

**PUOI RISPARMIARE
FINO AL 40%
SULL'RC AUTO
SE ENTRI
NELLA TRIBÙ LINEAR.**

Unità
10

13
mercoledì 24 ottobre 2007

LINEAR
Assicurazioni in Linea con te

**Chiama l'800 07 07 62
o vai su www.linear.it**

ECONOMIA & LAVORO

La **R**ipresa

Riprende domani la trattativa per il rinnovo del contratto dei lavoratori metalmeccanici. Sindacati di categoria e Federmeccanica restano distanti sul versante economico: alla richiesta di aumenti medi per 117 euro lordi gli industriali non hanno mai replicato



IN SCIOPERO I DIPENDENTI DELLE FARMACIE PRIVATE

Domani i dipendenti delle farmacie private saranno in sciopero per l'intera giornata. Una manifestazione è in programma a Roma con inizio alle 13.30 davanti a Federfarma. La giornata di lotta è stata proclamata dai sindacati confederali in risposta «all'arrogante comportamento di Federfarma» nella trattativa per il rinnovo del contratto nazionale di lavoro. I dipendenti delle farmacie private sono circa 35mila

QUASI 2 MILIARDI IL FATTURATO DELLO SPUMANTE ITALIANO

Sono 3,4 milioni i consumatori abituali di spumante in Italia e il settore, con le sue 700 aziende produttrici e oltre 2.700 etichette messe sul mercato, appare florido. In volume, gli spumanti italiani venduti nel mondo contano oltre 270 milioni di bottiglie, con un fatturato al consumo mondiale di 1,96 miliardi di euro. Anche il mercato interno tiene bene il passo con oltre 140 milioni di bottiglie di produzione interna consumate.

L'Antitrust indaga sul prezzo della pasta

Dai produttori intese restrittive della concorrenza: questa l'ipotesi su cui lavora l'Authority

di Laura Matteucci / Milano

CARTELLO L'Antitrust indaga anche sull'aumento dei prezzi della pasta. A inizio anno fu la benzina, poi, quest'estate, è stata la volta di pane e libri scolastici. Adesso la pasta: l'Autorità per la concorrenza e il mercato ha deciso di avviare un'istruttoria per due

possibili intese restrittive della concorrenza nei confronti dell'Unione industriale pastai italiani (Unipi) e di UnionAlimentare. Di fatto, l'indagine dovrà verificare se le indicazioni di aumento del prezzo fornite dalle due associazioni di produttori abbiano ristretto la concorrenza. All'origine, c'è anche una denuncia presentata da Federconsumatori Puglia, che cita un incontro avvenuto a Roma tra circa 50 imprese sulle 160 aderenti ad Unipi che rappresentano l'85% della produzione complessiva del settore, dal quale sarebbe emersa la decisione di aumentare il prezzo della pasta. Come dice il presidente di Federconsumatori, Rosario Trefiletto: «La nostra ipotesi è che sul prezzo della pasta si sia creato un cartello determinando aumenti di prezzo del 20%».

Il presidente dell'Unipi, Mario Rummo, assicura «massima collaborazione con l'Antitrust». Ma secondo l'Autorità i dati sugli incrementi di prezzo potrebbero aver costituito un punto di riferimento per l'aumento del prodotto finito, inducendo i singoli produttori ad adottare una strategia uniforme anziché concorrere sul prezzo a fronte dell'aumento del grano e quindi della farina. L'istruttoria dovrà concludersi entro il 30 novembre del 2008. Soddisfatti Adoc, Adusbef, Codacns e Federconsumatori, che per denunciare le speculazioni su alcuni prodotti di prima necessità come latte, pane e pasta, avevano indetto uno sciopero della pasta

il 13 settembre (che ha anche sollecitato l'apertura di un tavolo con i ministri Bersani e De Castro).

