La magia della quotazione in Borsa di Snapchat



Dopo cinque mesi di corsa furibonda di Wall Street e di tutte le altre borse del mondo verso livelli mai raggiunti prima dell'elezione di Donald Trump con le valutazioni giunte a vertici mai toccati nemmeno prima della crisi del 1929, non poteva mancare all'appello degli eventi conseguenti a tanta follia anche la magia di un IPO (Initial Public Offering – offerta di titoli in occasione della quotazione in Borsa) con i fiocchi.

Si tratta della classica "internet company" iperspeculativa, una società valutata per il suo debutto in Borsa qualcosa come quasi sessanta volte i suoi ricavi del 2016 e, come se ciò non bastasse, con l'assoluta novità di voler collocare ai sottoscrittori dell'offerta praticamente soltanto "azioni di risparmio", dal momento che le medesime non avranno diritto di voto in assemblea dei soci.

Una bella scommessa, senza dubbio, nonostante ciò arrivi in un momento di mercato estremamente favorevole, non solo per l'entusiasmo e la liquidità che abbondano, ma anche per il fatto che di recente di Initial Public Offerings in giro non ce ne sono quasi state, e dunque che ci sia -tra gli operatori del mercato- più domanda che offerta di titoli in Borsa.

COS'È SNAPCHAT

Snapchat è una "app" che consente ai suoi utenti di postare dei videomessaggi che hanno la caratteristica di scomparire dopo un certo periodo di tempo.
Ideata per telefonini cari e molto smart (sui non-iPhone recenti e su quelli con poca potenza di calcolo non funziona bene), si rivolge a utenti benestanti e molto giovani (la fascia di età tipica è 18-35 anni) e residenti quasi solo in America del Nord e in Centro Europa (già in Italia è meno diffusa).

Snapchat è classificabile perciò come una sorta di "social network" d'élite, una "app" tanto sofisticata quanto, al momento, strettamente ludica, che al suo debutto attirava i teenagers

perché permetteva loro di diffondere solo per qualche istante dei video dei quali avrebbero dovuto vergognarsi o che per qualche altro motivo era meglio non restassero in rete a lungo.
I paragoni più prossimi che sono stati fatti per "classificare" la tipologia di applicazione riguardano Instagram (che diffonde tipicamente foto e video personali), Twitter (la prima vera applicazione della storia recente di instant-messaging per telefonini, tanto diffusa tra il grande pubblico quanto poco redditizia per i suoi azionisti) e MySpace (un vero e proprio disastro finanziario).

LE VOCI DI MERCATO

Ed è proprio da questi paragoni che gli analisti finanziari hanno tratto i maggiori dubbi circa la mirabolante valutazione finale di ciascuna azione (senza voto) di Snapchat in offerta: 17 dollari l'una per un totale di 3,2 miliardi di dollari raccolti nel collocamento, che portano ad una capitalizzazione di borsa della società prima dell'ammissione al listino di Wall Street di ben 24 miliardi di dollari. Una cosa che poteva succedere quasi solo a New York!

Eppure la domanda di titoli in sottoscrizione è stata pari a circa dieci volte l'offerta. E la forchetta iniziale di 14-16 dollari è stata superata di slancio alzando l'asticella del primo prezzo di quotazione un dollaro al di sopra della massimo.

Il bello è che, se di un'esagerazione del mercato si tratta, è pur sempre una più che "lucida follia" di chi ha accettato la sfida, dal momento che un indubbio successo ha arriso nel collocamento al mercato agli abilissimi manovratori (e principali sottoscrittori a fermo) di Morgan Stanley e Goldman Sachs, con quest'ultima nel contesissimo ruolo di "agente per la stabilità del titolo" (da noi si chiamerebbe "specialist").
Le voci tra gli addetti ai lavori riferiscono di una stragrande maggioranza di investitori istituzionali orientati al lungo periodo e di fondi comuni di investimento, tra i principali sottoscrittori, per giustificare tale successo, nonché della deriva iper-ottimista del mercato, ma qualche calcolo prima di convincersi i medesimi lo hanno pur fatto e non sono nemmeno in pochi.

