellicoli ingaggiò da Gad Lerner a Fabio Fazio per fare una rete che sul piano della satira e dell'ironia diventasse una spina nel fianco del Cavaliere.