

# bulletin

La rivista di Credit Suisse Financial Services | [www.credit-suisse.ch/bulletin](http://www.credit-suisse.ch/bulletin) | N. 5 | Novembre/dicembre 2002

Previdenza per la vecchiaia

**Il secondo pilastro  
scalda gli animi**

Unione monetaria

**L'Europa del Nord strizza  
l'occhio all'euro**

Calcio

**La candidatura svizzera per  
EURO 2008 ha buone chance**

A peacock with a long, flowing tail of iridescent feathers stands on the back of a simple wooden chair. The peacock's head is turned to the right, showing its blue crest and neck. The background is a solid teal color, and the floor is a dark reddish-brown.

# Bellezza

Quando l'involucro prevale sul contenuto

# Via libera alla prima casa di proprietà\*.

E la vostra meta qual è?

Grazie all'**Ipoteca con bonus iniziale** del CREDIT SUISSE risparmiate il 1/2 % sulla metà della vostra ipoteca per la metà della durata concordata approfittando di tutti i vantaggi dell'Ipoteca fix. L'Ipoteca con bonus iniziale vi viene incontro soprattutto all'inizio creandovi nuovo spazio di manovra finanziario per esaudire altri desideri.

Per una consulenza chiamate lo **0800 80 20 20**,  
o contattateci all'indirizzo [www.credit-suisse.ch/yourhome](http://www.credit-suisse.ch/yourhome)





## Mai più a Mosca senza calze

Quando in redazione abbiamo discusso per la prima volta del tema bellezza, il filo conduttore di quest'edizione del Bulletin, uno dei miei colleghi ha affermato che l'editoriale, inevitabilmente, avrebbe dovuto essere scritto da una donna. Come unica rappresentante femminile del team, più per principio che per riflessione ho immediatamente sollevato obiezione. Ma in fondo il collega aveva ragione. Non che le donne siano a priori più belle degli uomini, anche se al più tardi dopo Kant – che coniò il termine «bel sesso» – quest'opinione gode di grande considerazione. Tuttavia una cosa è certa: le donne si dedicano all'argomento con molta più passione rispetto agli uomini.

Da questa prima discussione sono nel frattempo trascorse alcune settimane, durante le quali ho esplorato la fitta giungla di libri dedicati al tema. E non solo. Ho passato molto più tempo davanti allo specchio: lo spazio fra gli occhi corrisponde all'ideale? Le braccia sono ben proporzionate? E il naso? È troppo lungo o troppo largo? Senza dimenticare la domanda essenziale: sono bella o no? Più cercavo risposte ed effettuavo confronti, più venivo travolta

dalle incertezze. Alla fine ho trovato un accordo con me stessa: è chiaro che sono bella! Senza un'abbondante dose di auto-fiducia, probabilmente sarei arrivata a un'altra conclusione.

Quest'anno, a Mosca, ho constatato come per soddisfare il mio ideale di bellezza sia disposta anche a soffrire. Siccome mi avevano detto che l'estate moscovita è molto calda, ho messo in valigia prevalentemente abiti leggeri, nonché ogni sorta di sandali. Già il secondo giorno i miei piedi erano ricoperti di vesciche. A nulla è valso il consiglio di indossare un paio di calze, fermamente respinto non senza un pizzico di vanità: a che serve portare sandali raffinati se poi si rovina il tutto con le calze? Per una settimana intera ho tenuto duro: rendevo rigorosamente omaggio all'estetica, e soffrivo a ogni passo. Alla fine mi sono arresa, e ho comperato un paio di calze dal primo venditore ambulante che ho incontrato. Quando ritornerò a Mosca, l'anno prossimo, saranno i primi indumenti a finire in valigia.

Ruth Hafen, redazione Bulletin



## Primo piano: bellezza

- 6 Corpo** Voglia di bellezza, voglia di sofferenza
- 10 Natura** Quando la bellezza nasce da una catastrofe
- 14 Acquisti** Un design accattivante spinge in alto il fatturato
- 18 Lavoro** L'aspetto esteriore influisce sulla carriera
- 20 Cosmetica** Gli investitori puntano sui prodotti di marca
- 24 Arte** L'occhio non vuole sempre la sua parte





**BOX – L'ASSICURAZIONE GIOVANE PER LA VOSTRA MOBILIA DELLA WINTERTHUR.**

# FINALMENTE SI PARTE!

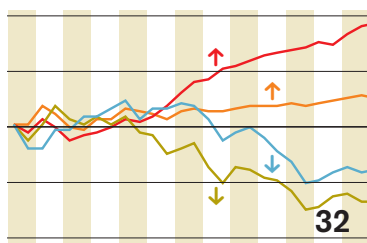


**IN ALCUNI MOMENTI SI DESIDERA SOLTANTO UNA COSA: PARTIRE. ARRE-  
DARE E GODERSI IL PROPRIO NIDO. EPPURE, ANCHE UNA VOLTA INDI-  
PENDENTI, È BELLO SAPERE DI POTER CONTARE SU QUALCUNO IN CASO  
DI BISOGNO.**

**BOX, L'ASSICURAZIONE MOBILIA DOMESTICA DELLA WINTERTHUR È A  
VOSTRA DISPOSIZIONE 24 ORE SU 24 PER 365 GIORNI ALL'ANNO.**



**winterthur**



## Attualità

- 28 Notizie stringate** Duro colpo per il «colpo della frusta»
- 29 News finanziarie** Meglio informati con l'Investors' Circle
- 30 Ipoteche** Maggiore convenienza grazie al bonus iniziale
- 32 Investimenti alternativi** La scelta dei risparmiatori accorti
- 33 Forum** La salute tiene banco fra i lettori
- 33 @propos** In fuga dalla seduzione virtuale
- 34 Expo.02** Cyberhelvetia cerca una nuova dimora
- 35 In vetrina** Segnalazioni editoriali per gli uomini d'affari
- 36 Dietro le quinte** Nei Contact Center ogni secondo conta
- 37 emagazine** La locomotiva della crescita è in affanno



40



50

## Wealth management

### Topics

- 39 Mercati** La fiducia fa ancora difetto
- 40 Unione monetaria** L'euro si spinge al nord
- 44 Previdenza** La LPP e la quadratura del cerchio

### Planning

- 47 Semiconduttori** I produttori sperano nelle applicazioni killer
- 50 Petrolio** L'Arabia Saudita ha un futuro incerto



60



64

## Savoir-vivre

- 54 Orologi** Il tempo è denaro (e oro)

## Sponsoring

- 58 Sports Awards** La rivelazione del 2001 punta in alto
- 60 EURO 2008** La palla è ora nelle mani dell'UEFA
- 63 Agenda** Panoramica degli appuntamenti culturali e sportivi
- 63 Cultura in breve** Malinconia novembrina e leggende del jazz

## Leader

- 64 Bob Lutz** Il boss dell'auto vorrebbe il dono dell'immortalità





# Troppo bella per essere vera

Da sempre le donne si consumano perseguendo ideali di bellezza forgiati da uomini. Se la pressione si intensifica sul sesso forte, non è distinguibile un'inversione di tendenza. **Ruth Hafen, redazione Bulletin**



**01** Supermodella e superwoman: la bellezza eterea della regina della passerella Naomi Campbell va a braccetto con un caratteraccio. **02** Gli uomini preferiscono le bionde: Marilyn Monroe si ossigenò i capelli per promuovere la propria carriera. Oggi dovrebbe inoltre perdere parecchi chili per sfondare a Hollywood. **03** Addominali scolpiti non pancetta: le nuove esigenze estetiche mettono sempre più uomini sotto pressione. Palestra ad oltranza e disordini alimentari tormentano ormai anche il sesso forte.



04

► Oggi Marilyn Monroe non avrebbe chance: un bel visino, senz'altro, quella silhouette però... ma ci faccia il piacere! Troppo grassa. Con una taglia 42/44, disterebbe anni luce dall'immagine ideale del corpo perfetto. Sebbene ci siano regolarmente dei tentativi per convincerci che «big is beautiful, grasso è bello», non è certo distinguibile un'inversione di tendenza verso un ideale di bellezza che propugni l'opulenza delle forme.

### Bella magra

La Barbie, invece, qualche lunghezza di vantaggio ce l'avrebbe. Se fosse di carne ed ossa, le sue misure sarebbero 99-48-84. Barbie: il sogno di tutte le bambine. È in testa alle vendite dal 1959, quando venne presentata per la prima volta alla Fiera del Giocattolo di New York. A livello mondiale si stimano a 700 milioni le belle di vinile dai capelli di un biondo innaturale e dalla magrezza patologica. Molte bambine cominciano a misurarsi con ideali di bellezza irraggiungibili già all'età dell'innocenza. Un sogno che a un certo punto si trasforma in incubo. Una ricerca effettuata nel 2000 dalla Centrale tedesca per l'informazione sulla Salute rivela che a un numero crescente di ragazzine i canoni preponderanti di bellezza e magrezza generano angoscia fisica e mentale. Un terzo delle bambine tedesche sono scontente del proprio corpo.

La quattordicenne Tijana chiedeva nell'agosto 2002 dalla prima pagina della rivista giovanile tedesca «Mädchen» «Sono bella?» A dispetto delle asseverazioni di ragazzo e amica del cuore non si sente bella, perché «troppo grossa». Effettivamente bella sembra sempre più spesso far rima con snella. E non solo in bocca di teenager scosse dalla tempesta ormonale. L'autrice di «Körper machen Leute», Waltraud Posch, rileva che in Occidente siamo confrontati in media 12 volte al giorno con l'immagine di una modella. Tra il 1996 e il 1997, la rivista americana «Psychology

Today» volle verificare l'impatto di modelli pelle e ossa sul cittadino comune. Il 43 per cento delle donne e il 28 per cento degli uomini intervistati ammisero che corpi esili e muscolosi suscitano in loro un senso di insicurezza (in merito al proprio peso forma). Il 48 per cento del campione femminile riconobbero che le modelle anoressiche le spronano a desiderare di perdere peso onde essere più confacenti con l'ideale. Ardua impresa: se nel 1965 le modelle pesavano in media 8 per cento in meno rispetto alla donna comune, oggi la proporzione è del 23 per cento. Le conigliette delle riviste per soli uomini sono più magre solo del 17 per cento circa, giacché la maggioranza degli uomini confessa di preferire un po' di polpa a cui afferrarsi. Cresce altresì la pressione sugli uomini con il moltiplicarsi di riviste e manifesti che esibiscono corpi maschili perfettamente torniti: la percentuale di uomini che soffrono di disordini alimentari è in aumento. Che le donne si stiano prendendo la rivincita?

### Bella bionda

Capigliatura dorata, carnagione diafana: nelle arti e nella letteratura l'amata beltà è

perlopiù bionda (e innocente). Era bionda Beatrice, al pari di Isotta, la «fanciulla dai lunghi capelli biondi». Nei romanzi medievali come «Lancillotto» la bella dama era detta semplicemente «la bionda». I capelli chiari sono assai infrequenti e quindi tanto più ricercati. Le donne di mondo hanno escogitato fin dal Medioevo artifici, non di rado velenosi, per imbiandire i capelli: solfuro di arsenico, calce viva, poltiglie a base di succo di limone e zafferano. Dal 1930 sono commercializzati prodotti ossigenanti. Le nuance di biondo sarebbero oltre 500. Nel suo libro «The Survival of the Prettiest», Nancy Etcoff stima che oltre il 40 per cento delle donne americane si schiarisce i capelli. In fin dei conti, le maggiori icone dell'industria cinematografica sono bionde (platinata): Jean Harlow, Marilyn Monroe, Brigitte Bardot, Pamela Anderson.

### Bella volubile

Attraverso i tempi, i canoni della figura ideale sono andati alternandosi costantemente: di volta in volta erano desiderabili forme opulente oppure slanciate. Fatta eccezione per l'Antica Grecia (con Adone, dio dei Misteri dell'Asia anteriore, amante di Afrodite, dea dell'Amore, considerato l'incarnazione della Bellezza), al centro delle dispute sul Bello, ci sono sempre stati la donna e il suo corpo.