LA VALUTAZIONE DI SNAPCHAT

E i calcoli dicono che il budget mondiale di spesa per la pubblicità sulla telefonia mobile è destinato a quadruplicare in quattro anni, dai poco più di 60 miliardi di dollari attuali a circa 200 nel 2020, ed è quella la più grande opportunità -per i gestori delle applicazioni

più diffuse per i cellulari- di riuscire a monetizzare la popolarità e il gradimento raggiunti.
Da questo punto di vista Snapchat è interessante perché quel vi viene pubblicato sono quasi solo brevi video e con la sua tecnologia può dunque vantare un vantaggio su Instagram, più usata per le fotografie, sebbene quest'ultima appartenga alla galassia di Facebook, che con il suo miliardo e oltre di utenti farà sicuramente la parte del leone nell'aggiudicarsi la fetta più importante di quel denaro.

Sul fronte dei dubbiosi sulla valutazione finale viceversa circolano i dati più recenti di diffusione di Snapchat tra gli utenti, sempre in crescita dopo tre anni di vita ma con un ritmo che tende a ridursi, data anche la sua limitata popolarità nei paesi a maggiore crescita demografica. Riuscirà dunque a non deludere chi ci scommette sopra?
Qui i calcoli tra gli investitori divengono molto più sofisticati, perché parlano di una valutazione attesa di almeno 40-50 miliardi di dollari nel 2020, quando il mercato della pubblicità sul mobile avrà raggiunto la sua maturità (affinché valga la pena di averci scommesso oggi, con tutti i rischi ancora presenti). Obiettivo non facile da raggiungere ma possibile, ipotizzando una valutazione per quella data basata sugli attuali moltiplicatori di Instagram.

COSA CONCLUDERNE?

Un'offerta iniziale di titoli per la quotazione in Borsa come quella di Snapchat c'è già stata ed è andata anche molto meglio del previsto. Come si comporterà tuttavia il titolo dal primo giorno di quotazione in poi è difficile prevederlo.
Se la borsa mantiene il suo slancio attuale non potrebbe andare meglio. Ma la vera domanda è cosa succede dopo. E la risposta da questo punto di vista è ardua: da un lato il titolo apparterrà alla categoria di quelli più volatili in assoluto, ma dall'altro buona parte degli attuali sottoscrittori si è impegnato a tenerlo in portafoglio almeno per un anno e sono quasi tutti Investitori pazienti.
Che succeda quel che è avvenuto con Facebook è oggi relativamente improbabile…

Stefano di Tommaso

Nuovi modelli di business nell'abbigliamento americano



Negli USA la maggior parte dei grandi operatori della distribuzione al dettaglio dell'abbigliamento sta incontrando serie difficoltà. Diverse grandi catene -di un certo standing e ben affermate nel mercato- stanno orientandosi a ridurre il numero dei loro punti vendita, se non addirittura a chiudere completamente i battenti e a sottoporsi alla "bankruptcy reorganization", una specie di concordato preventivo.

Numerosi i casi di crisi, dal più noto e recente: quello della catena di abbigliamento di fascia medio-alta BCBG di Max Azria, che secondo un recente articolo di Reuters

(http://www.reuters.com/article/us-bcbgmaxazria-bankruptcy-idUSKBN16401N))

è in procinto di fallimento a: The Limited, Aeropostale, American Apparel e Wet Seal che hanno incontrato destini comuni a causa del cambiamento in atto.

I NUOVI CONSUMATORI

Ciò che sta alla base della crisi è la revisione delle abitudini del consumatore moderno, che ha rimodulato la sua "scala delle priorità" e le sue preferenze.
Innanzitutto al giorno d'oggi i nuovi consumatori (i cosiddetti "millennials") prediligono la tecnologia, la cui spesa ha un ruolo predominante rispetto ad ogni altro settore di consumo. Inoltre essi preferiscono gadgets ed "esperienze" come, ad esempio, i viaggi, ai primi posti della classifica.

Secondo gli ultimi dati disponibili al Bureau of Labor Statistics la spesa annua media dei cittadini statunitensi per l'abbigliamento è di $1.846, mentre quella per l'intrattenimento, nella sua nozione più ampia, è circa mille dollari più alta.

