

Nel secondo trimestre il prodotto interno lordo ha registrato un più 0,7%: mai così male dal '93. Ora si attende un taglio dei tassi

# Giù i consumi hi-tech, frena l'economia Usa

**MILANO** Non accadeva dal 1993. Il calo degli investimenti e la stagnazione dei consumi hanno portato il tasso di crescita del prodotto interno lordo degli Stati Uniti, nel secondo trimestre del 2001, a far registrare un più 0,7 per cento. Due decimali sotto le già pessimistiche previsioni della maggioranza degli analisti. Non solo. Il dipartimento del Commercio, mentre ha corretto al rialzo - dall'1,2 all'1,3 per cento - il dato del primo trimestre, ha anche rivisto al ribasso il calcolo del pil dello scorso anno. Che, per effetto dei nuovi sistemi di calcolo che tengono meglio conto degli investimenti delle aziende in tecnologie, è sceso dal 5 al 4,1 per cento. «L'economia non è forte come dovrebbe» ha riconosciuto il presidente George Bush.

Ma cosa sta alla base del rallentamento della crescita Usa? Due le ragioni di fondo. A determinare la frenata sono state anzitutto le aziende, che hanno continuato a ridurre i loro investimenti in hardware e software (con pesanti conseguenze sull'andamen-

to del fatturato dei colossi del settore). In questo settore il calo è stato del 14,5 per cento, l'andamento peggiore dal 1982 ad oggi. A completare il quadro, il fatto che le aziende, poi, hanno continuato anche ridurre le loro scorte di magazzino.

Pure i privati cittadini però, presi nella spirale negativa, hanno fatto la loro parte. Le spese per i consumi - sottolinea il dipartimento del commercio - hanno chiuso sì con un segno più. Ma il 2,1 per cento registrato rappresenta il dato più basso da quattro anni a questa parte. Contro il 3 per cento del primo trimestre. Per quanto deludente, tuttavia, va ricordato che è stato proprio l'andamento della voce consumi - che da sola rappresenta i due terzi dell'intera economia - a consentire al pil americano di chiudere con il segno più. Un ulteriore conferma del momento non dell'economia viene poi dalle esportazioni, che sono calate del 9,9 per cento, e dalle stesse importazioni, a loro volta diminuite del 6,7.

Nota positiva, invece, dall'inflazione,

che è rimasta sotto controllo. Un dato, questo, importante. Perché dovrebbe consentire alla Federal Reserve, nella sua prossima riunione del 25 agosto, di procedere ad un'ulteriore riduzione dei tassi di interesse. Passo importante per cercare di contrastare la frenata del pil. Gli analisti già parlano di un possibile taglio di almeno 25 punti base.

Le reazioni. Composta quella della Borsa, che il dato se lo attendeva. Wall Street ha aperto con un modesto meno 0,12 per poi passare in terreno positivo. Cauti gli economisti. Che, pur preoccupati per il dato relativo ai consumi, hanno apprezzato il segno «più». «Abbiamo evitato la recessione - è il commento più diffuso - e continueremo ad evitarla». E, come ricordato, stanno per incassare un ulteriore taglio dei tassi. E pure i politici. «La performance dell'economia - afferma il segretario al Tesoro, Paul O'Neill - è in linea con le nostre aspettative. Continuiamo a ritenere che la performance sarà migliore nel quarto trimestre di quest'anno».



Alan Greenspan

# I marchi padroni del mondo

Classifica di Business Week. Il dominio americano: Coca Cola, Microsoft, IBM

Roberto Rossi

La prima società italiana è Gucci (50°) poi vengono Armani e Benetton

**MILANO** A proposito di globalizzazione, marchi e multinazionali. Sapete quanto valgono otto parole sorrette da una striscia bianca su uno sfondo rosso? Appena 70 miliardi di dollari, centesimo più centesimo meno. Stiamo parlando della Coca-Cola, naturalmente, la vera regina del mondo globalizzato, il cui marchio è stato valutato e soppesato (insieme a quello di un altro centinaio di società) da un'indagine di BusinessWeek.

Mentre tutti ancora devono digerire e assimilare la protesta di Genova, con manganellate servite come contorno, il settimanale americano ha stilato una classifica dei migliori marchi globali nel 2001 o più semplicemente ha messo una dietro l'altra le migliori multinazionali.

Lo studio fatto dal settimanale non è una semplice ricerca statistica. BusinessWeek si è servito della consulenza di Interbrand Corp., una società specializzata nel passare al vaglio marchi e società. Il processo di selezione è stata fatto tenendo conto del valore della società in termini di fatturato, di guada-

gni e di costi, ma anche tenendo presente alcuni valori non strettamente economici, come i brevetti il numero dei clienti e la solidità del marchio. Quest'ultimo criterio include tra l'altro la leadership dello stesso nel mercato, la sua stabilità ed infine la sua abilità nell'attraversare i confini geografici e quelli culturali.