Dal Gotico al primo Rinascimento la donna ideale era sottile, dai seni piccoli e ventre a pera. Nel Barocco sovrabbondavano gli orpelli e le carni delle belle donne. Si ricercava l'opulenza dei corpi sia maschili che femminili, simbolo di potere e piacere dei sensi. Gli uomini indossavano fianchi e polpacci posticci per apparire più in carne e, se è vero che le donne erano martoriate dal corsetto, pur mettevano in bella mostra petto, braccia e anche rigogliosi fianchi (la cellulite non era ancora fonte di vergogna). Il Rococò prescriveva nuovamente corpi asciutti, avvenenti e graziosi. Quanto oggi si spera ottenere con l'allenamento in palestra, una volta era ricercato con busti e corsetti,





05

spesso a discapito della salute: insufficienza respiratoria e costole rotte, ma anche, sul lungo periodo, deformazioni degli organi interni e compressione del fegato.

Se nei primi anni del XX secolo erano ricercate forme femminili generose, negli Anni Venti l'ideale era nuovamente una figura sottile, quasi androgina, dal seno piatto. Corsetti elastici fasciavano fianchi e seno. Dopo dieci anni di martirio si otteneva un décolleté piallato per sempre. Apparve per la prima volta l'equazione magrezza uguale emancipazione.

Ma già durante gli anni Trenta si invertiva la tendenza, e gli ideali da perseguire erano quelli di femminilità e maternità, i quali esigevano di nuovo qualche chiletto in più. Il motto maschilista «il mondo della donna è l'uomo, solo di tanto in tanto le è concesso di pensare ad altro», non dava adito a dubbi. Dopo gli anni magri della Seconda Guerra Mondiale, fecero ritorno le curve; far mostra di quanto si possedeva era la parola d'ordine degli anni del miracolo economico. Negli anni Cinquanta le bambole tutte curve erano il marchio di Hollywood: Marilyn Monroe, Liz Taylor, Gina Lollobrigida e Sophia Loren con il loro corpo da dee non erano certo delle silfidi. Solo a metà degli anni Sessanta l'ideale di bellezza incarnato da Miss Twiggy (scarsi 41 chili per 1 metro 67) rasentava l'anoressia.

#### Bella come vuoi tu

Sebbene fosse perlopiù la donna a doversi modellare all'ideale di bellezza in auge, l'uomo si occupava di prescrivere e sistematizzare i criteri estetici per viso e corpo.

Gli Antichi Egizi, Greci e Romani si avvalevano di trucchi e belletti e avevano sviluppato prodotti e tecniche alla pari dei frutti della ricerca cosmetica moderna. Nella sua *Ars amatoria* il poeta romano Ovidio forniva attorno al 4 a.C. ingredienti e ricette di bellezza, non senza esortare le donne ad occultare all'amante fiale e flaconcini: il trucco serve quando c'è ma non si vede.

Nel Medioevo gli artifici cosmetici caddero in disgrazia, dal pulpito zeloti predicatori lanciavano diatribe contro lo specchio, «porta dell'Inferno». I cosmetici erano sacrilegio e opera di Satana, un solo belletto poteva adornare le guance e la fronte di una donna: il decoroso rossore della modestia.

Filosofi, pittori e poeti tentarono attraverso i tempi di definire un canone di bellezza universale e si avvalsero volentieri della geometria. Per Platone e Agostino la bellezza era contenuta nell'equilibrio delle forme, Albrecht Dürer e Leonardo da Vinci inneggiavano alla simmetria. Dürer scelse il proprio dito come metro di tutte le cose: la lunghezza del medio doveva corrispondere al diametro della mano, e questa a sua volta essere proporzionale alla lunghezza del braccio. Costruì su queste basi un canone della beltà con valori definiti per il corpo intero e che ebbe grande influsso ben oltre la sua morte. Le dita di Dürer erano lunghe e affusolate; non osiamo immaginare quali sarebbero stati i suoi canoni di bellezza avesse avuto mani tozze e cicciottelle.

A partire dalla metà del Settecento era indice di modernità disquisire sul piano let-

terario di beltà ed estetica. Immanuel Kant pubblicò nella sua opera del 1764 «*Osservazioni sul sentimento del bello e del sublime*» le conclusioni a cui era giunto, ovvero che il genere femminile era destinato alla bellezza e quello maschile alla nobiltà. Sulla stessa scia l'affermazione affrettata di Friedrich Nietzsche che nel 1878 ribadì che la donna era più bella, ma l'uomo più interessante. Come ciliegina, una delle tante perle di Oscar Wilde ne «*Il Ritratto di Dorian Gray*»: le femmine sono un genere decorativo; non hanno nulla da dire, ma lo dicono in modo incantevole.

#### Bella irraggiungibile

Soltanto dalla metà del XX secolo ha cominciato anche la sociologia a interessarsi di bellezza e attrattiva. Al centro sta la ricerca di un ideale estetico universalmente valido. È un team di psicologi dell'Università di Regensburg ad essersi maggiormente avvicinato all'obiettivo. Per mezzo di uno speciale programma informatico chiamato «*Morphing*» i ricercatori hanno creato visi artificiali composti di un numero variabile di visi reali in proporzioni sempre uguali. Il risultato è stato sorprendente: le fattezze così ricomposte sono state sistematicamente valutate più avvenenti di quelle originali. Già Dürer era convinto che non esistesse essere umano bello che non avrebbe potuto essere reso ancora più bello. La prova del *morphing* gli dà ragione: anche le donne più seducenti sono state giudicate ancora più favorevolmente con le proporzioni del viso modificate onde renderne i tratti più infantili.

Di gran lunga più attraenti sono stati sistematicamente valutati nell'esperimento visi che nella realtà non esistono. Uno stragemma già utilizzato nell'Antichità dal pittore greco Zeuxis; quando gli venne commissionato il ritratto della mitica bellezza Elena di Troia, riunì nell'immagine di una donna di divina beltà le caratteristiche delle cinque più belle donne dell'epoca. Un ideale troppo bello per essere vero.

**04** Dal 1959 la Barbie desta già nelle bambine desideri di emulazione. Con le sue misure irrealistiche 99-48-84 si trasforma ben presto nell'incubo di molte donne. In tutto il mondo sono 700 milioni le belle di vinile dal peso forma di 300 grammi. Dagli anni Ottanta sono disponibili la Barbie di colore e latina. **05** La Miss Twiggy degli anni Novanta, Calista Flockhart, protagonista della serie-culto americana «*Ally McBeal*» e modello di molte giovani donne. Alla fine degli anni Novanta si scatenò una polemica attorno alla sua presunta anoressia.



# La natura: una bellezza senza tempo

La bellezza dell'uomo è effimera, quella della natura no; sempre che, come raramente accade, questa venga lasciata a se stessa. Tale considerazione vale persino per le zone disastrose come quella di Goldau, dove nel 1806 una gigantesca frana distrusse ogni cosa. **Pia Zanetti, immagini; Andreas Schiendorfer, testo**



Passeggiando sul monte Rossberg, nei pressi di Goldau, ovunque si guardi ci si trova immersi nella bellezza della natura, che risalta non solo con il bel tempo, ma anche con la neve e con la nebbia. Difficile credere che, nel 1806, questa zona possa essere stata flagellata da una delle più gravi catastrofi dell'epoca.





Il 16 ottobre 2002 dalle pendici del Rossberg vicino a Goldau si sono staccati 3000 metri cubi di roccia. Fortunatamente non ci sono state vittime. Qui sullo Gnipen, già nel 1806 franarono a valle ben 40 milioni di metri cubi di massi. Nel corso dei decenni, tuttavia, l'area si è trasformata in un magnifico parco naturale.



➤ 2 settembre, ore 17. I rintocchi della grande campana della chiesa parrocchiale di Goldau ricordano, come ogni anno, la terribile catastrofe del 1806.

In pochi minuti un gigantesco ammasso di macerie scuote la graziosa valle tra Rigi e Rossberg, appena scoperta dal turismo. Sullo Gnipen circa 40 milioni di m<sup>3</sup> di molassa scivolano sul sottosuolo bagnato dalle piogge, aprendo una ferita nella roccia e ricoprendo una superficie di 6,6 km<sup>2</sup>. Distruggono il villaggio di Goldau, travolgono 457 persone ignare, provocano una gigantesca onda nel lago di Lauerz. La più grave catastrofe naturale dell'epoca fa scalpore in tutta l'Europa, suscitando una straordinaria ondata di solidarietà e divenendo oggetto di ispirazione artistica per scrittori o pittori come William Turner.

Tutto ciò che la natura ordina serve a uno scopo, sosteneva Immanuel Kant. E anche Maestro Eckehart affermava: Dio non è il distruttore della natura, Egli la porta a compimento.

Questo vale in particolare per la Svizzera, ma si può applicare anche per le aree disastrose come Poschiavo (1987) o Gondo (2000)? Nell'anno internazionale delle montagne, indetto dall'ONU, siamo particolarmente sensibili alla bellezza della natura, ad esempio dell'area Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn, inserita a dicembre 2001 nel patrimonio naturale mondiale dell'Unesco. O del Monte San Giorgio, vicino a Lugano, ormai prossimo allo stesso riconoscimento. Ammiriamo la riserva della biosfera di Entlebuch, apprendiamo che gli abitanti della Muotathal hanno rifiutato il riconoscimento, ma che il Glarner Hinterland ne ha da poco fatto richiesta.

L'inventario federale dei paesaggi, siti e monumenti naturali d'importanza nazionale (IFP) comprende attualmente 162 regioni per un totale di oltre 780 000 ettari, tra cui il Randen di Sciaffusa, la Schwarzbürgerland con le gole dei torrenti Sense e Schwarzwasser, la Val Verzasca e persino l'area disastrosa di Goldau. Non basta per cancellare la sofferenza umana, ma è comunque consolante.

Le famiglie visitano il parco faunistico di Goldau, uno dei cinque giardini zoologici a carattere scientifico della Svizzera che, entro il 2015, verrà ampliato da 23 a 40 ettari. Il Bergsturmuseum, situato all'ingresso del parco e interamente dedicato al tragico evento del 1806, racconta dei giganteschi blocchi di pietra che piovvero nella valle. La passeggiata attraversa invece un bosco dalla bellezza primitiva, monumento naturale nonché area protetta, in cui la natura è stata lasciata da sola a curare le sue ferite. Qui in primavera l'occhio esperto scopre numerose specie di orchidea, dalla scarpetta di Venere alla zonzella, persino la rara orfide dei fuchi, si imbatte in pozzanghere con uova di rospo e salamandre alpine, osserva le stratificazioni del dirupo. In autunno e in inverno la bellezza si cela dietro la nebbia e la neve, per poi riproporsi, più maestosa che mai. La natura non deve sforzarsi per essere bella. Lo è già.

**Visitate il giardino zoologico di Goldau, la meta ideale per un'escursione con tutta la famiglia. Bulletin mette in palio 2 tessere famiglia e 4 ingressi singoli (si veda il modulo allegato).**









# «La bruttezza si vende male»

Dalla tazza da tè alla maniglia della porta, nulla sfugge alla legge del bello. Il trend nasce da un intento profano: poiché i beni di consumo sono tecnicamente intercambiabili, il design assurge ad argomento di vendita determinante. Ma in futuro si andrà oltre l'estetica pura. **Marcus Balogh, redazione Bulletin**



02



03

**01** La Panton Chair del 1967 fece il suo ingresso nei soggiorni della middle class agli inizi degli anni Settanta; oggi è presente in tutte le collezioni dei più rinomati musei di design di tutto il mondo. **02** Il BeoSound 9000 è un inconfondibile prodotto Bang & Olufsen: il look, la funzionalità, ma anche il prezzo rompono gli schemi della normalità. **03** Il design di Raymond Loewy del 1940 ha attraversato i decenni rimanendo pressoché invariato.