L'E-COMMERCE E IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Altra minaccia per i tradizionali negozi d'abbigliamento "brick-and-mortar" (cioè

caratterizzati dall'esistenza di strutture fisiche, in cui i clienti posso recarsi di persona per vedere ed acquistare i prodotti) è l'e-commerce. I suoi numerosi vantaggi, dalla convenienza economica alla comodità, fanno sì che la quota di acquisti online effettuata dai consumatori stia incrementando velocemente.

Fare shopping online è più comodo per diversi motivi fra cui: risparmio di tempo e stress, ma soprattutto si tratta di un negozio virtuale aperto 24 /7, cioè sempre disponibile per il consumatore.
Infatti il settore dell' "online apparel" (vendite di abbigliamento su internet) risulta decisamente in crescita come dimostra un report di eMarketer del 2015 a spese della distribuzione tradizionale.

Di seguito il collegamento alla ricerca citata:
https://www.emarketer.com/Article/Apparel-Retailers-Ecommerce-Direct-Marketers-Dominate/1012671

In aggiunta bisogna considerare la generale situazione di crisi economica derivante da quella finanziaria del 2008 che ancora oggi lascia i suoi segni sul consumatore medio.

Alcuni articoli citano anche l'influenza delle condizioni climatiche: il riscaldamento globale farebbe ridurre gli acquisti dei capi più pesanti quali cappotti, maglioni, ecc. Ma questo non può avere un'incidenza così elevata.

I RECENTI CASI DI CRISI

1) BCBG di Max Azria

Fondata nel 1989 dal disegnatore Tunisino Max Azria a Los Angeles, BCBG produce linee di abbigliamento alla moda, di qualità e a prezzi medi. Ha goduto di un'ottima crescita durante i suoi primi anni, vantando una certa visibilità grazie ad attrici statunitensi che indossavano gli abiti del Gruppo. Ha fatto anche alcune acquisizioni, fra cui quella del famoso stilista francese Hervé Léger nel 1998. Negli ultimi anni però una serie di circostanze le sono risultate fatali: innanzitutto l'impatto negativo della crisi finanziaria del -2008 sui consumi ha causato una riduzione del fatturato, poi la crescita smodata del numero dei magazzini (circa 570 in tutto il mondo, di cui 175 negli USA) e dei costi di gestione ad essi connessi, combinati con una cattiva gestione finanziaria (elevati livelli di debito) l'hanno condotta al fallimento. Nel 2013 vi erano voci di una possibile vendita del Gruppo per un valore di $1 miliardo, due anni dopo BCBG Group ha ristrutturato il suo debito e ottenuto un'iniezione di cassa di $135 milioni da investitori fra cui Guggenheim Partners, la compagnia di servizi finanziari che oggi detiene una rilevante quota del Gruppo.

2) The Limited

La società è stata fondata nel 1963 a Columbus in Ohio, produceva abbigliamento formale per donne ad una fascia di prezzo modesta. Ultimamente aveva incontrato seri problemi di decrescita delle vendite ed elevati livelli di debito. Nel 2007 a seguito di uno spin off dalla holding L Brands, era stata comprata per il 75% attraverso un'operazione di LBO dalla società di private equity Sun Capital Partners, che ne ha anche acquisito il controllo totale tre anni dopo.

Tuttavia il cambio della guardia non è bastato, nel corso del 2016 The Limited ha chiuso tutti i 250 negozi negli Stati Uniti e nel Gennaio 2017 e ha richiesto la protezione dai creditori appellandosi al cosiddetto Chapter 11 della legge fallimentare americana (simile all' articolo 182bis della nostra).

3) Aeropostal

Il brand è nato negli anni '80, lanciato da R.H. Macy & Co. (oggi Macy's, catena della grande distribuzione statunitense) e produce abbigliamento casual per teenagers. Per quest'azienda la concomitanza dell'avvento dell' Internet shopping, delle preferenze per il fast fashion e di una cattiva gestione finanziaria sono state la causa dei suoi ultimi tre anni di perdite e della conseguente richiesta di protezione secondo il Chapter 11 nel Maggio 2016.

Sembra vi siano stati anche conflitti di interesse a livello di vertici aziendali che hanno influito negativamente sulla performance aziendale. La società era stata quotata nel 2002 al NYSE e ad Aprile 2016, è stata delistata a causa del valore molto basso raggiunto dalle sue azioni.