Ma chi sono i potenti della terra? Quelli il cui marchio rompe i canoni e le barriere culturali del paese d'approdo per diventare il vero modello di un mondo senza più confini? Oltre alla Coca-Cola, le migliori posizioni sono occupate rispettivamente dalla Microsoft (seconda con un valore di 65 miliardi di dollari), dalla IBM (terza con 52 miliardi di dollari) e dalla General Electric (quarta con 42 miliardi).

I PIU' FAMOSI NEL MONDO		
Posizione	Marchio	Valore in miliardi di dollari
1	Coca-Cola (Usa)	68,9
2	Microsoft (Usa)	66,1
3	Ibm (Usa)	52,8
4	GE (Usa)	42,4
5	Nokia (Fin)	35,0
6	Intel (Usa)	34,7
7	Disney (Usa)	32,6
8	Ford (Usa)	30,1
9	Mc Donald's (Usa)	26,3
10	AT & T (Usa)	22,8
50	Gucci (Ita)	5,3
91	Armani (Ita)	1,4
100	Benetton (Ita)	1,0

Al quinto posto una delle poche società non americane e cioè la Nokia, azienda finlandese che opera nella telefonia mobile, il cui nome vale 35 miliardi.

E le società italiane? Solo tre. Il nostro paese si può considerare una nazione legata alla moda e al

lusso. Il marchio più conosciuto, in cinquantesima posizione, è quello di Gucci, la casa fiorentina nota per i suoi prodotti di alta moda. E poi per trovarne un'altra bisogna arrivare alla novantesima posizione dove si colloca Armani, subito dopo gli alcolici di Johnnie

Walker e Jack Daniels. Al centesimo posto ultima della lista c'è, invece, la Benetton.

Il marchio di una società è un importante veicolo promozionale. In un mercato sempre più concorrenziale farsi un nome significa avere una possibilità in più che il cliente si ricordi di te. Per questo la pubblicità, strumento indispensabile, riveste un significato primario. Molte società spendono milioni di dollari per rendersi visibili. Alle volte però alcune società hanno preso strade diverse.

È il caso della Starbucks, la catena di locali americana specializzata nella vendita del caffè. In 20 anni la società di Seattle (che ha fatto registrare la più alta crescita del valore del proprio marchio, 1,8 miliardi) ha riservato una quota piuttosto bassa per gli investimenti in pubblicità. Al contrario si è preferito gratificare (con paghe più alte, stock options) il dipendente, incentivato in questo modo a migliorare il rapporto con il cliente. Ma questa non è stata la sola eccezione. Nell'aprile del 1993 la Philips Morris, leader nella vendita del tabacco, decise di abbassare il prezzo dei suoi prodotti del 20% invece di perdere quote di mercato.

L'Unione petrolifera non prevede aumenti. Al via la chiusura di 3mila stazioni

## «Nessun rischio per la benzina»

Bianca Di Giovanni

**ROMA** Il prezzo della benzina potrebbe ridursi anche di 15 lire al litro entro il 2003 grazie al piano di dismissioni per circa 3mila impianti di distribuzione avviato dalle compagnie petrolifere. «L'obiettivo del piano - ha sottolineato il presidente dell'Unione petrolifera Pasquale De Vita - è quello di aggirare gli ostacoli ancora presenti sul cammino del progetto di razionalizzazione della rete messo a punto dal governo». Inoltre avvicinerà l'obiettivo di giungere alla liberalizzazione di orari e turni.

In sostanza si tratta della concreta realizzazione del provvedimento emanato dal ministero delle Attività Produttive per ristrutturare la rete, uno dei fattori che in Italia contribuisce a far lievitare i prezzi alla pompa. Quanto alla recente decisione dell'Opec di tagliare la produzione petrolifera di un milione di barili al giorno, secondo De Vita porterà a una «stabilizzazione più che a un rialzo dei prezzi del greggio». La riduzione avviene infatti con un prezzo in discesa. «C'era il rischio che precipitasse - aggiunge De Vita - se il ritocco porterà alla stabilizzazione del prezzo, è un fatto positivo. Tanto più che l'euro si sta rafforzando, altro elemento che spinge verso prezzi stabili».

