

buletin

La rivista del Credit Suisse dal 1895 Numero 5 Dic. 07/Gen. 08

La Svizzera

Esperti a confronto A proposito di global warming

Innovazione Giovani imprenditori alla ribalta

Walter Kielholz Sfruttare la dinamica positiva

Riforme I temi da affrontare con più urgenza

Automobili Il lusso si tinge di verde

Peter Brabeck A colloquio con il numero uno di Nestlé

Bulletin plus Barometro delle apprensioni 2007



La rivista online del Credit Suisse

In Focus

www.credit-suisse.com/infocus

«In Focus» fornisce informazioni aggiornate in tema di economia, finanza, società, cultura e sport con il corredo di approfondite analisi, interviste e servizi. La relativa newsletter, sottoscribibile gratuitamente e pubblicata ogni settimana in tedesco, francese e inglese, consente di essere sempre al passo con l'attualità.



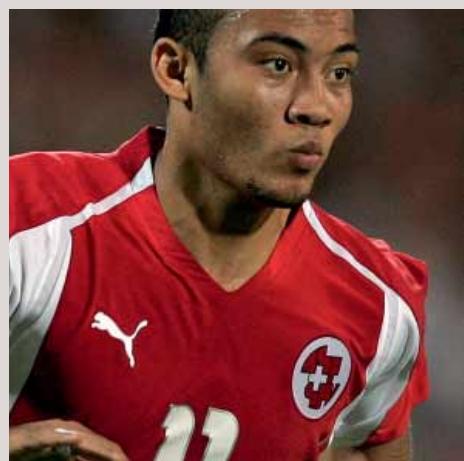
Economia Il nostro team di redattori traccia il profilo di aziende innovative, conduce interviste con noti esperti di economia e presenta i più recenti studi del dipartimento di ricerca economica del Credit Suisse.



Finanza Gli analisti del Credit Suisse forniscono valutazioni sulle maggiori ditte e sui principali settori e mercati, danno consigli finalizzati a una gestione patrimoniale ottimale e informano sui nuovi prodotti.



Cultura Gli articoli dedicati alla cultura sono tanto variegati quanto lo sono le manifestazioni sostenute dal Credit Suisse. L'offerta spazia dall'arte al cinema passando per la musica classica, il jazz e il pop.



Calcio Il Credit Suisse è da 14 anni sponsor principale della nazionale svizzera di calcio; e «In Focus» è da oltre tre anni la piattaforma informativa ufficiale dello sport del pallone.



Formula 1 «In Focus» getta uno sguardo dietro le quinte della Formula 1: analisi di gare, interviste audio, gallerie di immagini e servizi sul BMW Sauber F1 Team tengono su di giri tutti gli appassionati di automobilismo.



Concorsi Un notebook? Un concerto? Una partita di calcio? O una visita esclusiva al paddock di Formula 1? «In Focus» sorteggia invitanti premi con regolare frequenza. Il modo ideale per tentare la fortuna.



La Svizzera gode di buona salute come raramente in passato. Questa è la conclusione forse un poco audace suggerita per l'anno in corso dal barometro delle apprensioni, il sondaggio rappresentativo svolto da oltre un trentennio da un istituto di ricerche di mercato indipendente per conto del Bulletin del Credit Suisse. Quasi il 60 per cento degli svizzeri intervistati ha confessato di vivere economicamente bene o molto bene. E cos'altro meglio della valutazione personale dei cittadini può esprimere con più attendibilità e cognizione di causa lo stato di salute di un paese? Ma c'è di più, e di meglio: con pressoché il 94 per cento delle risposte, quasi tutti gli intervistati ritengono che il prossimo anno tale scenario a tinte rosee non muterà e potrebbe anzi migliorare ancora. Questa disposizione positiva di valenza nazionale – che pecca quasi di eccessiva esuberanza – stupisce, non fosse altro perché smentisce il cliché che vuole il tipico svizzero piuttosto riservato e incline a un cauto pessimismo.

La valutazione positiva espressa dagli svizzeri per il 2008 trova riscontro anche nelle previsioni economiche. A prescindere dal lieve rallentamento subito dall'economia mondiale e dalle turbolenze che hanno investito i mercati creditizi globali, Alois Bischofberger, capo-economista del Credit Suisse, pronostica per l'economia svizzera del prossimo anno una crescita di poco inferiore al 2 per cento, leggermente più contenuta rispetto agli anni precedenti ma pur sempre solida. Alla luce di talune avvisaglie di surriscaldamento congiunturale, Bischofberger giudica più che salutare per la Svizzera la lieve frenata del boom economico mondiale osservato negli ultimi anni.

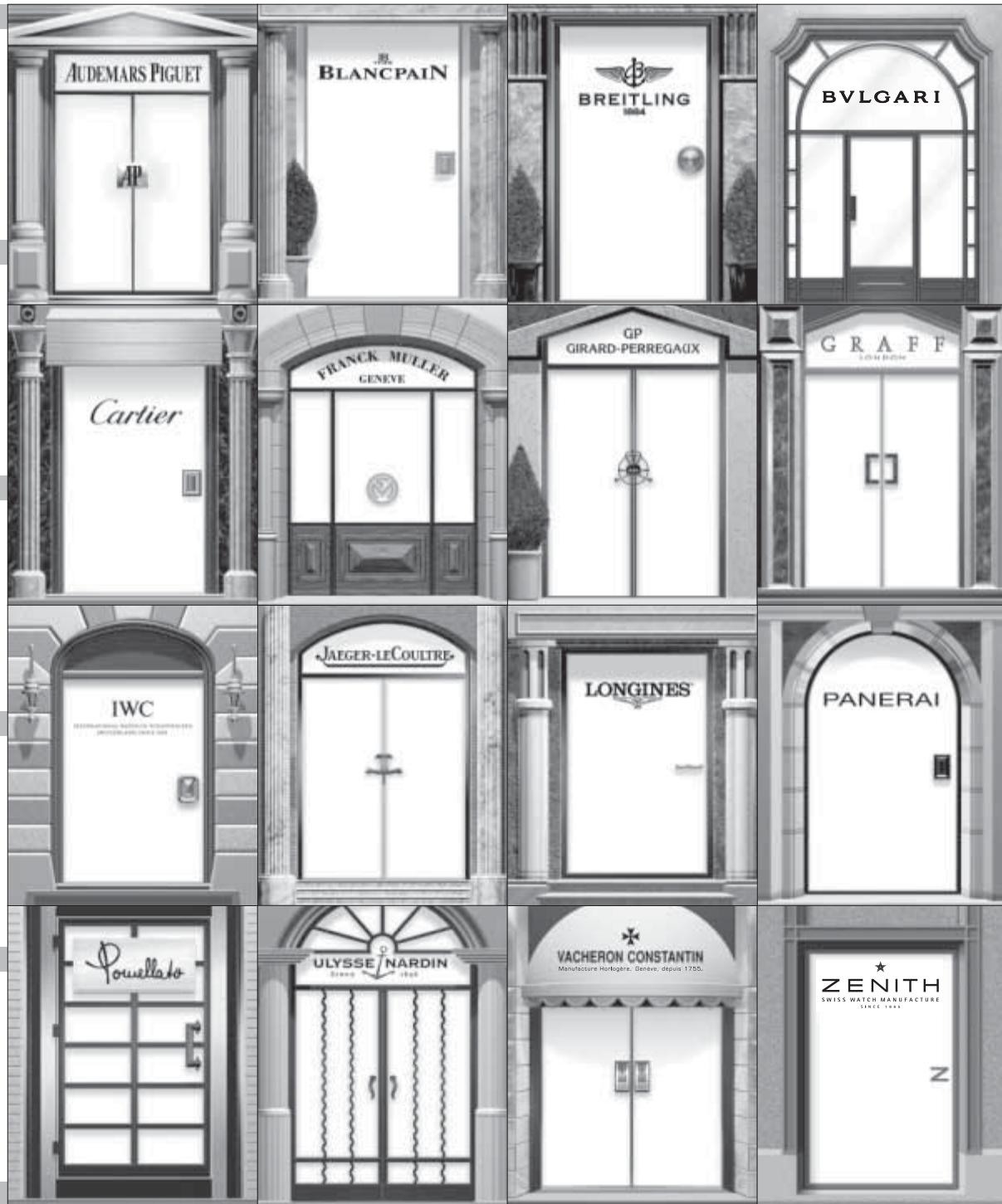
Anche il Credit Suisse naviga in buone acque, sebbene come altri risenta delle turbolenze che affliggono i mercati finanziari globali. Ciò malgrado, nei primi nove mesi dell'anno è nuovamente riuscito ad accrescere l'utile netto del 9 per cento rispetto all'anno record 2006. Evidentemente la strategia con un modello operativo integrato e globale sta dando i suoi frutti.

La regione Svizzera contribuisce in misura sostanziale a questo successo. In ultima analisi, circa un terzo del risultato globale è generato in questo paese, con una crescita a due cifre nel corso dell'ultimo biennio. In più, la regione ricopre spesse volte un ruolo pionieristico nell'intera banca, ad esempio con nuovi prodotti e servizi innovativi messi a punto in Svizzera e poi proposti in tutto il mondo.

Il Credit Suisse è inoltre uno dei principali datori di lavoro, contribuenti e acquirenti in Svizzera, con oltre 20 000 collaboratori, un volume fiscale di 1,4 miliardi di franchi e una somma di acquisti pari a 2,1 miliardi di franchi per il 2006. Siamo lieti di fornire così il nostro contributo a una Svizzera in buona salute. Ed è quanto ci auguriamo anche per il futuro.

Dott. Ulrich Körner, Chief Executive Officer di Credit Suisse Switzerland

LES AMBASSADEURS



THE LEADING HOUSE OF LEADING NAMES

GENÈVE
39, RUE DU RHÔNE
TÉL. + 41-22-318 62 22

ZÜRICH
BAHNHOFSTRASSE 64
TEL. + 41-44-227 17 17

St. MORITZ
PALACE GALERIE
TEL. + 41-81-833 51 77

LUGANO
VIA NASSA 11
TEL. + 41-91-923 51 56



Bulletin 5/07 Il futuro della Svizzera è fortemente condizionato dai giovani imprenditori e dalla loro forza innovativa. Un fatto di cui era convinto anche l'industriale solettese William de Vigier, che nel 1987 istituì una fondazione per sostenere ogni anno cinque giovani e promettenti imprenditori con un contributo di 100000 franchi. Fra i beneficiari del 2007 figurano anche Rico Chandra, Mario Vögeli e Giovanna Davatz con il loro nuovo detector di radiazioni.

La Svizzera	06	Leuenberger, Schwab, Leape, Dougan Riflessioni sul global warming
	12	Corporazioni Parte integrante delle tradizioni svizzere
	16	Fondazione W. A. de Vigier Sostegno alle giovani imprese innovative
	22	Heinrich Rohrer Colloquio sulla ricerca e sulla vita da premio Nobel
	24	World Economic Forum di Davos Prestigiosa piattaforma di discussione
Bulletin plus	11	L'inserto dedicato al barometro delle apprensioni 2007
Credit Suisse Business	27	Notizie stringate Le ultimissime dalla Svizzera e dall'estero
	28	Walter Kielholz I punti di forza e i punti deboli della Svizzera
	30	Madeleine Albright Ospite del Private Banking a Zurigo
	31	Sir John Major Considerazioni sul mondo e i suoi cambiamenti
	32	Turismo Uno studio dà buoni voti all'Oberland bernese
	34	Buono a sapersi Tre voci del lessico finanziario
Credit Suisse Invest	35	Fatti salienti
	36	Prospettive globali
	38	Prospettive per la Svizzera
	40	Previsioni
	42	Investment Focus
Credit Suisse Sostegno	43	Empiris Award Premiato il lavoro di due studiose del cervello
	44	Beneficenza Elemento importante della filosofia aziendale
	46	Collaboratori del Credit Suisse Un aiuto ai più bisognosi
Credit Suisse Sponsoring	47	Rassegna sportiva Con la nazionale di calcio ai Mondiali del 2010
	48	Kunsthaus di Zurigo Viaggio alla scoperta dell'europop
	49	Cultura in breve Novanta candeline per l'Orchestra della Svizzera Romanda
Economia	50	Riforme Cosa dovrà affrontare la legislatura 2007–2011
	54	Masterplan Come ritroverà la vetta la piazza finanziaria svizzera
	56	Biotecnologia Come la medicina rivoluziona la nostra vita
	58	Automobili Come si contraddistingue il nuovo lusso
	61	Appunti di lettura Segnalazioni editoriali in tema di economia
Leader	62	Peter Brabeck A proposito di ingegneria genetica, biocarburanti e virtù elvetiche
In punta di mouse	66	@ proposito Nel labirinto delle password
	66	In Focus A tu per tu con l'ex nazionale di calcio Alain Sutter
Sigla editoriale	61	Come contattare gli autori del Bulletin



Moritz Leuenberger
Ministro svizzero dell'ambiente



Brady Dougan
CEO del Credit Suisse

La parola agli esperti

Il fatto che la terra si riscaldi non può lasciarci indifferenti

Il rapporto sul clima redatto dalle Nazioni Unite ha aumentato la consapevolezza nei confronti del surriscaldamento del pianeta e messo in luce la serietà del problema. Ma cosa può fare concretamente la società odierna per proteggere il clima? A questo interrogativo rispondono i quattro esperti da noi interpellati: **Klaus Schwab**, presidente del World Economic Forum, il Consigliere federale **Moritz Leuenberger**, Capo del Dipartimento federale dell'ambiente, dei trasporti, dell'energia e delle comunicazioni, **James P. Leape**, direttore generale di WWF International, e **Brady Dougan**, CEO del Credit Suisse.

**Klaus Schwab**

Presidente del World Economic Forum

**James P. Leape**

Direttore generale di WWF International

Intervista: Mandana Razavi e Andreas Schiendorfer

Bulletin: Circa 850 milioni di persone soffrono di denutrizione, un'emergenza che continua a mietere decine di migliaia di vittime. Alla luce di questo dato, la protezione del clima è realmente importante?

James P. Leape: Certamente! Molte più persone potrebbero morire o trovarsi ad affrontare una grave carenza di cibo e acqua a causa di eventi climatici catastrofici in un mondo con un clima modificato. Non si tratta di fare una cosa e non farne un'altra. Naturalmente dobbiamo anche combattere la fame. Ma se non facciamo nulla contro il cambiamento climatico, saranno le regioni più povere del mondo a soffrire maggiormente dell'innalzamento del livello del mare e ad essere più colpite da tempeste e siccità.

Moritz Leuenberger: Il clima è un fattore che incide notevolmente sulla mortalità. Questi due problemi sono strettamente correlati. Il cambiamento climatico provoca carenza d'acqua e la desertificazione di intere regioni. Fenomeni che a loro volta sono all'origine di carestie. Sostenendo progetti per la protezione del clima in patria e all'estero, la Svizzera può quindi contribuire a contrastare la fame in altre zone del mondo.

Klaus Schwab: Il mondo deve affrontare una serie di problemi impellenti, ma il cambiamento climatico rappresenta una delle sfide maggiori. Se tale sfida non verrà colta, il numero delle persone che muoiono ogni giorno di fame aumenterà sensibilmente. A ciò si aggiunga che il cambiamento climatico minaccia anche l'economia mondiale nel suo complesso, in quanto va a discapito della sicurezza e del benessere non solo dei paesi più ricchi, ma anche di quelli più poveri. Un rapporto sulle implicazioni economiche del cambiamento climatico, redatto da Sir Nicholas Stern, ha calcolato che il PIL glo-

bale diminuirà fino al 5 per cento se non si farà nulla contro il cambiamento climatico. Se il problema venisse affrontato già oggi, i costi sarebbero inferiori. La riduzione del rischio diviene così un semplice problema d'aritmetica. Una conseguenza potrebbe però anche essere che molte delle tecnologie per la protezione del clima, usate per il miglioramento dell'agricoltura, la gestione dell'acqua e in altri settori economici chiave, potranno anche aiutare coloro che si trovano oggi in condizioni di bisogno. Le soluzioni dei due problemi, cambiamento climatico e sviluppo, possono quindi procedere di pari passo.

Brady Dougan: La protezione del clima è oggi più importante che mai. Entrambi i problemi sono strettamente correlati, in quanto il cambiamento climatico provoca siccità e carestie. È una cosa che ci riguarda tutti. Dobbiamo rivolgerci alle persone che oggi soffrono e, al contempo, fare tutto il possibile affinché le catastrofi ambientali non colpiscano un numero ancora più alto di persone. Se riusciremo a rallentare il cambiamento climatico o addirittura a introdurre un mutamento di tendenza, ciò potrà migliorare le condizioni dell'agricoltura nelle aree più colpite e l'approvvigionamento alimentare nelle regioni più povere del mondo. Bisogna quindi fare entrambe le cose: attuare misure per la protezione ambientale e combattere la sofferenza e la povertà.

Alla fine di gennaio i responsabili delle maggiori imprese mondiali si incontreranno in occasione dell'incontro annuale del World Economic Forum a Davos. Quale ruolo compete ai gruppi aziendali internazionali nella protezione del clima?

Klaus Schwab: I gruppi internazionali sono attori importanti nel processo di protezione del clima. Possono sviluppare nuove tec-

nologie per la produzione di energie pulite, acquistare energia pulita, ridurre le proprie emissioni e sviluppare per i loro clienti e i consumatori prodotti con una percentuale ridotta di carbonio. Il mercato delle imprese internazionali cresce rapidamente. È sufficiente che esse assumano la guida e sviluppino nuovi prodotti con una percentuale ridotta di carbonio. Il solo mercato delle energie rinnovabili potrebbe crescere da 27 miliardi di dollari nel 2005 a 46 miliardi di dollari nel 2008. Le imprese che vogliono imboccare questa via possono scegliere fra tante invenzioni come pure misure pratiche e redditizie per ridurre le loro emissioni di gas a effetto serra. Ciò può avvenire all'interno dei loro settori o anche in collaborazione con lo Stato. Le misure di risparmio energetico sono un buon esempio in questo senso. L'Agenzia internazionale dell'energia stima che le emissioni globali di gas a effetto serra potrebbero essere ridotte addirittura del 45 per cento grazie a un migliore sfruttamento dell'energia.

James P. Leape: L'economia svolge un ruolo di rilievo nella lotta al riscaldamento climatico. Processi responsabili e sostenibili possono contribuire in larga misura al benessere della società e della terra. Il WWF interagisce spesso con le imprese economiche nel tentativo di spronarle a cambiare il loro comportamento. Alcune di queste imprese hanno ampiamente ridotto le loro emissioni di CO₂, riscontrando che questo produce effetti anche sui loro risultati. Una delle imprese con cui dialoghiamo è Lafarge, il più grande produttore di cemento al mondo. Le emissioni di CO₂ di Lafarge sono il doppio di quelle di tutta la Svizzera. Eppure il gruppo è un caso esemplare per il suo settore. Si è infatti posto obiettivi ambiziosi in



«La globalizzazione è anche un'opportunità nella lotta al cambiamento climatico.»
Moritz Leuenberger

termini di riduzione delle emissioni di gas a effetto serra. Lafarge ha modernizzato i suoi stabilimenti, sfruttando così al meglio l'energia. Il gruppo utilizza combustibili e materie prime alternative nella produzione di cemento e investe molto denaro nella ricerca, al fine di individuare nuovi modi per ridurre le emissioni.

Brady Dougan: Le imprese sono responsabili di una produzione ecocompatibile e, quindi, della riduzione delle conseguenze dei loro processi produttivi sul clima. Naturalmente, la protezione del clima offre alle imprese anche la possibilità di fare ciò che riesce loro meglio, ossia soddisfare una domanda che finora non è stata ancora soddisfatta. Sono i motori dell'innovazione. All'economia spetta quindi un ruolo primario nello sviluppo e nell'introduzione di misure efficaci per la protezione del clima. Nella sua veste di banca attiva a livello globale, ritengo che anche il Credit Suisse debba svolgere un ruolo importante nella promozione di uno sviluppo ecocompatibile. Ha una grande responsabilità in questo senso. La nostra forza consiste nello scoprire nuovi approcci, tecnologie, imprenditori e ditte impegnati nella protezione ambientale e nell'aiutarli ad accedere ai mercati privati e pubblici in tutto il mondo. Partecipiamo a diversi progetti per la promozione delle energie pulite e amministriamo investimenti «verdi» per clienti privati, con un volume di oltre 440 milioni di dollari. Siamo all'avanguardia nell'offerta di nuovi prodotti finanziari che sono vantaggiosi per l'ambiente e mettono questi vantaggi a disposizione di molti. Per questo abbiamo dato vita all'Environmental Business Group (EBG). Alla

luce della crescente importanza degli aspetti ambientali per i nostri clienti, esso adotta un approccio unitario nel coordinamento di tutte le attività aziendali legate all'ambiente. Noi prendiamo molto seriamente la responsabilità che ci compete in veste di gruppo aziendale. Il nostro sistema di gestione ambientale in Svizzera è conforme alla ISO 14001 e nel 2006 il bilancio dei gas a effetto serra di tutte le nostre attività, compresi i viaggi di lavoro, era in pareggio. Ci siamo impegnati a ottenere lo stesso risultato anche a livello mondiale entro il 2009.

Moritz Leuenberger: Ogni ditta influenza con le proprie decisioni d'investimento la quantità di CO₂ che produce. Le imprese dovrebbero essere interessate a sviluppare e commercializzare tecnologie compatibili con il clima per motivi non solo ecologici, ma anche e soprattutto economici. Questo mercato offre infatti grandi opportunità alle imprese svizzere. L'UE prevede già oggi un volume di oltre 1000 miliardi di euro.

Dal punto di vista della protezione del clima, la globalizzazione è più una maledizione o una benedizione?

James P. Leape: La globalizzazione dell'economia contribuisce evidentemente al riscaldamento climatico. Basti pensare alle emissioni in vertiginosa crescita del traffico aereo, sia per le persone sia per le merci. La domanda chiave è però se la globalizzazione possa anche contribuire a risolvere il problema. Nuovi partner economici possono essere d'aiuto nella diffusione di tecnologie che riducono le emissioni di CO₂? Occorre altresì chiedersi se la crescita dei mercati delle emissioni globali sia in grado di dotare i paesi di risorse atte a ridurre le emissioni della loro economia.

Moritz Leuenberger: Nella lotta al cambiamento climatico, la globalizzazione è anche un'opportunità, se non addirittura una necessità. Infatti, soltanto con misure coordinate a livello internazionale è possibile ridurre in maniera efficace i gas a effetto serra. E anche gli effetti del cambiamento climatico possono essere attenuati soltanto attraverso una politica solidale.

Brady Dougan: La globalizzazione fa sì che il mondo diventi più piccolo. Quanto più globale è l'economia, tanto più ci stringiamo, per così dire, sulla stessa barca. Questo rende più difficile per un singolo paese non attuare le soluzioni comunemente accettate. Almeno da questo punto di vista la globalizzazione fa sì che sia più facile cogliere le sfide del cambiamento climatico. Per me la globalizzazione dell'economia ha lo stesso significato di benessere superiore e intreccio più stretto tra i paesi. Questo ci aiuta tutti enormemente nel nostro sforzo di creare condizioni di vita sostenibili. È chiaro che le misure di protezione ambientale e del clima potranno avere successo soltanto se saranno adottate sul posto, ma in sintonia globale. In altre parole: dobbiamo aiutare le persone e le istituzioni a trovare soluzioni praticabili per i loro problemi am-



«Per i nostri clienti gli aspetti ambientali diventano sempre più importanti.»
Brady Dougan

bientali locali, senza perdere di vista la protezione dell'ambiente a livello mondiale.

Klaus Schwab: Grazie alle nostre maggiori conoscenze, oggi siamo più consapevoli che mai che la terra è un sistema talmente complesso da imporsi di fare tutto il possibile per realizzare la nostra

crescita economica in maniera sostenibile. Problemi come il cambiamento climatico riguardano la collettività. Se una fabbrica svizzera produce gas a effetto serra, questo riguarda tutti e non solo chi vive in prossimità della fabbrica. I gas a effetto serra non si fermano ai confini nazionali. Ciò significa che dobbiamo collaborare a livello mondiale per risolvere questo problema. Gli accordi e le istituzioni, dovuti in parte alla globalizzazione dell'economia,



«La Svizzera può essere indipendente e concentrarsi sugli aspetti pratici.»

Klaus Schwab

come pure le organizzazioni internazionali che si occupano di uguaglianza e sicurezza svolgono un ruolo parimenti importante nella nostra ricerca di soluzioni per controllare il cambiamento climatico e nell'attuazione delle misure necessarie.

Come possono contribuire i politici, presenti in gran numero all'incontro annuale del Forum, alla risoluzione del problema?

Moritz Leuenberger: Il compito della politica consiste nel creare le condizioni quadro affinché gli imprenditori, ma anche i privati, scelgano prodotti e tecnologie di protezione del clima. Ciò può avvenire attraverso tasse d'incentivazione, ma anche attraverso disposizioni di legge o stimoli finanziari.

Klaus Schwab: I politici in tutto il mondo sono sempre più consapevoli del fatto che dobbiamo mantenere la crescita dell'economia entro le condizioni quadro che ci impone il pianeta. Questo aumenta la necessità di rinnovamenti politici. Una politica per combattere il riscaldamento climatico non può essere attuata da un solo paese o da un ristretto gruppo di paesi. Almeno le 15 maggiori nazioni economiche del mondo devono essere coinvolte in questo processo. Ciò rende necessario un dibattito politico globale che tenga conto dei diversi punti di vista e prospettive, ma che miri anche a trovare un modo per stabilizzare e infine ridurre le emissioni nette di gas a effetto serra in tutti i paesi. Il fatto positivo è che questo fornisce ai leader delle maggiori nazioni economiche un'incomparabile base politica comune per discutere di un problema che riguarda tutto il mondo e per accordarsi su un denominatore comune. I politici odierni hanno l'opportunità storica di dimostrare che gli uomini sono in grado di collaborare e di imboccare nuove vie nel perseguitamento di obiettivi comuni.

James P. Leape: Di fatto, oggi i politici hanno l'opportunità unica di passare alla storia per aver finalmente fatto qualcosa per dare un nuovo indirizzo allo sviluppo dell'umanità. Se non si riveleranno all'altezza di questo compito, lasceremo alle future generazioni un mondo completamente cambiato e sfruttato. I politici devono esortare i loro governi a fare tutto il possibile per fermare il riscaldamento climatico attraverso investimenti in tecnologie rinnovabili, nei trasporti pubblici o in nuove strutture cittadine e comunque in tutto quello che possa aiutare a proteggere le nostre risorse. Alcuni governi devono emanare nuove leggi, altri devono aderire agli accordi internazionali già in essere. L'unica cosa che i politici non possono fare è aspettare tempi politicamente più vantaggiosi per agire. Quel giorno non verrà mai, e allora avranno sprecato l'opportunità di fare strada ai cambiamenti.

Brady Dougan: Anche se ogni singolo, privato o impresa, deve contribuire a rallentare il cambiamento climatico, è comunque ne-

cessaria una soluzione globale di ampia portata. Ciò richiede un processo politico che riunisca tutti gli attori e li vincoli attraverso la stipulazione di un accordo. Sarebbe auspicabile che tale processo politico crei le necessarie condizioni giuridiche ed economiche. A questo proposito bisognerebbe anche definire i giusti stimoli affinché le imprese e i singoli cooperino attivamente all'attenuazione del cambiamento climatico. Davanti a una sfida così impegnativa come quella del riscaldamento del clima, i migliori risultati saranno certamente raggiunti attraverso l'opera congiunta del settore pubblico e privato.

Volendo approfondire ulteriormente: a suo parere è più utile stabilire regole a livello statale o promuovere l'innovazione a livello generale?

Moritz Leuenberger: I due elementi hanno lo stesso scopo e possono essere combinati l'uno con l'altro, ad esempio investendo una parte del ricavato di una tassa d'incentivazione nello sviluppo di tecnologie compatibili con il clima. Quale misura mettere in primo piano è una questione politica. Personalmente sarei favorevole a un mix. La libera volontà è ad ogni modo insufficiente.

James P. Leape: In molti casi le disposizioni statali sono indispensabili per tradurre gli obiettivi in azioni concrete. Le disposizioni di legge si sono rivelate estremamente utili per ottenere un migliore utilizzo dell'energia in apparecchi, automobili o edifici. Naturalmente saranno importanti anche gli stimoli più disparati. Uno degli esempi principali potrebbe essere lo scambio delle quote di CO₂ (come lo scambio delle quote di emissione di CO₂ in Europa). In altri casi sono i governi a dover definire le condizioni quadro per far funzionare i mercati.

Brady Dougan: Naturalmente servono entrambe le cose. Da un lato, una regolamentazione troppo forte rischia di essere un freno all'innovazione. Dall'altro, non si può fare a meno di accordi e norme internazionali che definiscano le regole del gioco per il settore privato. A tal fine è necessario un quadro legislativo ragionevole, che valga per tutti gli attori del mercato. Le misure vincolanti devono essere anzitutto efficaci e praticabili e dare uno stimolo in più alla protezione del clima. La promozione dell'innovazione è anch'essa importante. Tra le altre cose, induce gli attori principali a formulare norme più rigorose di quelle contenute nelle disposizioni di singoli paesi o accordi internazionali. Naturalmente le imprese preferisco-



«L'unica cosa che i politici non possono fare è aspettare.»

James P. Leape

no che le disposizioni di legge siano il meno drastiche possibile, perché questo consente loro di decidere autonomamente il modo migliore per contribuire alla protezione del clima.

Klaus Schwab: È importante che le misure deliberate siano praticabili, quantificabili ed eque e che determinino una riduzione delle emissioni di gas a effetto serra. Occorre definire obiettivi e strategie a lungo termine, tra cui direttive per la riduzione entro il 2050, affinché le imprese e gli altri soggetti che devono prendere decisioni in materia d'investimenti su beni costosi e durevoli come una fabbrica o una centrale elettrica abbiano la certezza della pianificazione. L'esperienza con il Protocollo di Kyoto ha mostrato che una strategia internazionale ricavata dalle strategie nazionali ha >

più successo nella lotta al cambiamento climatico. Una strategia deliberata a livello internazionale non è in grado di tenere conto dell'ampia gamma di approcci risolutori scelti dai singoli paesi. Di conseguenza vi sarà tutta una serie di leggi, disposizioni e sviluppi tecnici volti a ridurre le emissioni di gas a effetto serra. Per questo saranno necessarie misure che riguardino più regioni o addirittura il mondo intero, come meccanismi per promuovere gli investimenti in energie pulite nei paesi più poveri e vari modi per negoziare i diritti di emissione.

Un'ultima domanda: si dice che la Svizzera sia responsabile soltanto dello 0,2 per cento delle emissioni globali di CO₂ e che quindi possa fare ben poco per la protezione del clima. Si tratta forse di un atteggiamento per renderci la vita facile?

Brady Dougan: Le emissioni di CO₂ della Svizzera sono tra le più basse nella classifica internazionale. Molti grandi gruppi internazionali conosciuti hanno però la propria sede qui. Hanno filiali in tutte le parti del mondo e vendono i loro prodotti praticamente in ogni angolo della terra. A ciò si aggiunga che la Svizzera ha un ruolo di primo piano nelle questioni di protezione ambientale e che si è sempre impegnata per l'introduzione di severe norme internazionali sulla protezione ambientale. Ne consegue che il contributo e forse anche la responsabilità della popolazione svizzera sono sostanzialmente maggiori di quanto le sue emissioni relativamente basse di CO₂ lascino pensare. Il contributo della Svizzera alla protezione del clima potrebbe essere ancora più alto? Se si considerano il numero elevato di ricercatori, ingegneri ed esperti bancari di talento nonché il know-how e le risorse di cui la Svizzera dispone, la risposta non può essere altro che affermativa. Inoltre, siccome ospita diverse agenzie e organizzazioni internazionali, la Svizzera ha la possibilità unica di contribuire a inserire il cambiamento climatico nell'ordine del giorno e a far adottare le misure necessarie.