È vero che nel 2007 il grano duro è aumentato, dicono i consumatori: peccato però che nel 2005 abbia raggiunto il suo minimo storico, ma i produttori di pasta se ne sono guardati bene dal diminuirne il prezzo, incassando quindi lauti profitti. Insomma avrebbero fatto come i petrolieri, anzi peggio.

Per le associazioni dei consumatori il cartello tra le imprese avrebbe portato ad aumenti del 20%

NEL MIRINO DELL'ANTITRUST

Aperta un'istruttoria per possibili violazioni della concorrenza per gli aumenti dei prezzi della pasta. L'Authority, indagherà per accertare che ci siano state intese restrittive della concorrenza nei confronti di UNIFI e UnionAlimentari

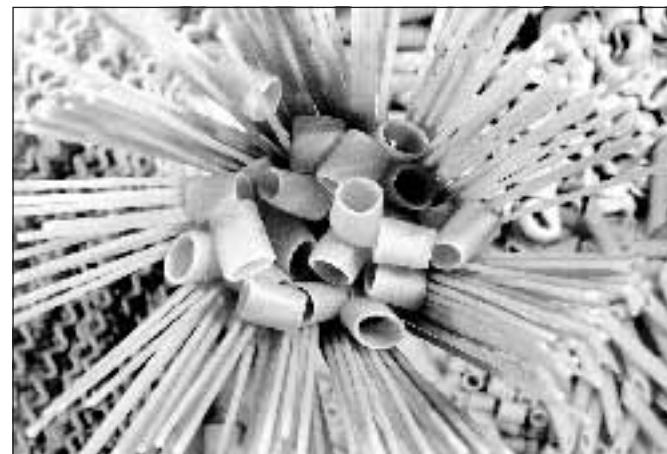


UNIFI - Unione Industriale Pastai Italiani è l'associazione di categoria dell'industria italiana della pastificazione; a livello nazionale aderisce alla Confindustria. Le imprese associate ad UNIFI sono 160, e rappresentano oltre l'85% della produzione complessiva del settore.



UnionAlimentari - Unione Nazionale della Piccola e Media Industria Alimentare è una associazione di circa 2.000 imprese che tutela e promuove gli interessi economici e sociali delle piccole e medie industrie italiane del settore agroalimentare. Aderisce alla CONFAPI - Confederazione Italiana della Piccola e Media Industria

P&G Infograph



Dopo il pane, anche la pasta finisce nell'indagine Antitrust Foto Ansa

BERSANI Mister Prezzi non sarà un Mandrake

«Mister prezzi è un modo espressivo per individuare una struttura, una rete in ogni luogo d'Italia. Non ci sarà Mandrake al vertice ma ci sarà una persona con una responsabilità amministrativa» che permetterà di lottare contro i fenomeni speculativi.

Ad affermarlo è stato il ministro dello Sviluppo economico Pier Luigi Bersani in merito a Mister prezzi, una figura che potrebbe essere inserita dal governo in sede di discussione del disegno di legge Finanziaria vero e proprio.

«Dobbiamo utilizzare - ha spiegato Bersani - al meglio le strutture amministrative e la tecnologia di cui disponiamo in una logica di mercato libero. Abbiamo bisogno di punti di osservazione rapidi contro i fenomeni speculativi».

gio: mentre i petrolieri hanno una doppia velocità, ossia abbassano il prezzo della benzina solo dopo parecchi giorni dalla diminuzione del prezzo del barile di petrolio, i produttori di pasta non hanno mai abbassato i prezzi, anzi dal 2001 ad oggi li hanno aumentati del 36%, nonostante il prezzo del grano sia calato ininterrottamente dal 2001 (183 euro a tonnellata) al 2005 (140 euro). Secondo la Coldiretti, sulla base di un'indagine Swg, l'intervento dell'Antitrust è accolto positivamente da quasi 4 italiani su 10,

mentre il 37% arriva a chiedere un intervento pubblico per calmierare i prezzi. La spesa alimentare media per famiglia - sottolinea la Coldiretti - è salita a 467 euro al mese destinati principalmente all'acquisto di carne per 105 euro, di frutta e ortaggi per 84 euro, di pane e pasta per 79 euro e di latte, uova e formaggi per 64 euro. E di questi 467 euro mensili destinati agli alimentari, oltre la metà (238 euro) va al commercio e ai servizi, 140 (30%) all'industria alimentare e solo 89 (19%) alle imprese agricole.