Tornando al piano di dismissioni approvato dall'Antitrust - De Vita annuncia non solo la creazione di un fondo di circa 300 miliardi per sostenere le spese di bonifica delle aree dismesse (pari a 100 milioni per ciascun impianto), ma anche la decisione dell'industria petrolifera di aprire alla concorrenza. In particolare i petrolieri si impegnano a mettere in vendita 250 impianti tra quel-

li destinati alla dismissione. Chi li acquisterà - la gara sarà pubblica e prevede l'ok dell'Antitrust - sarà titolare delle licenze, che potrà utilizzare nei siti che preferisce. Si sa che ad essere interessati sono soprattutto i giganti della grande distribuzione, con i francesi Carrefour e Auchan in testa. I grandi rivenditori ambiscono alle pompe da poter installare presso gli ipermercati utilizzando la propria insegna. Ma come mai quei 250 impianti da alienare sono stati scelti proprio tra i 3mila da chiudere, all'interno di un piano che ha ottenuto una deroga alle leggi della concorrenza da parte dell'Antitrust? «La deroga è stata decisa

molto prima di pensare alla vendita - spiega De Vita - e riguarda soltanto gli accordi per la dismissione degli impianti. Le cessioni sono state decise per consentire l'ingresso a nuovi operatori».

Il presidente dell'Up assicura l'intenzione di «lavorare insieme ai gestori per portare avanti l'ammodernamento del sistema». Ma proprio da quel fronte è arrivato il no al piano della Faib Cisl, secondo cui il progetto «scavalca e rimette in discussione la trattativa tra governo, Regioni e organizzazioni di categoria. Quanto all'arrivo dei grandi distributori, La Faib parla di privatizzazione selvaggia sul modello francese.

## La Corte dei conti denuncia i ritardi e le inefficienze dell'Anas

**ROMA** La Corte dei conti passa alla lente d'ingrandimento i ritardi e le inefficienze dell'Anas. Una mole enorme, e in continua crescita, di residui passivi, pari a oltre 21mila mld, lavori che vanno a rilento, ricorso eccessivo alla trattativa privata, e, in caso di gara, un divario tra pezzi base d'asta e quelli convenuti alla fine, intorno al 25%. Sono alcune delle «criticità» rilevate dalla Corte dei conti sugli esercizi finanziari '98, '99 e 2000 dell'Anas. La Corte evidenzia in realtà anche alcune «positività», rilevando che il vertice dell'ente «ha cercato di ripristinare l'immagine dell'Anas e ha elaborato il tessuto normativo di base per garantire il funzionamento del proprio assetto istituzionale».

Ma nell'insieme le quasi 300 pagine di relazione dipingono un quadro pieno di «molteplici carenze» e «numerosa criticità». Sul fronte della capacità di spesa la corte segnala 21.474 miliardi di residui passivi a fine 2000 di cui 12.542,7 relativi ai grandi lavori. Un fenomeno «in costante crescita» visto che solo negli ultimi tre anni si sono accumulate più di 18mila miliardi di residui, di cui 8.126 miliardi solo nel 2000. Parallelo il fenomeno dei lavori «luma»: la Corte fotografa ritardi che indicano «criticità» e «diseconomie» visto che alla fine i costi lievitano tra «pagamenti di interesse e impossibilità a distanza di tempo di contestare eventuali irregolarità delle opere».

## Alitalia punta su Skyteam e vola con Delta e Air France

**ROMA** Alitalia è entrata a far parte dell'alleanza globale di compagnie aeree Sky Team. L'ingresso nel network è stato ufficializzato ieri dai vertici di Alitalia e di Sky Team, presenti i ministri del Tesoro Giulio Tremonti e dei Trasporti e infrastrutture Pietro Lunardi.

Con l'ingresso nella rete di alleanze i clienti Alitalia potranno beneficiare di tutte le offerte del gruppo non appena la compagnia di bandiera italiana avrà provveduto all'armonizzazione dei servizi con i partner, tra cui compaiono, oltre al gigante Air France con cui Alitalia ha appena siglato un'intesa commerciale, anche Delta Airlines, Aeromexico, Csa e Korean Air. I benefici per la clientela si vedranno tra 3 o 4 mesi. Con l'entrata di Alitalia nell'alleanza, i clienti Sky Team avranno accesso ad altri 869 voli giornalieri verso 21 destinazioni in sei nuovi Paesi. Collegamenti che Alitalia può assicurare attraverso 166 aerei. Grazie agli hub Alitalia di Roma Fiumicino e di Milano Malpensa, verrà ancor più potenziato uno dei più efficienti multi hub del mondo. I clienti Sky Team beneficeranno di un significativo incremento delle frequenze dei voli e delle opportunità di coincidenza verso tutte le principali destinazioni dell'emisfero settentrionale, zona in cui si concentra l'80% del traffico aereo.