04

► Chiunque operi nel campo del design deve fare i conti con Raymond Loewy. Per oltre 50 anni «il maestro della forma aerodinamica» ha lasciato tracce indelebili nella vita quotidiana degli Stati Uniti. I suoi prodotti si vendono ancora oggi. Dalla sua penna sono nati, tra l'altro, la bottiglia della Coca Cola, il pacchetto di sigarette Lucky Strike, il bus Greyhound e i logo Shell e BP. In realtà sono pochi gli oggetti di uso quotidiano con cui il designer, scomparso nel 1986, non si sia cimentato.

Raymond Loewy, che era nato in Francia, non ha lasciato il segno unicamente con i suoi prodotti. La citazione del titolo «La bruttezza si vende male» evidenzia infatti un altro aspetto della sua opera: egli ha intuito per primo che i beni industriali si sarebbero distinti sempre meno per prezzo e qualità e sempre più per il loro design. Secondo Loewy, tra due oggetti dello stesso valore e dello stesso prezzo si vende sicuramente meglio quello più bello; ciò significa semplicemente che il design è un argomento di vendita decisivo.

#### Dal soggiorno in rovere alla sedia in plastica

Raymond Loewy ha sistematicamente applicato questo credo già negli anni Quaranta, riscuotendo un enorme successo professionale. Il suo redesign di un frigorifero fece balzare le vendite dell'elettrodomestico nell'arco di un anno da 60 000 a 275 000 unità, un aspirapolvere ridisegnato registrò, nell'arco di pochi giorni, un aumento del fatturato giornaliero del 50 per cento.

A quell'epoca in Europa il design era ancora praticamente sconosciuto. È vero che alcuni stilisti si erano già fatti notare, ma la

maggior parte non era riuscita ad imporsi; nel vecchio continente, dagli anni Cinquanta agli anni Settanta, la classe media si curava relativamente poco dell'aspetto degli oggetti di uso quotidiano di cui si circondava. Bello era ciò che possedeva il vicino, di solito un mobile in massello di rovere.

Solo a metà degli anni Settanta alcuni oggetti di design fecero la loro apparizione negli appartamenti del ceto medio: la chaise longue LC4 in pelle e acciaio di Le Corbusier, la poltrona girevole in palissandro di Charles Eames o la sedia di plastica del danese Verner Panton. L'arredamento di una casa non rifletteva più solo l'appartenenza a una determinata classe sociale, ma diventò l'espressione di uno stile di vita del tutto personale.

#### Il cattivo design costa milioni

Per far risaltare il proprio inconfondibile stile, oggi un must ampiamente riconosciuto nei reparti di marketing, l'uomo moderno è disposto a spendere somme astronomiche. Poco importa se per una chaise longue, per una macchina da caffè oppure per un impianto stereo. Secondo un'indagine di mercato condotta dal costruttore di automobili Audi, anche l'acquisto dell'auto, da sempre il bene di consumo di tutti i ceti sociali, è in molti casi condizionato dall'estetica: circa il 47 per cento dei clienti acquista una A4 Avant station wagon di media cilindrata esclusivamente per la sua linea.

Non stupisce quindi che l'industria faccia pagare il design dei suoi prodotti a suon di milioni. Quando un'auto piace diventa un successo di mercato, se invece si rivela un



05

fiasco, diventa difficile persino ammortizzarne i costi di progettazione. Per sostenere la vena ispiratrice dei designer, l'industria ricorre sempre più spesso a sistemi non convenzionali. La General Motors ha ad esempio istituito un team di designer e ricercatori di tendenza, cui ha affidato il compito di frequentare i vernissage o i negozi di giocattoli, oppure ha fatto studiare da un antropologo, munito di binocolo, i potenziali segmenti di clientela per scoprirne le abitudini.

#### Più bello non significa più funzionale

Idee di questo tipo non vengono solo all'industria automobilistica. Eigil Thomsen, capo designer del produttore danese di impianti elettronici d'intrattenimento Bang & Olufsen, afferma: «Siamo alla continua ricerca di nuove fonti d'ispirazione. A tale scopo può essere utile andare a vedere un balletto moderno, partecipare ad una convention politica o recarsi in California. In ogni caso l'ispirazione è solo il primo passo per la progettazione di un nuovo prodotto.»

Per realizzare il famoso lettore CD Beo-Sound 9000 ci sono voluti più di tre anni. Non solo per il design estremo: «Gli impianti della Bang & Olufsen non emergono solo per il design, ma anche per la loro ottima funzionalità, aspetto altrettanto importante.»

Dopo tre anni di progettazione i danesi hanno lanciato sul mercato un apparecchio di forte impatto visivo che può essere collocato verticalmente oppure orizzontalmente. Il sistema è davvero fuori dal comune, ma non rivoluzionario. Ciò che contraddi-

06



07



08



stingue BeoSound 9000 è la sequenza dei CD così come sono stati inseriti nel lettore. «Tutti hanno lo stesso problema con un CD changer. Si inseriscono sei CD e dopo un paio d'ore ci si ricorda forse quali CD sono stati inseriti ma non certo in quale ordine. Il nostro impianto mostra i CD che sono stati inseriti e si capisce subito quando inizierà la riproduzione o se un determinato disco è già passato. Ecco perché BeoSound è più funzionale rispetto a tanti altri prodotti della concorrenza.»

#### Dipende sempre dai rapporti

La maggior parte dei designer preferisce comunque ancora occuparsi di forma e colori piuttosto che di funzionalità; è una tendenza criticata da Michael Erlhoff, professore di storia e teoria del design a Colonia, che afferma con amarezza: «Il design si trova purtroppo davanti ad un dilemma idiota. Il design è infatti considerato pubblicamente e socialmente solo per ciò che in realtà non è, o è solo per caso: come decorazione o stupido ornamento.» Da anni il professore cinquantaseienne si sforza di dare una definizione più ampia di design: l'estetica da sola non basta a Erlhoff, in quanto la bellezza può celare una mancanza di funzionalità. Lo spremiagrumi del celebre designer francese Philippe Starck, oggetto di culto negli anni Ottanta e Novanta, ne è un chiaro esempio. L'oggetto assomiglia ad un ufo con gambe da ragno. A un primo sguardo sembra decisamente funzionale. Chi prova a spremere un limone o un'arancia fa invece una triste scoperta. Se si pone una tazza bassa sotto la pressa di Starck, il succo dell'agrumo

gocciola oltre il bordo della tazza e finisce sul tavolo. Per togliere i semi dallo spremiagrumi scivoloso occorre un'abilità delle dita senza pari, a meno che i semi non siano addirittura finiti dritti nel succo.

Sono errori di concezione che irritano notevolmente Michael Erlhoff. «Un designer deve chiedersi: che cosa fa la gente con questo oggetto? Che rapporto stabilisce? Nella maggior parte dei casi il design consiste in realtà nella creazione di una sorta di interfaccia.» Erlhoff illustra il suo pensiero con una tazza da tè. «La tazza da tè ci mette in rapporto con il tè in diversi modi. Le tazze europee sono ad esempio munite di un manico, cosa che comporta un notevole svantaggio: se afferrate la tazza dal manico e la portate alla bocca, vi bruciate le labbra, perché il tè scotta. In Giappone, dove le tazze da tè non hanno manico, afferrando la tazza vi sareste subito accorti che il tè è troppo caldo e che è meglio attendere un attimo prima di sorseggiarlo. Le tazze europee sono un esempio di una cattiva interfaccia, quelle giapponesi di una soluzione efficace.»

#### L'Asia soffia la preminenza all'Europa

Erlhoff è persuaso che il design è destinato a confrontarsi con interrelazioni ancora più complesse. «Certo, c'è anche un design che può occuparsi di amenità. Ma se il risultato sfocia in un oggetto scadente, la società e l'economia non possono sfruttare il potenziale di un buon design. E in quest'ottica mi riferisco anche al profitto.»

Per affermare la sua tesi, il professore di Colonia presiede in Germania, in Giappone e in Svizzera le Raymond Loewy

Foundations. Mettendo in palio ogni anno il Lucky Strike Junior Award, le fondazioni promuovono i giovani talenti di design. Diversamente dagli abituali concorsi che si concentrano perlopiù su pregi formali, Erlhoff e i giurati della Foundation pongono l'accento su aspetti contenutistici. I premiati degli scorsi anni hanno costruito ad esempio un lucchetto per biciclette che invia un SMS al cellulare del proprietario quando una persona cerca di impossessarsene, oppure hanno realizzato un futon dotato di amplificatore, altoparlanti e regolatore di frequenze, che si addice come apparecchio terapeutico per audiolesi.

Erlhoff è altresì impegnato a costituire università di design a Shanghai, Tokio, Sydney e Taipeh. Qui può realizzare la sua idea di formazione moderna e proiettata al futuro. «In Cina si è imposta l'idea secondo cui nei prossimi decenni il design sarà l'argomento di vendita determinante. E i cinesi vogliono essere fra i migliori.» La serietà degli intenti dei cinesi è dimostrata dalla disponibilità a investire ingenti somme: l'università di design a Shanghai sarà in grado di accogliere 20000 studenti. Erlhoff considera lo sviluppo di nuove strutture di servizio e di nuovi processi fra i suoi compiti prioritari. «Non si tratta semplicemente di creare un oggetto, bensì di un nuovo modo di relazionarsi con un prodotto. È il solo modo di creare nuove strutture di servizi e posti di lavoro. Noi europei dobbiamo nel frattempo recuperare parecchio terreno. Se non iniziamo subito, ripensando il rapporto tra design, economia e lavoro, nei prossimi anni saremo il fanalino di coda del pianeta.»

**04** Le Corbusier ha progettato la sua chaise longue LC4 1929 per una statura media di 1,75 metri – le persone più alte hanno qualche problema a sedersi. **05** Esempio di un fattore di successo: malgrado il prezzo elevato, dal 1995 sono stati venduti oltre 45000 pezzi della macchina da caffè svizzera X1. **06** Circa la metà dei proprietari di una Audi A4 Avant l'ha acquistata per la sua «bellezza». **07** Lo spremiagrumi di Philippe Starck contraddice il motto «la forma viene dopo la funzione». **08** Design funzionale: chi tocca la tazza si rende subito conto della temperatura del contenuto.



# La bellezza mette il turbo alla carriera

In realtà lo abbiamo sempre saputo: chi è bello ha la vita più facile. I privilegi di chi è baciato da madre natura cominciano sui fasciatoi dei reparti maternità e proseguono poi per tutta la vita. Enormi sono anche i vantaggi per la carriera professionale. **Daniel Huber, redazione Bulletin**



► Chi è bello guadagna in media il 5 per cento in più di chi, pur occupando la stessa posizione, ha un aspetto mediocre. A questa conclusione è giunto uno studio condotto dagli economisti americani Daniel Hamermesh e Jeff Biddle, che su questo tema hanno intervistato 7091 persone negli Stati Uniti e in Canada. Ben diversa è la situazione dei dipendenti che hanno un aspetto ritenuto sgradevole: essi devono accontentarsi, nei casi estremi, di uno stipendio fino al 15 per cento più basso. È interessante notare come, con un meno nove per cento di media, la mancanza di bellezza si ripercuota sullo stipendio degli uomini molto più pesantemente che su quello delle donne, che se la cavano con un meno 5 per cento.

Ma il «bonus bellezza» non si limita alle professioni «di vetrina»: a guadagnare di più, se hanno un bell'aspetto, sono ad esempio anche i lavoratori edili o i venditori telefonici. «A questo riguardo sembra esistere una vera e propria discriminazione», spiega Daniel Hamermesh. D'altra parte ammette: «È difficile dire in che misura lo stipendio più elevato delle persone belle non sia effettivamente legittimato da una maggiore produttività.» Un altro studio di Hamermesh e Biddle, infatti, che ha messo in relazione la performance di 289 agenzie pubblicitarie olandesi con l'aspetto fisico dei loro 1282 dirigenti, ha effettivamente dimostrato che in genere bellezza significa anche guadagni più elevati.