Klaus Schwab: Non posso che confermarlo. In quanto sede delle Nazioni Unite e di numerose altre organizzazioni internazionali, la Svizzera si trova in una posizione unica, quella di poter dare alla questione climatica una prospettiva di sviluppo internazionale e umana. La Svizzera è tradizionalmente neutrale. Anziché seguire determinati apriorismi geopolitici o tecnologici, le riflessioni politiche in Svizzera possono essere indipendenti e concentrarsi piuttosto sugli aspetti pratici. Ciò può offrire spunti di riflessione agli altri paesi. Grazie alla sua comunità di scienziati, come il CERN, la Sviz-

za potrà adeguarsi. Per questo motivo le riflessioni politiche in Svizzera sono particolarmente importanti in rapporto alle discussioni sull'adeguamento al cambiamento delle condizioni climatiche. I prossimi tre anni saranno determinanti per la definizione di una politica che dia attuazione alle delibere del vertice ambientale di Kyoto. In questo senso la Svizzera potrà indirizzare i dibattiti internazionali sulla politica climatica e influenzarne l'orientamento.

Moritz Leuenberger: 0,2 per cento sembra poco, ma in realtà è molto. Le emissioni pro capite della Svizzera sono infatti 1,5 volte



«La libera volontà è ad ogni modo insufficiente per proteggere il clima.»

Moritz Leuenberger

superiori alla media globale. Per non contribuire più al riscaldamento climatico a lungo termine, dobbiamo ridurre le nostre emissioni dalle attuali 7,2 tonnellate di CO₂ pro capite l'anno a un massimo di 1,5 tonnellate. La Svizzera vanta i migliori presupposti economici e tecnici per comportarsi in maniera compatibile con il clima.

James P. Leape: Ogni singolo può cambiare le sue abitudini di vita in modo da attuare cambiamenti tutto sommato importanti. La Svizzera ha le emissioni di CO₂ più basse in Europa. Per questo è sicuramente meritevole di lode. Tuttavia, le compete anche una maggiore responsabilità nella veste di uno dei paesi più ricchi del mondo. Tutti noi dobbiamo fare di più se vogliamo mantenere il riscaldamento climatico entro un livello di sicurezza. Gli sforzi di Ginevra per ridurre la sua intensità del consumo di energia sono esempi di passi compiuti nella giusta direzione. L'intera Svizzera deve però puntare a un bilancio delle emissioni equilibrato. Le nazioni industrializzate devono sfruttare fonti energetiche rinnovabili e neutre in termini di CO₂ per coprire il fabbisogno futuro. Devono costruire centrali elettriche, case e automobili che mettano la parola fine alla nostra dipendenza dai combustibili fossili, riducendo così le emissioni. In Svizzera sono già visibili i primi effetti del riscaldamento climatico. I ghiacciai alpini perdono ogni anno l'1 per cento del loro volume. Se continueranno a ritirarsi allo stesso ritmo, alla fine del XXI secolo saranno completamente scomparsi. Neve e ghiaccio, così caratteristici per il nostro paese, diventano sempre più rari. La Svizzera deve fare qualcosa prima che sia troppo tardi. <



«Le imprese hanno bisogno della certezza della pianificazione per gli investimenti a lungo termine.» Klaus Schwab

zera può anche posizionarsi come centro di ricerca per le nuove energie pulite. Dati i suoi legami economici (la Svizzera è sede del World Business Council for Sustainable Development e del World Economic Forum), dispone di una piattaforma unica per riunire economia e politica in un dibattito sulle possibili strategie contro il cambiamento climatico. Un recente studio dell'OCSE sul futuro dello sci ha rilevato che un aumento della temperatura di 1 °C, come si prevede entro il 2025, farà scendere il numero delle piste utilizzabili nell'arco alpino da 666 a 500. Un aumento di 2 °C risparmierebbe addirittura soltanto 400 piste. Sulle Alpi arrivano ogni inverno 80 milioni di visitatori. Il turismo svizzero sarà quindi uno dei

Bulletin plus

L'inserto

Barometro delle apprensioni

Da oltre un trentennio il Bulletin del Credit Suisse vuole sapere quali sono i problemi che più assillano la popolazione svizzera. A questo scopo realizza ogni anno il cosiddetto «barometro delle apprensioni», cui fa da complemento un sondaggio sull'identità svizzera. L'inserto Bulletin plus, qui allegato, si presta anche per l'insegnamento nelle scuole o come strumento di pianificazione per le associazioni economiche e i partiti politici.

La versione in formato PDF (in italiano, tedesco e francese) è reperibile al sito www.credit-suisse.com/bulletin.

CREDIT SUISSE

ipazion
chiaia → 45%

Sanità → 38%

Barometro delle apprensioni 2007

Rivista del Credit Suisse | Dicembre 2007

Pagina 04 Barometro delle apprensioni Disoccupazione in testa malgrado l'ottimismo economico | Pagina 10 Intervista André Bugnon, presidente del Nazionale: «È la varietà che ci unisce» | Pagina 12 Identità svizzera Cresce l'orgoglio nazionale | Pagina 18 Intervista Gerold Bührer, presidente di economiesuisse: «La Svizzera ha molti punti di forza»

bulletin

plus

La tradizione, pietra angolare dell'identità svizzera

Benché abbiano perso la loro supremazia politica, le corporazioni sono tutt'oggi più vive che mai e continuano a rivestire un ruolo importante quale elemento di identificazione emotiva. Un'identificazione che l'opinione pubblica percepisce soprattutto nei ristoranti corporativi e in occasione di feste popolari.

Testo: Barbara Simmen-Fritschy

Nella regione di Zurigo e nel resto della Svizzera, le corporazioni («Zünfte») sono conosciute in particolare grazie al Sechseläuten, una festa popolare molto nota che si tiene in aprile. Una festa che entusiasma soprattutto i bambini, durante la quale i membri delle corporazioni sfilano a piedi o a cavallo vestiti delle loro tipiche divise. Inoltre, un enorme pupazzo denominato «Böögg» viene fatto esplodere per cacciare l'inverno e i più piccoli incendono in bellissimi abiti storici lungo il tracciato del corteo. Il Sechseläuten è però molto apprezzato anche dagli adulti, ad esempio per la possibilità di grigliare le salsicce sul fuoco che continua ad ardere strenuamente per ore dopo il falò del Böögg.

Grazie al Sechseläuten, a Zurigo molto più che in altre città le corporazioni sono assai conosciute, sebbene ampi strati della popolazione ignorino sia le origini che la storia del sistema corporativo.

La forza del legame emotionale

Oggi, contrariamente a parecchie altre associazioni o istituzioni di lunga tradizione, la maggior parte delle corporazioni non ha nessuna difficoltà a reclutare nuovi membri, come dimostrano i gruppi di «zunftgesellen», in cui si ritrovano aspiranti corporati ancora troppo giovani per aderire all'organizzazione vera e propria. Chi ha assistito una volta a un «saubannerzug» (rievacazione in chiave allegorica della Spedizione della Folle Vita) o al falò notturno di un «Böögg fatto in casa», attorno al quale i ragazzi cavalcano sedie come fossero destrieri, sa che questi gruppi sono più vivi che mai. Tuttavia è d'obbligo chiedersi cosa spinge dei ragazzi a far parte di associazioni in cui «il nucleo storico della cittadinanza mantiene

acceso l'amore per la città natia e la patria vicina e lontana, per gli usi e i costumi borghesi nonché per le tradizioni, le usanze e le feste zurighesi».

Per Alfred R. Sulzer, gerente del ristorante della «Zunft zur Meisen», l'aspetto decisivo è il legame emotionale con Zurigo. È un fatto che, ai giorni nostri, le azioni simboliche e i rituali che legano l'individuo allo Stato sono molto pochi. E qui interviene la corporazione, che veicola come pochi questo legame emotionale. Per lo stesso Sulzer, a suo tempo, l'adesione alla corporazione aveva generato una sensazione di appartenenza totale, un'identificazione con la città di Zurigo, la sua storia e soprattutto il suo futuro. Benché agli occhi dei profani le corporazioni possano apparire anacronistiche e un relitto del passato, grazie alla loro funzione sociale e identificativa sono più attuali e all'avanguardia che mai. Nel corso dei secoli sono infatti sempre riuscite ad adeguarsi al cambiamento, trovando nuove ragioni d'essere. Ad esempio, spiega Sulzer ricordando che le corporazioni sono un bastione del sesso forte, non tutti i membri rifiutano categoricamente la «Gesellschaft zu Fraumünster», una struttura composta di sole donne.

Le origini delle corporazioni

Siamo nell'Europa dei comuni dell'XI secolo: gruppi di artigiani dello stesso mestiere si aggregano per tutelare comunemente gli interessi delle rispettive categorie. Nascono così associazioni che prendono le denominazioni più disparate: «gilde», «confréries», «corporazioni», «arti» o «confraternite». Nell'area germanofona la più diffusa è «zunft», termine tenuto a battesimo nel 1226 a Basilea.



Il Credit Suisse e la «Zunft zur Meisen»

La storia del Credito Svizzero, fondato nel 1856 a Zurigo, è legata a doppio filo alla «Zunft zur Meisen». Infatti, Wilhelm Kaspar Escher, presidente del Consiglio di amministrazione del Credito Svizzero, era contemporaneamente anche mastro della corporazione. Fu così che raccomandò diversi direttori generali della banca, fatto che si riflette tutt'oggi nell'elenco dei membri.

Anche l'attuale presidente del Consiglio di amministrazione del Credit Suisse, Walter B. Kielholz, è membro della «Zunft zur Meisen». Un onore che deve tuttavia alla moglie, nata in una famiglia di tradizionale appartenenza a questa corporazione.

Le corporazioni svolgono molteplici compiti, molti dei quali diversi da luogo a luogo, tranne uno che le accomuna tutte: garantire la prosperità della categoria. Ad esempio fissano paghe, prezzi e contingenti di produzione, assicurano il reclutamento di nuove leve, ma promuovono anche i contatti sociali e svolgono funzioni a beneficio dell'intera comunità. Dove riescono ad acquistare potere politico, le corporazioni occupano anche i centri di potere: lo dimostra l'esempio di Zurigo, dove nel consiglio comunale possono sedere solo membri di una «zunft» (oppure della «Gesellschaft zur Constaffel», unica possibile alternativa). Un primato politico che per le corporazioni, fra il XIII e il XV secolo, diventa terreno di un'aspra contesa con il patriziato, all'epoca ancora imperante. A Zurigo gli artigiani si alleano con il cavaliere Rudolf Brun, che grazie al loro aiuto nel 1336 rovescia il consiglio e proclama una nuova costituzione corporativa. Da allora le corporazioni accompagnano la vita degli zurighesi dalla culla alla tomba.

1798: l'anno della svolta

Nei secoli successivi le corporazioni continuano a svolgere un ruolo di primo piano a dispetto dei contraccolpi della riforma, delle difficoltà economiche e della delocalizzazione fuori città di diversi rami produttivi sulla scia della protoindustrializzazione. Neppure un'evidente tara del sistema corporativo – ovvero la necessità di esercitare il controllo sulle attività economiche, ostacolandone quindi lo sviluppo – riesce a metterlo in discussione.

La svolta giunge solo nel 1798 con la Repubblica Elvetica, che provoca lo scioglimento ufficiale delle corporazioni zurighesi, seguito però prontamente dalla fondazione di nuove organizzazioni. Le corporazioni di diritto pubblico diventano società private: l'unica soluzione possibile per conservare il patrimonio corporativo, evitando per quanto possibile di versarlo all'occupante francese sotto forma di tributi. L'influenza politica delle corporazioni cessa definitivamente nel 1866, quando il diritto di voto passa ai cittadini. Da allora il loro scopo è di riunirsi nel segno della convivialità e festeggiare il Sechseläuten. Le «zünfte» zurighesi riescono non solo a sopravvivere, ma perfino a raddoppiare di numero grazie a incorporazioni e nuove fondazioni. Dall'inizio del XX secolo esse si rifanno sempre più ad antiche tradizioni, nel solco di un processo di storicizzazione che investe anche la nomenclatura. Vengono rispolverate usanze cadute nel dimenticatoio e se ne creano di nuove: molte presunte antiche tradizioni delle corporazioni non risalgono infatti alle loro origini, ma datano solo di 100, 150 anni or sono... Un ritorno alla storia che si abbina a un mutamento di scopo: la cura delle tradizioni corporate e zurighesi.

Le corporazioni di Zurigo hanno spesso nomi insoliti, che non hanno nulla a che vedere con gli artigiani che le componevano: è il caso ad esempio della «Zunft zur Saffran» o della «Zunft zur Meisen», che si rifanno alle taverne attorno alle quali ruotava la vita sociale. Secondo lo storico Markus Brühlmeier, già dal XVI secolo a dettare il loro nome sono sempre più le taverne e sempre meno le arti e i mestieri. Tant'è che la «Zunft der Weinleute» (vinattieri) diventa la «Zunft zur Meisen» e quella dei «Krämer» (bottegai) la «Zunft zur Saffran».

La «Zunfthaus zur Meisen» festeggia l'anniversario

Le case delle corporazioni, le «zunfthäuser», sono molto di più di semplici locande. Lo testimonia in modo esemplare la «Zunfthaus zur Meisen», che celebra nel 2007 i suoi 250 anni. Un palazzo rappresentativo in stile rococò – l'ultimo di questo genere costruito prima della svolta del 1798 – che si affaccia imponente sulla Limmat.

Come gran parte delle corporazioni, dopo il 1798 anche quella della Meisen cercò di alienare il suo edificio allora appena ultimato: da un lato, nell'intento di sottrarlo alla «longa mano» tributaria francese e, dall'altro, nella mancanza di una prospettiva futura che giustificasse l'assai onerosa manutenzione.

Ma la corporazione, piuttosto che mettere la proprietà in vendita, la offrì al governo elvetico sperando in un trasferimento della sua sede da Aarau a Zurigo. Ma non se ne fece nulla, per sua fortuna: infatti altre corporazioni ebbero ben presto a pentirsi della loro scelta di vendere, e poche furono in grado di riacquistare i loro edifici. Le altre dovettero cercarsi altra dimora.

La «Zunfthaus zur Meisen», invece, continua a riunirsi nella sua sontuosa sede, la cui vasta sala principale consente di accogliere più membri di altre corporazioni zurighesi. Poiché molti dei soci hanno un'intensa vita professionale e sociale, il programma annuale non è molto fitto, spiega Alfred R. Sulzer. Tuttavia l'edificio vive, da un lato per merito del Museo delle porcellane – che fa capo al Museo nazionale svizzero – e dall'altro grazie alla fiorente attività di banchettistica. Le sale, infatti, possono essere affittate da privati e aziende per organizzare feste, concerti o riunioni, tramandando così fino ai giorni nostri l'antica tradizione corporativa di cultura e ospitalità. <



In alto: sala principale della «Zunft zur Meisen» (www.zunfthaus-zur-meisen.ch). **In basso a sinistra:** corporati in visita a un'altra corporazione. **In basso a destra:** cavalcata delle sedie nella «Zunfthaus zur Meisen», olio di Heinrich Freudweiler (1780 circa). I membri ingaggiano una gara a cavallo di sedie, badando a non versare neanche una goccia del bicchiere di vino nella mano destra. Una tradizione che ancora oggi continua a vivere. **Foto a pagina 13:** la «Zunfthaus zur Meisen» a Zurigo, costruita negli anni dal 1752 al 1757, è stata commissionata da due vedove di scalpellini.

Trampolino di lancio per giovani con mordente

«Alla Svizzera servono imprenditori. Sono il nostro futuro». Parole chiare e concise che riassumono il credo di William A. de Vigier (1912–2003), padre dell'omonima fondazione che ogni anno assegna fino a cinque premi di incoraggiamento (di 100 000 franchi ciascuno) a giovani imprenditori elvetici.

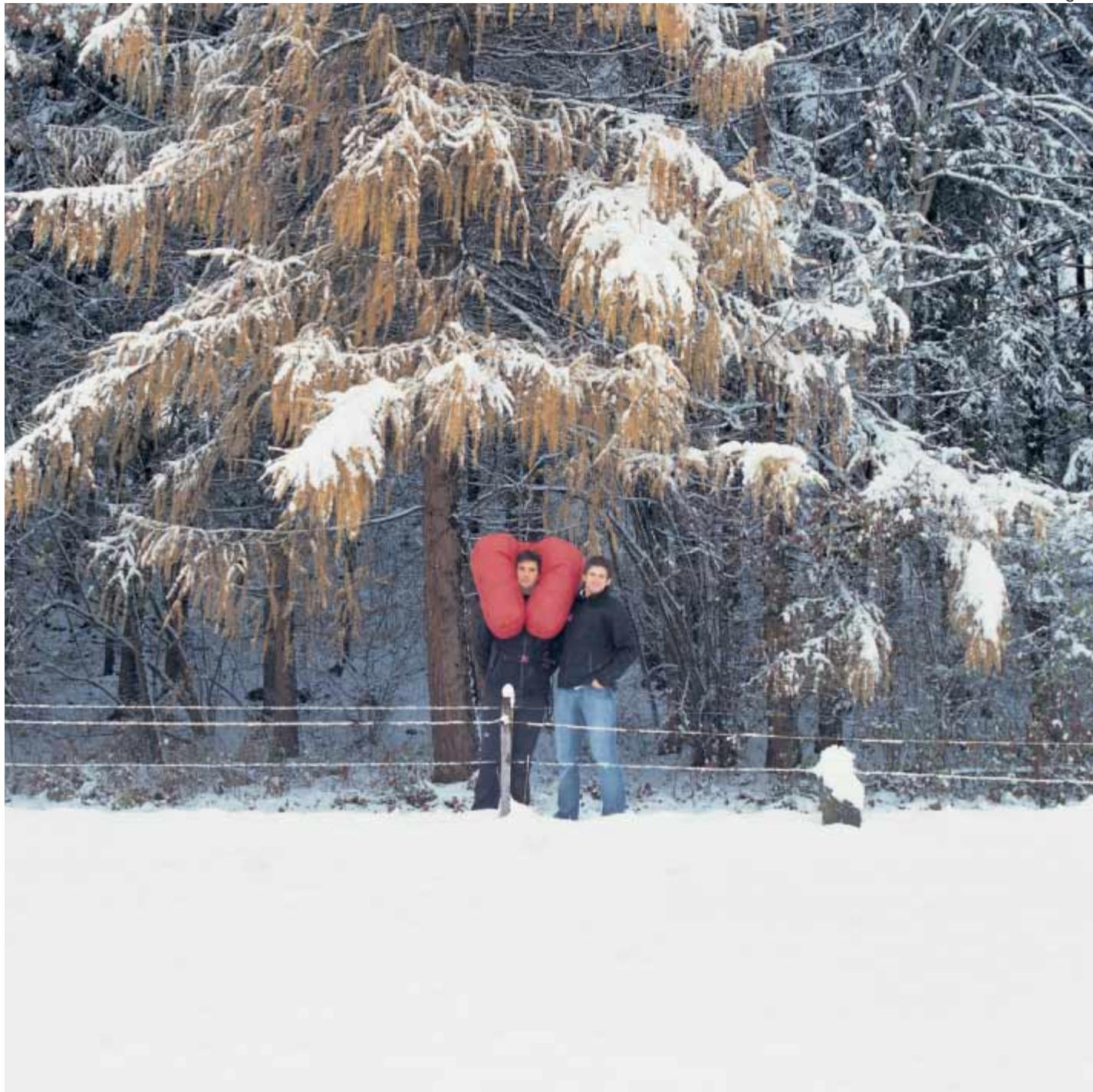
Testo: Sabine Windlin

Con la fondazione W. A. de Vigier, istituita nel 1987, il solettese William de Vigier, detto Bill, si proponeva di aiutare i giovani in quello che gli era stato precluso al momento di creare la propria ditta Acrow Engineers Ltd, e spesso manca alle menti brillanti e innovative: il capitale iniziale.

Noncurante delle proibitive condizioni di partenza, l'azienda di tre impiegati fondata a Londra da de Vigier per la produzione di impalcature flessibili in metallo divenne ben presto una prestigiosa società quotata alla borsa londinese e pronta a conquistare il mondo. All'apice della carriera, William de Vigier era alla testa di un gruppo metallurgico attivo su scala globale e con oltre 12 000 impiegati. Membro di una trentina di consigli di amministrazione, ottenne anche numerose onorificenze. Nel 1978 venne ad esempio nominato Commander of the British Empire. Al tempo stesso, e fino alla sua scomparsa nel 2003, dimostrò sempre un forte attaccamento per

la sua cittadina natale di Soletta. Anche lo sviluppo della fondazione è la cronistoria di un successo. I dieci membri del consiglio di fondazione si portano garanti della valutazione equa e competente dei progetti inoltrati. Sinora sono oltre cinquanta i neoimprenditori incoraggiati, di cui 36 tuttora sulla breccia. «Un risultato di tutto rispetto, considerati gli insuccessi che mettono fine ai numerosi fuochi di paglia», commenta Moritz Suter, presidente del consiglio di fondazione. Cinque vincitori sono stati successivamente insigniti del premio per l'innovazione del Wall Street Journal, altri tre hanno ceduto la loro ditta a grossi gruppi industriali incassando lauti guadagni. I premiati non sono dunque dei fantasisti visionari di breve corso, bensì potenziali motori dell'economia dotati di lungimiranza, senso degli affari e perseveranza. Eccovi in rassegna i cinque vincitori di quest'anno.

www.devigier.ch



Pierre Yves Guernier e Yan Berchten, rispettivamente di 27 e 33 anni

Un cuscino gonfiabile a prova di valanga

Da veri appassionati di sport all'aria aperta, provetti sciatori e amanti della neve in generale, si sono sempre chiesti se oltre agli apparecchi di rilevamento in caso di valanghe non ci fosse un altro mezzo capace di salvare gli alpinisti dalla morsa della neve. La loro brillante e convincente risposta, pratica e maneggevole, si chiama Snowpulse Airbag, un cuscino autogonfiabile che in caso di valanga consente ai malcapitati di mantenersi in superficie. L'involucro di plastica è dotato di una bombola ad aria compressa, che azionata a pressione riempie d'aria il salsicciotto salvavita, trasformandolo in una vera corazzata protettiva per testa, torace, collo e schiena.

Se nonostante l'airbag la vittima viene travolta, nel giro di 90 secondi le valvole si schiudono automaticamente lasciando fuoriuscire l'aria, che libera uno spazio sufficiente per poter respirare.

Di per sé questo tipo di airbag non è una novità, ma i giovani imprenditori hanno rivoluzionato il modello preesistente. Rispetto ai classici sistemi di spinta ascensionale, i miglioramenti funzionali sono notevoli. Inoltre il cuscino è molto più leggero e maneggevole rispetto al prodotto della concorrenza. Yan Berchten, ingegnere industriale, e Pierre Yves Guernier, specialista di robotica, sono persuasi che il loro congegno avrà un futuro e prevedono vendite annue oscillanti tra le 80 000 e le 100 000 unità. Un punto di riferimento realistico è il mercato degli apparecchi per ricerca in valanga (ARVA), che presenta all'incirca queste cifre. Il 75 per cento almeno dei clienti di ARVA sono anche potenziali fruitori di Snowpulse Airbag.

Snowpulse SA, 1936 Verbier; www.snowpulse.com

>



Mario Vögeli, 31 anni, con Rico Chandra e Giovanna Davatz, entrambi trentenni

Sulle tracce dei terroristi grazie a un detector di radiazioni

In un'epoca in cui la minaccia terroristica non accenna a placarsi e il crimine organizzato escogita trucchi sempre più raffinati per trasportare materiali pericolosi da un paese all'altro, l'invenzione di tre audaci pensatori sembra cadere proprio a pennello. Arktis Radiation Detectors è il nome della nuova tecnologia di punta in grado di individuare con la massima precisione e in maniera differenziata le radiazioni nucleari, contribuendo a sventare questo tipo di attacchi. Il detector ad alta tecnologia è come un enorme autolavaggio in cui vengono condotti gli autotreni o i container merci in transito alla frontiera. Contrariamente ai suoi predecessori, questo dispositivo è in grado di rilevare la presenza parallela di raggi gamma e neutroni e riconoscere senza provocare falsi allarmi la radioattività naturale di materiali legali, come il granito o la porcellana. Arktis Radiation Detectors misura dunque un più ampio spettro di radiazioni e permette di determinare con maggior precisione il materiale –

eventualmente pericoloso – trasportato. I due fisici Rico Chandra e Giovanna Davatz, dell'Istituto di fisica delle particelle del Politecnico di Zurigo, e il loro partner d'affari Mario Vögeli sono consci del fatto che la loro tecnologia è pensata in grande. Ciononostante, in futuro potrà senz'altro trovare applicazione anche negli apparecchi di più piccole dimensioni in uso negli aeroporti. Ad esempio per il controllo del bagaglio a mano e l'individuazione di esplosivi nucleari, sostanze chimiche o armi biologiche. A detta degli esperti il potenziale di mercato di questa invenzione è altissimo. D'altro canto, fino a che il prototipo sviluppato attualmente dai ricercatori, cofinanziato dall'Agenzia per la promozione dell'innovazione della Confederazione (CTI), lascerà il posto a un prodotto di mercato allettante anche per i servizi militari di sicurezza e i governi, occorreranno ancora molto tempo, denaro e perseveranza.

ETH di Zurigo; www.arktis-detectors.com



Michael Dobler, 45 anni

Un cuscino per domare le acque

Per l'umanità l'acqua è di fondamentale importanza. Negli ultimi cent'anni, ad intervalli regolari, si è tuttavia potuto constatare quanto la sua forza distruttiva possa essere devastante. La desolazione provocata da un'inondazione è sconcertante: dal 1998 in poi l'Europa ha contato 700 vittime, mezzo milione di senza tetto e perdite economiche assicurate per un totale di almeno 25 miliardi di euro. Grazie al dispositivo speciale FloodStop, sviluppato da Michael Dobler, in futuro si potranno arginare notevolmente i danni provocati dall'acqua. In caso di pericolo i cuscinetti, disponibili in grandezza standard o misure speciali, vengono gonfiati e inseriti nelle aperture minacciate. La pressione interna e la struttura studiata ad hoc conferiscono stabilità e massima aderenza a questi dispositivi, relegando nel dimenticatoio i classici sacchi di sabbia.

L'idea alla base di FloodStop è del responsabile tecnico del team di Dobler, un capitano di bordo. Durante una tempesta, una

scialuppa gonfiabile del suo natante si era incastrata talmente in un boccaporto da bloccare completamente l'entrata dell'acqua, nonostante il ponte fosse invaso da onde altissime. La pressione dell'acqua e l'aria compressa della scialuppa avevano creato uno spazio impermeabile. Applicando lo stesso principio, i cuscinetti contrastano ora l'acqua alta. Sono principalmente le assicurazioni e gli uffici statali alle prese con i danni causati alle costruzioni a dimostrare grande interesse per l'invenzione di Dobler. Che il cuscinetto relativamente economico abbia un futuro, è un'ipotesi assai realistica. Avanzano infatti gli insediamenti in zone a rischio, e con essi diminuisce la permeabilità del suolo, rendendo difficile o impossibile l'assorbimento dell'acqua e aumentando quindi il pericolo di inondazioni.

Howasu AG, 8868 Oberurnen; www.howasu.com

>



Mathias D. Müller, 30 anni

Previsioni del tempo a cinque stelle

Ancor più del brutto tempo ci innervosiscono le previsioni sbagliate, specialmente se all'anticipazione di una giornata soleggiata segue una pioggia scrosciante. Mathias D. Müller, meteorologo all'Istituto di meteorologia, climatologia e telerilevamento dell'Università di Basilea, vi pone rimedio grazie ai dati ad alta densità della piattaforma online meteoblue.ch, calcolati su un supercomputer dal suo gruppo di ricercatori, in collaborazione con la statunitense National Oceanic and Atmospheric Administration. Müller è stato animato non soltanto dalle tuttora imperanti informazioni prive di significato come «nuvoloso al nord, pioggerella al sud», bensì pure da considerazioni economiche ed ecologiche: le previsioni del tempo stanno infatti diventando un importante strumento di pianificazione economica. Alla luce del cambiamento climatico, il tempo assume una dimensione più seria e richiede le giuste misure cautelative (si pensi agli uragani e alle alluvioni).

Scenari raccapriccianti a parte, prevedere le condizioni meteo ha un grande vantaggio. Un'impresa di costruzioni che sa dove e quando pioverà potrà organizzare al meglio i lavori di carpenteria. L'agricoltore risparmia tempo e forze se sa che il temporale non toccherà i suoi terreni e l'erba appena tagliata potrà seccare all'aria un giorno in più. Per i piloti e gli appassionati di parapendio o mongolfiera, in determinate circostanze le informazioni esatte sulla termica possono rivelarsi cruciali. Una delle innovazioni di meteoblue è la concezione grafica della visualizzazione in tempo reale, unica nel suo genere, come pure la consultazione generale delle informazioni su Internet. A livello tecnico il vantaggio competitivo è garantito dall'eccezionale performance dei calcolatori. E questo spiega perché ben presto sarà verosimilmente il meteorologo basilese a diramare le previsioni del tempo nel mondo intero.

meteoblue AG, Basilea; www.meteoblue.ch



Christian Schaub, 37 anni, e Corinne John, 31 anni

Una tecnologia per un nuovo essere umano

Conoscere a fondo il mondo delle proteine, sapere dove e come si trovano all'interno dell'organismo, e sulla base di tali conoscenze sintetizzare in laboratorio complessi proteici artificiali: nulla di più inusuale per la maggior parte dei comuni mortali. Per la biotecnologa Corinne John e l'ingegnere nonché technology manager Christian Schaub, entrambi della società start-up Redbiotec, si tratta invece di pane quotidiano.

Sulla base della scoperta pionieristica MultiBac del Politecnico di Zurigo, di cui la ditta dispone in via esclusiva, è possibile riprodurre in laboratorio non solo singole proteine, bensì grosse quantità di complessi proteici. Tali complessi possono replicare esattamente l'effetto delle proteine nelle cellule umane, ma anche assumere funzioni del tutto nuove. La Redbiotec dispone così di una tecnologia di base significativa che nei prossimi anni consentirà di sviluppare e produrre nuovi antidoti contro patologie letali

come il cancro o l'Alzheimer. A differenza dei farmaci odierni, questa nuova generazione di rimedi a base di proteine potrà agire in maniera più mirata ed efficiente, e anche portare alla guarigione.

Il cammino è ovviamente ancora lungo, ma questa innovativa ditta svizzera ha escogitato un astuto modello aziendale per accorciare i tempi. Per ora produce complessi proteici su misura per clienti diretti del settore farmaceutico e della biotecnologia nonché per la ricerca universitaria, unitamente a tecnologie di alto valore per la produzione di proteine. Ogni tentativo di plagio è escluso: Multibac e i suoi sviluppi futuri sono infatti brevettati.

«È la società che decide l'indirizzo della ricerca»

La formazione è la principale materia prima della Svizzera. È pertanto motivo di profonda soddisfazione che essa abbia sfornato quasi regolarmente dei premi Nobel. Ad esempio Heinrich Rohrer, insignito insieme al tedesco Gerd Binnig del prestigioso riconoscimento nel 1986 per aver realizzato il microscopio a scansione a effetto tunnel, una scoperta che ha aperto la strada allo sfruttamento industriale delle nanotecnologie. Nell'intervista Rohrer racconta delle sue motivazioni e offre uno scorcio della piazza di ricerca svizzera e della vita di un premio Nobel.

Intervista: Daniel Huber

Bulletin: Come ha cambiato la sua vita il premio Nobel?

Heinrich Rohrer: In effetti alcune cose le ha cambiate. Di punto in bianco si è un premio Nobel, e confessò che riceverlo conferisce un certo prestigio: si è invitati a eventi e incontri e si possono fare cose che in precedenza erano precluse. Per contro, nel lavoro non è cambiato assolutamente nulla. Anche un premio Nobel deve lavorare e in questa dimensione l'onorificenza non fa sconti. In compenso va un poco persa la leggerezza di prima: quando un premio Nobel prende posizione su un dato argomento, il suo intervento assume una valenza diversa rispetto a quello di altri. A parte ciò non bisogna neppure sopravvalutare questo riconoscimento. Il premio Nobel testimonia che si è compiuto qualcosa di straordinario, però non significa necessariamente che si è una persona straordinaria. Anche i premi Nobel possono commettere errori.