La rivincita della Borsa: le azioni rendono il doppio dei Bot

Uno studio di Mediobanca evidenzia la crescita di Piazza Affari che però perde posizioni rispetto ad altri mercati

di Marco Ventimiglia / Milano

RIALZO Fra crisi ricorrenti e notizie a volte più da cronaca nera che finanziarie, la Borsa non si è conquistata una splendida fama negli ultimi anni. Eppure le cifre,

nel caso in questione quelle contenute nel rapporto diffuso ieri dall'Ufficio Studi di Mediobanca, ci raccontano un'altra storia: investire in azioni rende

mediamente più del doppio dei titoli di Stato. In particolare, dal primo gennaio 1984 al 30 giugno 2007 il rendimento medio annuo dei titoli, compresi dividendi e aumenti di capitale, è stato del 21,4% contro l'8,7% di Bot, Cct e affini. Naturalmente, il rendimento azionario varia tra i diversi titoli: Alitalia, ad esempio, dal 1984 ha perso in media il 18,3% mentre Unicredit è salito del 15,8% annuo. E le società quotate in Borsa ri-

sultano essere più generose con i propri azionisti, se è vero che la distribuzione dei dividendi è cresciuta a fine 2006 del 7% sul 2005 e di 5 ben volte rispetto al 1997. Alla fine dello scorso an-

In distribuzione maggiori dividendi: gli istituti bancari e l'Eni fra le aziende più «generose»

no le aziende quotate a Piazza Affari hanno staccato cedole per un ammontare complessivo che ha sfiorato i 30,5 miliardi di euro, valore che costituisce il massimo storico e che raggiunge un livello di 120 miliardi nel periodo compreso tra il 2002 e il 2006.

A trascinare il boom di dividendi è principalmente il comparto bancario con una quota complessiva di quasi 12 miliardi di euro distribuiti nel 2006, contro i circa 7,4 miliardi dell'anno precedente e gli 1,7 miliardi del 1997. Particolarmente genero-

sa anche Eni che risulta la seconda azienda nella classifica generale della distribuzione di dividendi con una quota complessiva di 4,6 miliardi di euro.

Su scala mondiale Piazza Affari non ha sfigurato, secondo quanto emerge dallo studio di Mediobanca relativo alla crescita di titoli e indici da inizio 1997. La Borsa di Milano, infatti, registra un tasso di crescita medio annuo dell'11% da inizio 1997 al 30 giugno scorso, calcolato in euro e senza dividendi, superata solo da Shanghai (+14,6%) e da Madrid

(+12,9%), mentre le peggiori sono state Tokyo (+0,4%), Hong Kong (+3,7%) ed Amsterdam (+5,8%).

Diverso il discorso per la capitalizzazione, relativo alle società nazionali di ciascun listino. In questo caso Milano, che da sola vale solo l'1,9% della capitalizzazione di Borsa mondiale, è retrocessa dall'undicesimo al quattordicesimo posto, superata da Shanghai che da diciannovesima è diventata nona dietro a Francoforte, Sidney e Stoccolma, mentre a tallonare Piazza Affari ci pensa Mosca.

IL CASO Colpo grosso della multinazionale americana dell'abbigliamento sportivo che ora punta a superare l'eterna rivale Adidas.