Il nesso tra aspetto fisico e successo è molto più complesso di quanto possa sembrare a una prima superficiale analisi. Manfred Hassebrauck\*, docente di psicologia sociale all'Università di Wuppertal, spiega: «Il trattamento privilegiato comincia già nella primissima infanzia. I bimbi più belli godono infatti di maggiore attenzione da parte degli altri, vengono presi in braccio e accarezzati più spesso.» Anche all'asilo e a scuola sono di solito al centro dell'attenzione e vengono contesi dai compagni. «In questo modo imparano presto ad apprezzare i vantaggi della propria bellezza», sostiene Has-

sebrauck. «Sviluppano una forte fiducia in se stessi e dispongono di competenze sociali che tornano loro utili nel rapporto con gli altri.»

Nella vita professionale la bellezza è determinante fin dal colloquio di presentazione. I candidati di bell'aspetto non solo hanno maggiori possibilità di ottenere il posto, ma lasciano nei superiori un'impressione che dura nel tempo. «Chi è bello è anche bravo», sosteneva la poetessa greca Saffo già oltre 2600 anni fa. E questo stereotipo influenza ancor oggi la nostra percezione. Viviamo in una cultura in cui i buoni sono belli e i cattivi brutti, nelle fiabe come nei film di Hollywood.

La University of Houston, Texas, ha esaminato 2235 sentenze. Lo studio ha dimostrato che, in caso di reati minori, gli accusati di bell'aspetto se la cavano con pene più miti. E persino nelle cliniche psichiatriche, secondo uno studio zurighese, le donne belle ricevono più terapie individuali di quelle meno attraenti. Non c'è quindi un solo ambito della vita in cui la carta della bellezza non si riveli vincente.

Ma torniamo al posto di lavoro appena ottenuto. «Una volta formatosi, il cliché positivo influenza inevitabilmente la nostra percezione», spiega Hassebrauck. «Caratteristiche negative o errori che non si adattano al quadro che già ci siamo fatti vengono cancellati o comunque sminuiti. In un certo qual modo, quindi, rielaboriamo ogni informazione in base alle nostre aspettative.»

Ai collaboratori di aspetto meno gradevole, invece, vengono associate caratteristiche negative, che prima o poi vengono in qualche modo confermate. Risultato: spesso l'aspetto fisico diventa una profezia destinata ad avverarsi, poiché forgia l'essenza stessa della persona interessata. Hassebrauck spiega così il fenomeno descritto: «In fondo ognuno di noi preferisce stare insieme a persone attraenti, sicure di sé e aperte piuttosto che a persone meno belle, più timide e impacciate. Chi è bello ha la vita più facile. È ingiusto, ma vero.»

\* Di Manfred Hassebrauck e Beate Küpper la casa editrice roror ha appena pubblicato il libro «Warum wir aufeinander fliegen» («Perché siamo attratti l'uno dall'altra»).

## Quali sono le caratteristiche di un look di successo?

**La consulente di immagine Esther Knaus, della ditta «Your Corporate and Private Image», ci risponde così: «Per gli uomini è decisiva la statura. Un uomo alto è più imponente e quindi trasmette un'immagine di maggior successo. Importanti anche i tratti somatici, che devono essere regolari: le zone della fronte, del naso e del mento devono avere pressoché le stesse dimensioni. Tuttavia la fronte, quale segno di intelligenza, può essere anche un po' più ampia. La corporatura non deve essere né troppo robusta né troppo esile. I pregiudizi a tale proposito sono enormi. Entrambi gli estremi, infatti, vengono considerati sintomatici di problemi e di scarsa forza di volontà. Un corpo sportivo significa energia e capacità d'imporsi. Per le donne la bellezza è utile soprattutto nella fase iniziale, ma quando si tratta di occupare posizioni di maggior rilievo può diventare addirittura un handicap. In questo caso è necessario combattere i pregiudizi con un abbigliamento semplice e sobrio. Triste ma vero, per le donne certi vecchi cliché sono sempre validi: le bionde sono più belle ma più stupide delle brune, e così via. Una donna che punta tutto sul proprio fascino viene facilmente accusata di aver fatto carriera passando di letto in letto. Non c'è quindi da meravigliarsi se le donne che occupano posizioni di rilievo hanno spesso modi di fare poco femminili.»**

**01** Un aspetto esteriore piacevole spiana la strada alla carriera e può anche nascondere eventuali difetti. **02** Di bell'aspetto o no? Il giudizio viene formato dopo pochi sguardi. **03** Punto morto: nella scalata al vertice capita che le donne belle inciampino proprio nella loro avvenenza; il cliché secondo cui le bionde sono belle ma stupide è duro a morire.





# La bellezza fa bello il portafoglio

Il settore cosmetologico mondiale è in pieno boom. Accanto alla clientela fidelizzata, dalle abitudini immutate, altri due segmenti si profilano quali potenziali acquirenti: le donne giovani e gli uomini. Sennonché non tutti gli investimenti nell'industria della cosmesi generano proventi. **Harald Zahnd, CFA, Equity Research**



02

► «La bellezza vera è la bellezza interiore!» Non possiamo che assentire. Un analista dei beni di consumo può invero giustamente ribadire che il fatturato complessivo del comparto cosmetologico racconta una storia diversa. A dispetto della valenza del detto, molti rincorrono comunque la bellezza più effimera. O quantomeno spendono un sacco di soldi nel tentativo di ottenerla, come un qualsiasi bene veniale: il mercato mondiale di articoli cosmetici e per la cura del corpo è valutato a 180 miliardi di dollari USA, grosso modo il doppio di quello dei beni di lusso. Colipa (The European Cosmetic Toiletry and Perfumery Association) stima la quota di mercato al dettaglio accaparrata da questo settore a circa 30 per cento o 52 miliardi di euro (vedi grafico a pagina 22). Le categorie più rilevanti sono i prodotti per la cura dei capelli, dermatologici e i profumi (vedi grafico a pagina 23). Gli scorsi otto anni il mercato della cosmesi e dei prodotti per l'igiene del corpo ha registrato un tasso di crescita medio del 4 per cento annuo, con alcune performance notevolmente superiori, quali l'8 per cento fatto segnare da L'Oréal.

## La pelle più proficua dei capelli

Saggi di crescita e profitti registrano valori assai eterogenei attraverso i vari comparti: nella parte inferiore della graduatoria si posiziona la profumeria con un tasso di crescita attorno al 3,5 per cento e margini di profitto dell'ordine del 6-7 per cento; all'estremo opposto si collocano i prodotti per la cura della pelle con un tasso di crescita pari al 9 per cento e margini che superano spesso il 20 per cento. A metà strada troviamo i prodotti per il maquillage e la cura dei capelli, dove i margini oscillano tra l'8 per cento e il 14 per cento.

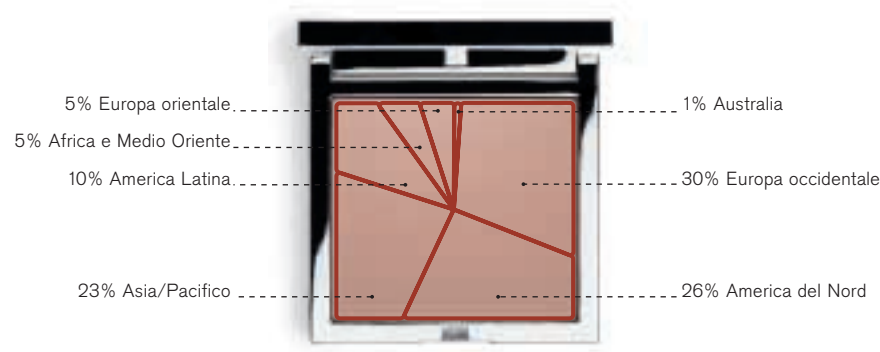


03

**01** Il segmento della cura dell'epidermide è viepiù frammentato e le strategie di marketing sono fortemente differenziate per fasce di età e regione. **02** I prodotti per capelli registrano margini di profitto oscillanti tra l'8 per cento e il 14 per cento, valori medi del comparto cosmetologico. **03** La quota di mercato di prodotti cutanei specifici per gli uomini è ancora inferiore al 5 per cento. Le aziende affermate possono sfruttare un potenziale altamente interessante e lanciano nuove linee maschili con sempre maggiore frequenza.

Esempio da manuale che illustra la dinamica del comparto della cosmesi sono i prodotti per la cura dell'epidermide. Il mercato delle creme per il corpo (che costituiscono il 70 per cento dei prodotti per la cute) è in pieno boom da cinque anni, con valori da due a tre volte superiori a quelli fatti registrare dai preparati per la cura del viso (la cui quota di mercato si attesta sul 20 per cento). Questo trend si spiega con la crescente consapevolezza del proprio corpo e il desiderio di proteggere l'epidermide del corpo intero dagli effetti deleteri di inquinamento atmosferico e aria condizionata.

La crescita accelerata della domanda di preparati per la cura della pelle si spiega con ulteriori fattori: invecchiamento della popolazione, crescente proporzione di donne professionalmente attive ed espansione dei target tradizionali ad altri consumatori potenziali come clientela femminile di una fascia di età minore nonché popolazione maschile. In Francia, al terzo posto in termini di consumo di prodotti per la pelle, il 37 per cento della popolazione avrà oltre 50 anni nel 2010; in Giappone, secondo in classifica, già oggi il 25 per cento della popolazione supera i 60 anni. Il trend che vede le donne attive professionalmente e con redditi in espansione non sembra dar segni di flessione. Un forte impegno pubblicitario del comparto cosmetolo-



## Un mercato tutt'altro che saturo

**Articoli per la cosmesi e la cura del corpo, per regione: gli svizzeri spendono ogni anno circa 340 franchi pro capite in articoli cosmetologici. Altre regioni d'Europa dispongono invece ancora di un potenziale di sviluppo elevato.** Fonti: Euromonitor, Colipa, stime CSPB

gico ha portato gli uomini a spendere una quota maggiore del proprio reddito in articoli per la cura del corpo. Sebbene la quota di mercato dei prodotti cutanei per la clientela maschile non abbia superato un modesto 5 per cento, il lancio di una nuova linea maschile da parte di Clarins e Chanel conferma che le aziende affermate sono certe dell'esistenza di un potenziale interessante.