Vi sono state altre aziende che hanno cercato di accaparrarsi i suoi servigi?

Direttamente no. Ma è una situazione che non ho neppure cercato. Non mi avrebbe portato alcun beneficio.

Nel corso della sua attività di ricerca le è accaduto di vivere il grande momento di felicità in cui come per incanto le è stato chiaro di avercela fatta?

Anche qui devo dire di no. Volevamo raggiungere qualcosa che sin dall'inizio eravamo convinti fosse in nostro potere fare, altrimenti non avremmo neppure cominciato. Naturalmente la riuscita del primo esperimento ha comunque destato grande euforia.

Mi immagino la ricerca come un lavoro costellato da molti piccoli progressi, ma da altrettanti passi indietro. Che cosa l'ha spinta ad andare sempre avanti?

Sostanzialmente la convinzione che con la ricerca si possa dar vita a qualcosa di particolare. Il primo interrogativo che ci si dovrebbe sempre porre in un progetto di ricerca è sapere che cosa cambierebbe se si riuscisse a realizzarlo. Il quesito del se e come ciò sarà possibile affiora solo in un secondo tempo.

Quando ha scoperto la sua passione e il suo talento per la fisica?

Già al liceo riuscivo molto bene in scienze naturali, ma ero bravo anche in latino, tant'è vero che inizialmente avevo deciso di studiare lingue antiche dopo la maturità. Ma poi ho compreso che non faceva per me e mi sono iscritto a matematica all'ETH. Ben presto mi sono però reso conto che il pensiero astratto della matematica non era nelle mie corde e quindi sono passato alla fisica sperimentale. Diciamo che ci so fare anche con le mani.

Perché questa improvvisa disaffezione per le lingue antiche?

Le lingue antiche hanno fatto parte della mia gioventù. Va ricordato che cinquant'anni fa si inquadravano bene nell'ideale di formazione umanistico, allora molto popolare. Oggi le cose sono un po' cambiate.

La nanotecnologia è un terreno complesso. Non le è mai mancato il riconoscimento scientifico dei suoi amici più vicini e della famiglia?

Sul piano delle risorse intellettuali, con il nostro microscopio a scansione a effetto tunnel non ci siamo mossi in una dimensione di ricerca estremamente eccelsa, cosa che peraltro non ritengo indispensabile per aspirare a un Nobel. La nostra invenzione, sotto il profilo tecnico, avrebbero potuto realizzarla anche altri ricercatori, se fossero stati convinti di poterci riuscire. Alcuni ci hanno anche

pensato. Sul piano intellettuale non si trattava di una cosa inimmaginabile, bastava solo avere il coraggio di farla.

Quindi i tempi erano maturi per questa invenzione e lei si è trovato nel luogo giusto al momento giusto?

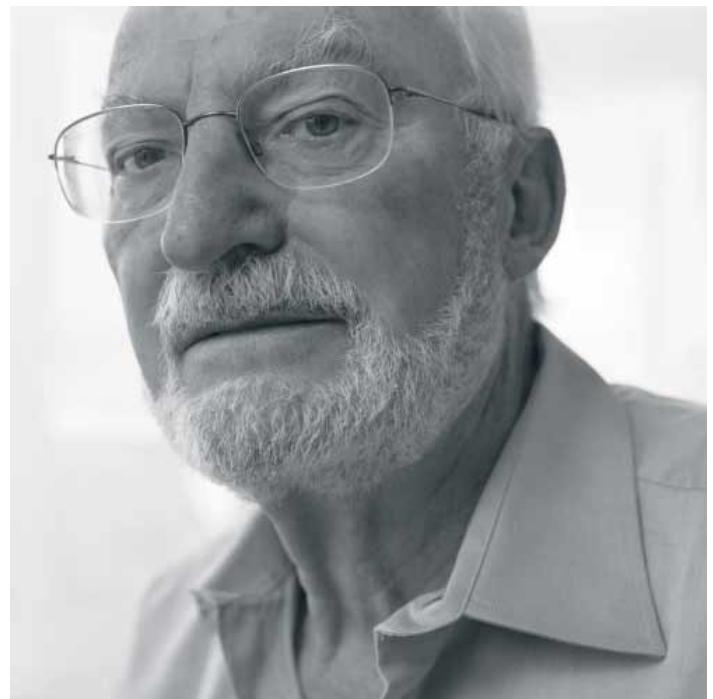
Fino a un certo punto è sicuramente così. Ci è stato ripetuto più volte che avevamo avuto semplicemente fortuna. Può anche darsi, ma la fortuna sorride a molte persone, eppure solo pochissimi sanno riconoscerla e trarne profitto. Del resto le cose non sono andate molto diversamente per la teoria della relatività di Einstein. Naturalmente lui ha risolto il problema con grande eleganza, ma le sue stesse scoperte sarebbero state fatte comunque, i tempi erano maturi. Tuttavia ritengo che questo non sminuisca affatto i suoi meriti.

In che modo si possono accelerare i progressi di ricerca?

Prendiamo il progetto Manhattan, realizzato durante il secondo conflitto mondiale per mettere a punto la bomba atomica. Allora si sosteneva semplicemente che non si poteva farne a meno, che fosse una necessità ai fini della sopravvivenza. Le persone che hanno lavorato al progetto erano persuase di questa esigenza e sono riuscite a portarlo a termine. Per realizzare queste iniziative occorrono due cose: da un lato persone capaci e decise, e dall'altro il consenso politico e sociale. Se queste due premesse sono date, allora è realmente possibile strappare un progresso pieno e condiviso. Tuttavia, il più delle volte non è dato pronosticare in quali menti nascerà che cosa e quando. Del pari, la direzione in cui si muove l'implementazione della ricerca è determinata più dalla società che dai ricercatori. In ultima analisi si produce solo ciò che si può anche vendere. La società definisce la domanda e quindi l'applicazione dei risultati della ricerca. Se potesse definirne anche gli indirizzi – ciascuno secondo il proprio convincimento – non ci sarebbe più una ricerca dei cui risultati avremmo estremo bisogno in un momento futuro. Inoltre, le conquiste di oggi vanno accreditate agli sforzi di ricerca spesi negli anni e nei decenni passati. Credo che dobbiamo ripopolare maggiormente la spesso citata Torre d'Avorio, il che non esclude affatto un dialogo migliore con la società.

In qualità di ricercatore, si sente sostenuto da parte del mondo politico in Svizzera?

Tutto sommato direi di sì, anche se ci vorrebbero più incentivi e meno intromissioni. Ad esempio trovo così ingenui i continui appelli a una maggiore internazionalità. Le scienze naturali e ingegneristiche sono state le prime e più grandi «multinazionali», con criteri di valutazione universalmente riconosciuti, almeno per quelli buoni... Questa internazionalità è proprio una delle grandi differenze tra la scienza, dove viene praticata in modo esemplare, e la politica, dove invece si esaurisce nei trattati. I buoni scienziati sono benvenuti ovunque e ripagano questa moneta con il massimo profitto. Quelli meno buoni farebbero meglio a fare una buona gavetta a casa loro. All'estero non diventano certo migliori. <



Heinrich Rohrer è nato nel 1933 a Buchs (SG). Nel 1960 ha concluso i suoi studi all'ETH conseguendo il dottorato in fisica. Dal 1963 al 2000 ha lavorato al centro di ricerche IBM di Rüschlikon dove, insieme fra l'altro a Gerd Binnig, ha messo a punto il microscopio a scansione a effetto tunnel, invenzione che è valsa a entrambi i fisici il premio Nobel nel 1986. Heinrich Rohrer è padre di due figlie adulte e vive con la moglie Rose-Marie a Wollerau, nel canton Svitto.

I premi Nobel svizzeri (selezione)

2002	Kurt Wüthrich, chimica
1996	Rolf M. Zinkernagel, medicina
1992	Edmond H. Fischer, medicina
1991	Richard R. Ernst, chimica
1987	Karl Alexander Müller, fisica
1986	Heinrich Rohrer, fisica
1978	Werner Arber, medicina
1975	Vladimir Prelog, chimica
1957	Daniel Bovet, medicina
1952	Felix Bloch, fisica
1951	Max Theiler, medicina
1950	Tadeus Reichstein, medicina
1949	Walter Rudolf Hess, medicina
1948	Paul H. Müller, medicina
1901	Henri Dunant, pace

Organizzazioni con sede in Svizzera

1981	Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i Rifugiati (UNHCR)
1969	Organizzazione Internazionale del Lavoro delle Nazioni Unite (ILO)
1963	Comitato Internazionale della Croce Rossa

Il CICR è stato insignito del premio Nobel anche nel 1917 e nel 1944, l'UNHCR anche nel 1954; nel 1938 è stato inoltre premiato l'Ufficio internazionale Nansen per i rifugiati.

Lo «spirito di Davos» anima il mondo

«Davos merita di figurare nel lessico globale come il luogo dove recarsi per sperimentare nuove idee, confermare tendenze e promuovere iniziative», dichiara Kofi Annan, già Segretario generale dell'ONU. In gennaio la prestigiosa stazione alpina chiama ogni volta a raccolta circa 2400 esponenti di spicco del mondo economico, politico, scientifico e sociale. Il meeting annuale assurge così a tribuna di discussione dei temi che muoveranno poi il mondo.

Testo: Andreas Schiendorfer

Il presidente Fredrik Willem de Klerk e Nelson Mandela come pure il capo Zulu Mangosuthu Buthelezi si incontrano nel 1992 al meeting annuale del World Economic Forum (WEF), per la prima volta fuori dai confini del loro paese, ponendo così una pietra miliare sulla strada della trasformazione politica del Sud Africa; nel 1993, de Klerk e Mandela vengono insigniti del premio Nobel per la pace. Il ministro degli esteri israeliano Shimon Peres e il presidente dell'OLP Yassir Arafat siglano nel 1994 a Davos un accordo su Gaza e Gerico; in dicembre entrambi i leader, insieme a Yitzhak Rabin, ottengono a loro volta il Nobel per la pace.

Vi sono altri esempi ancora. A volte questi colloqui avvengono a porte aperte e costringono i partecipanti ad agire positivamente, a volte si svolgono in tutta segretezza lontano dai microfoni. «Davos non è tanto un luogo dove vengono prese decisioni, ma piuttosto un forum dove si prepara il terreno per decisioni future», precisa Klaus Schwab, fondatore e presidente del WEF.

Se vogliamo un esempio convincente di visione audace, eccone uno: negli anni Sessanta un giovane svizzero all'estero di Ravensburg trascorre regolarmente le sue ferie a Davos. Nel 1963 consegune il dottorato in scienze tecniche all'ETH di Zurigo e quattro anni più tardi quello in scienze economiche a Friborgo. In più, ottiene il Master of Public Administration all'Università di Harvard. Un curriculum prestigioso, eppure non è affatto scontato che l'allora Landamano grigionese e l'organizzatore di congressi di Davos promettano il loro appoggio al giovane accademico quando questi dichiara di voler trasformare Davos nella piattaforma di aggregazione protagonista della scena mondiale, dove i leader dell'economia, della politica e della società civile possano incontrarsi per discutere serenamente dei più svariati temi di interesse internazionale avvolti in un'atmosfera accogliente e protetta. Klaus Schwab percorre risolutamente la propria strada e il 1971 diventa per lui l'anno chiave: assume la cattedra di professore di politica aziendale all'Università di Ginevra, sposa un'attiva organizzatrice di congressi di agronomia e fonda l'European Management Conference. Tre centri perfetti. A

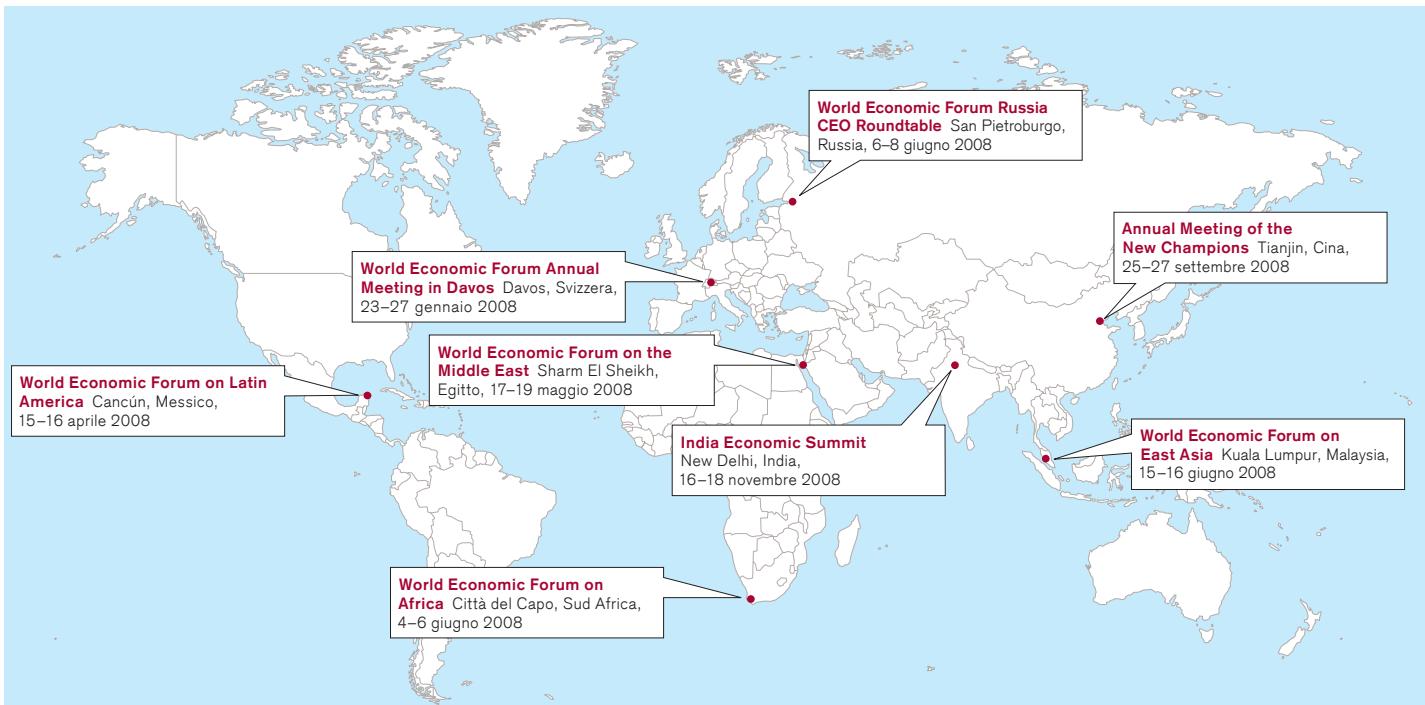
Ginevra Schwab lavora al suo obiettivo per tre decenni, la moglie Hilde è il suo insostituibile braccio destro e una fedele compagna di viaggio, e l'incontro di Davos vede crescere la sua importanza e il suo prestigio agli occhi del mondo. L'ascesa è accelerata dal Global Competitiveness Report sulla competitività delle macro-economie, pubblicato annualmente dal 1979.

Nel 1987 avviene la ridenominazione in World Economic Forum. E subito si assiste al primo evento sensazionale: i primi ministri di Grecia e Turchia sottoscrivono la «Dichiarazione di Davos», con cui Andréas Papandréu e Turgut Özal avviano nel 1988 il processo di pace auspicato da tempo.

Il richiamo di Davos è ormai così forte da costringere il WEF a imporre limitazioni volontarie e a inventarsi a ciclo continuo nuove piattaforme per incanalare sui binari giusti tutte le aspirazioni. In questo disegno si organizzano forum regionali in tutti i continenti, nascono la Fondazione Schwab per l'Imprenditoria Sociale e la Fondazione Young Global Leaders, che si riunisce la prima volta nel 2005 a Zermatt. Fra gli Young Global Leaders – tutti hanno meno di 40 anni di età e sono eletti per un quinquennio – figura anche David Blumer, CEO della divisione Asset Management al Credit Suisse.

Sotto forma di public-private partnership vengono inoltre promossi numerosi progetti e iniziative, ad esempio per la protezione del clima (Climate Change Initiative with the Global GHG Register), contro la corruzione (Partnering Against Corruption Initiative), per la lotta contro l'AIDS, la tubercolosi e la malaria (Global Health Initiative) o anche contro la fame nel mondo (Business Alliance Against Chronic Hunger).

La sede principale della Fondazione, che conta 1000 multinazionali iscritte, si trova tuttora a Cologny presso Ginevra, ma nel 2006 vengono inaugurati altri due punti di appoggio a New York e Pechino. «In Cina si incontrano ogni estate le Global Growth Companies che hanno il potenziale di elevarsi ad aziende di caratura mondiale», racconta André Schneider, responsabile per le ormai 500 Global >



In alto a sinistra: immagine del quartier generale del World Economic Forum a Cologny presso Ginevra. In alto a destra: dal 1981 il WEF organizza eventi regionali in Cina. Nel 2006 è stata inaugurata a Pechino – come a New York – un'altra rappresentanza, preposta alle ormai 500 Global Growth Companies. Nel settembre 2007 si è tenuto l'Inaugural Annual Meeting of the New Champions, vertice che nel 2008 sarà ospitato da Tianjin. In basso: giustamente, i membri del World Economic Forum non si incontrano soltanto a Davos, ma anche in ogni altra importante regione del mondo. Informazioni più dettagliate sono disponibili all'indirizzo www.weforum.org > Events.

Growth Companies (GGC). Queste società sfoggiano una crescita significativa e grazie a prodotti d'avanguardia saranno in grado di annoverarsi in futuro fra le imprese leader della scena mondiale.

Il WEF si svolge tuttora a Davos dove, da un lato, al costo di circa otto milioni di franchi spesi per il dispositivo di sicurezza è garantita la necessaria protezione e, dall'altro, nella piccola stazione climatica svizzera il forum diventa il fattore onnideterminante. A New York, città che per motivi di solidarietà ha ospitato l'edizione 2002 del vertice annuale, le due condizioni non sono così facilmente realizzabili. In contropartita, la metropoli finanziaria statunitense accoglie ora il Centre for Global Industries (CGI) diretto da Jean-Pierre Russo, che intermedia e promuove 300 partnership fra aziende industriali a vocazione globale.

Non stupisce peraltro che il World Economic Forum produca anche un contromovimento. Contrariamente ai violenti disordini di cui si rendono protagonisti i no global in Svizzera, il World Social Forum (WSF), organizzato dal 2001 parallelamente al forum di Davos e che nel 2008 si terrà a Belém (Brasile), fornisce vari spunti che invitano alla riflessione. Dal 2004, il WEF e la Federazione delle Chiese protestanti della Svizzera propongono inoltre l'Open Forum Davos. In proposito, il portavoce del WEF Mark Adams osserva: «Se si vuole fare qualcosa, bisogna cominciare dal dialogo». < www.weforum.org; www.credit-suisse.com/infocus > Società

The Power of Collaborative Innovation Se le 223 manifestazioni che hanno punteggiato l'edizione 2007 del meeting annuale di Davos si sono svolte all'insegna dello slogan «L'agenda globale organizzata nel segno di un cambiamento dei rapporti di forza», dal 23 al 27 gennaio 2008 «The Power of Collaborative Innovation» sarà il tema forte di discussione che focalizzerà l'attenzione nei settori «Business», «Economics and Finance», «Geopolitics», «Science and Technology» nonché «Values and Society». La cartina a pagina 25 informa sugli incontri regionali.

Partner strategico Il Credit Suisse è membro da decenni e dal 2006 partner strategico del World Economic Forum, ciò che consente alla banca di partecipare attivamente sia all'incontro annuale di Davos sia ai vertici regionali in Africa, Asia, Nord e Sud America e in Europa. Nel corso del summit annuale, il Credit Suisse è presente a Davos con vari membri del Consiglio di amministrazione e del Consiglio direttivo nonché con un proprio padiglione. All'edizione 2008 si terranno fra l'altro eventi dedicati all'energia e alla sostenibilità.

La voce dell'innovazione sociale

L'imprenditore sociale, una sorta di combinazione fra Bill Gates e Madre Teresa, non intende massimizzare il profitto, bensì il beneficio sociale.

Cosa accomuna lo scrittore brasiliano Paulo Coelho, la First Lady sudafricana Zanele Mbeki e l'economista e banchiere bengalese Muhammad Yunus? Ebbene, vivono – in quanto membri del Consiglio di fondazione della Fondazione Schwab per l'Imprenditoria Sociale – in modo esemplare la filosofia perseguita dalla Fondazione. Muhammad Yunus, fondatore della Grameen Bank nonché ideatore e realizzatore del microcredito, è stato insignito nel 2006 del premio Nobel per la pace, evento che ha riconosciuto de facto la massima onorificenza all'idea portante della Fondazione.

«Espresso con parole semplici, nella figura dell'imprenditore sociale emerge una combinazione fra Bill Gates e Madre Teresa», spiega Pamela Hartigan, che dirige la Fondazione dalla sua costituzione, avvenuta nel 2000. «È il fondatore di un'impresa o di un'organizzazione non profit che con idee, prodotti o servizi innovativi persegue obiettivi di pubblica utilità e che unisce intuizione aziendale e propensione al rischio a una buona dose di pragmatismo. Diversamente dalle aziende convenzionali, l'imprenditore

sociale non cerca di massimizzare il profitto, bensì il beneficio sociale».

Pamela Hartigan fornisce un esempio: il Freeplay Energy Group, azienda di Rory Stear, realizza e vende apparecchi come radio, lampade tascabili e accumulatori per cellulari con una tecnologia di ricarica innovativa che funziona senza batterie e prese elettriche. Gli utili incamerati con gruppi di clienti facoltosi consentono a Freeplay di offrire i prodotti a prezzi fortemente ridotti nelle aree di crisi. In Africa sono già state distribuite 150 000 radio senza batterie, che permettono a 2,5 milioni di persone di attingere a preziose informazioni sulla salute, il meteo o a idee di business.

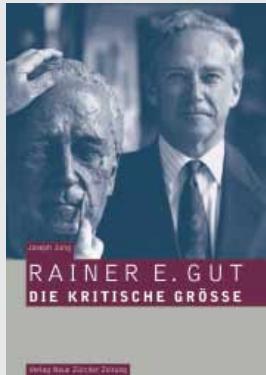
In una prima fase la Fondazione Schwab si era prefissa di creare una rete di connessione mondiale fra gli imprenditori sociali e di coinvolgerli nelle attività del WEF. Al riguardo, un elemento di rilievo è costituito dal Social Entrepreneur Summit, che si tiene ogni gennaio a Rüschlikon. Intanto sono ormai 30 i paesi in cui vengono premiati gli imprenditori più meritevoli. Nel 2005 è stato eletto Swiss Social Entrepreneur Robert



Pamela Hartigan pubblicherà prossimamente un libro dedicato alla Fondazione Schwab.

Roth, la cui Job Factory, sostenuta dal Credit Suisse, consente ai giovani che hanno terminato la scuola e senza posto di tirocinio un'introduzione pragmatica alla vita professionale attraverso il «learning on the job». Nel 2006 il riconoscimento di Swiss Social Entrepreneur è stato assegnato a Markus Gander, la cui associazione Infoklick.ch si adopera in favore di una maggiore partecipazione e cogestione dei giovani nel loro mondo circostante. Il prossimo premio sarà conferito il 10 gennaio 2008 a Berna. schi www.schwabfound.org; www.infoclick.ch; www.fondation-ipt.ch; www.jobfactory.ch

Credit Suisse Business



Rainer E. Gut, l'uomo e il leader economico

In questo suo libro Joseph Jung, capo del dipartimento di studi storici del Credit Suisse e professore di storia aziendale all'Università di Friborgo, fa luce sulla personalità di Rainer E. Gut e contestualmente su tre decenni di storia finanziaria ed economica svizzera. La vita e l'operato di Rainer E. Gut sono ambientati fra i principali capitoli storici del Credito Svizzero e del Credit Suisse da lui influenzati, e quindi indirettamente caratterizzati. Grazie ad alcune opere precedenti, come il volume «Von der Schweizerischen Kreditanstalt zur Credit Suisse Group», nonché al contributo dello stesso Gut, Joseph Jung riesce con un approccio storico-strutturale a esporre nuovi dati, questo malgrado la pubblicazione quasi contemporanea della biografia del fondatore dell'impresa, Alfred Escher (si veda il Bulletin 4/07). Si viene così a sapere, ad esempio, che Rainer E. Gut era stato previsto come presidente del Consiglio di amministrazione di Swissair. schi

Joseph Jung, «Rainer E. Gut. Die kritische Grösse», con prefazione di Oswald J. Grübel.
Neue Zürcher Zeitung, Zurigo 2007. 400 pagine, CHF 48.–, ISBN 978-3-03823-397-8.



St. Moritz: il Credit Suisse si affida a Norman Foster

La Chesa Futura di St. Moritz è conosciuta in tutto il mondo per il suo rivestimento in larice engadinese e rappresenta una vera e propria attrazione turistica. Chissà che lo stesso destino non spetterà al nuovo «The Murezzan», situato in Via Maistra 6. In ogni caso anche questo complesso, nato dopo oltre due anni di lavori sui luoghi dell'ex Hotel Albana e del Posthotel, come pure grazie alla nuova Chesa Murezzan, porta l'inconfondibile firma del noto architetto Sir Norman Foster. «Finalmente le nostre due succursali sono state riunite e sono molto più confacenti alle esigenze della clientela», spiega con palese soddisfazione August Hatzke, responsabile della succursale di St. Moritz con la sua sessantina di dipendenti. Allo stesso tempo anche le sedi di Arosa e Flims, seguendo l'esempio di Klosters, sono state ristrutturate secondo il progetto «Branch Excellence» lanciato nel 2005. Inoltre, il dipartimento Economic Research ha presentato uno studio sui Grigioni che mostra le opportunità e le sfide di questa regione. schi

www.credit-suisse.com/research/ >
Pubblicazioni > Swiss Issues

In favore della tutela ambientale

I gruppi internazionali rivestono un ruolo importante nella protezione dell'ambiente. Ne è ben consapevole il Credit Suisse, che dieci anni or sono ha ricevuto quale prima banca al mondo il certificato ISO 14001 per il suo sistema di gestione ambientale. Dopo aver equilibrato il bilancio dei gas a effetto serra per tutte le sue attività in Svizzera nel 2006, inclusi i viaggi di lavoro, entro il 2009 il Credit Suisse si è impegnato a ottenere la neutralità anche a livello mondiale, contribuendo in misura significativa a contrastare il surriscaldamento climatico. mar

Servizio gratuito per i clienti commerciali

Il 28 gennaio 2008 la Single Euro Payments Area (SEPA) sarà una realtà a tutti gli effetti. Gli istituti finanziari degli Stati UE, dei membri dell'SEE e della Svizzera adotteranno nuove procedure e standard per il trattamento dei pagamenti in euro effettuati da ditte a livello transfrontaliero e nazionale. La principale innovazione è data dall'adozione di norme procedurali uniformi per i bonifici in euro. Grazie alla SEPA, il traffico dei pagamenti europeo sarà più semplice, trasparente e affidabile. La nuova infrastruttura comune consentirà inoltre di ridurre i costi di transazione. Per le ditte e i clienti del mercato europeo, le operazioni di pagamento oltreconfine in euro dovranno essere semplici, rapide ed economiche come quelle nazionali. Quale prima banca della Svizzera, da fine gennaio il Credit Suisse offrirà alla propria clientela commerciale la possibilità di effettuare gratuitamente i pagamenti in euro nel rispetto degli standard SEPA. Oltre a una maggiore rapidità, il sistema unitario permetterà di migliorare la trasparenza con regolamentazioni delle spese unitarie e di accreditare al beneficiario l'intero importo del versamento. np

A colloquio con Walter Kielholz, presidente del Consiglio di amministrazione

«Ora dobbiamo sfruttare la dinamica positiva»

Intervista: Daniel Huber

Walter Kielholz, presidente del CdA del Credit Suisse, ritiene che la Svizzera sia un paese aperto e flessibile e non condivide l'opinione diffusa secondo cui sarebbe un caso speciale. Speciale dovrà invece essere lo sforzo profuso dalla nazionale di calcio in occasione dei prossimi Europei.

Bulletin: Quanto è importante per lei il passaporto rosso?

Walter Kielholz: Ormai ci ho fatto l'abitudine... Scherzi a parte: il passaporto svizzero è senz'altro pratico per viaggiare, ma non ho l'impressione di possedere qualcosa di particolare.

Non è forse fiero di essere cittadino svizzero?

Ovviamente ciascuno matura un senso di appartenenza verso la propria patria, che nel mio caso è anche molto radicato. Tuttavia non penso che il mio amore per la Svizzera sia più o meno accentuato di quello di un francese per la Francia, ad esempio.

Quali sono i tre maggiori punti di forza della Svizzera?

Senz'altro l'apertura culturale nonché la capacità di assimilare i cambiamenti e di stare al passo con i tempi. Potrà forse sorprendere, ma a dispetto del quadro dipinto dai media e dai politici ritengo che un punto di forza della Svizzera sia anche la sua capacità di integrare gli stranieri. Come terzo elemento vedo un certo atteggiamento conservatore che ci tiene lontani dalle mode passeggiere in ambito politico o economico.

E quali sono, sul fronte opposto, i tre maggiori punti deboli?

Un grande punto debole della Svizzera è la convinzione, ampiamente diffusa, che siamo un caso speciale, un «Sonderfall». Ma non lo siamo affatto. Anche gli altri Stati dovrebbero capirlo, non vi sono motivi convincenti a sostegno di questa opinione. È vero che in Europa la Confederazione è stata una sorta di caso speciale per la sua neutralità e incolumità nel secondo dopoguerra, ma è ormai trascorso oltre mezzo secolo. Parallelamente, sul mercato economico interno abbiamo mantenuto troppo a lungo strutture eccessivamente incentrate sui diritti acquisiti, con cui ci siamo preclusi molte opportunità di crescita. Nell'ultimo decennio non abbiamo quindi avuto una vera crescita economica, mentre gli altri Stati europei, vicini e no alla Svizzera, hanno recuperato notevolmente terreno.

D'altro canto va però detto che nell'ultimo biennio l'economia svizzera ha marciato a buon passo.

Questa circostanza non è tuttavia dovuta a una profonda trasformazione dell'economia interna, bensì alla ripresa dell'export e del mercato finanziario.

Rimane il terzo punto debole.

Attualmente la nostra nazionale di calcio non si esprime sui livelli auspicabili prima di

un Europeo, soprattutto se disputato in Svizzera... (sorride)

È davvero così pessimista?

Penso semplicemente che le aspettative riposte nei confronti dei rossocrociati, non da ultimo anche da noi in quanto sponsor principale di lunga data, siano enormi. Secondo me a un Europeo, dove non ci sono squadre meno quotate, è addirittura più difficile superare il turno rispetto a un Mondiale. Nonostante il vantaggio di giocare in casa, la squadra svizzera dovrà davvero superarsi per raggiungere i quarti di finale.

Secondo il barometro delle apprensioni, il sondaggio che il Credit Suisse svolge ogni anno da oltre un trentennio, il 27 per cento degli svizzeri interpellati ritiene che il 2008 sarà un altro anno positivo. D'altro canto la borsa, una sorta di «spia» dell'andamento futuro, sta attraversando un periodo di alti e bassi. Qual è la sua opinione?

Fondamentalmente mi fa molto piacere che gli svizzeri non abbiano tracciato il solito quadro a tinte fosche. Un atteggiamento positivo è di grande aiuto poiché imprime forza e motivazione. Anch'io sono convinto che il lungo stallo economico cominciato negli anni Novanta sia finito e che il trend rialzista continuerà.

Rimaniamo in tema di atteggiamento positivo: circa il 60 per cento degli interpellati ha indicato che la propria situazione finanziaria è buona o addirittura ottima. È sorpreso?