La compagnia ha chiuso nel corso del 2016 ben 154 negozi, degli 811 da lei operati e ha comunicato che entro sei mesi sarebbe ritornata ad operare attraverso una ristrutturazione e un ridimensionamento del proprio modello di business, quale obiettivo della bankruptcy law.

LA NUOVA SFIDA DELLA DISTRIBUZIONE NELL' ABBIGLIAMENTO: REINVENTARE IL MODELLO DI BUSINESS

Anche altre catene della grande distribuzione stanno soffrendo, annunciando tagli e chiusure di negozi. Per esempio Macy's ha annunciato che chiuderà 100 negozi nell'anno, Sears Holding chiuderà 150 negozi mentre Amazon sta aumentando il numero degli impiegati più del 50% per velocizzare le spedizioni.

Oggi il consumatore attuale ricerca flessibilità e valore. La prima viene normalmente meglio soddisfatta con lo shopping online mentre la seconda con l' "off-price concept" (in Italiano potremmo tradurlo con "formato convenienza"). Quest'ultimo non è un concetto nuovo. Già agli inizi della seconda metà del 1900 TJX lo aveva introdotto, si tratta di vendere prodotti di marca a prezzi scontati nella misura del 20-60% acquistati a seguito di residui di magazzino, errori di ordini di fabbricazione oppure del mancato riscontro di una linea di prodotti nei confronti dei gusti dei consumatori.

È proprio nel settore dell'abbigliamento che l'off-price riscontra grande diffusione. Come risulta in un articolo della società di ricerche di mercato "The NPD Group", il 75% dei consumatori del settore abbigliamento è costituito da coloro che acquistano in negozi come TJMax e Ross, oramai leader incontrastati di questo mercato.
Secondo Marshal Cohen, chief industry analyst a NPD, l'off-price è secondo solo all'e-commerce in termini di tassi di crescita.

Di seguito il link all'ar citato:
https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/news/press-releases/2016/two-thirds-of-all-retail-shoppers-shop-off-price-reports-npd-group/

DUE CASI DI SUCCESSO NELL'OFF-PRICE RETAIL

A) TJMaxx

La catena di negozi è parte del Gruppo TJX Companies, il quale fonda le sue radici nel 1919 quando i fratelli Max e Morris Feldberg fondarono la New England Trading Company a Boston, che diventò trent'anni dopo Zayre, una catena di discount. A seguito di una serie di acquisizioni e la realizzazione di piani di internalizzazione,

TJX Companies oggi è leader nel settore dell'off-price retailing apparel e home. Il Gruppo vanta 1.156 negozi a insegna TJMaxx e 1.007 Marshalls negli USA e una presenza internazionale con negozi in Canada, Australia, Regno Unito, Irlanda, Paesi Bassi, Germania, Austria e Polonia grazie alle società TJX Canada e TJX International, pioniere nell'off-price retailing all'estero.

TJMaxx insieme a Marshalls rappresentano il business segment "Marmaxx" del Gruppo, il quale nel 2016 ha registrato un fatturato di venti miliardi di dollari, con una crescita del 7% rispetto al 2015.
La mission aziendale parla chiaro: "delivering value" in cambio del denaro speso bene.

B) Ross "dress for less"

Fondata nel 1950 a Dublin in California da Morris Ross, oggi è leader nel settore off-price retail per l'abbigliamento e vanta ben 1.342 negozi negli USA. Ross Inc. ha inoltre lanciato nel 2004 dd's DISCOUNTS che ha fasce di prezzo ancor più modiche rispetto a Ross.

Nel 2015, ha raggiunto i dodici miliardi di dollari di fatturato, con una crescita del 4%. Nei primi nove mesi del 2016, le vendite sono cresciute dell'8% a quasi dieci miliardi di dollari nell'infraperiodo. In termini prospettici, la società pianifica di espandersi ulteriormente nel territorio statunitense raggiungendo i 2.500 punti di vendita e circa venti miliardi di dollari.