### La voglia di lusso permane

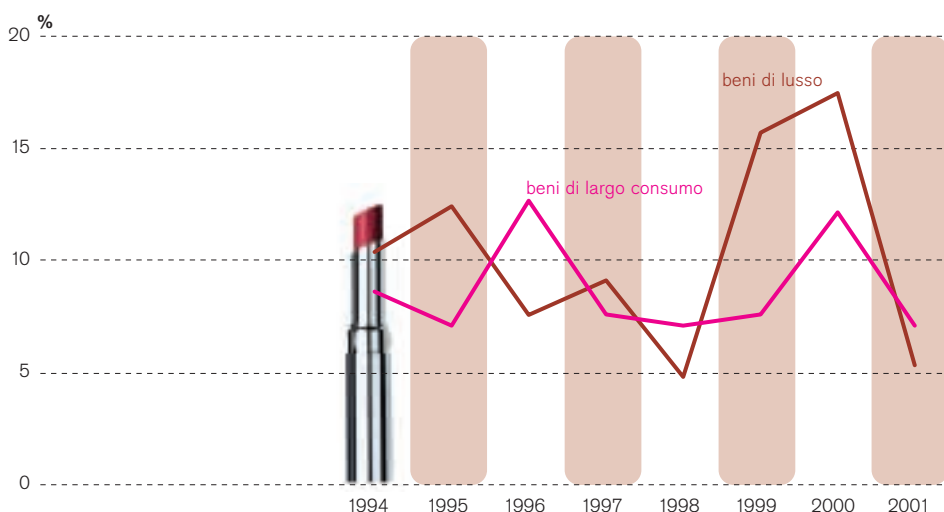
I canali di distribuzione di prodotti di cura per la pelle sono solo due: i grandi centri commerciali (Carrefour, Wal-Mart, Coop)

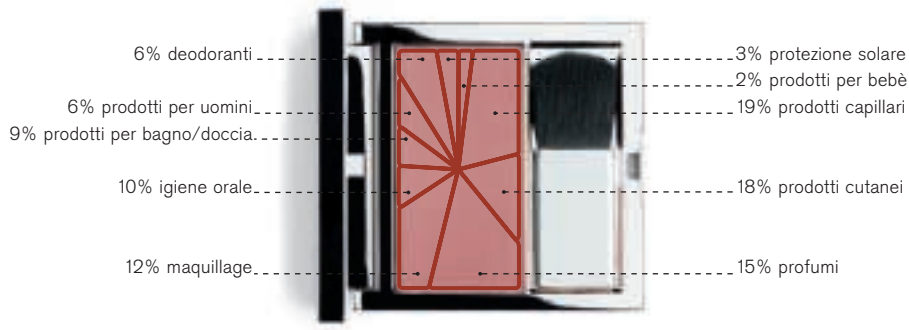
gestiscono essenzialmente i beni di largo consumo, mentre le boutique specializzate o i punti vendita delle grandi marche si concentrano sui prodotti di prestigio o di lusso (piccole profumerie, Sephora, Douglas, Marionnaud). A scopi di marketing, i gruppi dell'industria cosmetica (L'Oréal è l'eccezione che conferma la regola) scelgono di specializzarsi in uno di questi due segmenti. Propongono prodotti di largo consumo in particolare Beiersdorf (Nivea), Johnson & Johnson, Procter & Gamble e Unilever. Il segmento dei prodotti di lusso (commercializzati da aziende illustri come LVMH, L'Oréal, Clarins e Estée Lauder), sebbene ciclico, è cresciuto in cinque degli otto anni scorsi in misura maggiore (vedi grafico). Il timore diffuso che la clientela selezionata cominciasse a snobbare le marche di prestigio a favore di prodotti di largo consumo più a buon mercato pur con un buon livello qualitativo pare non essersi concretato. Il prezzo elevato è percepito come garanzia di qualità e il servizio è indubbiamente più competente e personalizzato nel segmento dei beni di lusso. Spendere per la cura del viso è spesso considerato un investimento.

Ottimo esempio della strategia di diversificazione del segmento di beni di lusso in seno a un gruppo di cosmesi è offerto dalla divisione Lusso di L'Oréal, che gestisce e sviluppa marche esclusive quali Lancôme, Helena Rubinstein, Biotherm, Giorgio Armani, Cacharel e Shu Uemura. Il business plan per il 2002 prevede di sviluppare e sfruttare l'interesse del potenziale di ciascun marchio. Meta importante è il consolida-

## Ricchezza in vasetto

**Il segmento dei beni di lusso è più ciclico di quello dei beni di largo consumo, in compenso è in più forte espansione, per quanto non in maniera omogenea per tutti i prodotti: va dal 3,5 per cento (profumi) a circa il 9 per cento (prodotti per la pelle).** Fonti: Merrill Lynch, CSPB





## Pelli sensibili (e maschili) generano profitti

**Articoli per la cosmesi e la cura del corpo, per categoria: sull'arco degli scorsi dieci anni la cosmesi registra un tasso di crescita pari al 4 per cento annuo. Un alto potenziale è contenuto nei prodotti curativi per la pelle nonché in quelli formulati per gli uomini.** Fonti: Euromonitor, stime CSPB

mento della già prestigiosa marca Lancôme nella fascia superiore del segmento di lusso a livello mondiale, che si spera di ottenere con tre linee di prodotti: Absolue, una nuova combinazione di principi attivi che agisce in profondità nella prevenzione dell'invecchiamento cutaneo, il complesso idratante con estratti di uva Vinéfit (nuovo, con gel e lucidalabbra) e una formula rigenerativa notte con complessi schiarenti per il mercato asiatico. Le orientali preferiscono prodotti che schiariscano l'incarnato per ottenere una pelle il più possibile simile a quella delle donne europee. Le marche Helena Ru-

binstein e Biotherm hanno l'incarico di assicurare al gruppo la solidità dei tassi di crescita, mentre il recente e promettente marchio Shu Uemura il suo posizionamento strategico sul mercato giapponese.

### Il marchio è garanzia per gli investitori

L'industria cosmetica è assai frammentata: le cinque imprese più importanti generano circa il 38 per cento del fatturato complessivo, le prime dieci un 54 per cento (dieci anni fa, le percentuali erano rispettivamente 35 e 50 per cento). Alcuni fattori presagiscono un ulteriore consolidamento del

settore: le sinergie in ricerca e sviluppo (le imprese di maggiori dimensioni investono circa il 3 per cento del proprio fatturato in R&S), l'inserimento di un marchio conosciuto in un segmento nuovo con un prodotto innovativo (per esempio una crema solare formulata in modo da prevenire l'invecchiamento oppure prodotti per il maquillage che curano la cute) nonché il crescente consolidamento effettuato nei negozi di vendita al dettaglio. Sennonché, il fatto che le grandi marche di cosmetici siano concentrate nelle mani di pochi gruppi industriali e che scarseggino potenziali candidati per soppiantarli, tenderà a rallentare in futuro detto processo.

Le azioni delle aziende del comparto della cosmesi (si veda la tabella in calce) e altri settori sulla difensiva hanno fatto registrare cospicui utili di quotazione. La performance relativa (utile di quotazione rispetto all'andamento dei corsi dell'intero mercato) si attesta sul 15 per cento nel primo semestre 2002 (contro un ragguardevole 41 per cento nel 2000). Le quotazioni hanno registrato un incremento pari al 70 per cento se comparate con la performance complessiva dei mercati (rapporto corsi/utigli). Ergo, attualmente si consiglia di investire solo in titoli di aziende con un eccezionale portafoglio di marche.

## Belli si diventa (a suon di quattrini)

**I margini di profitto lucrati nel segmento dei beni di lusso possono raggiungere anche il 60 per cento. Quando il prezzo è garanzia di qualità c'è chi è disposto a pagare. Un marchio affermato è indice della solidità di un'azienda.** Fonti: pubblicazioni aziendali

Capitalizzazione al 30.8.2002	Marche selezionate	Categorie di prodotti e quote di mercato
<b>L'Oréal</b> 49,4 mia. di euro	L'Oréal, Lancôme, Garnier, Maybelline, Vichy, Helena Rubinstein, Redken, Biotherm	20% del mercato USA per la cura della pelle nel segmento di lusso 54,4% del fatturato in beni di largo consumo 26,5% nel segmento dei beni di lusso 13,5% nel settore professionale 4,9% in cosmesi farmaceutica
<b>LVMH</b> 17,6 mia. di euro	Christian Dior, Guerlain, Givenchy, Kenzo	7% del mercato europeo in prodotti di lusso per la cura della pelle 17% del fatturato in prodotti curativi 61% profumeria 22% maquillage
<b>Clarins</b> 798 mio. di euro	Clarins, Thierry Mugler, Azzaro Parfums, Hugo Boss Parfums	Leader del mercato europeo con il 16% in prodotti di lusso per la cura della pelle 49,9% del fatturato in prodotti curativi 36,1% profumeria 9,9% maquillage
<b>Estée Lauder</b> 6,8 mia. di USD	Estée Lauder, Aramis, Clinique	Leader negli USA con il 49% in prodotti di lusso per la cura della pelle





# L'arte non deve essere bella

In tema di bellezza, il riferimento alle arti figurative è d'obbligo. Ma se gli esperti dissertano sulla qualità dell'arte, allora la bellezza non costituisce più un parametro di valutazione. Approccio a una delle più affascinanti contraddizioni dell'umanità. **Andreas Schiendorfer, redazione Bulletin**



02

**01** La casa madre del Credit Suisse a Paradeplatz ospita un'opera d'arte in più parti di Silvie Defraoui. In immagine, l'ingresso della Banca con videoinstallazioni montate alle pareti ed elementi luminosi incastonati nel suolo, che attirano lo sguardo ad un livello matriciale, nel ventre della terra, dove il tempo intesse la trama. Accenni di sabbia, fondi di caffè o nuvole riflettono il tentativo di interpretare i segni...

**02** Per l'«Octavo» a Oerlikon Anselm Stadler ha creato due oggetti che si propongono di sondare la percezione del nesso tra la realtà e i suoi possibili riflessi. In primo piano appare la «Doppiatura scintillante» (con sfere di vetro variopinte), dietro si scorge la creazione a mo' di isola «Formazione cristallina». I tesori dell'infanzia o l'isola deserta non sono che riflessi scintillanti, affrancati dal quotidiano.





► Rappresentare il bello e il sublime seguendo il modello della natura era un tempo lo scopo delle «belle arti». Nel 1750 il filosofo tedesco Alexander Gottlieb Baumgarten battezza una nuova disciplina, l'estetica, sorretta nella sua essenza da «pittura, musica, scultura, architettura, calcografia e tutte le altre espressioni delle arti liberali e belle». Baumgarten definisce la percezione del bello come conoscenza sensibile, ma ancora amorfa e sfuggitiva, della perfezione, cui si approda dando prova di genialità, entusiasmo, talento ed esercizio.

#### **L'arte per l'arte solo al tramonto del XVIII secolo**

Per Baumgarten le arti liberali e le belle arti sono ancora un tutt'uno. Sin dall'antichità le «arti liberali» comprendono grammatica, retorica, dialettica, aritmetica, musica, geometria e astronomia.

Non è un controsenso. Dall'antichità al Medioevo e sin oltre il Rinascimento non esiste la figura dell'artista indipendente, ovvia ai nostri giorni. Nel Medioevo gli artisti sono artigiani, molto spesso al servizio della Chiesa. Durante il Rinascimento lavorano per la Corte e più tardi per lo Stato. Imparare le diverse attività riassunte nelle «arti liberali» rientra nella formazione di base degli artisti di quel tempo: ne è un illustre esempio Leonardo da Vinci. Soltanto verso la fine del XVIII secolo l'espressione artistica è promossa a libera professione. L'opera d'arte diventa fine a se stessa, priva di committenti. L'arte per l'arte.

Contro la pretesa morale all'arte quale «massima concretizzazione del bello», così come ancora formulato da Kant nel 1790 nella sua «Critica del Giudizio», insorgono parallelamente il riscatto delle opere e la moderna critica dell'arte. «L'arte può esser bella. Può, sia chiaro, ma non deve», precisa Dora Frey, responsabile del servizio Arte al Credit Suisse. E Magdalena Plüss, storica dell'arte e collaboratrice dello stesso servizio, incalza: «Per valutare la qualità di un oggetto d'arte, la bellezza non rappresenta alcun criterio. Spesso ciò che riteniamo bello non è altro

03

**03** Dalla metà degli anni Settanta sono stati realizzati diversi progetti di «Arte nell'architettura», come testimonia il riuscito intervento effettuato nel 1996 a Chiasso. L'opera in alluminio termolaccato di Gianfredo Camesi esprime magicamente la realtà assoluta in alternanza tra spirito e materia. Con la sua forma, il cerchio simboleggia la perfetta sintesi tra natura e cultura; da notare, comunque, che questo non è completamente chiuso.



che decorazione, derubata di contenuti e quindi non classificabile come arte figurativa. Invece l'arte deve avere corpo. Bellezza e bruttezza non sono categorie di valore estetiche, bensì percezioni soggettive – ossia legate al tempo e al luogo – delle qualità dell'avvenenza».