Walter Kielholz: «La Svizzera ha sempre avuto le sue migliori fasi di sviluppo quando si è aperta al mondo».

Cenni personali

Walter Kielholz, 56 anni, ha studiato economia aziendale all'Università di San Gallo laureandosi nel 1976. Dopo aver iniziato la carriera professionale presso la General Reinsurance Corporation, nel 1986 si è trasferito all'allora Credito Svizzero dove ha guidato la consulenza ai gruppi assicurativi. Nel 1989 è approdato alla Compagnia Svizzera di Riassicurazioni (Swiss Re), dove nel 1992 è stato eletto in seno al Consiglio direttivo e nel 1997 a CEO. Dal 1° gennaio 2003 è alla guida del Credit Suisse Group in qualità di presidente del Consiglio di amministrazione. Walter Kielholz è sposato e vive a Zurigo.

A dire il vero no, questo dato corrisponde verosimilmente alla realtà. Sono però lieto che sia riconosciuto e ammesso dagli stessi svizzeri. Nel contempo sorgono inevitabilmente anche sentimenti di paura: chi sta bene teme di perdere ciò che ha.

Non la stupirà quindi più di tanto il fatto che la disoccupazione, malgrado un tasso inferiore al 3 per cento, rimanga la preoccupazione numero uno degli svizzeri.

Oltre al citato timore di perdere quanto acquisito, questa inquietudine dipende anche dal fatto che in un'economia moderna si assiste sempre più al trasferimento di posti di lavoro, con soppressioni da una parte e creazione di nuovi impieghi dall'altra. Sul piano individuale la sicurezza del posto di lavoro non è quindi più così grande come due decenni or sono, fatto che genera incertezze. Tanto più importanti sono quindi la capacità di adeguamento e la flessibilità del singolo.

Quali sono le principali sfide da affrontare nel prossimo futuro?

Dobbiamo mettere in discussione e smentire le vecchie strutture vetuste e incrostate, ad esempio nel campo dell'economia energetica o in relazione a vari servizi «pubblici». È infatti più facile imporre queste riforme quando l'economia è in buona salute. In tale ottica dobbiamo sfruttare l'attuale dinamica positiva.

Può esprimere tre desideri per la Svizzera. Quali sarebbero?

Il titolo europeo nel calcio... (ride). Oltre a ciò una maggiore apertura, in particolare a livello politico. La Svizzera ha sempre avuto le sue migliori fasi di sviluppo quando si è aperta al mondo. Rinchiudersi entro stretti confini nazionalistici è una cattiva soluzione. Mi auguro inoltre che la Svizzera possa mantenere il proprio standard nell'istruzione. <

Private Banking «Meet Her» con Madeleine Albright

Le donne sono partner di pari livello

Testo: Bettina Junker



L'organizzatore di un ambizioso ciclo di manifestazioni può forse pretendere di più che ospitare già al debutto il primo segretario di Stato donna degli USA? E in effetti Urs Dickenmann, responsabile Private Banking Switzerland, ha avuto l'onore di accogliere a Zurigo nientemeno che Madeleine Albright.

«Mi impegno affinché i giovani di ambo i sessi possano diventare quello che desiderano, a patto che siano disposti a lavorare duramente per tale obiettivo». Questa convinzione è stata il filo conduttore della conferenza di Madeleine Albright. Con tono ammiccante ha raccontato la sua storia personale, spiegando come ha sfidato tutti gli ostacoli e pregiudizi e seguito tenacemente la sua strada fino ai vertici del potere.

Madeleine Albright ha descritto la sua fuga dalla Cecoslovacchia e dai nazisti per raggiungere Londra, nonché la sofferenza quando a dieci anni dovette separarsi dai suoi cari per entrare in un collegio svizzero, dove comunque riuscì a integrarsi. In America, dove si era trasferita la famiglia, svolse poi gli studi universitari, si sposò, diventò madre di tre bambine e conseguì il dottorato in giurisprudenza e scienze politiche alla Columbia University. Intraprese quindi una carriera politica esemplare coronata all'inizio del 1997 dalla nomina a 64° segretario di Stato americano durante l'amministrazione Clinton.

La Albright ha sempre lavorato duramente, senza tuttavia mai pensare sul serio di diventare la donna più potente del mondo. «Non che la carica di segretario di Stato non mi interessasse, ma non l'avevo

mai vista occupata da qualcuno in gonnella», ha affermato con un sorriso. Chi lavora molto deve veder premiati i propri sforzi, indipendentemente dal sesso. Qualsiasi carica politica abbia rivestito, le è sempre interessato ottenere risultati migliori rispetto ai predecessori: «Mi sono sempre impegnata per la democrazia e per un'economia forte, ma la democrazia e la prosperità economica non sono possibili se metà della popolazione è trattata come se fosse di seconda classe». Partendo da questa convinzione, si è sempre prodigata affinché le donne fossero maggiormente coinvolte nelle vicende politiche ed economiche degli Stati Uniti.

**Ospite del Credit Suisse a Zurigo:
Madeleine Albright.**

Gli uomini dovrebbero capire che, se le donne venissero considerate come partner di pari livello, i loro affari andrebbero meglio. «Le donne hanno bisogno di maggiore potere economico, poiché le società sono più stabili e prospere se alle donne è consentito, dal punto di vista politico ed economico, di fornire il proprio contributo». Lo stesso vale per le imprese: «Oggi nella politica e nell'economia si aprono molte opportunità alle donne, ma si devono anche creare le premesse affinché esse possano sfruttarle». Il loro principale problema è sempre stato la tendenza a ostacolarsi l'una con l'altra a causa dei diversi stili di vita. Il suo consiglio è quindi: «Rispettatevi! E non dimenticate che all'inferno c'è un posto speciale riservato alle donne che non si sostengono a vicenda». <

Meet Her: a tu per tu con personalità femminili

Il Private Banking Switzerland offre ai propri clienti una nuova piattaforma esclusiva all'interno della quale possono confrontarsi con personalità femminili di primo piano e trarre beneficio dalle loro esperienze e conoscenze nei più svariati settori. Prima ospite del ciclo di manifestazioni Meet Her è stata in ottobre Madeleine Albright, ambasciatrice americana all'ONU, dal 1997 al 2001 prima donna a ricoprire la carica di segretario di Stato degli Stati Uniti, oggi professoressa, autrice e titolare di una società di consulenza. Meet Her fa parte dell'iniziativa Femme et Finance, promossa nel 2004 per sottolineare la crescente importanza delle donne nel mondo economico.

Incontro con i clienti Losanna

Una serata avvincente con Sir John Major

Testo: Daniel Huber

Urs P. Gauch, responsabile Clientela commerciale Svizzera – Grandi clienti, ha invitato a Losanna un oratore di alta caratura per una serata memorabile. Sir John Major, Primo Ministro britannico dal 1990 al 1997, ha descritto gli attuali mutamenti nello scenario politico mondiale.

Nel suo messaggio di benvenuto Urs P. Gauch ha illustrato i profondi cambiamenti che hanno caratterizzato gli ultimi duecento anni, ricordando in particolare che agli inizi del XIX secolo ogni città aveva un proprio calcolo del tempo. In seguito ha passato la parola a Sir John Major, che nel suo discorso ha dapprima richiamato alla mente gli anni Cinquanta, quando l'economia mondiale era trainata essenzialmente dagli Stati Uniti, dal Giappone e dall'Europa. Nel frattempo si sono aggiunti tre potenti motori, ossia la Cina, l'India e il resto dell'Asia. «Oggi l'economia mondiale, per la prima volta dal 1820, è nuovamente dominata dall'Est», ha spiegato l'illustre ospite. «In Oriente viene generato oltre il 50 per cento del prodotto interno lordo dell'intero pianeta».

Sulla base di questi dati il Fondo monetario internazionale ha ipotizzato per le economie emergenti una crescita media nei prossimi decenni pari al 7 per cento, mentre le «vecchie» nazioni dovranno verosimilmente accontentarsi di una media inferiore al 3 per cento. Successivamente ha illustrato con eloquenza i motivi che hanno fatto decollare queste regioni in via di sviluppo nonché le possibili ripercussioni sul resto del mondo. Major è certo che in un momen-

to non troppo lontano nascerà in Asia una zona di libero scambio con un miliardo di nuovi consumatori e che, a suo avviso, renderà ancora più importante l'ampliamento a est dell'Unione europea. Rispondendo alle domande dei presenti, ha poi consigliato alla Svizzera di continuare a percorrere la via degli accordi bilaterali. Una via contesa fra gli sforzi finalizzati all'adesione, profusi dalla Confederazione sulla scena internazionale, e la reticenza dei cantoni. <



Su invito del Credit Suisse ha parlato del mondo e dei suoi cambiamenti: Sir John Major (a sin.) con Urs P. Gauch.

PER ME.

Il mondo delle saune e del benessere Klafs.



Sauna / Sanarium



Bagno di vapore



SANOSPA / Vasca idromassaggio

Per ulteriori informazioni richiedete il nostro catalogo sinottico gratuito di 170 pagine.

KLAFS
MY SAUNA AND SPA

Klafs AG
Oberneuhofstrasse 11
CH-6342 Baar
Telefono 041 760 22 42
Fax 041 760 25 35
baar@klafs.ch, www.klafs.ch

Altre succursali a Berna, Brig VS,
Chur GR, Clarenz VD, Dietlikon ZH, Roggwil TG.

Credit Suisse Competitività

Per sonni tranquilli e... redditizi

Testo: Andreas Schiendorfer



I circa 3,7 milioni di pernottamenti registrati annualmente fanno dell'Oberland bernese una regione turistica di tutto rispetto. Uno studio del Credit Suisse mostra che le località di Gstaad, Interlaken e Grindelwald quali destinazioni di prestigio sono le più adatte ad anticipare i futuri trend del consumo.

Il dipartimento Economic Research del Credit Suisse ha posto sotto la propria lente le strutture, le strategie e le sfide del turismo nell'Oberland bernese, esaminando in particolare le dieci destinazioni che fanno registrare oltre 100 000 pernottamenti annui. L'offerta di questa regione non è focalizzata sugli sport invernali. A titolo di confronto: mentre Verbier e Villars in Vallese e Arosa nei Grigioni totalizzano attorno all'80 per cento delle presenze in inverno, nell'Oberland bernese tale quota scende a poco più del 50 per cento, questo persino in località sciistiche rinomate come Adelboden, Gstaad, Wengen o Mürren. Posto che le capacità alberghiere siano sufficientemente sfruttate, questa circostanza non costituisce gioco-forza uno svantaggio: un turismo presente lungo tutto l'arco dell'anno amplia da un lato le possibilità d'investimento in infrastrutture e limita dall'altro la dipendenza dalle condizioni meteo.

I cambiamenti climatici si ripercuotono negativamente sulle destinazioni specializzate negli sport invernali. Uno studio pubblicato dall'OCSE a fine 2006 rivela tuttavia che gli affari delle località turistiche svizzere, specialmente nel Vallese e nei Grigioni, sono significativamente meno compromessi di quelli dei centri tedeschi e austriaci.

Attualmente è considerato «certo» l'innevamento di 609 delle 666 regioni sciistiche di tutto l'arco alpino. Se la temperatura media si innalza di un grado, le regioni «sicure» si riducono dal 90 al 75 per cento. Con un aumento di due gradi si passa al 60 per cento, e con più quattro gradi sarebbe garantito solo l'innevamento del 30 per cento delle piste di sci. In Svizzera, oggi la neve è sicura nel 97 per cento delle stazioni. Sarebbero l'87 per cento con un grado in più e il 79 con due gradi in più. La situazione diverrebbe drammatica anche nel territorio elvetico soltanto con un aumento di quattro gradi: appena il 48 per cento delle località disporrebbe infatti della sua materia prima fondamentale.

Per mettere a confronto i risultati, il Credit Suisse ha analizzato le infrastrutture, il clima, la struttura della domanda e dell'offerta turistica delle singole località e l'andamento delle quattro componenti del successo, ossia numero di pernottamenti, occupazione dei posti letto, fatturato per pernottamento e spese giornaliere. «Gstaad vanta l'offerta più ricca dell'Oberland bernese», indica lo studio. «Questa destinazione raggiunge o supera la media delle località prese in esame in tutti gli aspetti legati alle infrastrutture; inoltre eccelle nel

Hans Baumgartner, responsabile per la regione Mittelland al Credit Suisse, crede nel futuro del turismo svizzero.

settore dello sci di fondo e nel dopo-sci, nell'offerta di sentieri per passeggiate e di mezzi di trasporto, negli sport di tendenza, nel golf e nell'accudimento dei bambini. Il clima è invece un punto a sfavore: in particolare rispetto alle stazioni dell'Engadina e del Vallese, Gstaad registra più precipitazioni e quindi meno giornate di sole, ma anche meno neve». Proprio quest'ultimo accostamento evidenzia che adottando misure adeguate si possono ampiamente compensare le circostanze in cui la natura si mostra meno generosa.

La struttura della domanda è molto differenziata. A Lenk oltre l'80 per cento degli ospiti proviene dalla Svizzera, come oltre la metà dei turisti presenti a Gstaad e Adelboden, mentre ad Interlaken e Lauterbrunnen (Wengen, Mürren) tre quarti dei pernottamenti sono da ascrivere a ospiti stranieri, soprattutto americani e asiatici. La provenienza dei turisti delle altre località è più tradizionale. Le diverse nazionalità hanno conseguenze notevoli: gli americani e i cinesi, rispettivamente con 270 e 430 franchi al giorno, spendono infatti molto di più dei tedeschi (170 franchi) e degli svizzeri (140 franchi).

Il turismo giornaliero è importante per molte destinazioni. Interlaken ha il potenzia-

le maggiore, con oltre 5,5 milioni di persone che abitano a meno di due ore di viaggio. Seguono Sigriswil, Meiringen e Hasliberg con oltre 4 milioni e Gstaad con circa 3,5 milioni. Stando alle cifre, le località dell'Oberland bernese hanno un potenziale nettamente superiore ad altre regioni: Crans-Montana 1,9 milioni, Davos 1,4, Verbier 1,3. D'altra parte, il relativo isolamento non è necessariamente uno svantaggio: St. Moritz (0,4 milioni) e Zermatt (0,3) hanno un esiguo bacino di raccolta ma fanno leva sull'esclusività, registrando regolarmente un alto numero di pernottamenti.

Dal punto di vista degli standard qualitativi il primato svizzero spetta a Gstaad, con il 65 per cento dei posti letto distribuiti in hotel a quattro o cinque stelle. Il segmento alberghiero di fascia alta ha un peso rilevante anche per Interlaken, Grindelwald e Sigriswil. Gstaad, St. Moritz e Flims hanno il maggiore fatturato per pernottamento, mentre Celerina, Scuol e Saas Fee presentano il miglior andamento dei pernottamenti. Zermatt, Sils e St. Moritz sono ai primi posti per lo sfruttamento delle disponibilità alberghiere, mentre Interlaken, Verbier e Grindelwald beneficiano del più elevato volume di spese giornaliere.

Nel confronto complessivo l'Oberland bernese vanta una buona posizione. Tra le 32 destinazioni considerate, Zermatt, Interlaken, St. Moritz, Gstaad, Grindelwald, Engelberg e Verbier sono quelle con i valori migliori.

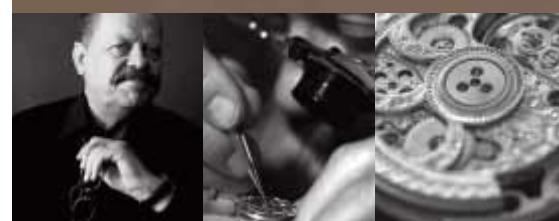
Incrociando i risultati del confronto con i dati dell'offerta turistica e delle condizioni climatiche, le località sono state divise in quattro categorie. Fra le destinazioni top troviamo Gstaad e Interlaken nell'Oberland bernese, Zermatt e Saas Fee nel Vallese, Verbier in Romandia nonché St. Moritz, Pontresina, Celerina e Scuol nei Grigioni. Vi sono località che hanno costruito il proprio successo votandosi a un turismo di nicchia, altre che hanno un potenziale limitato. Spicca invece un gruppo di località che focalizzando l'offerta e curando meglio il marchio potrà raggiungere l'eccellenza: Crans-Montana, Davos, Klosters, Laax, Flims e Lenzerheide.

Per il futuro vanno tenuti in considerazione quattro megatrend: demografia (trend di consumo: wellness), evoluzione dei valori (natura, patria, cultura, avventura), globalizzazione (lusso, internazionalità) e scarsità delle risorse (turismo sulla neve). Da questo punto di vista le meglio attrezzate sono Grindelwald, Gstaad e Interlaken, con più chance di successo poiché hanno le caratteristiche adatte a rispondere alle nuove esigenze. Le altre destinazioni dovranno scegliere quali megatrend e tendenze di consumo privilegiare: la concorrenza globale crescente fra le località di medio profilo esige un chiaro posizionamento. <

PDF sul tema sono disponibili al sito www.credit-suisse.com/research > Pubblicazioni.



PERFEZIONE SVIZZERA
PER UN GUSTO ESCLUSIVO



La competitività della Svizzera e delle sue aziende

Un ciclo di manifestazioni organizzato da Swiss Venture Club e Credit Suisse informa sulla competitività della Svizzera. Il 20 novembre Hans Baumgartner, responsabile per la regione Mittelland al Credit Suisse, ha accolto al Kursaal di Berna numerosi ospiti, ai quali Martin Neff, responsabile Swiss Economy Research, ha presentato lo studio «Tourismus im Berner Oberland – Strukturen, Strategien, Herausforderungen». Walter Steuri, CEO di Jungfraubahn Holding AG, André Lüthi, CEO di Globetrotter Travel Service AG, Mario Lütolf, direttore della Federazione svizzera del turismo, e lo stesso Martin Neff hanno dato vita a un interessante dibattito sul tema «turismo fra tradizione e innovazione».

L'orologio svizzero Armin Strom è uno dei pochi a padroneggiare oggi la straordinaria tecnica della scheletratura di movimenti a mano. Da oltre 25 anni raffina movimenti con maestria e con un accurato lavoro artigianale, scheletrando ponti e platine. Gli elementi rimanenti vengono incisi manualmente a regola d'arte. Oltre a pezzi singoli, in linea con lo stile personale dei suoi clienti, la prestigiosa casa Armin Strom realizza anche serie pregiate per persone dal gusto esclusivo.



Buono a sapersi Termini finanziari

Exchange Traded Fund (ETF)

Strumento finanziario per la diversificazione

Tra un investitore e un prodotto finanziario che si presenta con una sigla non è sempre amore a prima vista, ma un fondo quotato in borsa – questa la definizione italiana di ETF – lo meriterebbe, perché può rendere superfluo un compito infastidito come l'analisi e la selezione di azioni. E questo perché un ETF assicura la diversificazione di un fondo indicizzato abbinata alla flessibilità di un'azione. Uno strumento che replica quindi un indice azionario, ma diversamente da un comune fondo d'investimento viene quotato e negoziato come un'azione. Con un ETF l'investitore «compra diversificazione», ovvero quella di un titolo formato da un paniere di società, materie prime o altri asset. Ed è proprio questo a renderlo meno volatile di una singola azione.

Molti ETF pagano anche il dividendo cumulato distribuito dalle società in paniere. Non essendo gestiti attivamente, gli ETF implicano di regola per l'investitore minori costi di gestione rispetto ai fondi convenzionali: un'altra dote che li rende popolari sia come strumenti di copertura che d'investimento. Il ventaglio di ETF comprende oggi centinaia di prodotti che coprono i maggiori indici USA, i mercati emergenti, specifici settori, materie prime, obbligazioni, ecc. Due dei più noti: SPDR (Spider) e QQQ, che replicano rispettivamente lo S&P 500 e il NASDAQ-100. de

Mutuo subprime

Ipoteca accordata a un mutuatario con basso rating creditizio

I mutui subprime stanno facendo titolo sui giornali di tutto il mondo a causa dell'onda di insolvenze negli Stati Uniti, che ha finito per ripercuotersi sulle economie dell'intero pianeta. Ma cos'è esattamente un mutuo subprime? Si tratta di un prestito concesso per ottenere un mutuo standard a normali tassi di mercato a un debitore non qualificato, in quanto privo di precedenti creditizi oppure con precedenti negativi (da un semplice ritardo di pagamento a più insolvenze fino al fallimento).

Siccome i debitori di questo tipo hanno generalmente bassi redditi e sono quindi più esposti al rischio di insolvenza, i mutui subprime sono di riflesso considerati più rischiosi di quelli standard: le banche praticano pertanto su questi impegni interessi più elevati a copertura dei maggiori rischi. In caso di aumento dei tassi un crescente numero di debitori non è più in grado di far fronte ai maggiori oneri, e questo è esattamente ciò che è accaduto negli Stati Uniti. Dopo la quota record toccata da questi mutui nel 2005 e il continuo rialzo dei tassi, le insolvenze si sono fatalmente moltiplicate e hanno condotto al crollo del mercato subprime, con il conseguente fallimento di molti istituti specializzati in questo tipo di operazioni. I mutui subprime sono chiamati anche «di serie B» o «second chance loan». de

Wolfsberg Group

Partnership di banche globali che combattono il riciclaggio di denaro

Che cosa ha a che fare un castello nel nordest della Svizzera con l'industria finanziaria? Il castello di Wolfsberg è stato il primo punto d'incontro per 12 banche che in seguito hanno dato vita al Wolfsberg Group, una partnership di banche – tra le quali il Credit Suisse – nata per sviluppare standard antiriciclaggio per il settore dei servizi finanziari. Fondata nel 2000, l'associazione ha sinora pubblicato direttive di orizzonte globale per il private banking, il correspondent banking e i fondi d'investimento.

Nel solco degli attentati dell'11 settembre, il Wolfsberg Group ha inoltre emanato standard antiterrorismo sempre a beneficio delle istituzioni finanziarie. All'inizio di quest'anno è seguita una dichiarazione contro la corruzione, che indica una serie di misure implementabili dalle banche per tutelarsi contro l'abuso delle loro operazioni ai fini di corruzione nonché metodiche per prevenire quest'ultima in seno alle loro organizzazioni. de

Credit Suisse Invest

Fatti salienti dicembre 2007

Le nuove turbolenze sui mercati finanziari aumentano i rischi per la crescita, in particolare per gli USA. Nel paese prevediamo un netto calo, mentre, per l'economia mondiale, solo un leggero raffreddamento.

Anche per le banche centrali continuano a tenere banco i **rischi per la crescita**. Ulteriori tagli dei tassi per la Fed; la BCE non rialza i tassi. Opzione di rialzo dei tassi per la BNS.

Valutazione favorevole delle azioni, la volatilità dovrebbe aumentare ulteriormente. Prediligiamo una selezione di mercati europei e di paesi emergenti.

Non si intravede ancora una **ripresa durevole dell'USD**. La maggiore volatilità sostiene il CHF.

Possibili **oscillazioni consistenti dei prezzi** anche per le materie prime, tuttavia nel 2008 è previsto un ulteriore rialzo degli indici delle materie prime.

36_Prospettive globali

Indebolimento della crescita USA

Materie prime con potenziale

38_Prospettive per la Svizzera

Tendenze contrapposte

Slancio del mercato del lavoro

42_Investment Focus

HOLT

L'approccio innovativo per individuare le azioni sottovalutate



Prospettive globali

Il permanere delle turbolenze sui mercati e un ulteriore inasprimento delle condizioni creditizie, in particolare negli USA, hanno ulteriormente incrementato i rischi per l'economia globale, ma il contagio dell'indebolimento della crescita americana ad altre regioni dovrebbe essere meno marcato rispetto ai cicli congiunturali precedenti. Tuttavia le banche centrali osserveranno da vicino i rischi per la crescita. L'USD potrebbe quindi non aver raggiunto il fondo. Una maggiore volatilità potrebbe registrarsi non solo sui mercati valutari, ma anche sul mercato azionario.

Congiuntura

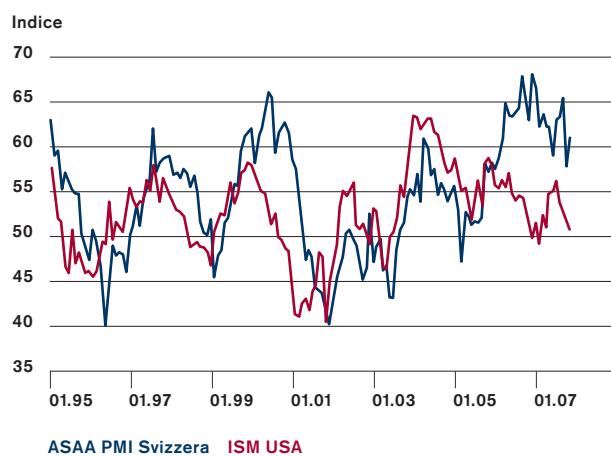
Negli USA evidente indebolimento della crescita

Il protrarsi delle turbolenze sui mercati finanziari e un ulteriore inasprimento delle condizioni creditizie, in particolare negli USA, hanno ulteriormente accresciuto i rischi per la crescita dell'economia mondiale. Sebbene, nei prossimi trimestri, la crescita economica negli USA si attesterà ben al di sotto dei valori attuali, riteniamo che l'effetto di tale rallentamento sull'economia mondiale sarà limitato.

Attualmente gli USA contribuiscono solo per il 10% alla crescita globale, esattamente come la Cina. Sia in Asia che in Europa la crescita è spinta da una solida economia interna, ossia da consumi privati sostenuti e da consistenti investimenti in beni di produzione. Ciononostante, per via delle strette interconnessioni a livello commerciale, non ci si deve aspettare un decoupling assoluto degli scenari di crescita. ah

Indebolimento della crescita negli USA. Gli indici dei direttori d'acquisto indicano un rallentamento più accentuato della crescita negli USA rispetto all'Europa.

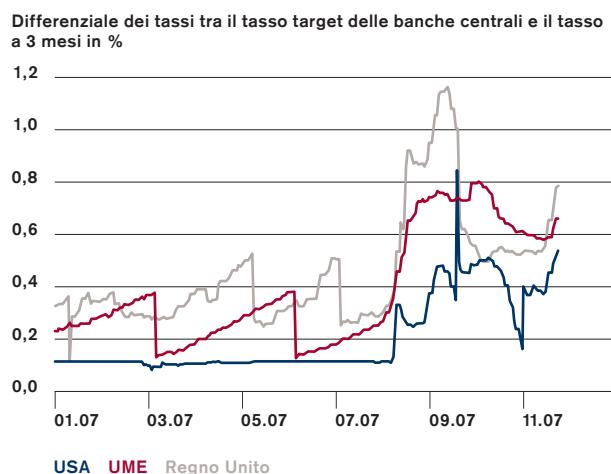
Fonte: Credit Suisse, IDC



Tassi & obbligazioni

La banca centrale americana ha di nuovo tagliato i tassi in un quadro di maggiori rischi per la crescita e prevediamo altri moderati tagli dei tassi negli USA. Ciononostante, i rischi inflazionistici latenti (debolezza dell'USD, elevati prezzi energetici e degli alimenti) dovrebbero limitare il potenziale di calo degli interessi. Anche la BCE mostra un tono più prudente in virtù dell'accrescimento dei rischi per la crescita. Pertanto non prospettiamo un ulteriore rialzo dei tassi nel prossimo futuro. In Gran Bretagna, al contrario, esiste perfino la possibilità di tagli dei tassi per via di una riduzione dell'inflazione, tagli che potrebbero avere luogo già a partire dall'inverno. ah

Le condizioni sul mercato monetario peggiorano. Gli spread sui tassi delle banche centrali tornano ad ampliarsi dopo il netto calo di inizio autunno. Fonte: Credit Suisse, IDC

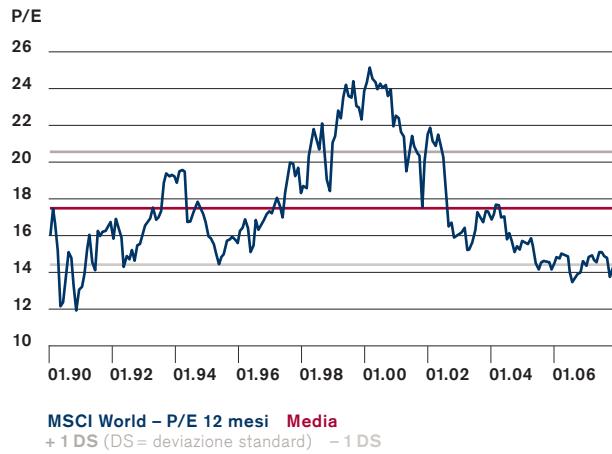


Mercato azionario

Ancora un quadro attraente per le azioni

L'anno prossimo la crescita economica globale dovrebbe rallentare leggermente, ma rimanere comunque quasi al 5%. Per via della recente crisi creditizia negli USA è possibile riscontrare attualmente un maggiore livello di volatilità sui mercati azionari. Dopo che, negli ultimi anni, le volatilità sono state decisamente poco elevate, nel medio termine dovrebbero attestarsi sulla media pluriennale. Le imprese continuano comunque a disporre fondamentalmente di eccellenti possibilità di crescita su base duratura in presenza di una valutazione attraente. Su queste basi raccomandiamo di continuare a sovrappesare le azioni, nonostante le attuali incertezze, in particolare i mercati europei e una selezione di paesi emergenti. db

Attualmente le azioni presentano una valutazione attraente e il rapporto prezzo/utili medio è ai minimi da oltre dieci anni. Fonte: Credit Suisse



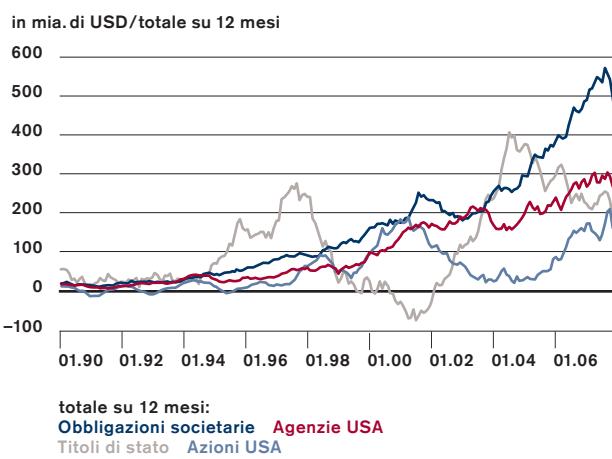
Valute

È ancora troppo presto per acquistare dollari

Negli ultimi mesi abbiamo assistito a un ulteriore indebolimento dell'USD. Il vantaggio del biglietto verde sul piano dei tassi rispetto a gran parte delle altre valute si è sensibilmente ridotto, il che è negativo per l'USD considerando il deficit della bilancia delle partite correnti USA. Alcune valute europee, come EUR e GBP, hanno quindi raggiunto notevoli livelli di sopravvalutazione rispetto all'USD. Tuttavia, per una ripresa sul lungo termine della valuta americana, è necessaria un'inversione del trend dei tassi.