Le Olimpiadi dei marchi: Nike si compra Umbro

DI LUGINA VENTURELLI

Lo sponsor della nazionale inglese di calcio abbandona la bandiera britannica per diventare a stelle e strisce. Nike, il primo produttore mondiale di scarpe sportive nonché il simbolo per eccellenza dell'economia globale targata Usa, ha infatti lanciato un'offerta da 285 milioni di sterline su Umbro, il gruppo d'Oltremarica il cui logo a forma di diamante appare sulle maglie di Beckham e Rooney. La società, specializzata nell'abbigliamento per calciatori, non sponsorizza solo il team inglese, ma decine di altre squadre in tutto il mondo, dalla nazionale svedese ai campioni brasiliani del Santos.



Pallone ufficiale di calcio Foto Ansa

Lanciata un'offerta d'acquisto per l'azienda inglese in grado di sbaragliare ogni concorrenza

Un boccone ghiotto, dunque, per la multinazionale americana che si sta preparando alle olimpiadi di Pechino del 2008 e ai mondiali del 2010, con l'obiettivo di superare l'eterno rivale Adidas (che fornisce le divise a Germania, Francia e Argentina) nelle vendite di articoli da calcio.

Dopo essere stata sconfitta nel tentativo di strappare ai concorrenti il contratto con la nazionale tedesca, Nike voleva essere certa di aggiudicarsi una delle società simbolo del calcio inglese, creata nel 1920 dai fratelli Humphrey. E per andare a colpo sicuro, ha lanciato un'offerta in grado di sbaragliare la concorrenza: le 1,93 sterline in contanti (1,95 tenendo conto del

dividendo in arrivo) messe sul piatto per ogni azione di Umbro, infatti, offrono agli azionisti un premio del 61% rispetto al prezzo di chiusura del 17 ottobre, prima che la trattativa divenisse di pubblico dominio.

Un'offerta abbondante per un boccone da non lasciarsi sfuggire: Umbro - un marchio affermato fra i fan del calcio a livello globale con oltre 1.800 punti vendita mondiali e importanti sponsorizzazioni - offre a Nike la possibilità di espandere del 10% le proprie vendite nell'abbigliamento per il pallone e raggiungere una cifra che gli analisti stimano in 3,4 miliardi di dollari. Lo scorso anno la società inglese ha registrato vendite per 149,5

milioni di sterline grazie ai mondiali in Germania e registra tassi di crescita a due cifre nell'Europa dell'Est, negli Usa, in America Latina e in Cina, dove ha aperto 1.200 negozi sull'onda lunga della crescente popolarità del pallone. Nike, il gigante statunitense con sede a Beaverton, nell'Oregon, ha chiuso il 2006 con 3,1 miliardi di dollari di vendite. Il gruppo si è assicurato un contratto a lungo termine con la England Football Association (che rischia, però, l'accesso agli Europei 2008) per continuare a fornire la maglietta della nazionale inglese. In cambio, Nike si è impegnata a investire nel marchio, lasciando il quartier generale in Gran Bretagna.

VENDETE AL DETTAGLIO

Crescono alimentari e grande distribuzione

Le vendite al dettaglio ad agosto sono cresciute dello 0,2% su base mensile e dell'1,4% su base annua. In aumento soprattutto, secondo i dati Istat, le vendite di prodotti alimentari e la grande distribuzione. I prodotti alimentari sono aumentati in termini congiunturali dello 0,6%, mentre le vendite di prodotti non alimentari hanno registrato una flessione dello 0,1%. L'aumento tendenziale dell'1,4% del valore del totale delle vendite è la risultante di una crescita del 3,0% delle vendite della grande distribuzione e di una variazione nulla delle vendite delle imprese operanti su piccole superfici.

Ad agosto 2007 la grande distribuzione ha mostrato una dinamica delle vendite più favorevole rispetto alle imprese operanti su piccole superfici sia per i prodotti alimentari (più 3,2 rispetto a più 0,7%) sia per i prodotti non alimentari (più 1,7 rispetto a meno 0,3%).

Nel complesso dei primi otto mesi del 2007, il valore del totale delle vendite ha registrato un aumento tendenziale dello 0,6%. Le vendite della grande distribuzione sono aumentate dello 0,8% e quelle delle imprese operanti su piccole superfici dello 0,4%.