Non basta, quindi, che un'opera piaccia per ragioni estetiche: «Dobbiamo penetrare nell'universo dell'artista. Le nostre ricerche si estendono ad autori professionisti, impegnati nel raffigurare le soluzioni di determinati problemi o quesiti. Persone che nei loro lavori sanno trasporre una visione propria e innovativa del tempo e dello spazio, ponendo l'osservatore di fronte a «soluzioni» apparentemente ermetiche che sarà invogliato ad interpretare. Un processo che noi chiamiamo «osservazione riflessiva».

### L'esperienza come chiave del retto giudizio

Durante il suo lavoro l'artista mobilita criteri di valutazione soggettivi, rimette sempre tutto in discussione, trascinato nella perenne ricerca dell'«opera compiuta». L'analisi proposta dalla filosofia dell'arte pone frattanto l'accento sull'osservazione comparata, ma soprattutto sull'esperienza. «Esistono opere di consultazione sul vino, eppure la sua conoscenza è frutto dell'esperienza. Occorre averne degustato molto per poter parlare da intenditori. Allo stesso modo, bisogna aver visto molta arte per capirla e per formulare un giudizio di qualità impermeabile al dibattito su di essa», spiega Lucius Grisebach, Direttore del Neues Museum Nürnberg (NZZ Folio, ottobre 2000).

Il consumatore d'arte tende a definirla sulla base dei criteri di qualità originari: la perfezione artigianale (pretesa da Aristotele), il concetto del sublime (Platone), la bellezza ovvero ciò che piace soggettivamente. Criteri che oggi, tuttavia, non possono più essere applicati incondizionatamente ad una produzione artistica dissociata da qualsivoglia fine.

Chiunque percepisca qualcosa come «bello» – magari dichiarando semplicemente

«mi piace» –, approfondendo la riflessione scoprirà invero ulteriori criteri. Nelle sue «Note», lo scrittore Ludwig Hohl riferiva ad esempio: «Per il solo fatto che l'immagine rispecchi il suo esecutore, si sublima la bellezza».

### Idee chiare al servizio della professionalità

Quando i fondi sono destinati alla costituzione professionale di collezioni d'arte – in seno ad aziende, istituti d'arte oppure anche a livello privato – è imperativo avere le idee in chiaro, o, detto altrimenti, procedere a una valutazione sistematica.

Il Credit Suisse, sia detto per inciso, acquista opere d'arte sin dalla fondazione del Credito Svizzero nel 1856 o della Banca Popolare Svizzera nel 1869, e vanta oggetti che sul mercato raggiungono quotazioni da primato. Tuttavia, per una politica d'acquisto vera e propria bisogna attendere il 1975, con l'istituzione di una commissione per l'arte, o meglio il 1977 con l'avvio di progetti in materia a cura della commissione «Arte all'Üetlihof». In questo breve periodo la prospettiva muta radicalmente. Per la prima tappa dell'Üetlihof si fa infatti appello a 14 giovani artisti contemporanei svizzeri anziché a firme note. Un'idea cui si è rimasti fedeli, con una sola eccezione: il Credit Suisse Communication Center «Bocken» di Horgen, che ospita opere di personalità di fama internazionale come Dani Karavan, Nam June Paik oppure Beverly Pepper.

Con la decisione di puntare su artisti contemporanei il Credit Suisse Group concretizza tre intenzioni. «Le opere d'arte sono la linfa di un'atmosfera rilassata e suggestiva», precisa Dora Frey. «Grazie al suo interessamento, la Banca promuove inoltre la produzione artistica del nostro Paese. Infine, sia per i collaboratori che per la clientela la collezione si propone come spunto di riflessione e base per comprendere le creazioni dei giovani artisti».

I lavori non vengono selezionati in funzione di un aumento del valore, bensì per l'arte in sé. Il Credit Suisse può invero assicurarsi

opere a buon prezzo, ma corre rischi ben maggiori rispetto all'acquisto di quadri celebri come «La posta del Gottardo» di Rudolf Koller oppure lo «Sguardo al Wetterhorn» di Alexandre Calame.

L'arte contemporanea va assaporata con calma, a piccole dosi, poiché non sazia la percezione estetica dell'osservatore profano.

Una cosa è però certa: la capacità di apprezzarne i risvolti può essere acquisita. Grazie alle visite guidate del servizio Arte o dopo attenta osservazione delle opere, l'esposizione dello scultore Anselm Stadler «Arte nell'architettura» nell'«Octavo» di Zurigo-Oerlikon riscuote un plauso pressoché unanime. Un'eco analoga si rileva pure per la composizione multiforme nella sede centrale a Paradeplatz. L'artista Silvie Defraoui lavora con oggetti (la fontana), motivi (l'oracolo) e materiali (la cera) che trascendono il tempo, intrecciati in un gioco in cui si alternano vetro, acqua, acciaio, scritte luminose ed elementi fotografici.

### I nove criteri di qualità di Salvador Dalí

Ritorniamo ora al capitolo sull'oggettivazione della qualità. Salvador Dalí, per fare un esempio, ha elencato nove criteri alla base di una graduatoria guidata da von Vermeer van Delft, Raffaello e Velázquez: attività artigianale, ispirazione, colore, disegno, genialità, composizione, originalità, mistero, genuinità.

Lo storico dell'arte elvetico Peter Killer si limita invece a cinque caratteristiche di qualità: genesi della forma (la forma corrisponde al contenuto?); innovazione (ingegnosità); intensità; complessità; il tutto numinoso (l'innominabile quintessenza).

Sia quel che sia, un criterio prevale su tutti, quello del «mistero» o del «nume». Gli attributi oggettivi ci permettono di accantonare le creazioni leggere, il fast food dell'arte, ma dobbiamo pur convenire con Johann Wolfgang von Goethe, che nelle sue «Massime e riflessioni» annotava: «L'eccellenza è insondabile, che se ne faccia ciò che si vuole».



## Taglio del nastro a Paradeplatz

Il 21 ottobre 2002 il Credit Suisse ha inaugurato il nuovo pianterreno della sua sede



centrale situata a Paradeplatz. Costruito dal 1873 al 1876 sul progetto dell'architetto Jakob Friedrich Wanner, nel corso dei decenni l'edificio è assunto a simbolo della città di Zurigo e della piazza finanziaria elvetica. A catturare

l'attenzione è soprattutto il nuovo cortile a lucernario, sorto dove fino a poco tempo fa si trovava l'atrio sportelli e disegnato dallo studio di architettura «Atelier 5» di Berna. Nella zona dedicata agli acquisti sono presenti undici marche di prestigio. Con questa parziale ridestinazione d'uso il Credit Suisse ha riabilitato la concezione originaria dell'edificio, che in effetti già nel XIX secolo presentava un passaggio aperto. La rivista di architettura «Hochparterre» ha dedicato alla ristrutturazione un numero speciale (in tedesco e inglese) che può essere ordinato mediante il modulo accluso. (schi)

## La borsa, questa conosciuta

Fino all'8 dicembre sarà ancora possibile partecipare all'Invest Game Junior, il noto gioco che il Credit Suisse organizza assieme alla casa editrice h.e.p., specializzata in mezzi didattici. I giovani dai 14 ai 20 anni possono gestire un capitale fittizio di 250 000 franchi, acquisire prime esperienze con la borsa e, fatto non trascurabile, vincere premi per un valore complessivo di oltre 12 000 franchi. Ogni settimana ricevono inoltre una newsletter con le analisi degli esperti del campo. L'anno scorso hanno partecipato al gioco 8700 investitori in erba che hanno gestito 14 200 depositi. Il vincitore ha portato il proprio deposito a 655 336 franchi. Quanti saranno quest'anno? Iscriverti al gioco è possibile in ogni momento al sito [www.investgame.ch](http://www.investgame.ch) (schi)

Visibilmente soddisfatti per la vincita del premio Aeppli: Anton Brunner, responsabile infortunistica Winterthur Insurance, e la sua assistente Janine Kramer.



## Impedire il trauma cervicale

Il premio Aeppli, un riconoscimento con un montepremi di 25 000 franchi conferito ogni anno dal Credit Suisse Group, quest'anno è stato assegnato al team di infortunistica della Winterthur Insurance. Wipgard, questo il nome del prodotto, protegge gli automobilisti dal cosiddetto «colpo di frusta» al verificarsi di una collisione da tergo: in caso di tamponamento, questo particolare dispositivo fa in modo che tutto il sedile retroceda orizzontalmente e si ribalti in modo controllato. Wipgard, presentato al pubblico in giugno, ha avuto un riscontro positivo immediato, come dimostra l'ordinazione da parte della polizia di Rotterdam per tutti i suoi veicoli d'intervento.

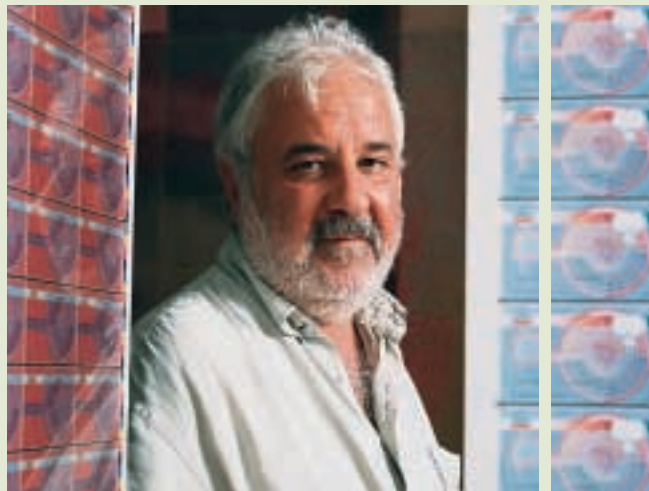
Per ora ha un solo svantaggio: è disponibile unicamente per i modelli VW Golf IV, Passat e Bora. La speranza è che il dispositivo possa essere applicato ad altri modelli VW e, se la richiesta sarà sufficiente, anche ad altre marche.

Il premio Aeppli viene conferito dal 1987 ai dipendenti del Credit Suisse in Svizzera; nel 2001 è stato assegnato al team Internet Banking del Credit Suisse Private Banking per il sito MyCSPB. Questo premio al merito è stato istituito da Oswald Aeppli, che dal 1977 al 1983 fu Presidente del Consiglio di amministrazione del Credito Svizzero. Per maggiori informazioni su Wipgard rimandiamo al sito [www.wipgard.com](http://www.wipgard.com) (schi)

## Il Credit Suisse indica il percorso da seguire

Nelle scorse settimane molti titolari di una carta ec/Maestro e Cash Service del Credit Suisse hanno ricevuto una tessera con il nuovo soggetto, un labirinto nei colori rosso e blu. Il suo percorso conduce talvolta all'esterno e talvolta all'interno, ma finisce sempre per portare alla meta. Il nuovo motivo esce dalla matita di Roger Pfund, titolare di un atelier di comunicazione visiva a Carouge. «Il Credit Suisse aiuta i propri clienti a orientarsi in questo labirinto e a trovare la giusta via», osserva il noto artista e designer. Roger Pfund ha anche partecipato alla creazione dell'attuale serie di banconote svizzere, ha disegnato i nuovi disegni Reka, il francobollo speciale dell'ONU, appena apparso, e il passaporto svizzero in vigore dal 2003. (schi)

Nel suo atelier Roger Pfund ha creato due quadri formati da innumerevoli carte ec/Maestro e Cash-Service del Credit Suisse.



# Informati come i professionisti

Informazioni finanziarie fondate, aggiornate e di prima mano: fino a metà gennaio 2003 l'Investors' Circle è aperto a tutti gli interessati. **Andreas Schiendorfer, redazione Bulletin**

➤ I clienti del Credit Suisse Private Banking sanno che i loro consulenti investono i risparmi nel miglior modo possibile, ovviamente nel rispetto dei criteri di rischio concordati. Ciononostante vi sono situazioni in cui è utile che anche il cliente sia informato sull'andamento dei mercati finanziari.