A nostro giudizio gli investitori nel 2008 devono altresì prepararsi a una maggiore volatilità sui mercati valutari rispetto al primo semestre 2007. Riteniamo pertanto che sia troppo presto acquistare già da adesso USD. mh

I tagli dei tassi della FED hanno portato a una riduzione del vantaggio dell'USD sul piano dei tassi. Ciò determina minori afflussi nei portafogli USA. Fonte: Bloomberg, Credit Suisse

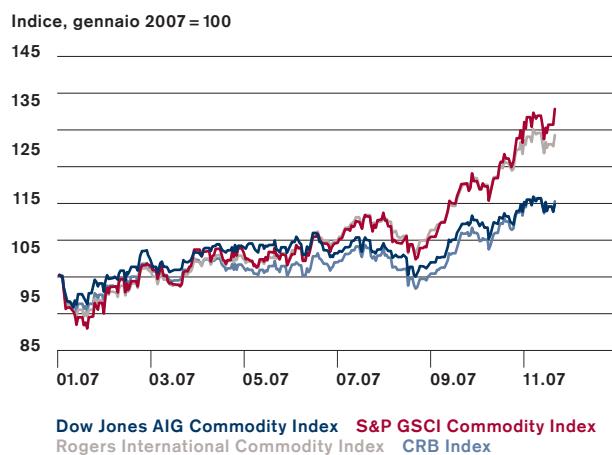


Materie prime

La solidità delle materie prime dovrebbe permanere anche nel 2008

L'anno scorso è stato positivo per gli investitori in materie prime. Dall'inizio dell'anno i principali indici delle materie prime hanno potuto mettere a segno un rendimento a due cifre e per il 2008 si prevedono ulteriori guadagni. La debolezza dell'USD e il ribasso dei tassi, unitamente a una crescita mondiale che continua a essere robusta nonostante il rallentamento negli USA, continuano a favorire ulteriori rialzi dei prezzi. Dopo i notevoli guadagni degli ultimi mesi crescono però anche i rischi. A tratti si dovrà fare i conti con dei realizzati. Il prossimo anno gli investitori dovrebbero pertanto prepararsi a delle oscillazioni dei prezzi più consistenti rispetto al 2007. Tuttavia le materie prime dovrebbero continuare a conseguire un rendimento attraente. Tra i singoli mercati delle materie prime, a nostro giudizio l'oro e le materie prime agricole presentano il maggior potenziale di rialzo. tm

Quest'anno gli indici delle materie prime hanno messo a segno un rendimento a due cifre. Anche per il 2008 sono previsti ulteriori rialzi. Fonte: Bloomberg, Credit Suisse



Prospettive per la Svizzera

La crescita economica svizzera dovrebbe continuare a evidenziare del potenziale anche il prossimo anno, sebbene in presenza di una dinamica ridimensionata. Anche per il 2008 gli investimenti in beni di produzione rappresentano un sostegno dal punto di vista congiunturale e un mercato del lavoro robusto offre delle basi solide per una crescita consistente dei consumi privati. Ciononostante sono aumentati i rischi esterni per la congiuntura svizzera per via delle maggiori incertezze sui mercati finanziari, cosicché un ulteriore rialzo dei tassi da parte della BNS è un'opzione più che una necessità. Pertanto le azioni svizzere restano attraenti e anche il CHF dovrebbe consolidarsi.

Congiuntura

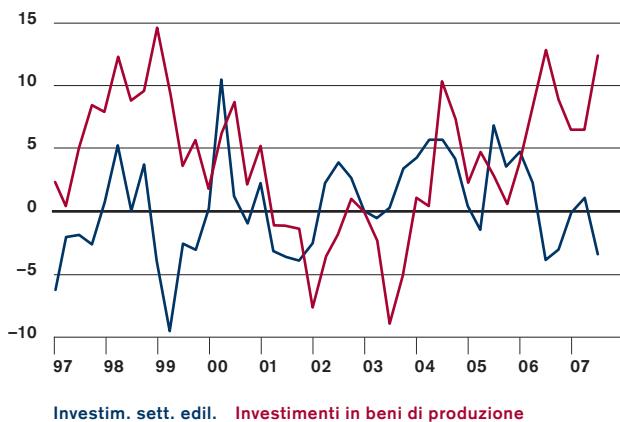
Trend degli investimenti contrapposti

Gli investimenti in attività fisse devono fare i conti con influenze divergenti. L'edilizia perde slancio. Sebbene l'edilizia commerciale traggia certamente vantaggio dal rialzo dell'occupazione tra i colletti bianchi, dalla realizzazione di grandi centri commerciali e da una certa ripresa della costruzione di sovrastrutture nel settore pubblico, l'edilizia abitativa, che costituisce la componente più consistente degli investimenti nel settore edilizio, ha oltrepassato il punto di svolta dopo diversi anni di produzione sostenuta.

La notevole espansione degli investimenti in beni di produzione delle società è da ricondursi alla buona situazione delle imprese sul piano degli utili, alle aspettative positive relative a fatturati e ricavi, agli interessi ancora poco elevati in una prospettiva di lungo termine e al notevole grado di utilizzo delle capacità. Quest'ultimo induce le società a investire. Nel 2008 gli investimenti in beni di produzione resteranno un fattore di sostegno congiunturale, anche in presenza di un ridimensionamento della crescita. ab

Gli investimenti nei beni di produzione e nel settore edilizio mostrano andamenti diversi. Fonte: Datastream

Variazione % rispetto all'anno precedente, reale



Tema principale

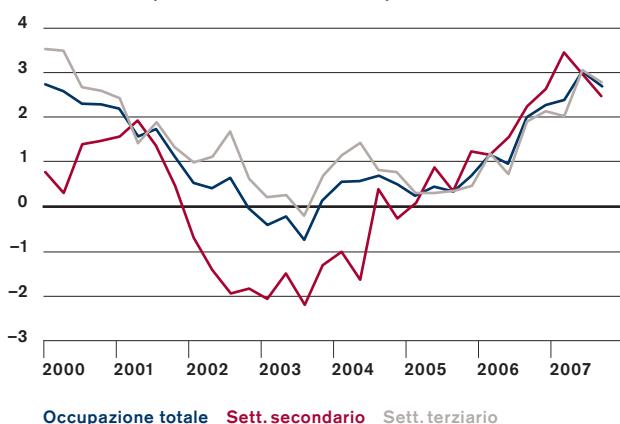
Slancio del mercato del lavoro

Seppur con un po' in ritardo, l'occupazione ha reagito in modo convinto alla ripresa congiunturale. Quest'anno essa dovrebbe registrare un rialzo del 2,5% circa e, nel 2008, grossomodo dell'1,2%. Di conseguenza la sicurezza del posto di lavoro viene maggiormente percepita. Ciò sostiene i consumi privati, che, grazie a un rialzo del 2% circa nel periodo 2007/2008, dovrebbero fornire un significativo contributo alla crescita.

La vivace domanda nazionale ed estera per i beni di consumo e d'investimento svizzeri ha un effetto positivo sull'occupazione nel settore secondario, quello dell'industria, che per lungo tempo era stato all'ombra del settore dei servizi. Le innovazioni e razionalizzazioni, la rinnovata gamma di prodotti, la presenza in nicchie di mercato e un rigido controllo dei costi giocano a favore dei comparti industriali. Per le industrie che esportano, la svalutazione del CHF degli ultimi anni costituisce un ulteriore volano. Il ritrovato vigore dell'industria rappresenta un fattore positivo per la Svizzera. ab

L'occupazione trae particolarmente vantaggio dalla ripresa congiunturale. Fonte: Bfs

Variazione % rispetto al trimestre dell'anno precedente



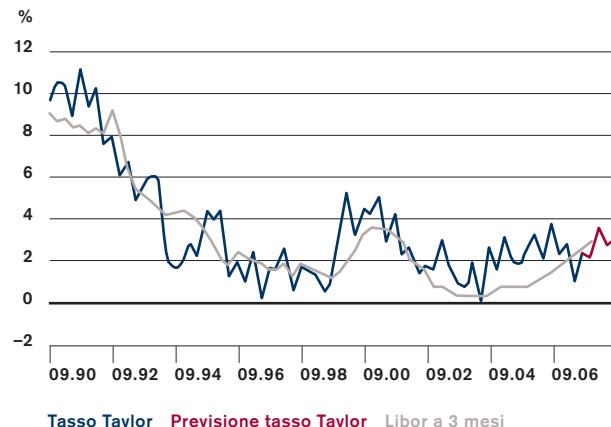
Tassi & obbligazioni

Rialzo dei tassi un'opzione, non una necessità

Sebbene le prospettive di crescita globali si siano offuscate, i dati fondamentali hanno mostrato ancora un quadro ottimistico per l'economia svizzera. Tuttavia sono cresciuti sia i rischi per la crescita che quelli inflazionistici. La funzione di reazione a livello di politica monetaria di John B. Taylor ci fornisce un'indicazione sul livello adeguato dei tassi nelle condizioni attuali. La figura 1 mostra quindi che un ulteriore rialzo dei tassi è un'opzione, ma non sussiste la necessità di un'azione immediata. Sebbene le previsioni della BNS relative all'inflazione sul più lungo termine siano superiori alle nostre, nel prossimo futuro difficilmente sussisterà una minaccia per la stabilità dei prezzi. Pertanto riteniamo che la BNS dia precedenza alla stabilizzazione economica prima che alla stabilità dei prezzi. **th**

Secondo la regola di Taylor, un rialzo dei tassi è un'opzione, ma non rappresenta una necessità.

Fonte: Bloomberg, Credit Suisse



Mercato azionario

Le azioni svizzere restano attraenti

Continuiamo ad apprezzare le azioni svizzere per via di una valutazione attraente, di una solida dinamica degli utili e di una situazione congiunturale favorevole alle azioni. Sebbene la crescita interna dovrebbe indebolirsi leggermente nel 2008, attestandosi all'1,9%, per il prossimo anno prevediamo fatturati e utili sopra la media per le imprese svizzere rispetto alle controparti europee. Ciò è da attribuirsi soprattutto alla solida crescita dell'economia nei paesi emergenti, di cui la Svizzera trae particolarmente vantaggio per via della solidità delle sue esportazioni. Inoltre l'anno prossimo le esportazioni verso l'UE, che rappresentano i $\frac{2}{3}$ delle esportazioni del paese, dovrebbero mostrare un andamento positivo grazie a un miglioramento delle condizioni macroeconomiche nel SEE e a un CHF debole. **db**

Il rapporto prezzo/utili delle azioni svizzere è pari attualmente a 13,3, il livello più basso da 12 anni.

Fonte: Credit Suisse, Bloomberg



Valute

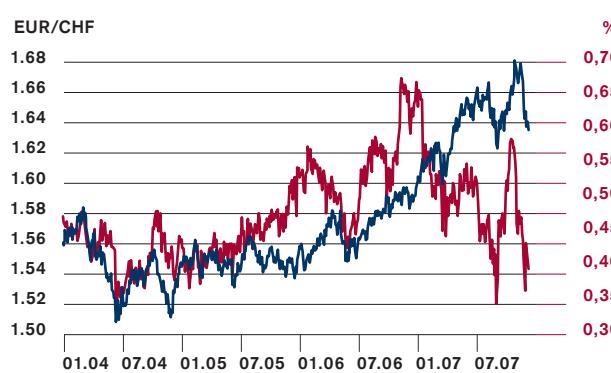
La maggiore volatilità sostiene il CHF

Di recente il CHF ha guadagnato notevolmente terreno rispetto alla maggior parte delle valute grazie al rialzo della volatilità sui mercati finanziari. A nostro giudizio la debolezza del CHF negli ultimi trimestri è dipesa soprattutto dal basso livello di volatilità.

In primo luogo siamo dell'idea che la fase delle scarse oscillazioni sui mercati finanziari sia terminata e che, in secondo luogo, il differenziale dei tassi dovrebbe progredire ancora leggermente a favore del CHF. Inoltre, dal momento che la valuta elvetica è notevolmente sottovalutata rispetto all'EUR, a nostro giudizio nei prossimi tre-sei mesi il CHF si rafforzerà nei confronti di EUR e USD. **mh**

Il rialzo della volatilità ha avuto una ripercussione negativa sui carry trade, favorendo quindi il CHF.

Fonte: Bloomberg, Credit Suisse



Tasso di cambio EUR/CHF (scala di sinistra)

Carry adeguato al rischio (tasso a 3 mesi in EUR meno tasso a 3 mesi in CHF diviso per la volatilità (implicita) a 3 mesi EUR/CHF)

Sintesi previsioni 27 novembre 2007

Azioni & materie prime: una selezione di indici

Fonte: Bloomberg, Credit Suisse

Selezione	Valore	Da inizio anno	Previsioni 3 M.	Target 12 M.
S&P 500	1'416,77	-0,1%	→	1'575
SMI	8'378,9	-4,6%	↗	10'200
FTSE-100	6'230	0,1%	↘	6'700
Euro Stoxx 50	4'248,4	3,1%	↗	4'700
Nikkei 225	14'888,77	-13,6%	↘	18'000
<hr/>				
Oro	764	19,9%	↗	
Petrolio	87	41,9%	↘	
Dow Jones AIG Commodity Index	351	11,63%	↗	

Cambi

Fonte: Bloomberg, Credit Suisse

	27.11.2007	3 M.	12 M.
USD/CHF	1.11	→	1.10–1.14
EUR/CHF	1.64	→	1.60–1.64
JPY/CHF	1.02	→	1.01–1.05
<hr/>			
EUR/USD	1.48	→	1.43–1.47
USD/JPY	109	→	106–110
EUR/JPY	161	↗	155–159
EUR/GBP	0.72	→	0.73–0.75
GBP/USD	2.07	→	1.94–1.98
<hr/>			
EUR/SEK	9.32	→	8.95–9.15
EUR/NOK	8.09	↘	7.60–7.80
<hr/>			
AUD/USD	0.88	↗	0.94–0.98
NZD/USD	0.76	↗	0.73–0.77
USD/CAD	1.00	↘	0.90–0.94

Economia svizzera (variazione % rispetto all'anno scorso)

Fonte: Credit Suisse

	2006	2007E	2008E
Prodotto interno lordo (reale)	3,2	2,5	1,9
Consumi privati	1,5	2,0	1,9
Consumi pubblici	-1,4	-0,3	0,1
Investimenti in impianti e macchinari	8,9	8,4	2,8
Investimenti nel settore edilizio	-1,4	-1,1	-1,3
Esportazioni	9,9	8,3	4,0
Importazioni	6,9	5,2	3,8
<hr/>			
Occupazione	1,0	2,0	1,2
Disoccupazione in percentuale	3,3	2,8	2,6

Crescita reale del PIL in %

Fonte: Bloomberg, Credit Suisse

	2006	2007E	2008E
CH	3,2	2,5	1,9
UME	2,7	2,5	1,8
USA	3,4	2,1	1,9
GB	2,8	3,1	2,0
Giappone	2,2	1,7	1,5

Inflazione in %

Fonte: Bloomberg, Credit Suisse

	2006	2007E	2008E
CH	1,1	0,7	1,1
UME	2,2	1,9	2,2
USA	3,2	2,7	2,5
GB	2,3	2,2	2,0
Giappone	0,3	-0,1	0,1

Tassi a breve termine LIBOR a 3M

Fonte: Bloomberg, Credit Suisse

	27.11.2007	3 M.	12 M.
CHF	2,75	→	2,9–3,1
EUR	4,72	↘	4,0–4,2
USD	5,06	↘	3,8–4,0
GBP	6,56	↘	5,4–5,6
JPY	0,95	↘	1,0–1,2

Rendimento titoli di stato a 10 anni

Fonte: Bloomberg, Credit Suisse

	27.11.2007	3 M.	12 M.
CHF	2,84	↗	3,1–3,3
EUR	4,04	→	4,3–4,5
USD	3,95	→	4,2–4,4
GBP	4,59	→	4,9–5,1
JPY	1,50	↗	1,8–2,0

Informazioni importanti

Le informazioni e le opinioni espresse in questa relazione sono state prodotte dal Credit Suisse al momento della pubblicazione e sono suscettibili di modifiche in ogni momento. Il documento è stato redatto unicamente a scopo informativo e non rappresenta pertanto né un'offerta né un'invito, da parte o per conto del Credit Suisse, ad acquistare o vendere un determinato titolo o strumenti finanziari collegati, o a partecipare ad eventuali strategie di trading in un determinato ordinamento giuridico. La presente relazione è stata redatta senza prendere in considerazione gli obiettivi, la situazione finanziaria o le esigenze di determinati investitori. Il documento non contiene alcuna raccomandazione di natura legale, contabile, fiscale o d'investimento. Inoltre, non costituisce in nessun modo una dichiarazione d'investimento o di strategia personalizzata o adeguata alle condizioni individuali del cliente, né qualsiasi altra raccomandazione personale rivolta a determinati investitori. Qualsiasi riferimento a performance passate non costituisce necessariamente un'indicazione per i risultati futuri.

Sebbene le informazioni sono state raccolte e hanno preso spunto da fonti ritenute attendibili, il Credit Suisse non rilascia alcuna garanzia sulla loro accuratezza o completezza. Il Credit Suisse declina ogni responsabilità per eventuali perdite derivanti dal loro uso.

LA PRESENTE RELAZIONE E LE EVENTUALI COPIE NON POSSONO ASSOLUTAMENTE ESSERE INViate, PORTATE O DISTRIBUITE NEGLI STATI UNITI O A CITTADINI STATUNITENSI. In determinati ordinamenti giuridici, la distribuzione delle relazioni di ricerca può essere soggetta a limitazioni dalle leggi e dai regolamenti locali.

La presente relazione è distribuita dal Credit Suisse, un istituto di credito svizzero autorizzato e soggetto al regolamento della Commissione federale svizzera delle banche.

È proibito riprodurre la presente relazione, interamente o in parte, senza il permesso scritto del Credit Suisse. Copyright © 2007 del Credit Suisse Group e/o delle sue affiliate. Tutti i diritti riservati.

Sigla editoriale Invest

Editore Credit Suisse, Casella postale 2, 8070 Zurigo **Redazione** Alois Bischofberger (ab), d. ssa Anja Hochberg (ah), Marcus Hettinger (mh), Tobias Merath (tm), David Brönnimann (db)

Traduzione italiana Alleva Übersetzungen, Baar **Marketing** Veronica Zimnic **E-mail** redaktion.bulletin@credit-suisse.com **Internet** www.credit-suisse.com/infocus **Inserzioni** Pauletto GmbH, Daniel Pauletto e Philipp Vonarburg, Kleinstrasse 16, 8008 Zurigo, telefono/fax +41 43 268 54 56, E-mail ph.vonarburg@gmail.com **Stampa** NZZ Fretz AG **Riproduzione** con l'indicazione «tratto dal Bulletin del Credit Suisse»

Investment Focus



Un tema costante **Total Return**

In agosto il Credit Suisse ha dato vita al tema del «total return». Le nostre previsioni su un rialzo della volatilità sui mercati finanziari sono risultate fondate. Per via di una crescente incertezza sulla congiuntura negli USA il clima di mercato risulta molto difficile. Negli ultimi 3 mesi i principali indici hanno registrato pesanti perdite. Le favorevoli condizioni di mercato degli ultimi 4 anni appartengono al passato. L'USD debole il prezzo del petrolio e la recente crisi finanziaria sono una miscela esplosiva che continuerà a incidere negativamente sui mercati finanziari.

Il rischio di correzioni più numerose e consistenti sottolinea la necessità di strumenti con un approccio total return.



Approccio innovativo **HOLT**

L'approccio innovativo per individuare le azioni sottovalutate HOLT è un sistema di valutazione che misura il valore aggiunto reale di una società, determinando le spese e gli utili reali che incidono sul capitale. Vengono esaminate la performance operativa, la valutazione della società e la dinamica del relativo mercato.

Si possono così identificare le azioni più attraenti valutandone l'efficienza. Dei back-testing intensivi hanno mostrato che questo procedimento valuta sistematicamente le azioni che evidenziano un'outperformance rispetto ai benchmark.

Scoprite all'interno dell'Investment Focus HOLT in che modo potete investire avvalendovi di un approccio sistematico.



Solidità **Gli stati del Golfo**

Nel Golfo si trova il 42% delle riserve di petrolio e il 24% di quelle di gas.

I prezzi record di olio e gas sostengono il boom della regione. La crescita degli stati del Golfo per il 2007 è stimata a +6,1%, quasi 3 volte quella degli USA.

Una crescita continua viene assicurata, oltre che dalle riserve di petrolio e di gas, anche da un boom delle infrastrutture, da un fiorente mercato immobiliare e dalla crescente domanda nella regione. Dopo la correzione dell'ultimo anno, anche i mercati azionari dell'area tornano a offrire attraenti opportunità d'ingresso.

Ciò ci ha spinti a lanciare l'Investment Focus «Gulf Countries». Scoprite come prendere parte a tale crescita in qualità di investitori.

L'Investment Focus è una pubblicazione tematica che si basa sulle idee della sezione Research del Credit Suisse. Oltre ai principali fatti relativi ad attraenti temi d'investimento, la brochure viene arricchita dalla presentazione di soluzioni d'investimento adeguate.

Il Credit Suisse offre un'ampia gamma di soluzioni d'investimento, quali prodotti strutturati, investimenti alternativi, prodotti sul mercato dei cambi e fondi comuni che fanno riferimento a questi e ad altri temi.

Per ulteriori informazioni vi preghiamo di rivolgervi al vostro consulente personale per la clientela o al contatto riportato qui di seguito.

**Contatto Maria Dolores Lamas, Managing Director,
Responsabile Financial Products & Investment Advisory**

Telefono: +41 44 333 31 22

E-mail: structured.investments@credit-suisse.com

Internet: www.credit-suisse.com/structuredproducts

Intranet: <http://buffet.csintra.net/focus>

Credit Suisse Sostegno



Nuovo direttore per la Fondazione del Giubileo del Credit Suisse

Anche nel 2007, l'anno successivo al 150° anniversario del Credit Suisse, la Fondazione del Giubileo ha elargito cospicui contributi alla promozione di benessere sociale, cultura e scienza. L'ente sostiene associazioni e istituzioni che si impegnano a favore delle persone fisicamente e mentalmente disabili, come la Fondazione Lukashaus di Grabs, l'ospizio Kontiki di Zuchwil e la Fondazione MyHandicap. Viene inoltre portato un aiuto di pronto intervento in caso di catastrofi ambientali, come quest'anno nella regione di Huttwil e nella zona di Einsiedeln/Ybrig. Altrettanto importante è il contributo alla Fondazione Mirja Sachs, creata nel 1987 da Gunter e Mirja Sachs, che opera secondo il principio «aiuto rapido per i bambini bisognosi». Nel 2007 l'aiuto è andato al Day Care Center di Kylemore. A settembre c'è stato un avvicendamento in seno alla Direzione della Fondazione del Giubileo, presieduta da Walter B. Kielholz: dopo 17 anni Joseph Jung ha infatti passato il testimone a Fritz Gutbrodt (foto), responsabile Chairman's Office del Credit Suisse Group. mar

www.credit-suisse.com/foundation
www.credit-suisse.com/responsibility

La risorsa più preziosa della Svizzera necessita dei migliori intermediari

La Svizzera può difendere la propria forza economica solo grazie a un grande impegno nel campo della formazione. Su iniziativa di Hans-Ulrich Doerig, vicepresidente del CdA del Credit Suisse, nel 2006 è stato creato il «Credit Suisse Award for Best Teaching», con cui le università e le scuole universitarie professionali onorano i migliori docenti. Di seguito continuamo l'elenco dei premiati, iniziato nel numero 5/2006 del Bulletin: prof. Denis Duboule, direttore del Dipartimento di zoologia e biologia animale, Università di Ginevra; prof. Thomas Gmür, Laboratorio di meccanica applicata e analisi di affidabilità, Politecnico di Losanna; prof. dott. Lutz Jäncke, Istituto di psicologia, Università di Zurigo; prof. dott. Torsten Tomczak, Istituto per il marketing e il commercio, Università di San Gallo; prof. ssa Germana D'Alessio, resp. Servizio Lingue e Mobilità, e Angelo Nuzzo, Dip. Scienze aziendali e sociali, SUPSI; Markus Zimmermann-Acklin, Istituto di etica sociale, Università di Lucerna; prof. Otto Künzle, Istituto di ingegneria edile, ETH di Zurigo. mar

www.credit-suisse.com/foundation
www.credit-suisse.com/responsibility

Due donne insignite dell'«Empiris Award for Research in Brain Diseases»

Amedeo Caflisch, professore presso l'Istituto di biochimica dell'Università di Zurigo, ha potuto consegnare per la seconda volta il prestigioso «Empiris Award for Research in Brain Diseases».

Nel 2006 il premio era stato attribuito a Mathias Heikenwälder per i suoi contributi alla ricerca sul morbo di Creuzfeldt-Jakob, mentre quest'anno è stato assegnato a Marlen Knobloch dell'Università di Zurigo e a Eline Vrieseling dell'Università di Basilea per le loro tesi di dottorato nell'ambito della neuroscienza.

In qualità di direttore dell'Istituto di ricerca sul cervello dell'Università di Zurigo, il professor Martin E. Schwab ha onorato gli straordinari risultati delle due vincitrici. Marlen Knobloch ha sviluppato un nuovo modello di topi transgenici al fine di verificare delle ipotesi in relazione all'origine dell'Alzheimer, mentre Eliane Vrieseling si è occupata di cellule nervose che partono dal midollo spinale. La giuria era presieduta dal professor Heinrich Ursprung, membro del consiglio di fondazione della Fondazione Empiris. mar

www.empiris.ch
www.credit-suisse.com/responsibility

Credit Suisse EMEA Per creare uno spirito comunitario

La beneficenza crea valore aggiunto

Intervista: Michèle Bodmer

Per valutare la forza di un'azienda non basta più consultarne i bilanci. Oggi le imprese di successo assegnano un'importanza strategica anche al loro ruolo sociale con l'obiettivo di «restituire qualcosa» alle comunità in cui operano. Bella Berns, responsabile delle attività filantropiche del Credit Suisse EMEA, spiega l'importanza di trovare il giusto equilibrio tra profitto e spirito comunitario.

Bulletin: Lei coordina da circa un anno le attività filantropiche del Credit Suisse EMEA (Europe, Middle East and Africa). Da quando si interessa a queste tematiche?

Bella Berns: Mia madre era a capo di un'organizzazione locale statunitense che forniva consulenza legale e alloggi protetti a donne e bambini che subivano sopraffazioni o vivevano abusivamente in case occupate. Sono quindi cresciuta in una famiglia socialmente impegnata, dove mi è stato instillato il concetto di «restituzione» alla comunità.

Come descriverebbe il suo lavoro?

Sono entrata al Credit Suisse per ristrutturare le attività filantropiche della divisione EMEA, dalla formazione di un team alle donazioni aziendali ai contributi in tempo e denaro dei collaboratori. Il mio compito principale è di dare un'impronta più strategica al nostro impegno filantropico.

In cosa consiste l'iniziativa Philanthropy Services?

È un servizio di consulenza rivolto ai clienti che prediligono l'efficienza. Abbiamo lanciato questo progetto pilota in settembre nel Regno Unito dopo aver constatato che molti clienti desideravano contribuire da subito (non soltanto tramite lasciti) a opere di beneficenza e partecipare in modo più

diretto alla vita delle rispettive comunità, a livello locale e internazionale. Compito non facile, dato che non esistono standard legali sovrnazionali, le opere di beneficenza meritevoli sono moltissime e il quadro fiscale è spesso piuttosto confuso. Molti imprenditori si rivolgono a noi affinché le loro donazioni siano strategiche ed efficienti.

Lei prima ha parlato di «impronta più strategica». Cosa intende dire?

Finora la divisione ha supportato le organizzazioni di beneficenza con un budget limitato, che prevedeva singole donazioni di circa 20 000 dollari. Tuttavia, se da una parte ciò ci consentiva di contattare molte istituzioni, dall'altra rendeva difficile misurare l'impatto effettivo sulla comunità nell'arco di 5–10 anni. Ora sappiamo che è fondamentale valutare il riscontro sociale del nostro impegno, in modo da «fare la differenza» in un'ottica sostenibile e di lungo periodo. Nel 2008 restringeremo il campo d'azione, focalizzandoci su 5–10 partner che riceveranno più fondi per più tempo.

Secondo lei, filantropia aziendale significa semplicemente «distribuire ricchezza»?

Oggi, quando si parla di filantropia aziendale si intende la donazione sia di denaro

sia di tempo dei propri collaboratori a cause e programmi meritevoli di organizzazioni non profit. Le opere di beneficenza vengono selezionate al fine di consolidare i valori fondamentali dell'azienda, optando per le tematiche sociali più in linea con i propri ideali e interessi.

E qual è l'approccio adottato dal Credit Suisse EMEA?

Il Credit Suisse come azienda intende profilarsi come «buon partner» all'interno delle aree in cui opera. Tra i nostri obiettivi imprenditoriali c'è quello di contribuire al miglioramento della comunità locale nell'interesse di tutti i suoi membri. Lo facciamo ampliando le opportunità di formazione e rafforzando lo sviluppo economico tramite l'occupazione lavorativa, allo scopo di favorire la crescita delle competenze individuali per diventare membri attivi della società. Operiamo in queste comunità non solo per guadagnare denaro, ma anche per creare un contesto di sostenibilità.

Dove si situa il confine tra filantropia e interesse commerciale?

Naturalmente le aziende hanno sempre presente il valore aggiunto per il proprio business e il miglioramento del loro profilo: anche le attività filantropiche possono servire allo scopo. Il vantaggio più diretto per il Credit Suisse è lo sviluppo professionale e personale dei dipendenti tramite il volontariato a favore della comunità. Queste iniziative, che promuovono la nostra reputazione di «buon partner», possono anche diventare un fattore di differenziazione che induce



In alto (da sinistra): Joshua imbuca una lettera con la sedia a rotelle di Whizz-Kidz, premiato dal Credit Suisse come progetto di beneficenza dell'anno. **Bella Berns,** responsabile delle attività filantropiche per l'EMEA. **In basso (da sinistra):** volontariato per Habitat for Humanity. Un insegnante di Teach First (www.teachfirst.org.uk) alle prese con gli studenti.

potenziali candidati a scegliere la nostra azienda. In ultima analisi, il Credit Suisse ha degli azionisti, e non può certo permettersi di fare donazioni per un miliardo di dollari, però – in veste di impresa responsabile – può destinare parte dei suoi profitti per portare un cambiamento significativo nelle comunità in cui opera.

Perché è così importante che i collaboratori facciano volontariato con il supporto dell'azienda?

Quando i collaboratori utilizzano talenti e competenze in ambiti diversi da quello lavorativo, come l'impegno a favore della comunità, sviluppano anche le loro capacità professionali e personali. Perciò li incoraggiamo a dedicare una giornata all'anno, retribuita da noi, al volontariato.

La sua sede di lavoro è Canary Wharf, un distretto in piena espansione. Cos'ha di particolare?

Canary Wharf è situato nel quartiere di East London, una delle aree attualmente più depauperate non solo del Regno Unito, ma di tutta l'Europa, con un alto tasso di immigrati per i quali l'inglese è la seconda o terza lingua. Ci sono famiglie senza lavoro, prive di un'istruzione adeguata, che vivono in povertà in una città molto cara.

Quali iniziative supporta il Credit Suisse nella regione di Londra e come le seleziona?

A livello mondiale, il Credit Suisse si focalizza sull'istruzione e noi dell'EMEA puntiamo alla formazione dei giovani. In quest'ottica definiamo innanzitutto le priorità

per quanto riguarda l'accesso all'istruzione e l'alfabetizzazione, poi cerchiamo i metodi più collaudati per affrontarle mediante partnership con istituzioni di beneficenza innovative. Nel quartiere di East London, uno degli ostacoli è dato dalle assenze e dall'esclusione dal sistema scolastico ufficiale. Noi lavoriamo con istituti di beneficenza che aiutano i bambini a tornare sui banchi di scuola. Ogni anno di formazione infatti aumenta le opportunità di lavoro e tutti gli effetti positivi correlati. I bambini, del resto, saranno i nostri collaboratori o clienti di domani, perciò formarli giova anche al business di lungo periodo.

Come affrontate il tema dell'istruzione in altre regioni?

Con l'aiuto delle sedi locali identifichiamo i problemi specifici della comunità. Per esempio, abbiamo capito che anche Parigi, come East London, ha una forte popolazione immigrata non integrata nel sistema scolastico. A Parigi affiancheremo organizzazioni che si adoperano efficacemente sul fronte dell'integrazione.

Che importanza riveste la filantropia, in particolare nei mercati emergenti?

Guardando solo all'Europa dell'Est, al Medio Oriente e potenzialmente al Sud Africa, per il Credit Suisse è importante assumere il ruolo di leader in questa comunità, dato che sviluppiamo business plan e relazioni in loco. Dobbiamo diventare un partner sociale e investire risorse in queste zone a lungo termine, non limitandoci a generare profitti.