Quanto al rapporto Alitalia-Air France, sono stati i due amministratori delegati a fornire chiarimenti. «E' un'alleanza commerciale strategica e di lunga durata - ha spiegato Francesco Mengozzi - Tra gli scena-

ri possibili e tutti da sperimentare e da verificare, è possibile anche prevedere una più profonda integrazione tra le parti». Insomma all'orizzonte c'è lo scambio azionario. «Ma solo nel lungo periodo - aggiunge Jean Cyril Spinetta - Per ora l'obiettivo è quello di essere efficaci». Il Tesoro, attualmente al 53% della compagnia di bandiera, potrà scendere fino al 50% più un'azione. «Ma questo non impedirà ad Air France - spiega il presidente Alitalia Fausto Cereti - di acquistare eventuali altre quote sul mercato».

Mengozzi non ha mancato di sottolineare il ruolo internazionale che l'alleanza assicura all'avioleone italiana. «Senza partner saremmo stati limitati al mercato nazionale», ha dichiarato, aggiungendo che l'incertezza finanziaria che ha colpito il settore ha reso obbligatorio per Alitalia il reperimento di una alleanza più estesa.

Sul fabbisogno finanziario della compagnia - su cui pesa l'incognita ricapitalizzazione, dopo la decisione Ue di negare ulteriori aiuti di Stato - Mengozzi ha dichiarato che l'entità si conoscerà soltanto a fine settembre, a piano industriale ultimo. Il partner francese si è detto soddisfatto dello sviluppo di Malpensa. «Sto migliorando moltissimo - ha dichiarato Spinetta - Roma e Milano sono importanti in un contesto di crescita del mercato mondiale». Sugli scenari futuri, Spinetta si è dichiarato sicuro sul numero di operatori che saranno presenti nel 2010: «Non ce ne saranno più di 3 o 4 su scala mondiale».

b. di g.

TELECOMUNICAZIONI

## Riparte PalaTelecom per lanciare la banda larga

In Italia un milione di famiglie navigano più di un'ora al giorno in Internet. A loro Telecom Italia è pronta ad «offrire il futuro», l'accesso broadband che è la seconda generazione della telefonia fissa. E il Broadband box è l'offerta Adsl di Telecom Wirelines Services, realizzata in collaborazione con il portale Virgilio per famiglie, liberi professionisti e piccole aziende. Il nuovo modo di comunicare e lavorare grazie all'utilizzo della banda larga per utilizzare al meglio Internet è al centro dell'edizione 2001 di «PalaTelecom» aperto a Rimini.

BLU

## Umts, regole rispettate anche nella prima gara

Per il Consiglio di Stato, Blu si è comportata correttamente anche prima dei rilanci competitivi e non dovrà pertanto pagare i 4.000 miliardi chiesti dall'avvocatura dello Stato. Il Consiglio di Stato osserva che «è da escludersi che potessero assumere rilevanza, ai fini dell'adozione del provvedimento impugnato, i comportamenti imputati a Blu prima dei rilanci».

MARZOTTO

## Sale il fatturato ma calano gli utili

Fatturato in crescita ed utili in leggera diminuzione nel semestre per il gruppo Marzotto. Il fatturato netto consolidato è di 863 milioni di euro, in crescita del 14%, mentre il fatturato di Gruppo fuori d'Italia ha aumentato la sua incidenza dal 79% del 30 giugno 2000 all'81% del primo semestre 2001. Gli utili operativi del Gruppo sono ammontati a 87 milioni di euro (10% del fatturato) contro i 91 milioni al 30 giugno 2000 (12%).

ARVEDI

## Bilancio in crescita più 27,2% nel 2000

Il gruppo Arvedi ha chiuso il 2000 con un utile netto di 50 miliardi di lire, in crescita del 27,2% rispetto ai 13,4 miliardi dell'esercizio precedente. Il fatturato ammonta a 1148 miliardi di lire, contro gli 890,2 del '99 (+29%), mentre il margine operativo corrisponde al 16,8% dei ricavi. In calo l'indebitamento, da 741 a 565 miliardi.

SAIPEM

## Crescono i ricavi nel secondo trimestre

Utili e ricavi in crescita per la Saipem (Gruppo Eni) nel secondo trimestre del 2001. I ricavi passano da 303 milioni di euro a 397, l'utile operativo da 20 milioni di euro a 50, l'utile netto da 6 a 30 il cash flow ammonta a 74 milioni di euro contro i 38 del corrispondente trimestre 2000.

# diario

## Tornando da Genova

*Storie di morte, manifestazioni, poliziotti, black bloc e di un G8 da operetta*

**«Non lavate il sangue»**

**DA OGGI IN EDICOLA**