Considerato l'immenso volume delle informazioni finanziarie pubblicate, in parte anche contraddittorie, questo intento non costituisce tuttavia un'impresa di poco conto. Per tale motivo, circa tre anni or sono il Credit Suisse Private Banking ha creato l'Investors' Circle, una piattaforma che offre ai suoi clienti accesso esclusivo alle

informazioni di massima attualità elaborate da analisti ed esperti del Credit Suisse. Che l'offerta corrisponda a una reale esigenza lo dimostra il fatto che, fino ad ora, più di 1500 clienti ne hanno usufruito regolarmente.

## Piattaforma strutturata in modo chiaro

Per quattro mesi anche i non clienti o coloro che comunque non sono membri dell'Investors' Circle avranno accesso alle informazioni altamente affidabili offerte da questo servizio. Al sito [www.cspb.com](http://www.cspb.com) gli interessati potranno, mediante registrazione, effettuare gratuitamente il log-in e

approfittare quindi della vasta piattaforma di tool e informazioni per ogni strategia d'investimento.

I principali strumenti dell'Investors' Circle sono: analisi di mercato, analisi di rapporti aziendali, ricerca tecnica, Stock Screener, Portfolio Tracker, panoramica dei rating, rating secondo criteri di sostenibilità, studi macroeconomici e pubblicazioni di ricerca degli analisti del Credit Suisse. Chi prova adesso l'Investors' Circle avrà tutto da guadagnare!



**Fino a gennaio 2003 anche i non clienti potranno accedere all'Investors' Circle sul sito [www.cspb.com](http://www.cspb.com).**

## L'anno delle illusioni perdute

Per la sedicesima volta il Credit Suisse ha organizzato a Losanna la conferenza «Perspectives». Quest'anno, tuttavia, un quartetto di rinomati oratori ha dovuto esporre verità piuttosto amare ai 600 rappresentanti di industria e politica.

Il tema di «Perspectives 2003» era assai promettente: dopo il secondo conflitto mondiale, la combinazione di progresso economico, politico e sociale ha determinato il successo dei paesi industrializzati. Perché oggi questa «trilogia» non funziona più? Dove sono gli errori, e dove le soluzioni? La conferenza prometteva risposte, che sono state effettivamente date, ma che non sempre sono state piacevoli.

Alois Bischofberger, capo economista del Credit Suisse, ha esposto il suo riepilogo degli ultimi mesi e le previsioni per il futuro con parole piuttosto meste: «Il 2002 è l'anno delle illu-

sioni perdute. Il rallentamento della crescita economica, la perdita di fiducia nella politica economica, nella gestione e nei risultati aziendali e la valutazione negativa delle prospettive del mercato azionario da parte degli investitori non fanno ben sperare per il futuro. Quello di cui abbiamo bisogno è una politica della concorrenza, del lavoro e dell'istruzione che prenda sul serio le esigenze dell'economia, nonché un clima in cui si possano sviluppare le forze creative. E tanta, tanta pazienza».

Tra gli oratori, oltre ad Alois Bischofberger, anche Roger de Weck, giornalista ed ex capore-

dattore di «Tages-Anzeiger» e «Die Zeit», Andreas Koopmann, CEO del gruppo Bopst, attivo a livello mondiale e specializzato in imballaggi, nonché Michel Camdessus, direttore del Fondo monetario internazionale dal 1987 al 2000.

Mentre Roger de Weck ha cercato, in tono piuttosto malinconico, di attribuire ai media parte della colpa del generale calo di fiducia, Andreas Koopmann e Michel Camdessus si sono dimostrati più ottimisti.

Koopmann ha presentato le cifre del Bobst Group per il primo semestre 2002, il cui fatturato è cresciuto dello 0,8

per cento toccando i 680 milioni di franchi, risultato soddisfacente se si considera l'attuale congiuntura. Questo successo sarebbe da ricondurre a due fattori di cui nessun rapporto di gestione tiene conto: la soddisfazione dei clienti e quella dei collaboratori. Koopmann ha invitato a riflettere sull'importanza di questi due elementi.

Sulla stessa lunghezza d'onda anche Michel Camdessus: «La parola chiave è collaborazione. Solo se i paesi industrializzati e quelli in via di sviluppo affronteranno insieme temi quali aiuto allo sviluppo, indebitamento e coerenza delle strutture finanziarie globali e regionali sarà possibile trovare soluzioni sostenibili. Senza questi obiettivi raggiunti insieme non vi sarà alcuna crescita economica durevole». (ba)



# Pianificare bene per abitare meglio

Per molte persone l'acquisto di una casa tutta per sé costituisce un sogno.

«Noi aiutiamo a far sì che questo sogno non diventi un incubo», spiega Ursula Gut, Head Sector Sales Mortgages & Loans. **Intervista a cura di Marcus Balogh, redazione Bulletin**



**Ursula Gut, Head Sector Sales Mortgages & Loans, vuole poter offrire a ogni cliente una soluzione ritagliata su misura.**

**Marcus Balogh** Le prospettive dell'economia sono piuttosto grigie, la propensione al consumo scarsa. Questo clima si fa sentire anche negli affari ipotecari?

**Ursula Gut** Direi di no. L'interesse nei confronti della proprietà abitativa continua a essere notevole.

**Formuliamo la domanda diversamente: al momento attuale i tassi d'interesse sono a un livello estremamente basso; è questo il momento ideale per l'acquisto di una casa?**

Nelle zone più attraenti, negli ultimi due – tre anni i prezzi sono tornati a salire e le cosiddette «occasioni» sono diventate una merce rara. D'altro canto, il livello dei tassi continua a essere molto vantaggioso. Tuttavia, la convenienza o meno di acquistare una casa deve essere chiarita sempre caso per caso.

**Qual è attualmente il livello medio dei tassi?**

A questa domanda non posso rispondere con un unico dato. Ogni prodotto ipotecario presenta infatti una sua struttura e, ovviamente, anche tassi d'interesse propri.

**Il Credit Suisse propone già quattro prodotti ipotecari. Adesso se ne aggiunge un quinto.**

**Non sono troppi?** Assolutamente no. Questi prodotti vengono sviluppati appositamente per soddisfare le esigenze della clientela. I cinque prodotti coprono effettivamente propensioni al rischio o esigenze di sicurezza diverse e tengono conto delle varie situazioni finanziarie. Il nuovo prodotto ipotecario è stato concepito per acquirenti della prima proprietà abitativa adibita ad uso personale.

**Questa «ipoteca per esordienti» è davvero unica, o il Credit Suisse si allinea semplicemente alla concorrenza?** Prodotti simili vengono proposti anche dalle altre banche. Ma l'ipoteca con bonus iniziale presenta ovviamente delle caratteristiche che la distinguono dagli altri prodotti.

**Cos'ha di speciale questa ipoteca?** Il modello corrisponde a quello di un'ipoteca a tasso fisso, ma, sulla metà dell'importo ipotecario e per la metà della sua durata, offre un tasso d'interesse più conveniente. Facilitiamo così l'acquisto della prima proprietà abitativa ai novelli proprietari, i

quali godono di uno sgravio finanziario proprio quando la spesa è maggiore.

**Chi detiene già un'ipoteca non può usufruire dei vantaggi dell'ipoteca con bonus iniziale.**

**Queste persone non si sentono svantaggiate rispetto ai nuovi clienti?** Non dovrebbe accadere. Manteniamo infatti buoni contatti con i nostri clienti e chiariamo le loro esigenze in merito al modello finanziario in modo così preciso da riuscire a trovare di norma una soluzione veramente ritagliata su misura. La situazione individuale del cliente, l'oggetto concreto da finanziare nonché tutto l'insieme della relazione con il cliente sono in definitiva i fattori che influiscono sul livello del tasso d'interesse.

**Il basso livello dei tassi fa sì che oggi vengano richieste soprattutto ipoteche a tasso fisso con lunghe durate?** Nel nostro Paese, ipoteche a tasso fisso su più di cinque anni costituiscono, almeno finora, un'eccezione. Tuttavia, così come si presenta attualmente la situazione, spieghiamo sempre ai nostri clienti quali sono i vantaggi di un'ipoteca a tasso fisso conclusa sul lungo pe-

riodo. Bisogna tuttavia fare attenzione a non imporre al cliente qualcosa che non vuole.

**In quale misura si può passare da un prodotto ipotecario all'altro?** Di norma, chi ha optato per un prodotto con durata fissa è vincolato al periodo convenuto. Un cambio all'interno delle durate è possibile, ma comporta ovviamente dei costi. Diversa è la situazione nell'ambito delle ipoteche a tasso variabile. In linea di massima, queste non prevedono durate fisse; in altre parole, rispettando il regolare termine di disdetta di tre mesi, il passaggio a un altro prodotto può essere richiesto in qualsiasi momento.

**Qual è il prodotto attualmente più venduto?**

Le più richieste sono naturalmente le ipoteche a tasso fisso. Il cliente ha così la possibilità di garantirsi l'attuale basso livello dei tassi per tutta la durata dell'ipoteca. Ma anche le ipoteche Flex e Mix continuano a essere molto interessanti.

**Si tratta di una situazione costante o questa cambia a seconda delle previsioni sui tassi d'interesse?** Ovviamente l'attrattiva dei singoli prodotti dipende dalla situazione economica del momento. Secondo le prospettive sui tassi formulate dal reparto di ricerca del Credit Suisse, l'attuale contesto do-

vrebbe perdurare ancora per un certo tempo. In altre parole, attualmente non vi sono segnali che indicano un prossimo aumento dei tassi. Riteniamo pertanto che la situazione attuale dovrebbe rimanere così come si presenta oggi ancora per un po' di tempo.

**Quali sono i risultati del portale Internet «yourhome» creato quasi due anni fa? È risultato utile, o si tratta solo di un prodotto d'immagine?** Il portale è risultato decisamente utile. Non tanto come strumento per stipulare delle ipoteche, cosa che succede ancora relativamente di rado, ma piuttosto come canale d'informazione.

**Qual è il consiglio più frequente che dà attualmente ai clienti?** Devono mettere in primo piano le proprie esigenze, ovvero scoprire se desiderano una copertura possibilmente ampia, e allora un'ipoteca a tasso fisso sarebbe il prodotto giusto, o se preferiscono disporre di un certo margine di manovra, nel cui caso andrebbero considerate le ipoteche Mix o Flex; o ancora, se desiderano lasciare agire il mercato e confidano quindi nella classica ipoteca a tasso variabile.