Asia Pacifico, Europa dell'Est e Medio Oriente sono anche le regioni con il più alto potenziale di crescita di clienti facoltosi dediti alle donazioni. È interessante notare come tutto sia collegato: la creazione di ricchezza favorisce l'attenzione di questi clienti verso le condizioni della popolazione più svantaggiata in quelle regioni. I nostri clienti private banking che oggi svolgono attività filantropiche lo fanno in modo molto più strategico e a un'età molto più giovane rispetto al passato. Per loro è importante avere come partner un'azienda che sta facendo la sua parte nella società. <

Credit Suisse Volontariato e iniziative per i bambini

«Non ti rincresca aver posto la tua mano sotto il suo mento» (Ovidio)

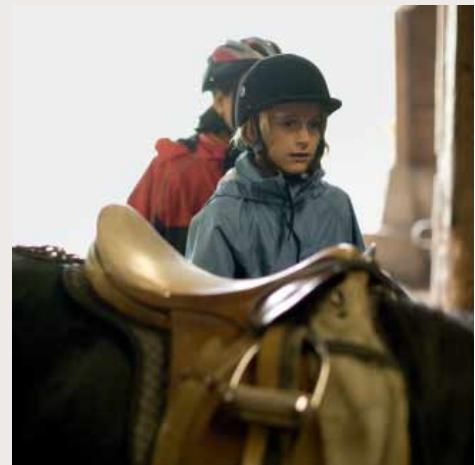
Testo: Mandana Razavi

Questo invito ad aiutare una persona in difficoltà, nel caso specifico un naufrago, è stato accolto da numerosi collaboratori del Credit Suisse nell'ambito di varie iniziative.

I progetti di volontariato sono un toccasana per tutte le parti coinvolte, come testimoniano vari esempi. Fra questi figura la vendita di fiori che il comparto Trade Finance del Credit Suisse ha effettuato in estate a Paradeplatz in favore della lega contro il cancro di Zurigo, di cui ricorrono i 50 anni, nonché l'aiuto che ha prestato alla festa musicale dell'istituto per disabili Humanitas di Horgen e alla giornata di giochi della Fondazione Brühlgut di Winterthur.

La giornata della minestra viene organizzata in tutta la Svizzera, ogni novembre, dalla Fondazione Mense svizzera. Nel 2007 il Credit Suisse ha gestito 30 punti vendita. Il ricavato della vendita di minestre preparate e servite da personaggi illustri serve ad acquistare viveri per istituti sociali.

Sempre in novembre, il Kids Day ha permesso a molti bambini di età compresa fra i 10 e i 16 anni di sbirciare nel mondo lavorativo dei loro genitori e, chissà, di capire qualche segreto in prospettiva di una carriera. Di età compresa fra i 5 e i 12 anni erano invece i bambini che durante le vacanze autunnali hanno risposto all'offerta del servizio per l'accudimento dei figli trascorrendo due giornate avvincenti al centro di arrampicata Milandia di Greifensee e al centro Pony KiTi di Hausen am Albis. <



Sostenere il prossimo con azioni di volontariato: vendita di fiori per la Lega contro il cancro (sopra a sinistra) e giornata della minestra (sopra a destra). I bambini in prima linea: il Kids Day (sotto a sinistra) e l'accudimento durante le vacanze autunnali (sotto a destra).

Credit Suisse Sponsoring



Il team BMW Sauber si impone come terza forza

Con 61 punti in carriera Nick Heidfeld ha brillantemente concluso al quinto posto la stagione 2007 di Formula 1, precedendo il compagno di squadra Robert Kubica che ha totalizzato 39 punti. Nella classifica costruttori, dopo la squalifica della McLaren, il team BMW Sauber ha addirittura conquistato il secondo posto alle spalle della Ferrari. Mario Theissen, direttore di BMW Motorsport, è oltremodo soddisfatto della sua seconda stagione in Formula 1, un «anno eccezionale» in cui la scuderia BMW Sauber si è affermata come terza forza e nell'ultima gara ha persino infranto la magica soglia dei cento punti. Dopo il 2° posto ottenuto in Canada e il 3° posto al GP d'Ungheria, l'anno prossimo Nick Heidfeld punterà alla sua prima vittoria in una gara di Formula 1. Questo obiettivo è peraltro stato sfiorato da Robert Kubica, che a Shanghai si è ritrovato in testa alla corsa per due giri prima di abbandonare per un guasto tecnico. La fortuna ha invece arrisso al pilota polacco in occasione del suo terribile incidente di Montreal, dal quale è uscito praticamente intatto. A Hinwil e Monaco proseguono intanto a pieni giri i lavori di messa a punto della nuova monoposto. sds

Informazioni ai siti www.bmw-sauber-f1.com e www.credit-suisse.com/f1.

Con la nazionale di calcio guardando al Sudafrica

«Siamo fieri di rimanere anche in futuro il principale partner del calcio svizzero», afferma Urs Dickenmann, responsabile Private Banking Switzerland al Credit Suisse. Fra i momenti più esaltanti della collaborazione con la Federcalcio, avviata nel 1993, figura la partecipazione della nazionale al Mondiale del 1994 negli Stati Uniti e del 2006 in Germania così come la presenza all'Europeo del 1996 in Inghilterra e del 2004 in Portogallo, appuntamenti cui si aggiungerà EURO 2008 in Svizzera e Austria. «Per noi sarebbe fantastico poter continuare sull'onda di questo successo qualificandoci per il Mondiale 2010 in Sudafrica», sottolinea Dickenmann. I progressi già realizzati e quelli futuri poggiano sulla formazione professionale dei giovani, verso cui confluisce la metà dei contributi conferiti dal Credit Suisse. Per sottolineare questo aspetto, dall'estate prossima i quattro centri di formazione di Payerne, Emmen, Tenero e Huttwil si chiameranno «Credit Suisse Academies». Ora anche le selezioni femminili sono sostenute dal Credit Suisse. C'è quindi da scommettere che i successi delle giovani U19 troveranno presto conferma anche a livello di nazionale maggiore... schi

Informazioni ai siti www.football.ch e www.credit-suisse.com/calcio.

Quando la parte del leone spetta... ai cavalli

Dal 24 al 27 gennaio 2008 il CSI di Zurigo in programma all'Hallenstadion festeggerà il suo 20° compleanno. In veste di sponsor principale, il Credit Suisse sostiene questo ricco torneo ippico che sa coniugare magistralmente spettacolo e sport di punta. Mercedes Benz, partner della prima ora, sarà nuovo title sponsor della manifestazione. Il CSI di Zurigo ha già avuto un preludio in ottobre con un pomeriggio dedicato ai bambini sulla «Sechseläutenwiese», dove i più piccoli hanno avuto la possibilità di andare a cavallo e chiedere autografi.

Nelle tre domeniche del 3, 10 e 17 febbraio, sulla scia di una lunga tradizione iniziata nel 1907 con le prime corse ippiche internazionali, St. Moritz ospiterà il White Turf sulla superficie ghiacciata del proprio lago. Il Credit Suisse in veste di sponsor principale dedica la sua attenzione soprattutto allo skijöring, una disciplina esclusiva in cui uno sciatore viene trainato da un cavallo. Il vincitore della classifica generale può fregiarsi per un anno del titolo di «Re dell'Engadina». La manifestazione inizierà con il GP Credit Suisse di Celerina, seguito dal GP di Sils e dal Grand Prix Credit Suisse. schi

Informazioni ai siti www.mercedes-csi.ch e www.whiteturf.ch.

Kunsthaus di Zurigo Scoprire l'importanza dell'europop



Nel pop il Vecchio e il Nuovo Mondo si incontrano

L'espressione «pop art» ha fatto la sua prima comparsa a Londra nel 1955. Dopo un lungo cammino partito dall'entusiasmo di architetti, teorici e artisti britannici, passato attraverso gli artefatti dei produttori di immagini di massa commerciali americani, alla fine degli anni Sessanta si è arrivati a una pittura di motivi pop, in uno stile variopinto che ha imperversato in tutto il mondo. Un percorso che ha incrociato le carriere di diversi artisti e movimenti.

Nella prima grande mostra del nuovo anno il Kunsthaus di Zurigo, con il sostegno del Credit Suisse, invita a ripercorrere questo cammino: un percorso non sempre facile, ma decisamente avvincente. L'espressione «europop» ricorda proprio quanto siano legate tra loro l'Europa occidentale e gli Stati Uniti nel pop, stile che generalmente è considerato arciamericano. Forse la pop art è solo un effetto collaterale di un'ampia fusione culturale. Non esiste l'europop senza la cultura commerciale americana; non esiste la pop art senza le avanguardie – Dadaismo, Surrealismo – del Vecchio Mondo.

La mostra, in programma dal 15 febbraio al 12 maggio, presenta opere dei seguenti artisti: Thomas Bayle, Peter Blake, Pauline Boty, KP Brehmer, Erró, Öyvind Fahlström, Franz Gertsch, Domenico Gnoli, Raymond Hains, Richard Hamilton, David Hockney, Alain Jacquet, Allen Jones, Jean-Jacques Lebel, Konrad Lueg, Eduardo Paolozzi, Peter Phillips, Michelangelo Pistoletto, Sigmar Polke, Martial Raysse, Gerhard Richter (foto: Aerei da caccia Phantom, 1964), Mimmo Rotella, Niki de St. Phalle, Peter Stämpfli, Wolf Vostell. www.kunsthaus.ch

Singapore Innovation in Art

Collaborazione con il Singapore Art Museum

Il museo di belle arti di Singapore è ospitato in un edificio scolastico storico, restaurato in modo esemplare, della ex St. Josephs Institution, dove viene conservata la collezione d'arte nazionale. Con 13 gallerie e oltre 4000 capolavori presenta la più grande collezione d'arte del Sud-est asiatico del XX secolo presente nella regione, anche se il SAM – questa l'abbreviazione con cui è comunemente conosciuto – è stato aperto solo nel 1996.

Si considera quindi felice il Credit Suisse, e in particolare François Monnet, responsabile Private Banking Southeast Asia and Australasia, della collaborazione permanente, per il momento fino al 2010, resa nota il 26 ottobre in occasione dell'inaugurazione della mostra sul più famoso artista indonesiano, Affandi (1907–1990). Il SAM è importante per lo sviluppo e l'apprezzamento dell'arte dell'Asia sud-orientale e svolge un notevole lavoro di intermediazione per il pubblico, ha sottolineato Monnet. Una linea che si addice alla perfezione alla filosofia culturale del Credit Suisse. La banca dà grande valore anche alla promozione dei giovani artisti, il cui talento è importante per lo sviluppo dell'arte e della società. Monnet ha accennato anche all'importanza dell'Asia sud-orientale per il Credit Suisse, rappresentato in questa regione da oltre 35 anni e dove attualmente conta 4000 collaboratori.

Altrettanta soddisfazione per la collaborazione è stata espressa dal direttore del Singapore Art Museum, Kwok Kian Chow, che con il titolo di «Innovation in Art» gli permette di realizzare tutta una serie di interessanti mostre sugli artisti del Sud-est asiatico, ma anche, a titolo complementare, ad esempio su Alberto Giacometti. Inoltre, già da molto tempo, il Credit Suisse a Singapore è sinonimo di «Friend of the Arts» e «Friend of Heritage». schi

Maggiori informazioni ai siti www.nhb.gov.sg/SAM e www.credit-suisse.com/infocus.

Série Credit Suisse Cinque concerti per violino a Ginevra



Nel 2008 l'Orchestra della Svizzera Romanda celebra il 90° anniversario

L'Orchestra della Svizzera Romanda fu fondata a Ginevra nel 1918 da Ernest Ansermet, che la diresse per mezzo secolo conferendole grande lustro. Fra i direttori artistici e musicali succeduti al grande maestro romando figurano Wolfgang Sawallisch (1970–80), Armin Jordan (1985–97), Pinchas Steinberg (2002–05) e, attualmente, Marek Janowski. Grazie a interpretazioni di elevato livello e alla stretta collaborazione con Radio Suisse Romande, l'Orchestra della Svizzera Romanda ottenne sin dagli esordi i favori di milioni di ascoltatori in patria e all'estero. L'orchestra si annovera fra le filarmoniche di maggior spicco nel repertorio della musica contemporanea e ha già presentato una ventina di prime a livello mondiale. Sostenuta dal Credit Suisse in qualità di

sponsor principale sin dal 1991, nel 2008 l'orchestra festeggerà i 90 anni di attività. Nell'ambito di tale ricorrenza verrà organizzata la «Série Credit Suisse», che prevede cinque concerti per violino. Sull'arco dell'anno, nella Victoria Hall di Ginevra si esibiranno cinque musicisti che hanno dinanzi a sé una brillante carriera ma che già vantano un curriculum di tutto rispetto. La rassegna si aprirà lunedì 14 aprile con Julia Fischer. Seguiranno giovedì 15 maggio Yossif Ivanov, venerdì 27 giugno Renaud Capuçon e giovedì 4 settembre Hilary Hahn. Il ciclo si chiuderà venerdì 5 dicembre con l'esibizione di Arabella Steinbacher accompagnata dall'orchestra che sarà diretta, come nel concerto d'esordio, dallo stesso Janowski.

schi

Programma dell'anniversario Victoria Hall, Ginevra

14 aprile 2008, ore 20.00

Marek Janowski, direttore, Julia Fischer, violino
Béla Bartók: Concerto per violino n. 1 (1907–08), opera postuma

Wolfgang Amadeus Mozart: Sinfonia n. 29 in la maggiore KV 201

Béla Bartók: Concerto per violino n. 2

15 maggio 2008, ore 20.00

Thomas Rösner, direttore, Yossif Ivanov, violino
Sergej Prokofev: Concerto per violino e orchestra n. 1 in re maggiore op. 19
Béla Bartók: Suite di danze, per orchestra
Ludwig van Beethoven: Concerto per violino e orchestra in re maggiore op. 61

27 giugno 2008, ore 20.00

Walter Weller, direttore, Renaud Capuçon, violino
Wolfgang Amadeus Mozart: Concerto per violino e orchestra n. 3 in sol maggiore KV 216
Félix Mendelssohn: Sinfonia n. 4 in la maggiore op. 90, detta «Italiana»
Wolfgang Amadeus Mozart: La Clemenza di Tito, ouverture
Félix Mendelssohn: Concerto per violino e orchestra in mi minore op. 64

4 settembre 2008, ore 20.00

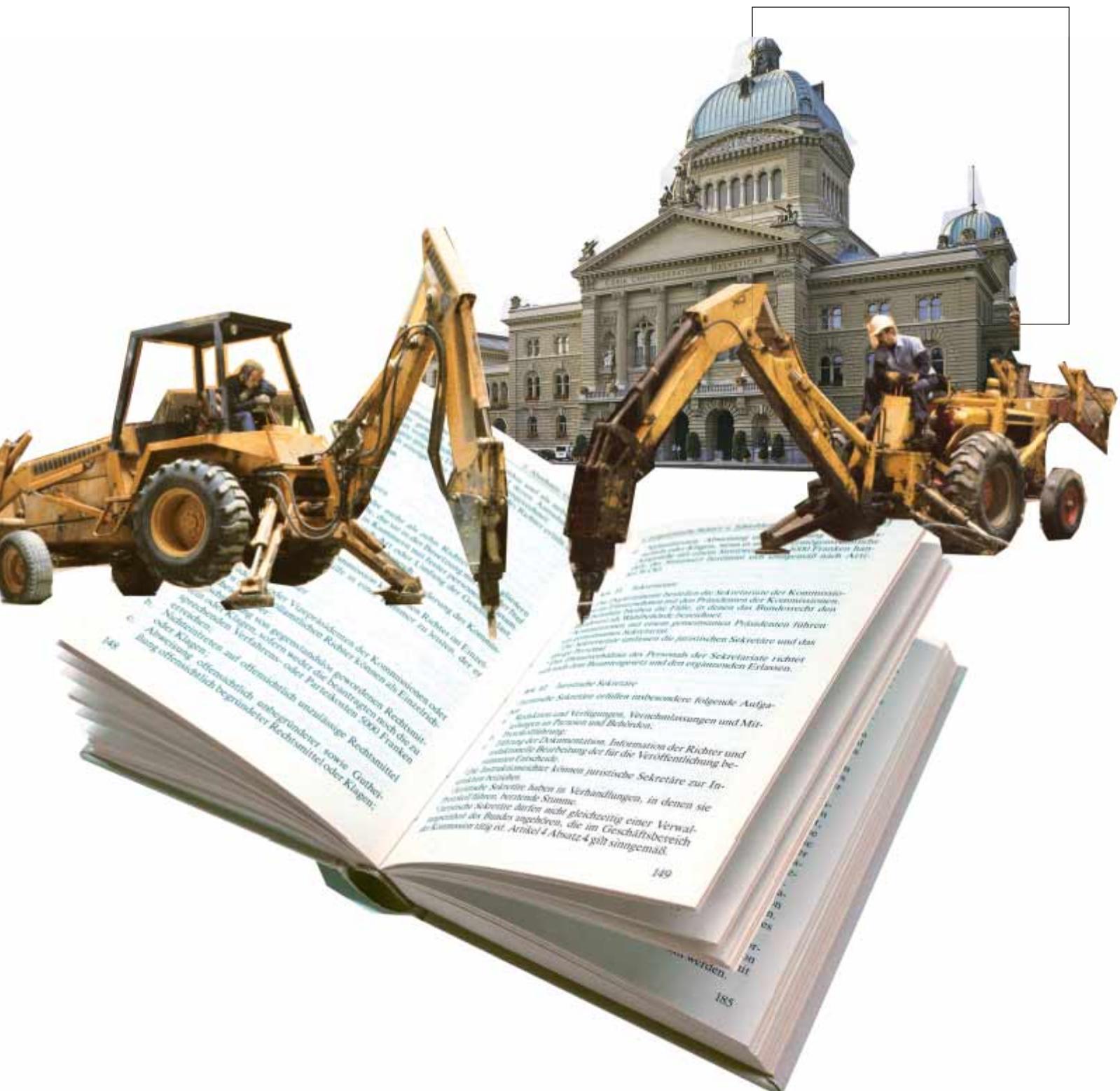
Gilbert Varga, direttore, Hilary Hahn, violino
Ludwig Spohr: Concerto per violino n. 8 in la minore op. 47 («In modo d'una scena cantante»)
Ludwig van Beethoven: Sinfonia n. 8 in fa maggiore op. 93
Petr Ilic Cajkovskij: Concerto per violino in re maggiore op. 35

5 dicembre 2008, ore 20.00

Marek Janowski, direttore, Arabella Steinbacher, violino
Wolfgang Amadeus Mozart: Concerto per violino n. 4 in re maggiore KV 218
Franz Schubert: Sinfonia n. 5 in si bemolle maggiore D 485
Alban Berg: Concerto per violino «Alla memoria di un angelo»

I grandi cantieri delle riforme

Legislatura 2007–2011



Oltre ad ospitare gli Europei di calcio, il Vecchio continente è teatro di una partita di tutt'altro tipo: la lotta concorrenziale fra piazze economiche. Per affermarsi gli Stati puntano su nuovi modelli fiscali nonché sulla riduzione del debito pubblico e dei vincoli legali. In Svizzera, nella Legislatura 2007–2011 il nuovo Parlamento è già atteso da alcuni importanti cantieri di riforme.

Testo: Petra Huth e Brigitte Dostert, Economic & Social Policy Research

Dal punto di vista prettamente economico, un intervento dello Stato è necessario solo davanti a un palese fallimento del mercato. In uno Stato sociale vi sono inoltre ulteriori motivi che richiedono l'intervento della mano pubblica. Ad esempio, il consenso sociale di base può esigere la creazione di una rete di protezione riguardo a malattia, vecchiaia e disoccupazione.

Lo Stato come guardiano e arbitro

All'inizio dello scorso secolo la situazione era diversa: lo Stato aveva una struttura rudimentale e molte mansioni spettavano a organizzazioni sociali ed economiche. Soltanto dopo la Seconda guerra mondiale sono aumentate le esigenze di regolamentazione e quindi i compiti e le spese degli apparati statali. Considerare l'intera questione dal solo punto di vista dei costi è tuttavia fuorviante, in quanto il rapporto tra Stato e mercato è nel frattempo cambiato: mentre in passato i cartelli economici erano considerati una parte attiva della regolamentazione di mercato, oggi sono ritenuti una minaccia per il benessere economico. Lo Stato ha quindi dovuto potenziare le proprie risorse di pari passo con l'allentamento della collaborazione con gli attori del mondo economico.

Oggi lo Stato è spesso proprietario, offrente, finanziatore, regolamentatore e controllore allo stesso tempo. La sua posizione di maggior forza è nel ruolo di proprietario e offrente, poiché in questi casi svolge perlopiù anche la funzione di finanziatore, legislatore e controllore. Questo aspetto è molto marcato nella scuola e nelle istituzioni sociali come case di riposo, asili nido o trasporti pubblici. Nella veste di regolamentatore e controllore, lo Stato si limita invece alla creazione di un quadro legislativo. Il continuo mutare delle esigenze implica una costante ridefinizione dei rapporti tra settore pubblico e mercato. Da una prospettiva di politica normativa occorre verificare se lo Stato debba rinunciare ad alcune funzioni oppure operare in modo più efficiente. Nell'ottica della prossima legislatura presentiamo in questo articolo due strumenti di riforma: le gare di appalto pubbliche per il trasporto ferroviario di persone e il principio del Cassis de Dijon per la deregolamentazione dei mercati dei beni (si veda il grafico in alto a pagina 52).

Gli appalti, porta di accesso ai mercati

In Svizzera lo Stato è in gran parte proprietario delle infrastrutture classiche come fer-

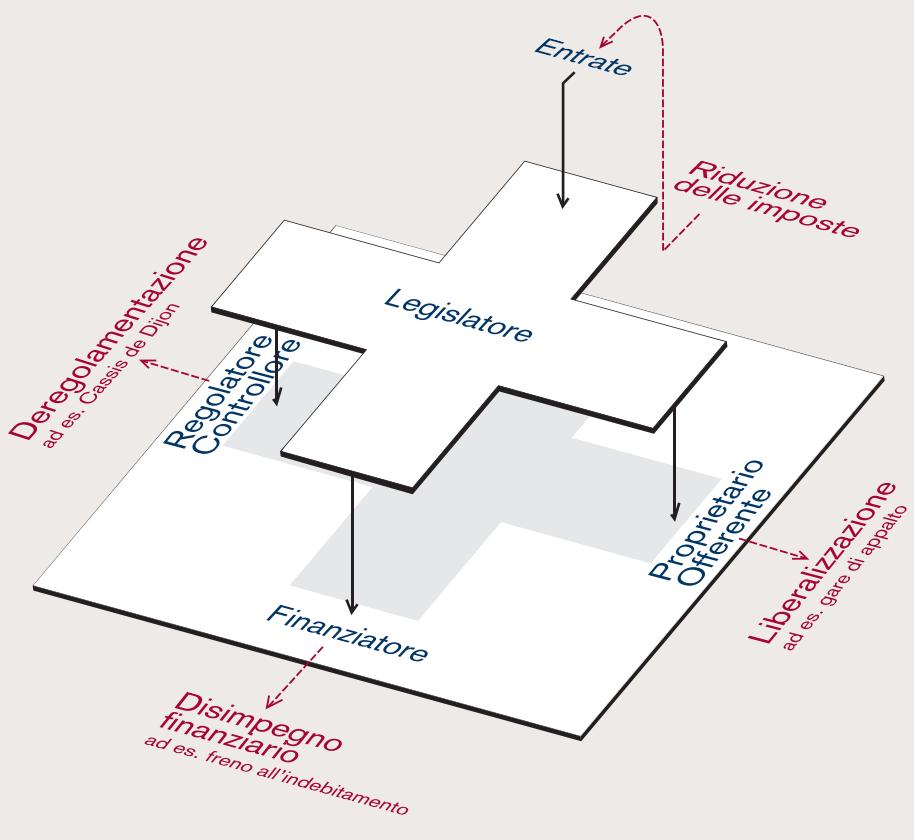
rovie, posta, telecomunicazioni, elettricità, gas e acqua, ambiti in cui per molto tempo è persino stato l'unico offerente. Ma in che modo esso può abbandonare la scena? La risposta: attraverso la privatizzazione delle aziende o l'apertura dei mercati.

Nelle telecomunicazioni tale apertura è stata ampiamente realizzata; nel settore postale, oltre al mercato dei pacchi, dal 1° aprile 2006 è accessibile agli operatori privati anche quello delle lettere a partire dai 100 grammi. Dopo un lungo e acceso dibattito, nella sessione primaverile 2007 è stata inoltre avviata l'apertura del mercato svizzero dell'energia elettrica, che a partire dal 2008 sarà liberamente accessibile ai clienti con un consumo annuo superiore a 100 000 kWh. Dopo cinque anni, sarà poi la volta dei clienti più piccoli e di tutti i nuclei familiari privati.

La liberalizzazione dei trasporti ferroviari ha preso il via con la riforma delle ferrovie. Mentre nel traffico merci si può già parlare di piena apertura del mercato, per il trasporto di persone la concorrenza è ancora pressoché nulla, sebbene la citata riforma abbia introdotto le gare di appalto con cui lo Stato può cedere al miglior offrente il diritto di operare come monopo- >

La politica economica nella croce svizzera

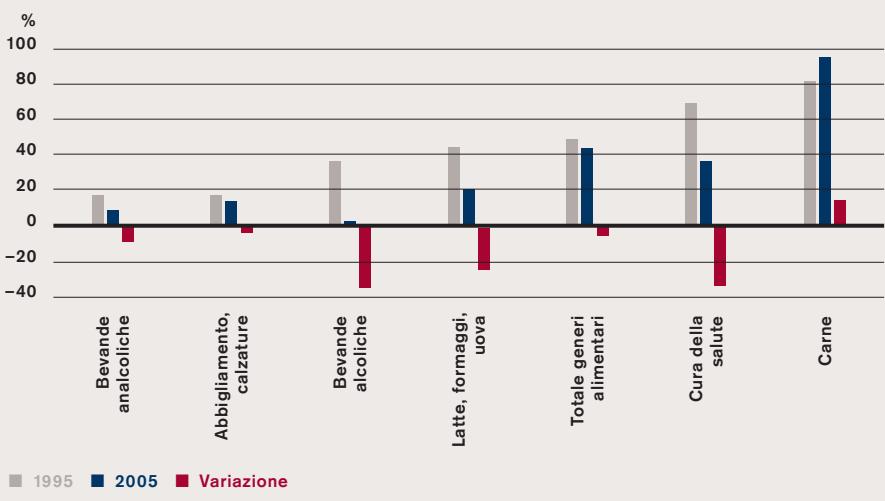
La deregolamentazione dei mercati dei beni e i bandi pubblici come possibili strumenti di riforma. Fonte: Credit Suisse Economic Research, 2007



Beni di consumo svizzeri ancora costosi

Andamento dei prezzi dei beni di consumo svizzeri nei confronti dell'UE: in Svizzera i prezzi dei generi alimentari sono mediamente superiori del 40 per cento rispetto all'UE.

Fonte: Eurostat (2007), Credit Suisse Economic Research



lista in un determinato settore. Per poter assegnare un appalto all'azienda di trasporti con il miglior rapporto prezzo/prestazioni è però necessario definire in anticipo gli appositi criteri di valutazione, tenendo in considerazione fattori come prezzo, personale, qualità del materiale rotabile, idee innovative, ecc. In questo modo è possibile rispondere alle esigenze del servizio pubblico e al contempo instaurare un regime di concorrenza.

Da alcuni anni le gare di appalto pubbliche sono introdotte con successo per le auto-linee. Secondo l'Ufficio federale dei trasporti, esse hanno consentito di ridurre i costi o migliorare l'offerta. È quindi ancora più singolare che finora questo metodo non sia stato trasferito ai trasporti ferroviari di persone. Ciò che in Svizzera è ancora in fase progettuale, in Germania funziona benissimo già da tempo (si veda l'articolo a pagina 53). L'imminente Riforma ferroviaria II andrebbe pertanto vista come opportunità per utilizzare questo strumento.

Il principio del Cassis de Dijon

Le gare di appalto pubbliche consentono allo Stato di introdurre la concorrenza quando un mercato non può essere integralmente liberalizzato. L'adozione del principio del Cassis de Dijon dell'UE potrebbe invece sgravare la Confederazione sul fronte dei mercati dei beni. Questo principio prende il nome da una sentenza della Corte di giustizia delle Comunità europee (CGCE): nel 1979, in Germania l'amministrazione federale dei monopoli aveva vietato l'importazione del Cassis, un liquore francese prodotto dall'omonima bacca, in quanto il tenore alcolico non era compatibile con le disposizioni della legge tedesca sul monopolio dei distillati. La CGCE aveva stabilito che tale divieto non era compatibile con la libertà di circolazione delle merci: in assenza di una regolamentazione comune per il commercio di un bene nello Spazio Economico Europeo, le legislazioni nazionali che vietano un determinato prodotto possono quindi trovare applicazione soltanto se sussiste un chiaro rischio per i consumatori o la salute pubblica.

Con l'introduzione unilaterale del principio del Cassis de Dijon, la Svizzera riconoscerebbe quindi autonomamente come sufficienti le disposizioni e le norme dei paesi UE sulla circolazione dei beni. Anche in Svizzera potrebbero così circolare liberamente i prodotti che nell'UE non rispondono a di-

sposizioni armonizzate. In altre parole, da un impianto di allarme, una bicicletta o una maschera da sub un consumatore svizzero non si attende garanzie di sicurezza e d'impiego sostanzialmente diverse rispetto ai suoi vicini dell'UE. Il principio alla base di questo fenomeno si chiama deregolamentazione: lo Stato si limita alla definizione del quadro normativo generale, senza tuttavia entrare nei dettagli. Un commerciante locale dovrebbe quindi poter vendere un prodotto in Svizzera nella misura in cui la fattura di acquisto emessa in un paese UE dimostra che esso è distribuito anche in tale paese. In questo modo vengono meno i costosi controlli di verifica di equivalenza e le operazioni di rietichettatura.

Rispetto all'UE-15, in Svizzera esistono marcate differenze di prezzo soprattutto per generi alimentari, cosmetici e tessili; i prodotti alimentari costano mediamente circa il 40 per cento in più rispetto al livello UE (si veda il grafico in basso a pagina 52). Sui prezzi pesano le innumerevoli prescrizioni sulla dichiarazione di origine dei prodotti e i relativi controlli: ad esempio, per un formaggio d'alpe svizzero sia la produzione del latte che la caseificazione devono avvenire in una zona montana, mentre in Austria un formaggio può essere commercializzato come «di montagna» anche se è stato prodotto in valle.

Flessibilità da parte dello Stato

L'adozione del principio del *Cassis de Dijon* comporterebbe quantomeno un notevole alleggerimento del carico di lavoro dei laboratori cantonali per il controllo delle derrate alimentari e degli oggetti d'uso, che potrebbero rinunciare alle verifiche di dichiarazione necessarie esclusivamente sulla base di prescrizioni nazionali in ambito agricolo o alimentare. Assieme alle regole esistenti in materia di sicurezza dei prodotti e responsabilità civile, un'adeguata autoregolamentazione di importatori e produttori può sollevare notevolmente lo Stato dalle sue funzioni di vigilanza, senza pregiudicare in alcun modo l'attuale elevato livello di tutela dei consumatori.

Entrambi gli esempi dimostrano che l'entità degli interventi statali non è intoccabile. Il settore pubblico dovrebbe rivedere regolarmente le proprie priorità in funzione degli sviluppi socioeconomici e delle relative esigenze. Attraverso decisioni politiche di fondo, il nuovo Parlamento potrà altresì gettare basi di politica normativa. <

L'utilità delle gare di appalto pubbliche per lo Stato: l'esempio del Land tedesco dello Schleswig-Holstein

Nel 1996 il governo tedesco ha regionalizzato la competenza per i servizi nel settore del trasporto ferroviario di persone. Di conseguenza, oggi i singoli Länder possono assegnare gli incarichi alla Deutsche Bahn o a un altro offerente.