LE CHIAVI DEL SUCCESSO

Per entrambe, la chiave del successo è un nuovo e diverso modello di business, imperniato sulla diffusione capillare, sulla presenza anche online, sulla flessibilità e sulla convenienza. Esso si esplica in: cogliere le opportunità d'acquisto (gli "affari"), gestire efficientemente le scorte, offrire formule di prezzo convenienti e razionalizzare i propri costi operativi.

Tutte cose che vengono ovviamente molto meglio quando le dimensioni aziendali non sono piccole.

E probabilmente è ciò che molti operatori dovranno fare presto anche in Europa!

Vittoria Roà

La lezione dell'oracolo della finanza



È divenuta oramai per me un'abitudine propiziatoria commentare il famoso "oracolo di Omaha", l'ottantaseienne e sempre arzillo Warren Buffett , alla data di pubblicazione della

sua lettera agli azionisti della sua Holding: la Berkshire Hathaway.

I suoi risultati eccezionali in qualità di investitore non solo sono sotto gli occhi di tutti, ma non hanno praticamente mai smesso di migliorare nonostante l'età avanzi e la sua formula magica per fare soldi sia rimasta sempre la stessa: selezionare prudentemente e con cura poche aziende con business tradizionali e uomini di grande qualità, rimanendone a lungo soci nel tempo.

Ecco una panoramica dei suoi maggiori investimenti:

Difficile aggiungere qualcosa alla realtà dei suoi numeri: i denari mediamente investiti (tutto compreso) per acquisire le imprese elencate qui sopra erano quotati all'incirca il doppio a fine 2016 (oggi la borsa americana è in media cresciuta ancora un po'). Da notare che gli "altri" investimenti non espressamente citati e, presumibilmente, di minore entità singola, sono invece cresciuti un po' meno in valore: "solamente" del 70%!

Warren Buffett ha (tra pochissimi al mondo) battuto la performance dell'indice Stand&Poor 500 in quasi tutti i suoi anni di attività dal 1964 ad oggi, superandolo in media del 13% e totalizzando un risultato medio annuo (in oltre cinquant'anni) del 21% annuo.
Per raggiungere tale record i suoi investimenti hanno prodotto un risultato positivo anno su anno in tutti gli anni di attività (salvo che nel 2001 e nel 2008) riuscendo a moltiplicare per 1.972.595 (quasi due milioni di volte) ogni dollaro investito nel 1964, sino ad arrivare ad un valore complessivo degli investimenti detenuti di circa 122 miliardi di dollari!

L'oramai arcinoto ottimismo di Warren Buffett sulla formula americana del successo negli affari (ingenuo entusiasmo, sistema di mercato capitalistico, costante immigrazione e vero stato di diritto) ha raggiunto nuove vette, ricordando che i cittadini degli Stati Uniti d'America in quasi 250 anni di democrazia (dal 1776) hanno ammassato la straordinaria ricchezza di 90mila miliardi di dollari, possiedono 260 milioni di autovetture e ricevono in media istruzione pubblica per un controvalore di 150.000 dollari a testa.

Quanto sopra lo autorizza a ritenere che mediamente le imprese americane continueranno anche nei prossimi anni a consegnare ai loro azionisti risultati meravigliosi, e quindi il valore delle loro azioni quotate in Borsa non scenderà. Parole forti, se pronunciate da uno degli uomini più prudenti del mondo!

Ma la sua vera lezione di maestro dell'investimento nelle aziende è contenuta in una

frasetta inserita poco oltre quelle affermazioni. “Non dimenticate mai due cose: la prima, di essere generalmente timorosi nel valutare e negoziare i vostri investimenti, e la seconda, di non temere invece di mantenerli a lungo nel tempo, evitando spese elevate o non strettamente necessarie e limitando il ricorso al debito”.

Tutto qui? Si davvero. La semplicità delle proprie idee è stata probabilmente la vera chiave di volta del successo di quest’uomo straordinario!

Stefano di Tommaso

La difficoltà del dialogo post-guerra fredda



Sono in molti a chiedersi quali conseguenze avrà nel mondo l’evoluzione del dialogo tra i due Paesi dopo l’elezione di uno dei Presidenti più desiderati dagli storici avversari dell’America di Obama e più avversati nella lotta politica interna.