Le esperienze maturate in Germania nel campo delle procedure di appalto del trasporto su ferrovia sono ampiamente positive. I Länder più attivi sono Schleswig-Holstein e Assia. Per l'appalto della tratta costiera da Amburgo-Elmenhorst all'isola di Sylt, nel 2004 il Land dello Schleswig-Holstein ha assegnato un cosiddetto «contratto netto», che contrariamente a quello «lordo» prevede l'assunzione del rischio dei costi di produzione e di riscossione dei biglietti da parte dell'operatore ferroviario; il Land paga unicamente un contributo fisso. Attraverso la concessione dell'appalto al nuovo operatore Nord-Ostsee-Bahn del Gruppo Veolia, è stato possibile ridurre l'importo dei contributi pagati del 44 per cento rispetto a quanto prima erogato alla Deutsche Bahn. Tale integrazione è infatti pari a CHF 6.93 per chilometro, contro i precedenti CHF 11.86.

In linea di massima le imprese di trasporto possono influenzare direttamente soltanto circa il 50 per cento dei costi, mentre l'altra metà dipende dal prezzo dell'energia e dagli oneri per l'impiego delle infrastrutture, ovvero la rete ferroviaria. Per questo motivo, il Land si fa carico del rischio di un progressivo aumento dei costi infrastrutturali. Il rischio di un incremento di quelli energetici viene invece sostenuto congiuntamente dallo Schleswig-Holstein e dall'operatore. In occasione di una gara di appalto è inoltre possibile definire in anticipo i criteri qualitativi minimi. Una maggiore concorrenza non significa pertanto la fine del servizio pubblico, in quanto nel bando possono essere definiti anche criteri di tutela. Nel caso in questione, la qualità è stata garantita attraverso l'impiego di nuovi vagoni climatizzati a bassa rumorosità, attrezzati per il trasporto di disabili e dotati di sistemi d'informazione per i viaggiatori.

Attraverso la garanzia di reimpiego è stato inoltre possibile ridurre i rischi economici comportati dall'acquisto di nuove vetture, abbassando la soglia d'ingresso sul mercato: il Land garantisce cioè all'impresa di trasporti di riutilizzare il materiale rotabile anche dopo la scadenza della durata contrattuale in caso di mancata riconferma dell'appalto. Questi criteri illustrano ottimamente le potenzialità di uno strumento come le gare di appalto pubbliche, in quanto le soluzioni possono essere sempre adeguate alle esigenze regionali e sociali.

Sulla base di elementi come le gare di appalto nel trasporto ferroviario di persone, un maggior contenimento del debito e il principio del *Cassis de Dijon* come mezzo di deregolamentazione, l'Economic Briefing n. 46 «Lo Stato di domani» (disponibile in tedesco e francese) analizza gli strumenti a disposizione della politica. Il documento può essere ordinato al sito www.credit-suisse.com/shop.

La piazza finanziaria svizzera punta al vertice

La Svizzera è una piazza finanziaria protagonista della scena internazionale. Affinché possa ancora migliorare la sua solida posizione, esponenti del mondo finanziario elvetico hanno messo a punto un apposito **Masterplan** che prevede entro il 2015 la creazione di decine di migliaia di posti di lavoro e un aumento del gettito fiscale pari a dieci miliardi di franchi.



Testo: Manuel Rybach, responsabile Governmental Affairs, Credit Suisse Public Policy

L'industria finanziaria è il settore economico più significativo della Svizzera. Banche, assicurazioni, fondi d'investimento e l'infrastruttura della piazza finanziaria, che annovera anche la borsa, detengono insieme una quota che si aggira attorno al 15 per cento del prodotto interno lordo (PIL). Le sole banche concorrono alla creazione di valore con circa 48 dei complessivi 70 miliardi di franchi. Il settore finanziario apporta il 16 per cento di tutti gli introiti fiscali (con le banche di nuovo in vetta alla classifica dei contribuenti) e conta circa 200 000 posti di lavoro (di cui almeno 100 000 nel settore bancario) perlopiù ad alta qualificazione e altamente produttivi, cifra che corrisponde a una quota occupazionale del 5 per cento. A ciò si

aggiungono le notevoli prestazioni erogate indirettamente, ad esempio quando gli istituti finanziari o i loro collaboratori acquistano in Svizzera merci e servizi da imprese non finanziarie, il più delle volte PMI. La piazza finanziaria e il polo industriale traggono dunque beneficio l'una dall'altro.

Cresce la concorrenza internazionale

Il settore finanziario nel suo insieme e i singoli istituti forniscono quindi un contributo cruciale al benessere della Svizzera. Tuttavia, in un mondo connotato dalla crescente pressione concorrenziale su scala globale, il settore non può permettersi di riposare sugli allori. Negli ultimi anni la lotta concorrenziale fra le piazze finanziarie protagoniste

dello scacchiere internazionale si è fatta sensibilmente più serrata. A seguito dell'assenza di condizioni quadro competitive sono andate perse, a beneficio di piazze finanziarie estere, quote di mercato e interi compatti operativi: una tendenza illustrata ad esempio dalla dislocazione della negoziazione di valute estere o dalla mancata opportunità di affermarsi come sede d'elezione per fondi d'investimento.

La Svizzera denuncia una dinamica di crescita tutt'altro che eclatante: se, rispetto ad altri sette concorrenti di rilievo, negli anni Ottanta il settore finanziario elvetico occupava ancora il secondo posto nella graduatoria della crescita, nel decennio successivo esso è scivolato in quarta posizione e dal 2000

deve persino accontentarsi del sesto posto in classifica. Questo andamento della creazione di valore reale del settore finanziario, quasi asfittico rispetto alla concorrenza internazionale, abbinato alle iniziative recentemente assunte per promuovere la piazza finanziaria a Londra, New York, Parigi e Tokyo, hanno spinto le associazioni di categoria del settore finanziario svizzero, unitamente ai gestori delle infrastrutture, a mettere a punto una strategia intersetoriale integrata per l'intera piazza finanziaria elvetica.

Un obiettivo ambizioso

Questa strategia elaborata in comune dall'Associazione svizzera dei banchieri (ASB), dall'Associazione Svizzera d'Assicurazioni, dalla Swiss Funds Association (SFA) come pure da SWX Group, SIS Group e Telekurs Group, che a seguito di una partnership confluiranno con effetto dal 1° gennaio 2008 in Swiss Financial Market Services, è stata presentata al pubblico in settembre con il titolo «Masterplan Piazza finanziaria svizzera».

Il Credit Suisse ha collaborato attivamente al progetto, in particolare allo studio dedicato al settore bancario. Sebbene l'ASB l'abbia pubblicato separatamente con il titolo «Swiss Banking – Roadmap 2015» (si veda la colonna a destra), esso forma parte integrante del Masterplan. La relativa strategia persegue una meta ambiziosa: entro il 2015 il Masterplan intende riportare e raffermare la Svizzera, oggi in sesta posizione nell'attività finanziaria internazionale, fra i tre top player globali insieme a New York e Londra.

Cinque ambiti d'intervento prioritari

Per raggiungere questo ambizioso obiettivo è sollecitato in primis il settore stesso: gli istituti finanziari svizzeri devono affermarsi sul mercato e ampliare le quote detenute con prodotti e servizi di primissima qualità e una strategia futuribile, ma occorre anche migliorare le condizioni quadro per la piazza finanziaria. In proposito il Masterplan identifica cinque campi d'azione prioritari.

1. Formazione e ricerca. La Svizzera deve proporsi come destinazione privilegiata per la formazione e la ricerca nell'ambito finanziario e assurgere a polo di attrazione per i talenti finanziari esteri attraverso il perfezionamento delle iniziative già promosse (come lo Swiss Finance Institute sostenuto dalle banche) e una politica di immigrazione adeguata.

2. Regolamentazione e sorveglianza. Occorre potenziare lo strumento dell'autodisciplina e la regolamentazione fondata sui principi e presieduta dai precetti della filosofia «better regulation», nonché focalizzarsi maggiormente su un approccio basato sui rischi nell'ambito della sorveglianza. Nel contesto internazionale ci si deve adoperare perché alla vigilanza svizzera sia riconosciuta l'equivalenza, premessa irrinunciabile per l'accesso indiscriminato ai mercati esteri.

3. Collaborazione fra settore finanziario, autorità e politica. Altri paesi mostrano che per rafforzare la piazza finanziaria tutti gli operatori devono remare nella stessa direzione. Relativamente alla Svizzera, la collaborazione è ancora migliorabile nei compatti della regolamentazione, della vigilanza e delle imposte.

4. Contesto fiscale. Nel confronto internazionale la Svizzera dovrebbe proporre modelli fiscali appetibili soprattutto negli ambiti a forte crescita come hedge fund e private equity. In più, occorre puntare alla progressiva abolizione della tassa di bollo attraverso una progressiva riduzione annuale delle aliquote. Il minor gettito fiscale verrebbe più che compensato dalla crescita aggiuntiva indotta dalle altre misure.

5. Infrastruttura della piazza finanziaria. La piazza finanziaria deve essere sorretta da un'infrastruttura di alto profilo in termini di qualità, efficienza dei costi e innovazione.

Una scelta conveniente

Se si riuscirà a mettere in atto speditamente le misure previste dal Masterplan, se i loro effetti avranno l'impatto auspicato e se il contesto di mercato non peggiorerà visibilmente, allora dovrebbe essere possibile riconquistare entro il 2015 l'ambita posizione in classifica, traguardo che imprimerebbe a sua volta pregevoli effetti attivanti in termini macroeconomici: il contributo del settore finanziario alla creazione di valore lieviterebbe dagli odierni 70 miliardi a 130–150 miliardi di franchi, motivo per cui anche il numero degli occupati nel settore finanziario e il gettito fiscale – come peraltro anche i contributi indiretti del settore – compirebbero un forte balzo in avanti. Secondo il Masterplan, nella più rosea delle ipotesi si possono pronosticare varie decine di migliaia di posti di lavoro in più e un aumento del gettito fiscale (netto) stimabile attorno ai dieci miliardi di franchi. <

Swiss Banking – Roadmap 2015

Nell'ambito delle attività inerenti al Masterplan, con il contributo del Credit Suisse l'Associazione svizzera dei banchieri (ASB) ha messo a punto il documento «Swiss Banking – Roadmap 2015».

La roadmap identifica otto ambiti operativi che a seguito del loro conspicuo potenziale di crescita o della buona posizione già occupata nel settore bancario vanno consolidati con priorità:

- private banking ■ retail banking
- fondi d'investimento ■ pensioni
- hedge fund ■ private equity
- mercato svizzero dei capitali
- commodity trade finance.

In stretta collaborazione con gli istituti membri, l'ASB ha analizzato le sfide che si pongono in questi ambiti operativi, derivandone la relativa esigenza d'intervento. In questo disegno sono state valutate con cura e priorizzate circa 80 misure istituzionali, normative e fiscali. Dal processo sono scaturite 20 misure fondamentali per il settore bancario e il miglioramento della capacità concorrenziale internazionale. Le misure, articolate per tematiche, si snodano attraverso i seguenti punti:

- rafforzamento della competitività in ambito fiscale ■ rafforzamento della competitività tramite una corretta attuazione degli standard internazionali, nel rispetto del segreto bancario ■ promozione della competenza delle autorità nelle materie riguardanti la piazza finanziaria
- incentivazione della capacità della Svizzera di attirare gli investimenti collettivi di capitale ■ miglioramento delle condizioni quadro per i trust e le fondazioni ■ maggiore flessibilità delle condizioni normative per le attività delle casse pensioni.

Ora si tratta di inserire queste esigenze nel processo politico e misurare regolarmente il loro adempimento da parte dell'amministrazione e del mondo politico.

La nuova frontiera della medicina

Negli ultimi decenni l'evoluzione delle scienze mediche è stata così rapida da indurre molti esperti a prevedere un progresso esponenziale destinato a proiettare il settore verso nuovi confini. Alcuni parlano addirittura di una nuova era, lontana solo pochi decenni, in cui le principali malattie potranno essere curate e l'intelligenza raggiungerà livelli inimmaginabili.



Testo: Carri Duncan, neuroscienziato e analista azionario

Per descrivere lo stato attuale del progresso scientifico possiamo dire di trovarci sulle spalle di un gigante: poiché le conoscenze accumulate dai nostri predecessori costituiscono un punto di partenza, la ricerca odierna è ormai in grado di spingere l'umanità verso frontiere sinora inesplorate. Inoltre, nel corso del XX secolo è apparso chiaro che molti settori della vita umana sono soggetti a una crescente trasformazione. Computer e informatica vengono spesso citati come esempi del progresso che avanza a ritmi incalzanti. Anche la medicina ha registrato negli ultimi decenni significativi progressi in ambiti quali biotecnologia, ingegneria biomedica, psicologia, farmacologia e assistenza sanitaria. Sempre più spesso lo sviluppo è sospinto dalla collaborazione interdisciplinare. La fisica applicata alla medicina ha dato origine alla mappatura cerebrale ad alta definizione, che ha sensibilmente migliorato la nostra comprensione delle funzioni e delle patologie

del cervello. La chimica e la biologia hanno consentito di indirizzare la biotecnologia verso impieghi in grado di migliorare netamente la qualità della nostra vita. La realizzazione di organismi capaci di produrre grandi quantità di insulina umana a basso costo ne è un esempio. Secondo alcuni esperti, le scienze mediche sono destinate a evolversi a ritmi altrettanto vertiginosi di quelli delle tecnologie informatiche. Ci sono voluti 15 anni per ricostruire la sequenza genetica dell'HIV, ma sono bastati appena 31 giorni per la SARS. Proiettando tali trend nel futuro, l'impatto di questa trasformazione sarà talmente profondo da garantirci l'immortalità nel giro di 20–30 anni. Ma non è tutto. Proviamo a immaginare computer più potenti dell'intelligenza umana (si veda il grafico a pagina 57), e il corpo umano a tal punto integrato dalla tecnologia da rendere necessaria una ridefinizione del concetto stesso di vita umana (si veda il riquadro sulla singolarità).

Non sono affermazioni deliranti di qualche personaggio stravagante, ma quelle serie e ponderate di grandi pensatori e autorevoli scienziati. Tra questi il più noto è Ray Kurzweil. Oltre a vantare una serie impressionante di previsioni accurate sugli sviluppi tecnologici, Kurzweil è stato anche un pioniere nel campo dell'intelligenza meccanica. Creatore del primo sistema di riconoscimento ottico con sintesi vocale per non vedenti, ha inventato tutta una serie di altre tecnologie. Nel suo libro «*Fantastic Voyage: Live Long Enough to Live Forever*» pubblicato nel 2004, Kurzweil sostiene che raggiungeremo l'immortalità nel giro di 20–30 anni con l'aiuto di nanobot capaci di «riprogrammare» i geni. I nanobot sono robot della grandezza di una cellula ematica studiati per migliorare ogni singolo aspetto della vita, come l'ingegneria dei tessuti e tante altre biotecnologie rivoluzionarie. Queste affermazioni si basano sull'assunto che le scienze mediche obbe-

discano agli stessi principi delle scienze e delle tecnologie dell'informazione.

Vi sono almeno due argomenti che depongono contro tali affermazioni. In primo luogo, la biologia è profondamente diversa rispetto a un circuito elettronico o un disco fisso. Gli organismi viventi presentano un livello di complessità superiore a quello di oggetti non viventi. Ad esempio, la periodica apparizione delle malattie sottolinea la natura dinamica degli organismi. Con i progressi raggiunti negli anni Cinquanta sul fronte dei vaccini e degli antibiotici, la scomparsa definitiva di gran parte delle malattie infettive sembrava ormai a portata di mano.

Da allora abbiamo tuttavia assistito a una nuova ondata di patologie infettive, tra cui la variante della sindrome di Creutzfeldt-Jakob, comunemente chiamata morbo della mucca pazza, l'HIV/AIDS, la sindrome respiratoria acuta grave (severe acute respiratory syndrome, SARS) e l'ebola. Se la tecnologia ha permesso da un lato lo sviluppo di antibiotici ad ampio spettro, dall'altro è responsabile dell'apparizione di superbatteri resistenti agli antibiotici. Nonostante i continui progressi compiuti in questo campo, è necessario prendere coscienza della capacità dei sistemi viventi (compresi i batteri) di adattarsi alle innovazioni dell'uomo. Alcuni biologi, tra cui Robert Rosen, hanno dimostrato che la fisica newtoniana non è in grado di descrivere i sistemi biologici a causa della complessità intrinseca che è propria della vita («Life Itself: A Comprehensive Inquiry into the Nature, Origin, and Fabrication of Life», 1991). Neppure gli organismi più semplici come i batteri o i virus sono prevedibili, e non tutte le malattie presentano componenti genetiche compatibili con una «riprogrammazione» dei geni umani.

In secondo luogo, la dimensione etico-sociale oggi svolge un ruolo più importante nella definizione di limiti e indirizzi per il progresso scientifico e in futuro avrà un peso ancora maggiore. Se dovesse realizzarsi, un'evoluzione di portata così radicale porrebbe il problema di un accesso equo e globale alle ricerche. Bisogna inoltre tenere conto delle implicazioni di una continua trasformazione demografica: il nostro pianeta è in grado di far fronte a una popolazione in ipercrescita? Aumenterà l'instabilità politica e sociale? E infine, l'immortalità è davvero un traguardo auspicabile? Attualmente, considerazioni etiche ed economiche frenano il progresso nel campo della medicina in una misura sconosciuta al settore dell'in-

Singolarità Anche i ricercatori che operano nel campo dell'intelligenza artificiale prevedono un'evoluzione simile a quella annunciata per la medicina, delineando una trasformazione delle capacità mentali e fisiche tale da segnare l'inizio di una nuova era superintelligente e da stravolgere il concetto stesso di vita. Questa transizione tecnologica, chiamata «singolarità», comincia a interessare anche autorevoli pensatori. A settembre, alcuni futuologi si sono dati appuntamento al convegno «The Singularity Summit 2007: Artificial Intelligence and the Future of Humanity». Secondo alcuni, la possibilità di potenziare l'intelligenza umana ricorrendo all'ingegneria genetica e a interfacce cervello-computer potrebbe diventare realtà tra 20–30 anni.

formatica. I dibattiti, che riguardano l'ingegneria genetica, le clonazioni e la ricerca sulle cellule staminali embrionali, non sono nulla – per portata e complessità – rispetto a quelli imposti dagli scenari delineati da alcuni visionari. A prescindere dalle possibilità tecnologiche, la società umana è condizionata dalla velocità con cui è capace di modificare le proprie convenzioni, regole e abitudini.

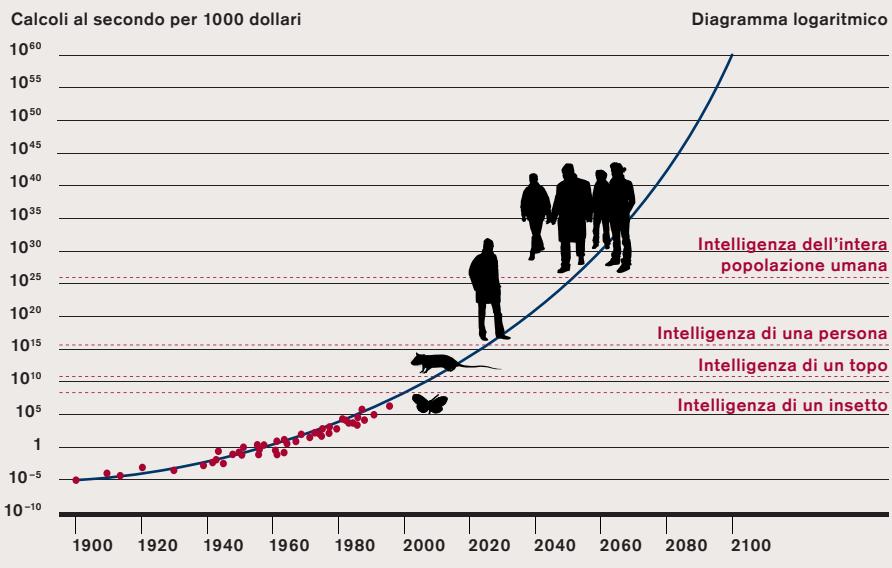
Gli esseri umani sono più lenti delle macchine e quindi i progressi scientifici saranno meno rapidi e fluidi di quanto pronosticato da Kurzweil e dai suoi sostenitori. Le scienze mediche continueranno ad evolversi, ma probabilmente non in modo così lineare, rapido e prevedibile come la potenza di memoria di un chip o la velocità di connessione

a banda larga. La strada sarà tortuosa e oggi non esiste alcuno strumento che permetta di prevedere gli ostacoli e le nuove sfide. È comunque destinato ad aumentare il grado di interconnessione della medicina con la nanotecnologia e le scienze informatiche. Nasceranno nuove forme di collaborazione e le varie discipline potranno trarre vantaggio l'una dall'altra in tempi ancora più rapidi. Anche il dialogo e il consenso rivestiranno un ruolo più centrale. Per coloro che sapranno comprendere i fattori determinanti e le implicazioni di queste tendenze si schiuderanno grandi opportunità. Forse le rivoluzioni nel campo della medicina non sono così imminenti come vogliono farci credere i futuologi, ma la società farebbe bene a prepararsi come se lo fossero. <

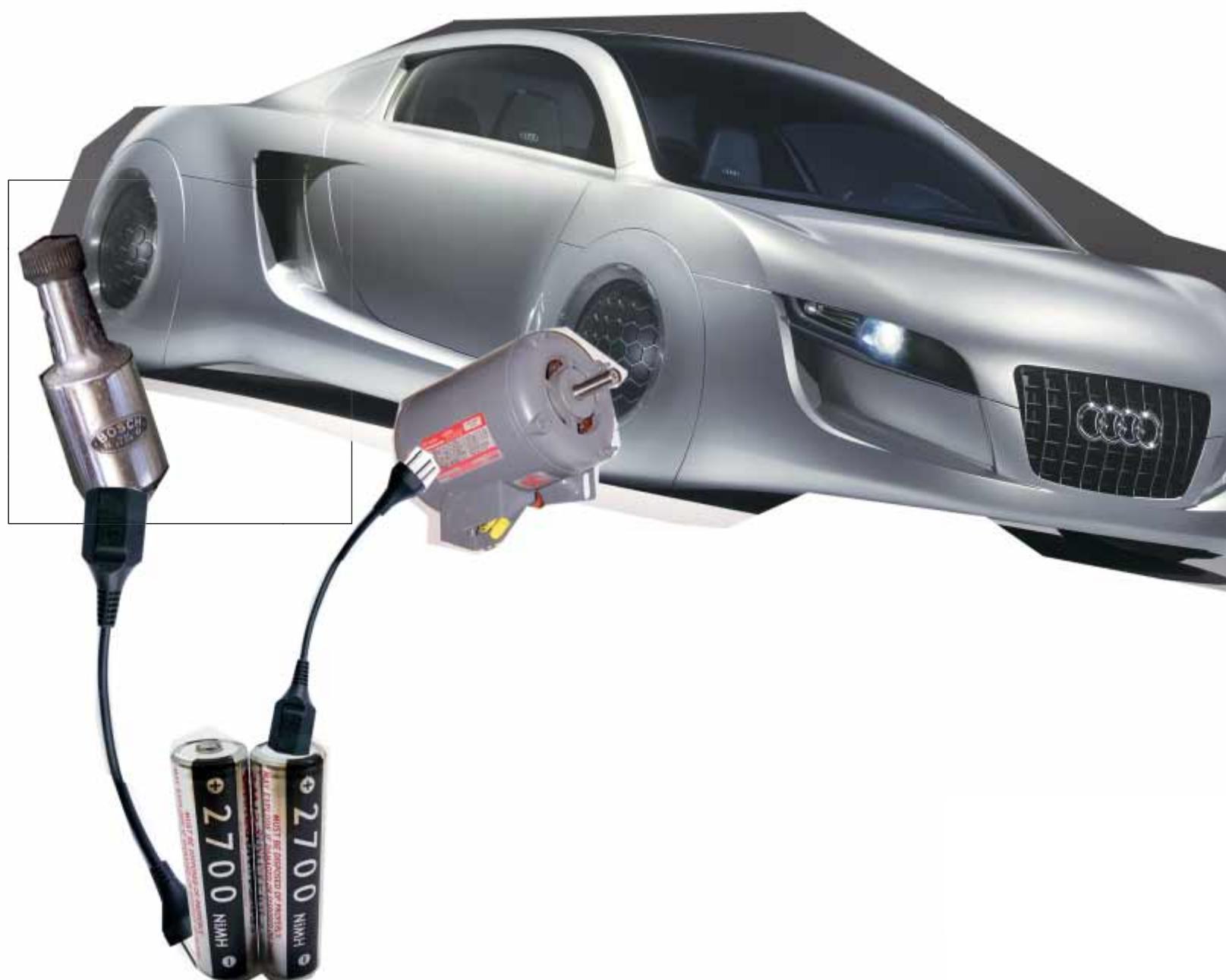
Crescita esponenziale della potenza di calcolo dal XX al XXI secolo

Considerata la sua crescita esponenziale, la potenza di calcolo dovrebbe presto raggiungere livelli tali da superare l'intelligenza dell'intera popolazione umana.

Fonte: Ray Kurzweil e Kurzweil Technologies, Inc.



Il lusso cambia strada



Nelle automobili, status symbol per eccellenza, il lusso non si definisce ormai più solo in termini di cavalli e allestimenti interni. Il progresso tecnologico e l'ecocompatibilità sono oggi argomenti di vendita decisivi nei veicoli di alta gamma.

Testo: Markus Mächler, Fundamental Analysis

Per sensibilizzare il mondo alla questione ambientale, perché non rendere un'automobile ibrida di media categoria come la Prius un oggetto di culto? Questa è stata l'idea di alcune star di Hollywood, per le quali il comfort non è tutto e la tecnologia intelligente può essere sinonimo di lusso e prestigio. Toyota ha subito reagito, completando il segmento di prezzo superiore con nuovi modelli Lexus che permettessero ai VIP di coniugare la familiare atmosfera degli interni in pelle con il trend per l'ibrido. Le automobili di lusso di domani, però, non si contraddistinguono solo per la potenza del motore e i sofisticati materiali usati per gli interni, ma anche per la sensazione che danno a chi è al volante di offrire un contributo attivo all'ambiente.

I concorrenti tedeschi di Toyota, inizialmente scettici, si sono dovuti arrendere all'evidenza. Oggi investono miliardi nella tecnologia ibrida, per seguire il trend e recuperare il tempo perduto. Persino Porsche, che finora riteneva una questione d'onore sviluppare da sé i propri motori, sviluppa attualmente un motore ibrido in collaborazione con altri marchi. Produttori come Audi e Jaguar mostrano quanto sia importante assumere un ruolo pionieristico in campo tecnologico: mentre il primo è entrato a far parte della rosa dei marchi di lusso puntando in modo sistematico su innovazioni come le quattro ruote motrici e le carrozzerie in alluminio, il secondo, che ha trascurato l'aspetto tecnologico, naviga in cattive acque.

Oggi anche le vetture della taglia di una Fiat 500 presentano accelerazioni che fino a pochi anni fa erano prerogativa delle auto sportive. I sistemi di assistenza alla guida e i materiali proposti nei modelli di piccole dimensioni hanno poco da invidiare a quelli di una Mercedes classe S, e ciò è dovuto semplicemente a motivi di spazio. La differenza la fanno soprattutto la qualità delle rifiniture e il servizio. Tuttavia, da quando BMW ha lanciato la Mini, il lusso non è più riservato unicamente alle auto di grossa taglia. In città e nelle regioni urbane, la maneggevolezza e la flessibilità sono ben più importanti dello spazio per le gambe. Per conquistare quote di mercato nel segmento di lusso, già da tempo non conta più solo l'involucro: in futuro sarà soprattutto la tecnologia ad avere la priorità. Gli aspetti fondamentali che le grandi case automobilistiche dovranno affrontare in un primo tempo saranno in particolare la riduzione del peso e l'ottimizzazione dei consumi.

I veicoli elettrici hanno un futuro

Le tecnologie alternative svolgeranno un ruolo essenziale a medio termine, e il motore elettrico guadagnerà un'attrattiva sempre maggiore. A titolo di esempio si possono menzionare veicoli come «Lightning Electric», prodotto in Inghilterra, e «Tesla», sviluppato negli Stati Uniti. Quanto a design e performance, queste vetture non faticano a competere con le automobili sportive di lusso, ma l'innovazione consiste nella tecnologia della batteria che alimenta il motore elettri-

co ausiliario. Cuore propulsore del modello Tesla, in vendita a 150 000 franchi, sono 6500 pile agli ioni di litio che si trovano generalmente nei computer portatili e il cui tempo di ricarica è nettamente inferiore a quello delle batterie classiche. Il progetto «Lightning Electric», dal canto suo, si basa sulle pile al titanio di Altair Nano che si ricaricano in soli dieci minuti se l'energia cinetica accumulata con le frenate non dovesse essere sufficiente. Naturalmente le tecnologie alternative giungeranno anche sul mercato di massa, ma il segmento di alta gamma permette di misurarne più facilmente il successo. Senza contare che il gruppo target è anche disposto ad assumersi parte dei costi per potersi fregiare del titolo di pioniere in questo campo.

Il diesel prende il volo

Per rispettare l'impatto massimo sull'ambiente definito nel Protocollo di Kyoto, occorre innanzitutto ridurre le emissioni di CO₂. Motivo per cui ci si è adoperati, soprattutto in Europa, per valorizzare i motori diesel, che nel corso degli anni hanno conquistato il loro pubblico anche nel segmento delle auto di lusso. Le speranze dei produttori di alta gamma europei di riscuotere altrettanto successo negli Stati Uniti sono per il momento state deluse dato che la loro recente iniziativa, battezzata «BlueTec», sembra essere morta sul nascere!

Mercedes, Audi e BMW hanno voluto promuovere insieme sul mercato americano il diesel «pulito» e replicare il successo >

che Toyota ha ottenuto con il suo modello ibrido. Tuttavia, dato che negli Stati Uniti il diesel ha un'immagine tutt'altro che buona, il progetto degli europei potrebbe dare i propri frutti solo fra molto tempo. Un aiuto potrebbe però venire dai nuovi standard CAFE (Corporate Average Fuel Economy), che disciplinano le emissioni di sostanze nocive e i consumi dei veicoli negli States.

La forza degli status symbol

Nel settore automobilistico il branding rimane uno dei pilastri della strategia di marketing. È praticamente impossibile riposizionare un marchio affermato, Audi a parte. DaimlerChrysler, ad esempio, ha fatto un buco nell'acqua con Chrysler: gli ultimi modelli, di prezzo e qualità superiori, non erano più alla portata della clientela abituale, mentre il nuovo gruppo target permaneva scettico nei confronti del cambiamento d'immagine del marchio. La stessa sorte è toccata al modello Phaeton di Volkswagen, che non è riuscito ad affermarsi nel segmento Premium, mentre il modello Bentley, che si basava sulla stessa tecnologia e costava il doppio, ha fortemente contribuito al revival del marchio in seno al gruppo VW.

L'esempio di Toyota mostra quanto questo tema sia complesso: unica casa automobilistica giapponese a essersi avventurata alla conquista dell'Europa con Lexus, il suo marchio di lusso, è rimasta nell'ombra per anni prima di affermarsi veramente con i suoi modelli ibridi. Negli Stati Uniti, invece, quasi tutti i costruttori nipponici hanno un marchio di lusso, come Nissan con Infiniti. Anche First Auto Works, il partner cinese di Volkswagen e Toyota, produce vetture di lusso con il marchio Hongqi, ma il modello ispirato a una Rolls Royce non sarà probabilmente venduto al di fuori della Cina.

Altissima gamma sempre in auge

I marchi di lusso sono meno sensibili ai cicli economici rispetto ai produttori di massa. Un'affermazione che va però relativizzata, perché la concorrenza è aspra anche nell'altissima gamma. Rolls Royce, Maybach e Bentley devono lottare per ogni cliente dato che la domanda è limitata persino nelle categorie di veicoli che arrivano a costare come una villetta. Nel settore delle automobili sportive come le Ferrari, le Lamborghini e le Porsche si insinuano sempre più nuovi marchi come Audi (R8) e Mercedes (GTR). Pur beneficiando di una domanda più o meno stabile grazie ai col-

lezionisti, Porsche ha riscontrato difficoltà a trovare 1250 acquirenti per la sua Carrera GT. Solo Ferrari, con una produzione annua limitata a circa 4000 esemplari, si può permettere di trasferire il rischio di cambio ai propri clienti, poco sensibili alle variazioni di prezzo. Tutti gli altri produttori si assumono questo rischio, ma anche se esso è coperto la debolezza del dollaro americano in particolare si ripercuote negativamente sui bilanci dei marchi europei. Mercedes e BMW cercano di svincolarsi parzialmente e «in modo naturale» da questa dipendenza aprendo fabbriche negli Stati Uniti e gestendo il rischio residuo con una strategia di copertura adeguata.

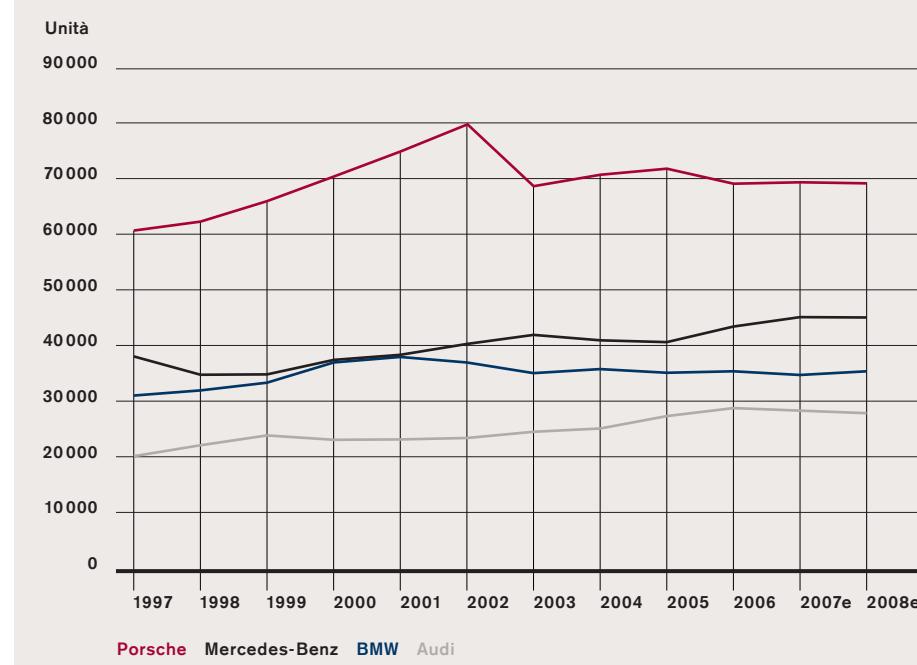
Esclusività o produzione di massa?

Costruttori come Porsche, Mercedes e BMW hanno raggiunto una massa critica e devono aumentare costantemente il numero di unità prodotte per poter sviluppare e fabbricare veicoli in modo efficiente. Ma i volumi sono troppo bassi per continuare da soli la ricerca fondamentale sui motori alternativi. Ecco perché Porsche ha acquisito una partecipazione in Volkswagen, la sua

controparte nel mercato di massa, alla quale è fortemente legata, dipendendo dalle sue sinergie. Il modello comune Cayenne/Touareg/Q7 è stato sviluppato principalmente da Porsche e viene fabbricato da VW a Bratislava. Nell'ambito di questa collaborazione, che non sembra pregiudicare l'immagine del marchio, le due case automobilistiche tedesche stanno lavorando a una soluzione ibrida, che fungerà da base alle future attività di sviluppo. Per sopravvivere in un mercato globale con esigenze crescenti, anche gli offerenti di lusso devono cooperare attivamente e, laddove possibile, sfruttare le sinergie sul piano dei costi senza rinunciare alla propria unicità. Il mercato si polarizza sui modelli di prestigio da un lato e sulle cosiddette «auto low cost» come la Logan di Renault dall'altro. Nei segmenti di prezzo inferiori, il successo si ottiene con la produzione di massa, perché i margini si assottigliano sempre di più se si escludono le attività legate ai pezzi di ricambio. Il segmento di lusso, dal canto suo, permette ancora di realizzare buoni margini, fintanto che la qualità e l'esclusività sono garantite. <

Fatturati per veicolo dei costruttori di alta gamma

A intervalli regolari, i cambiamenti di modello influenzano i fatturati delle case automobilistiche. Il livello assoluto dei prezzi si è stabilizzato anche nel segmento Premium perché i clienti preferiscono modelli più piccoli, più ecologici e meglio equipaggiati. Fonte: dati aziendali e stime del Credit Suisse



Soldi al vento

Perché tante persone brillanti prendono decisioni irrazionali in campo finanziario



di **Gary Belsky e Thomas Gilovich**

Edizione brossurata

189 pagine

ISBN: 9788845311970

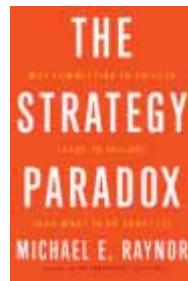
Per quale motivo, al momento di acquistare un paio di occhiali da sole, allarghiamo più facilmente i cordoni della borsa se paghiamo con una carta di credito anziché in contanti? E perché un franco che ci è stato regalato ha meno valore di uno guadagnato con il sudore della fronte?

Evidentemente, il valore che diamo al denaro è ogni volta diverso: dipende da dove proviene e da come intendiamo utilizzarlo. Nella ricerca questo comportamento è anche chiamato «contabilità mentale» e rientra nel campo della finanza comportamentale, una disciplina che cerca di spiegare come e perché gli uomini prendono apparentemente decisioni irrazionali o illogiche quando spendono, investono, risparmiano e prendono a prestito dei soldi. Infatti, stando a varie indagini, tutti effettuano investimenti sbagliati, anche le persone più intelligenti. Nel rapporto reale con il denaro, quindi, ciò che conta è solo pensare e agire correttamente.

Nel loro libro, lo psicologo Thomas Gilovich e il giornalista economico Gary Belsky si propongono di migliorare questi tipi di atteggiamento. Partendo da quanto ci insegna la finanza comportamentale, illustrano i metodi cui possiamo riferirci per contrastare modelli comportamentali che talvolta paghiamo a caro prezzo. Il libro offre suggerimenti operativi e soluzioni concettuali, ma nessuna formula magica. Proprio questo fatto incoraggia il lettore e gli fa capire che con l'aiuto di questo saggio, scritto in modo divertente e ben organizzato, potrà evitare certi comportamenti finanziari dissennati. rg

The Strategy Paradox

Why committing to success leads to failure
(and what to do about it)



di **Michael E. Raynor**

Edizione rilegata

320 pagine

ISBN: 0-385-51622-3

Disponibile solo in inglese

La storia viene scritta dai vincitori, si dice. Si può quindi affermare che le storie di strategie attuate con successo vengano scritte dai vincitori della competizione economica? Michael E. Raynor, noto autore economico, esamina non solo la storia dei vincitori bensì anche quella dei vinti, mettendo in luce risultati sorprendenti. Secondo Raynor, spesso le strategie adottate da queste due categorie di persone non presentano pressoché alcuna differenza. A mo' di esempio cita l'iPod di Apple, il cui successo è ascrivibile soprattutto alla tempistica perfetta di Apple, mentre il gruppo dell'ingresso Vivendi, con la sua strategia Internet, era in leggero anticipo sui tempi e nel 2002 ha lamentato perdite record per importi miliardari a due cifre finendo nel mirino della stampa, malgrado una strategia di per sé intelligente e ampiamente riconosciuta.

Sulla scorta di numerosi esempi, Raynor cerca di dimostrare che il successo arride a chi nelle sue strategie inserisce il fattore incertezza. L'autore consiglia di non legarsi a un unico disegno tattico nella buona e nella cattiva sorte, ma di ricorrere a una sorta di portafoglio che comprenda sia strategie foriere di proventi straordinari sia strategie con rischi ridotti.

Nel complesso, le strategie di Raynor richiedono una maggiore pianificazione rispetto a quanto è oggi abituata la maggior parte delle imprese. Se tuttavia ha ragione, grazie ai suoi consigli le aziende eviteranno di finire sulle prime pagine dei giornali. ba

Sigla editoriale: Editore Credit Suisse, Casella postale 2, 8070 Zurigo, telefono 044 333 11 11, fax 044 332 55 55 **Redazione** Daniel Huber (dhu) (Head of Publications), Marcus Balogh (ba), Michèle Bodmer (mb), Joy Bolli (jbo), Dorothee Enskog (de), Regula Gerber (rg), Mandana Razavi (mar), Andreas Schiendorfer (schi), Andreas Thomann (ath) **E-mail** redaktion.bulletin@credit-suisse.com

Collaboratori di questo numero Barbara Simmen, Sabine Windlin **Internet** www.credit-suisse.com/infocus **Marketing** Veronica Zimnic (vz) **Progetto grafico** www.arnolddesign.ch: Daniel Peterhans,

Monika Häfliger, Manuel Schnoz, Petra Feusi (gestione del progetto) **Traduzione italiana** Servizio linguistico del Credit Suisse: Francesco Di Lena, Luigi Antonini, Michele Bruno, Deborah Cometti,

Alessandra Maiocchi, Antonella Montesi, Simona Meucci Cimatti, Ezio Plozner **Inserzioni** Paulette GmbH, Daniel Paulette e Philipp Vonarburg, Kleinstrasse 16, 8008 Zurigo, telefono/fax 043 268 54 56, e-mail ph.vonarburg@gmail.com **Tiratura certificata REMP 2007** 145 733 **Stampa** NZZ Fretz AG **Commissione di redazione** René Buholzer (Head of Public Policy), Othmar Cueni (Head of Business School Private Banking Institute), Monika Dunant (Head of Communications Private Banking), Tanya Fritzsche (Marketing Private Clients), Angelika Jahn (Investment Services & Products), Hubert Lienhard (Asset Management Distribution Services), Andrés Luther (Head of Group Communications), Charles Naylor (Head of Corporate Communications), Fritz Stahel (Credit Suisse Economic Research), Christian Vonesch (Head of Private & Business Banking Aarau) **Anno 113** (esce 5 volte all'anno in italiano, tedesco, francese e inglese). Riproduzione di testi consentita con l'indicazione «Dal Bulletin del Credit Suisse». **Cambiamenti di indirizzo** vanno comunicati in forma scritta, allegando la busta di consegna originale, alla vostra succursale del Credit Suisse oppure a: Credit Suisse, ULAZ 12, Casella postale 100, 8070 Zurigo.

La presente pubblicazione persegue esclusivamente fini informativi. Non costituisce né un'offerta né un invito all'acquisto o alla vendita di valori mobiliari da parte del Credit Suisse. Le indicazioni sulle performance registrate in passato non garantiscono necessariamente un'evoluzione positiva per il futuro. Le analisi e le conclusioni riportate nella presente pubblicazione sono state elaborate dal Credit Suisse e potrebbero essere già state utilizzate per transazioni effettuate da società del Credit Suisse Group prima della loro trasmissione ai clienti del Credit Suisse. Le opinioni espresse in questo documento sono quelle del Credit Suisse al momento di andare in stampa (è fatta riserva di modifiche). Il Credit Suisse è una banca svizzera.



«Mi piace godermi la vita»

Intervista: Daniel Huber

Peter Brabeck lavora da circa 40 anni per il gigante dell'industria alimentare Nestlé, dove è partito vendendo gelati ed è arrivato a occupare posizioni di rilievo come CEO e presidente del Consiglio di amministrazione. È uno strenuo sostenitore dell'ingegneria genetica ed è critico nei confronti dei biocarburanti. Degli svizzeri apprezza soprattutto la tolleranza e lo zelo.

Bulletin: **Ha appena finito di pranzare: le capita ancora di notare quando le vengono serviti prodotti Nestlé?**

Peter Brabeck: Certo! Avendo venduto gelati per diverso tempo ho sviluppato una spiccata consapevolezza del marchio. I marchi sono il sangue che scorre nelle vene della nostra azienda.

Con 8000 brand e quasi 120 000 prodotti si rischia però di perdere la vista d'insieme.

Se la confezione riporta il marchio, il gioco è facile. La cosa si complica nel caso di un ingrediente. Recentemente, in occasione di un'intervista, mi è stato chiesto di riconoscere i marchi di sei bicchieri contenenti acque minerali diverse.

E come se l'è cavata?

Le ho riconosciute tutte.

Sorprendente, davvero. Quanto conta per lei il cibo?

Per qualsiasi essere umano il cibo rappresenta l'esperienza sociale per antonomasia. Non esiste evento sociale importante che non sia in qualche modo accompagnato da un pranzo o da una cena, sia esso la giornata nazionale dell'indipendenza, il giorno

di Natale, di Pasqua, di un compleanno o persino di un funerale.

Lei cucina?

Sì, e lo faccio con passione. È uno dei miei hobby, peccato che posso praticarlo solo di rado.

Cosa conta nella sua alimentazione?

L'alimentazione per me è come la musica. Se mi chiedesse quale musica preferisco, le risponderei che amo qualsiasi genere, purché sia buono. Lo stesso principio si applica al cibo. Adoro la cucina asiatica o quella peruviana. Ma non mi tiro indietro davanti a un bel piatto zurighese come il «Geschnetzeltes mit Rösti» (spezzatino di carne con tortino di patate) o una prelibatezza austriaca come i canederli con crauti e arrosto di maiale.

Mi può menzionare un piatto tipico peruviano?

Il «ceviche» ad esempio: pesce appena pescato, lasciato marinare in aceto e limone.

Sembra appetitoso.

E lo è davvero, glielo assicuro.

Si definirebbe un epicureo, una persona che cerca il piacere?

Sì, decisamente. Mi piace godermi la vita. E per godersela veramente è necessario ap-

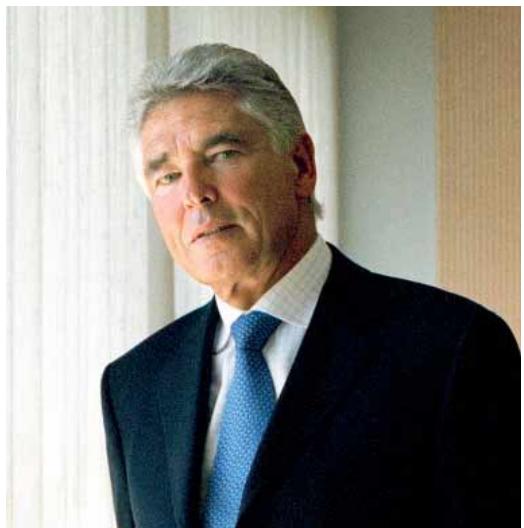
prezzare anche il cibo. In fondo, l'alimentazione non è altro che la porta verso il benessere psicofisico. È impossibile raggiungere l'olimpo del benessere senza un'alimentazione equilibrata.

In Europa, i prodotti biologici sono ormai una realtà e anche negli Stati Uniti iniziano a prendere sempre più piede.

Cosa ne pensa?

Non sono proprio un accanito oppositore dei prodotti biologici, ma non mi definirei neppure un cieco fanatico degli stessi. Il biologico è un lusso che non tutti possono permettersi. Sebbene non sia trascurabile neanche il fatto che i prodotti bio nascondono dei pericoli: i prodotti concimati con fertilizzanti naturali possono essere estremamente tossici e quindi vanno preparati, lavati e disinfezati con attenzione. Ci sono già stati dei morti a causa dei prodotti biologici. Per il resto è ovvio che l'idea di una mela o di un'insalata coltivate in modo naturale appare allettante.

Diversamente dalla coltivazione biologica, sembra invece decisamente favorevole all'ingegneria genetica. Tuttavia almeno in Europa, a causa delle leggi >



Peter Brabeck-Letmathe è nato a Villach, in Austria, nel 1944. Dopo essersi laureato in commercio mondiale all'Università di Vienna, nel 1968 è entrato a far parte dell'organico di Nestlé vendendo gelati presso l'allora affiliata Jopa-Findus. Dal 1970 al 1987 ha ricoperto diversi incarichi direttivi in Cile, Ecuador e Venezuela, per poi passare alla sede centrale del Gruppo Nestlé a Vevey. Dopo soli cinque anni è stato nominato direttore generale di Nestlé SA, entrando così a far parte del management del Gruppo. Nel giugno del 1997 è stato promosso CEO nonché membro del Consiglio di amministrazione. Nell'aprile del 2005, oltre a mantenere l'incarico di CEO è stato eletto presidente dello stesso CdA. Il suo ritiro dalla carica di CEO è previsto con l'assemblea generale del 10 aprile 2008. Peter Brabeck è sposato e ha tre figli ormai adulti. Nel tempo libero si dedica volentieri all'avventura; è appassionato arrampicatore, pilota dei ghiacciai ed entusiasta motociclista di Harley-Davidson.

vigenti, l'azienda deve muoversi con moderazione. Questo non la disturba?

Non siamo né progressisti né moderati. Partiamo semplicemente dal presupposto che l'ingegneria genetica sia sempre esistita. Non avremmo né frumento né avena, né nulla di simile se l'uomo non avesse tentato di manipolare le piante per renderne possibile l'utilizzo. Ogni tulipano è il risultato di una manipolazione genetica. Pertanto, dire adesso che puntiamo esclusivamente sulla natura sarebbe un controsenso. Persino ogni cane è il risultato di una manipolazione genetica; ogni cavallo e ogni pony lo è. Solo che una volta i processi erano più lenti, perché non avevamo la possibilità di avviarli e di accelerarli in modo mirato.

L'ingegneria genetica serve anche e soprattutto ad aumentare la produzione.

Ma il nostro pianeta sarà mai in grado di produrre abbastanza per tutti i suoi abitanti?

Fino a poco fa avrei detto di sì, ma poi è arrivato il biocarburante e insieme ad esso tutta la discussione su questo vettore energetico. Oggi non è più così facile rispondere a questa domanda. Se i piani dei politici, soprattutto di quelli europei, saranno davvero realizzati, allora sarà del tutto giustificato chiedersi se vi saranno ancora abbastanza superfici coltivabili. Ho forti dubbi al riguardo. Da un lato la popolazione mondiale continuerà a crescere, passando dagli attuali 6,5 miliardi a 8 o addirittura 9 miliardi, dall'altro ci opponiamo ai metodi che contribuiscono all'aumento del raccolto e riduciamo le superfici coltivabili: i conti non tornano.

È davvero così vasta la coltivazione di granturco per il biogas?

Solo negli Stati Uniti vengono coltivati a questo scopo oltre 138 milioni di tonnellate di granturco.

Davvero una quantità enorme.

Altrettanto ingenti sono gli effetti sui prezzi, e non solo su quelli del granturco. Basti pensare che negli ultimi mesi il prezzo del latte in polvere per tonnellata è salito da 1900 a 5400 dollari. A mio avviso sono tre le cause di questi aumenti: primo, l'andamento demografico. Ci sono sempre più persone che vivono in condizioni migliori, soprattutto in Asia. La gente ha più soldi e più possibilità di nutrirsi meglio. Secondo, aumenta la scarsità di risorse idriche. L'India è stata per molto tempo esportatrice di frumento e adesso, a causa dell'emergenza idrica, si vede costretta a importarlo. Una situazione analoga si registra in Cina, dove il livello

della falda freatica si abbassa di anno in anno, riducendo così le risorse d'acqua per la coltivazione di cereali. Il terzo problema riguarda i biocarburanti, sia in termini di superficie coltivabile che di risorse idriche. Per la produzione di un litro di etanolo estratto dal granturco servono 4650 litri d'acqua. E questo è possibile solo perché l'acqua non ha prezzo.

Ma come reagisce Nestlé a questo aumento dei prezzi delle materie prime?

Per noi l'aumento dei prezzi dei prodotti alimentari è un problema solo marginale, rispetto a quello che rappresenta, invece, per i piccoli produttori. Una parte delle nostre spese supplementari ricadono sui clienti, essendo il nostro un marchio forte; cosa che peraltro non fa che migliorare la nostra competitività.

Quante sono le persone che, in modo più o meno indiretto, dipendono da Nestlé?

Fino a poco tempo fa il numero di collaboratori raggiungeva quota 265 000. A questa oggi si devono aggiungere anche quelli di Gerber, per cui arriviamo a circa 280–285 000 addetti. Inoltre abbiamo più di 550 000 agricoltori che lavorano per noi. Senza contare tutti coloro che gestiscono la distribuzione. Complessivamente, quindi, sono circa 1,2 milioni le persone che lavorano esclusivamente con e per noi.

Come vive con la consapevolezza che sue decisioni sbagliate potrebbero cambiare la vita di 1,2 milioni di persone?

In generale, in un modo o nell'altro, le nostre decisioni incidono sulla vita di tutto il mondo. In fondo sono praticamente tutti nostri clienti. Ogni giorno vendiamo circa 1,2 miliardi di prodotti. Riesce a immaginarselo? E come dico sempre, questa è la democrazia più grande al mondo, visto che i nostri clienti non sono tenuti a comprare i nostri prodotti. Ogni giorno, tutte queste persone, per ben 1,2 miliardi di volte, decidono liberamente se prediligere o meno uno dei nostri prodotti. A determinare il successo è la somma di tutte queste decisioni.

Mi è capitato di litigare con australiani, americani e italiani convinti che Nestlé fosse australiana, americana o italiana.

Quanto svizzera è invece Nestlé?

Vogliamo che il nostro marchio sia percepito in modo molto locale, e siamo orgogliosi se in Germania credono che Nestlé sia un'azienda tedesca. Ciò significa che i consumatori hanno un rapporto intimamente emotivo con i marchi. Se poi tale rapporto

è ancorato localmente, allora è giusto che sia così anche per noi. Per gli opinion leader, tuttavia, Nestlé è ancora percepita come azienda profondamente svizzera. Cosa che di fatto non è più: la partecipazione elvetica ormai interessa solo il 30 per cento circa, il resto è in mano straniera.

Qual è il rapporto con i collaboratori?

Quanti sono quelli che lavorano in Svizzera?

In Svizzera abbiamo circa 8600 dipendenti.

L'elemento elvetico si riflette in qualche modo nei principi e nei valori fondamentali dell'azienda?

Vi sono alcuni valori dalla matrice tipicamente elvetica. Quello più importante a mio avviso è il principio della tolleranza. Solo nella sede centrale di Vevey lavorano persone provenienti da 80 paesi diversi. Qui un musulmano e un indonesiano devono saper lavorare fianco a fianco con una donna israeliana e sapersi tollerare a vicenda. La tolleranza è molto importante ed è profondamente legata alla Svizzera, paese che percepisco come altamente tollerante proprio a causa della sua multiculturalità e multinazionalità. Inoltre, è interessante notare che uno dei valori dell'azienda si basa sul piacere di lavorare. Ritengo che questo rispecchi anche l'opinione della popolazione svizzera. Eravamo tutti fieri quando al momento dell'introduzione delle 35 ore lavorative da parte di alcuni partiti politici fu indetto il referendum e la popolazione disse di voler lavorare 42 ore settimanali. La conseguenza è che tre fabbriche, originariamente previste per la Francia, sono poi state costruite in Svizzera, creando così 600 nuovi posti di lavoro.

Ormai sono quasi 40 anni che è in

Nestlé. Quanto conta per lei la lealtà?

Per Nestlé, le assunzioni di lunga durata sono una regola più che un'eccezione. Mediamente, quando i nostri collaboratori vanno in pensione hanno un'anzianità di servizio di oltre 25 anni. La lealtà e l'impegno a lungo termine sono molto forti. E la stessa cosa si può dire naturalmente anche dell'azienda nei confronti dei suoi dipendenti.

Un giornalista del Time Magazine l'ha definita, in un suo articolo, come una persona ambiziosa, ostinata e cauta.

Quali altri aggettivi userebbe per descriversi?

Non so da dove abbia preso queste tre caratteristiche, che peraltro non condivido pienamente. Non mi definirei ambizioso. Mi piace realizzare progetti, ma credo che que-

sta sia una cosa ben diversa. Adoro plasma-re o cambiare le cose, proprio come abbia-mo fatto con Nestlé. Nel corso degli anni, da azienda alimentare siamo passati ad azienda leader nei campi della nutrizione, della salute e del benessere.

Ha un modello di manager al quale si ispira?

Recentemente, osservando gli neozelandesi all'America's Cup, sono rimasto impressionato dallo stile direttivo del team leader. Al momento della partenza spegneva il microfono preferendo autocensurarsi per tutta la durata della regata. Il team sapeva perfettamente cosa fare, senza dover ricevere indicazioni. Prima di ogni partenza la strategia veniva elaborata e discussa con il team, mentre durante la gara era lo stesso team leader a privarsi del microfono per non intervenire e lasciare che la squadra facesse la sua regata. Solo all'arrivo riprendeva in mano il microfono per analizzarla. Una cosa simile succede in un gruppo globale come Nestlé. Non ha senso che io mi intrometta quando si tratta di decidere sul da farsi in loco, negli Stati Uniti o in Cina. È fon-damentale avere piena fiducia nei team che operano nelle varie regioni, appoggiandoli nel lavoro che svolgono.

In Svizzera ha già scalato il Cervino. Ci sono altre vette alpine che vorrebbe conquistare?

Sono arrivato anche in cima a Jungfrau, Monte Rosa, Breithorn e Monte Bianco. Ma ci sono altre vette che mi ispirano, come la Dent Blanche che ormai da tempo è sulla lista delle mie prossime scalate.

Simili arrampicate non sono certo delle passeggiate, bisogna essere in forma.

Questo è stato uno dei motivi per cui ho deciso di ridurre un po' i miei impegni lavorativi. Ogni anno ci vuole un po' più di con-dizione fisica. In fondo sono pure un entusiasta pilota dei ghiacciai e anche in questo caso bisogna essere all'altezza, sia fisicamente che mentalmente. <

design made in germany

Wilkhahn



Business class per tutti.

Con **Neos** forma e funzione sono un tutt'uno. La nuova sedia Wilkhahn per ufficio è regolabile in modo semplice ed intuitivo e si adatta al corpo in maniera ergonomica. Ciò la rende la sedia da lavoro ideale per qualsiasi peso e corporatura nonché mansione!

www.wilkhahn.ch



@ proposito

Un diavolo per password

Siete anche voi, come me, una di quelle persone che utilizzano Internet per scrivere e-mail, pagare le bollette, acquistare biglietti d'aereo, libri oppure vestiti? Basterebbero pochi minuti e qualche clic per sbrigare tutte le faccende più noiose e concedersi qualche acquisto folle, se non fosse per la tanto temuta pagina di registrazione.

Il piacere di comprare un bel romanzo o una nuova «mise» è di colpo soffocato nell'attimo in cui appare la pagina che richiede l'inserimento della password. Sarebbe sufficiente digitare la giusta serie di lettere e numeri per completare l'ordine. E invece? Un momento di vuoto assoluto di memoria. Impossibile ricordare quella magica combinazione coniata qualche giorno o settimana prima e che, per ovvi motivi di sicurezza, non avete annotato. In questi

momenti sembra di vivere in quello che definisco «l'inferno delle password».

Il modo più semplice per uscirne è utilizzare la stessa parola per tanti siti diversi. Molti utenti ammettono di fare così, senza curarsi di cambiarla, se non sono obbligati dal sistema. La cosa divertente è che di solito sono proprio queste le persone che citano la sicurezza delle informazioni come la loro preoccupazione principale nell'uso del web. E invece scelgono password tendenzialmente brevi, fatte di sole lettere minuscole. Ma hanno tutta la mia simpatia.

Non c'è niente di più frustrante delle password imposte, completamente senza senso, di almeno dieci caratteri, con lettere maiuscole e minuscole e almeno un numero e un carattere speciale. È davvero chiedere troppo. Ci vorrebbe una memoria

da elefante. Mi sono spesso lamentata e angosciata per questo supplizio fino al giorno in cui ho scoperto che un hacker può decifrare una serie di soli cinque caratteri nel giro di pochi secondi! A quelli come me che soffrono di una grave forma di amnesia per le password, consiglio l'uso di un programma per la gestione di tutte le chiavi d'accesso. Si tratta di un'applicazione che permette di archiviare le centinaia di nomi utente, password e codici di identificazione che non riuscite a ricordare. C'è solo un piccolo problema: per accedere a questa applicazione avrete bisogno di un'altra password. E questa sì che dovrà essere lunga e complessa! La cosa peggiore è che vi toccherà memorizzarla se non volete correre il rischio che un intruso possa scoprire anche tutte le altre!

dorothee.enskog@credit-suisse.com



credit-suisse.com/infocus

Forum online: le vostre domande ad Alain Sutter

Il momento tanto atteso arriverà finalmente il 7 giugno: alle 18.00 in punto la nazionale svizzera scenderà in campo al St. Jakob Park di Basilea per la partita inaugurale degli Europei di calcio. Per ora il freddo inverno contribuisce ovviamente a contenere la febbre calcistica, ma nei prossimi mesi la temperatura salirà costantemente e con essa anche la passione per l'Europeo. Dal canto suo il Credit Suisse, sponsor principale della nazionale svizzera di calcio dal 1993, cercherà con diverse attività di accendere l'entusiasmo per il più grande evento sportivo. Le iniziative prenderanno forma sia per strada che nel mondo virtuale. La rivista online In Focus, ad esempio, organizzerà a intervalli regolari una chat con importanti personalità del calcio svizzero. Il debutto è riservato all'ex rossocrociato Alain Sutter, rimasto nel cuore di tutti i tifosi per la sua brillante performance ai Mondiali del 1994. La sua carriera da professionista, sviluppatasi nelle file del Grasshoppers, del Norimberga, del Bayern di Monaco e del Dallas, è terminata in realtà da quasi dieci anni: eppure l'ex

L'ex rossocrociato Alain Sutter farà qualche anticipazione sull'anno calcistico 2008.



artista del pallone dribbla ancor oggi con maestria tra gli avvenimenti del calcio, come esperto in TV o giornalista. Ambasciatore della Fondazione Laureus Svizzera, si impegna a favore di diversi progetti sociali nel settore delle nuove leve del calcio, fra cui buntkicktgut, Blind Spot o MYSA. Inoltre, siede nel comitato per le sovvenzioni della Young Kicker Foundation creata nel 2006.

Il forum con Alain Sutter sarà aperto il 14 gennaio 2008 e rimarrà online per due settimane. In questo periodo il nostro esperto sarà a disposizione degli utenti per rispondere a qualsiasi domanda sul calcio, dalla promozione dei vivai alle chance della selezione svizzera agli Europei del 2008, ma anche per soddisfare le vostre curiosità sulla sua carriera. Le risposte saranno pubblicate in differita. [ath](#)

Per ulteriori informazioni: www.credit-suisse.com/calcio.



Per voi è
il lavoro di
tutta una vita.

**Per noi è anche
una successione
da pianificare.**

**Best Private Bank
for Entrepreneurs
in the Swiss
Market.**

Premio
Euromoney 2007.

Desiderate essere certi che saranno persone affidabili a prendersi cura del vostro lavoro di una vita. Il Credit Suisse vi affianca prima, durante e dopo il passaggio alla nuova generazione, con una consulenza che approfondisce ogni aspetto della successione, per salvaguardare nel tempo i beni della vostra famiglia e della vostra azienda.
www.credit-suisse.com

Nuove Prospettive. Per Voi.

CREDIT SUISSE

Ogni giorno ha i suoi problemi. Ogni giorno i nostri volontari aiutano a risolverli.



Il volontariato permette di vivere concretamente i valori umanitari. Più di 50 000 volontari della Croce Rossa operano al servizio del prossimo. Questo impegno li arricchisce e consente loro di fare preziose esperienze. I volontari prestano 1,6 milioni di ore lavorative all'anno, fornendo un inestimabile contributo alla nostra società. Senza il loro sostegno non potremmo adempiere la nostra missione: aiutare coloro che soffrono. La Croce Rossa Svizzera e le organizzazioni ad essa affiliate rivolgono a tutti i volontari un sentito grazie.

Croce Rossa Svizzera



Croce Rossa Svizzera, Rainmattstrasse 10, 3001 Berna, tel. 031 387 71 11, info@redcross.ch, www.redcross.ch, conto postale 30-9700-0