Donald Trump potrebbe rappresentare una discontinuità nei rapporti tra le due superpotenze militari ma costituisce anche un’incognita nel suo modo di guardare al resto del mondo se si ripensa a slogan come “Prima l’America” e alle fortissime resistenze da parte dell’establishment che sta incontrando nel lasciargli prendere in mano le leve di comando della nazione.

Certo i recenti e reiterati attacchi che numerosi “media” di tutto il mondo occidentale hanno portato contro il Presidente Trump a proposito della sua reciproca simpatia con la Russia di Putin costituiscono indubbiamente un macigno che va a ostacolare non poco la

positiva evoluzione dei rapporti tra gli Stati Uniti America e la Federazione Russa.

Ed è basandosi su questo presupposto che dobbiamo analizzare la possibilità che un giorno il dialogo arrivi a venire recuperato tra le due superpotenze militari del mondo, nell'interesse superiore dell'umanità intera, della pace globale e della possibilità che un'effettiva collaborazione possa giocare un ruolo di dissuasione nei confronti di tutti gli altri paesi che volessero contribuire ad accendere nuove guerre o a rinfocolare conflitti locali.

CHI SI OPPONE AL DIALOGO

Molte iniziative sono in cantiere per provare a dimostrare il coinvolgimento dell'intelligence russa nella campagna elettorale a favore di Trump, così come molti sospetti sono stati levati in direzione di possibili interessi privati di Trump riguardo al flusso di commercio internazionale che potrebbe riaprirsi con la Federazione Russa al cadere delle attuali sanzioni.

Chi poteva nutrire un interesse pratico a ostacolare tale dialogo, nell'alimentare quei sospetti di tradimento nazionale da parte di Donald Trump ha fatto una mossa degna di un grande maestro di scacchi. Il Presidente aveva giocato le sue carte elettorali proprio in direzione di un nuovo orgoglio nazionale ed è perciò per lui insostenibile la prospettiva di essere accusato di tradire la bandiera perché metterebbe a rischio la sua credibilità. Egli farà dunque tutto quanto nelle sue facoltà per non essere smentito proprio sulle note del patriottismo.
Per lo stesso motivo non può nemmeno immaginare di prendere l'air force one e recarsi in visita diplomatica a Mosca da un giorno all'altro senza scatenare nuovi dubbi sul supporto ricevuto alle elezioni piuttosto che sui suoi presunti interessi personali.
Sino ad oggi non lo ha fatto e nemmeno ne ha annunciato la volontà.

Letta in filigrana l'operazione di discredito mediatico di Trump rivela molto dei suoi ignoti registi: a chi può convenire promuovere il partito della guerra e la mancanza di coordinamento delle grandi superpotenze nei confronti dell'intero terzo mondo?
Sebbene non sia difficile rispondere, resta arduo immaginare l'immensità di risorse in gioco per riuscire a lanciare una campagna mediatica così in grande stile !

Anche questo aspetto può aiutare a identificarne le menti. Non certo una mera setta politica o soltanto un circolo di illuminati degno delle pagine di Dan Brown, bensì un importante gruppo di pressione con forti interessi nell'industria militare, dell'energia e delle materie prime, che ha interesse a veder aumentare il budget di spesa militare ma al tempo stesso vorrebbe veder crescere le tensioni e i conflitti locali lasciando Washington al

centro del mondo mentre la figura del presidente americano viene piano piano sminuzzata e appannata dalle bordate di stampa, opinionisti e avversari politici.

LA MINACCIA DEI CONFLITTI LOCALI

Viceversa una riapertura del dialogo est-ovest potrebbe aiutare molto il contenimento dei conflitti locali, sopratquelli legati al petrolio e al medio oriente, ristabilendo un ordine globale e il predominio della politica e della diplomazia sul mercantilismo.

Esistono però oggettivi vincoli riguardo all'allineamento degli interessi russo-americani, a partire dalla necessità di non ferire l'orgoglio e la retorica politica delle schiere di stati satelliti che ciascuna delle due superpotenze ha tenuto a supportare per decenni al proprio fianco. Ogni mossa verso il disgelo dovrebbe risultare in una attenta miscela di distinguo affinché non venga a mutare la reciproca sfera di influenza.

Sul fronte opposto però a entrambe le superpotenze potrebbe far comodo vedere risalire il prezzo del petrolio (e del gas) di cui sono grandi produttori, veder limitare il terrorismo internazionale di cui sono entrambi possibili vittime, di veder arginare la marea crescente di espansionismo commerciale e militare cinese che può strappare loro una fetta sempre maggiore di influenza politica in Asia e Africa.

La Cina emerge infatti dal primo scorcio di secolo come la più grande potenza economica asiatica, da sempre in contrapposizione al Giappone che ha sviluppato invidiabili ricchezze e raffinate tecnologie ma che appare come un microbo al confronto geopolitico ed è sempre stato su posizioni opposte praticamente in qualsiasi direzione.
Quello di Cina e Giappone è solo un esempio delle miriadi di micro conflittualità che potrebbero risvegliarsi dall'affievolimento dell'ordine attuale e che viceversa rimarrebbero asfittici qualora le due grandi superpotenze giungessero a collaborare.

Negli anni della guerra fredda quasi nessun conflitto locale si era sviluppato evolvendo a vera e propria guerra. a causa della forte tensione bipolare USA-Russia che aveva costretto tutti gli altri paesi ad allinearsi all'una o all'altro polo. Con il disgelo abbiamo assistito a numerosi focolai di guerra che hanno travalicato i limiti locali.
Una nuova stagione di cooperazione potrebbe rendere più credibile il ruolo di poliziotto globale che oggi solo gli Stati Uniti d'America si sono arrogati.

I veri oppositori a tale dialogo sono però al loro stesso interno, dal momento che al loro governo non vi sono monolitiche dittature bensì un coacervo di interessi e di orientamenti che, almeno nel caso degli USA, non forniscono a chi è al vertice un potere assoluto, anzi.
Diversa è la situazione di Mosca, dove Putin non ha quasi oppositori, ma dove in cambio non esiste nemmeno lo stesso fermento economico, tecnologico e commerciale che esiste

in America o anche in Cina.

IL PANORAMA GEO-POLITICO

Nella Federazione Russa molte delle funzioni primarie della società civile sono assolte da organismi e aziende di stato e il controllo di quasi tutto è di natura schiettamente politica, cosa che impedisce una sana concorrenza.

Nell'Unione Europea le divisioni prevalgono sulla coesione politica ma l'economia corre ed è il bacino nel quale si è sviluppato il mondo che oggi prevale. Essa è pertanto oggetto di possibile contrapposizione di interessi tra le superpotenze che potrebbero aggiudicarsene i brandelli.

Nella Repubblica Popolare Cinese la situazione è soltanto relativamente simile, perché essa ha sviluppato un germe di capitalismo e si è aperta di più agli investimenti stranieri e l'economia cresce di conseguenza ad un ritmo ben superiore.

Negli Stati Uniti d'America esistono invece moltissimi gruppi economici e moltissime scuole di pensiero (solo in parte localizzate nelle università e nei centri di ricerca) e, nonostante l'economia americana non cresca in termini nominali quanto quella cinese, essa è il crogiolo di nuove idee, iniziative e cultura. Questo porta a talune forti contrapposizioni politiche e a far temere che la democrazia al suo interno potrebbe non superare di molti gli attuali due secoli di permanenza. Ciò nonostante l'America ha sempre supportato i suoi interessi economici con un notevole predominio militare e tecnologico.

NON CI SONO ALTERNATIVE

Eppure, nonostante una loro leadership in quasi tutti i campi dello scibile che negli ultimi anni si è soltanto rafforzata, gli USA non possono pensare di guardare solo a sé stessi bensì devono poter contare su un equilibrio globale la cui mancanza eroderebbe alle fondamenta i suoi successi. Né possono immaginare di restare a lungo gli unici poliziotti dell'ordine mondiale, senza tenere conto della demografia (a loro sfavore) e del fatto che le nascenti superpotenze potrebbero coalizzarsi a discapito della supremazia americana.

Ecco dunque che il più simile a lei degli avversari (la Russia) può giocare un ruolo molto importante nel definire il futuro dell'America, così come può cercare negli altri un partner importante, contribuendo a ridefinire l'equilibrio globale.

Stefano di Tommaso