**Per ulteriori informazioni:**  
[www.credit-suisse.ch/yourhome](http://www.credit-suisse.ch/yourhome)

## I prodotti ipotecari del Credit Suisse in breve

**BONUS INIZIALE** | Durata: da 2 a 10 anni | Ammortamento: indirettamente per mezzo del 3° pilastro | Importo minimo: 100 000 franchi | Tasso d'interesse: è fisso per tutta la durata selezionata. Tuttavia, la metà del capitale ipotecario gode per la metà della durata dell'ipoteca di un bonus iniziale pari allo 0,5 per cento

**FLEX** con fascia di oscillazione | Durata: 3 o 5 anni | Ammortamento: indirettamente per mezzo del 3° pilastro | Importo minimo: 200 000 franchi | Tasso d'interesse: viene adeguato ogni tre mesi al tasso interbancario (LIBOR) | Garanzia dei tassi: una fascia di oscillazione dei tassi integrata protegge da un eccessivo aumento dei tassi

**MIX** | Durata: 3 o 5 anni | Ammortamento: indirettamente per mezzo del 3° pilastro | Importo minimo: 200 000 franchi | Tasso d'interesse: si basa per metà sul tasso del mercato monetario (3 mesi) e per metà sul tasso del mercato dei capitali (3 o 5 anni) | Garanzia dei tassi: un tetto degli oneri d'interesse può essere scelto in due varianti

**FIX** | Durata: da 1 a 10 anni | Ammortamento: indirettamente per mezzo del 3° pilastro | Importo minimo: 100 000 franchi | Tasso d'interesse: viene fissato all'inizio per tutta la durata dell'ipoteca

**VARIABILE** | Durata: non esiste nessuna durata fissa | Ammortamento: diretto o indiretto per mezzo del 3° pilastro | Importo minimo: 100 000 franchi | Tasso d'interesse: viene aggiornato in base all'andamento del mercato monetario e dei capitali | Termine di disdetta: 3 mesi



Hugo – Sodamaker



Fred – Luftbefeuchter



Max – Schnellheizer

**HUGO** – Sodamaker. Farben: blau und grau. Design by Corinne Felix. **FRED** – Luftbefeuchter. Farben: blau, gelb, grau, hellgrün und neu in schwarz (Gummi) und silber. Design by Matti. **MAX** – Schnellheizer. Farben: hellblau, gelb, grau und neu in rot. Design by Matti. Infos unter: [www.stadlerform.ch](http://www.stadlerform.ch) Alle Stadler Form Produkte sind in den folgenden Fachgeschäften erhältlich:

**Aarau:** Prantl, **Altdorf:** E.W.A., **Appenzell:** Streule, **Baar:** Gysi, **Basel:** Zihlmann, Märthof, Globus, **Bellinzona:** Diviani, **Bern:** Steiger, Globus, Loeb, **Bienne:** Roger Blaser, **Bülach:** Winzeler, **Bulle:** Le Hérissou, **Burgdorf:** Designhaus, **Cham:** Locher, **Chur:** Leupi, Globus, **Delémont:** Meubles Hadorn, **Einsiedeln:** Theiler, **Emmen:** Sola Point, **Erlenbach:** Schmid + Co, **Flawil:** Kleger, **Frauenfeld:** Steiner + Schwert, **Fribourg:** Meyer SA, **Genf:** Globus, **Glattbrugg:** Globus, **Huttwil:** Oechsl, **Ilanz:** Zinsli, **Kreuzlingen:** Top Shop Kübler, **La Chaux-de-Fonds:** Roger Blaser, **Langenthal:** Regalino, **Laupen:** Max Ammon, **Lausanne:** Globus, **Locarno:** Nuova Corti, Globus, **Lugano:** Himmelsbach, Gusberti, Bijoux IO, **Luzern:** Grüter-Suter, Globus, **Monthey:** Meubles Pesse, **Moutier:** Meubles Hadorn, **Münsingen:** Grossglauser & Gfeller, **Neuchâtel:** Globus, Schinz, **Pully:** Midi-quatre, **Richterswil:** Wohlwend, **Romanshorn:** Hauser, **Rorschach:** Porzellanhaus, **Siebnen:** Arnold Schmid, **Sion:** Lumi-R, **Sissach:** Muff Haushalt, **Solothurn:** Hasler Haushalt, Chuchilade, **St. Gallen:** Pfefferkorn, Globus, **St. Moritz:** Eichholzer & Zumbrennen, **Uster:** A. Meier, **Uznach:** Josef Giger, **Vaduz:** Greber, **Verbier:** Boutique Davis, **Wattwil:** Josef Giger, **Widnau:** SFS Zehntfeld, **Wil:** Möbel Gamma, **Wildeggen:** Gebhard, **Winterthur:** Bella Casa, **Würenlos:** Meier, **Zermatt:** Aufdenblatten, **Zofingen:** Ambiente, **Zug:** Variantikum, Spazio, **Zürich:** Sibling, Séquin-Dormann, Jelmoli, Globus.

[www.stadlerform.ch](http://www.stadlerform.ch)

stadler form

# Il risparmiatore accorto punta sugli investimenti alternativi

I prodotti d'investimento che generano rendimenti assoluti (ossia non correlati all'andamento dei mercati finanziari) sono più in auge che mai. Gli investimenti alternativi, come le «diversified macro strategies», rientrano in questa categoria e sono dunque in grado di spuntare buoni rendimenti. **Lukas Bucher, Structured Investments Group**

➤ I mercati azionari continuano a zoppicare. Dopo aver scalato la vetta massima nel 2000, i principali indici sono precipitati perdendo fino a più del 40 per cento del loro valore, come è avvenuto per l'MSCI World o anche per lo svizzero SMI. Considerato che la congiuntura mondiale mostra sintomi di un ulteriore raffreddamento, gli esperti economici rimangono cauti e non prospettano una ripresa nell'immediato. Il previsto movimento laterale volatile dei listini azionari favorirà soprattutto gli investimenti alternativi, con le loro peculiari strategie di trading.

Dall'inizio del 2000 il Tremont Performance Index, un indice generale per le strategie alternative, registra una crescita di valore di circa il dieci per cento; il suo migliore sottoindice, il Tremont Global Macro Index, è addirittura progredito di oltre il 45 per cento. La strategia global macro si basa su un'analisi macroeconomica; questa formula mira a individuare significative rotture di trend e le loro conseguenze sui mercati finanziari, nonché a riconoscere gli squilibri a breve termine.

Nel quarto trimestre 2002 il Credit Suisse lancia un prodotto d'investimento che punta proprio su questa strategia: le «Units on Diversified Macro Strategies». Queste soluzioni consentono all'investitore di scegliere fra una proposta molto ampia e diversificata di gestori con un approfondito know-how specifico. Questi manager sono accuratamente selezionati dal Credit Suisse e costantemente sor-

vegliati. Le Unit sono disponibili in tre tranche: in franchi svizzeri, in euro e in dollari statunitensi.

Nell'attuale contesto alquanto ostile, investire con successo significa soprattutto minimizzare quanto più possibile i rischi e preservare il capitale. Gli investimenti alternativi figurano tuttora fra gli strumenti più efficaci per rimanere investiti sul mercato e realizzare rendimenti assoluti.

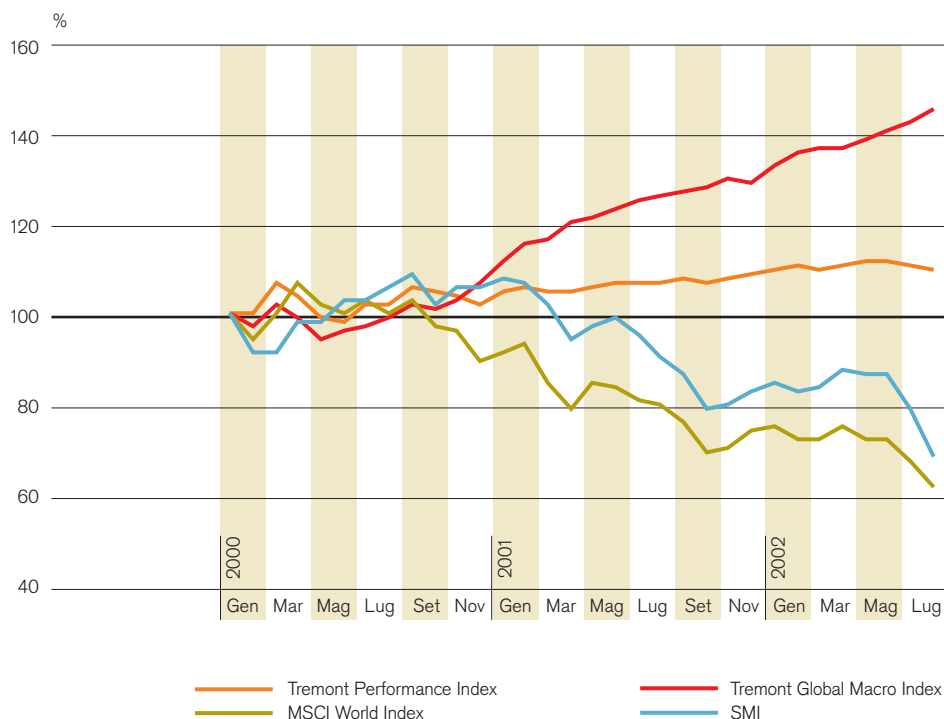


Lukas Bucher,  
Structured  
Investments Group



## Gli investimenti tradizionali hanno la peggio

**Il confronto degli indici di investimenti alternativi e tradizionali evidenzia l'autonomia dei prodotti alternativi rispetto ai mercati azionari in discesa. Gli investimenti alternativi rappresentano pertanto un'ottima soluzione per diversificare il portafoglio.** Fonte: Bloomberg (base inizio 2000 = 100)





# Reazioni al Bulletin 04/2002

## Lo studio sulla salute in rassegna nei media svizzeri

**Corriere del Ticino:**

«Per risparmiare, razionalizzare»

**Giornale del Popolo:**

«Cinque mosse «argine» per la salute»

**La Regione Ticino**

«Ecco come ridurre i costi»

**Berner Zeitung:**

«Riforme, ma con prudenza»

**Blick:**

«Il Credit Suisse dà ragione a Ruth Dreifuss»

**Die Südostschweiz:**

«Il Credit Suisse analizza il sistema sanitario»

**Tages-Anzeiger:**

«Le ricette del Credit Suisse per ridurre i premi»

## Revisione LAMal: i miei dubbi

Sono un affezionato lettore del Bulletin. Nell'ultimo numero mi sono soffermato con piacere sull'articolo di Semya Ayoubi e Petra Huth «Riforme nel settore sanitario: strade praticabili e vicoli ciechi», nonché sulle affermazioni di Beat Fellmann. I miei complimenti! Finalmente una rivista che analizza le ragioni del fallimento della LAMal e che scrive qualcosa di positivo sul risanamento del settore delle assicurazioni malattie! Questo in controtendenza rispetto alla stampa «normale», che preferisce piangere sul latte versato e lanciare accuse.

Mi occupo di questa problematica da oltre trent'anni. (...) Per conseguire un risultato positivo bisogna avere il coraggio di applicare misure impopolari. Ovviamente fornendo le dovute giustificazioni! Ma i politici si limitano alle allusioni. Dubito, quindi, che l'attuale revisione porterà a una soluzione che tuteli gli interessi della popolazione.

**Jakob Greminger, Bussnang**

### Contrariati? Entusiasti?

**Cari lettori**

**Diteci la vostra opinione! Inviare le vostre lettere a: Credit Suisse Financial Services, Redazione Bulletin, XCEB, Casella postale 2, 8070 Zurigo; oppure a bulletin@credit-suisse.ch**



marcus.balogh@csfs.com

## Salvatevi da Peggy e Janina!

Nei confronti della pubblicità ho sempre avuto un atteggiamento leggermente paranoico: parto dal presupposto che vuole indurmi a spendere soldi per qualcosa di cui non ho affatto bisogno. Quando guardo la televisione evito sistematicamente gli intervalli pubblicitari, cambiando canale. E su Internet? Ho effettuato una piccola statistica: oltre cento messaggi pubblicitari invadono ogni mese il mio conto di posta elettronica, messaggi che mi promettono la luna nel pozzo: un permesso di lavoro per gli Stati Uniti, ipoteche iperconvenienti, seducenti avventure con Peggy e Janina. A questo genere di invasioni mi sono ormai abituato: i messaggi finiscono nel cestino senza essere aperti né letti.

Nelle ultime settimane sono diventato vittima di un nuovo tipo di attacchi via mail. Nella riga dell'oggetto non figura più un accattivante «l'ombelico di Britney Spears», bensì «sentenza giudiziaria» o «RE: la parola d'ordine da lei richiesta». Due giorni fa è stato raggiunto l'apice: «la sua disdetta». Dietro questi titoli, tuttavia, ritrovo nuovamente Peggy e Janina. Tutto ciò mi fa inviperire e ha conseguenze disastrose soprattutto quando torno a casa dopo un paio di giorni di assenza o dalle ferie. Infatti, per scaricare, aprire, guardare e cancellare i messaggi pubblicitari ci voglio alcune ore. Di tormento e frustrazione, ovviamente.

Siccome si avvicinano le prossime vacanze ho cercato di premunirmi contro ogni pubblicità molesta organizzando i miei conti di posta elettronica secondo il principio della cipolla. Nel nucleo più interno si trova il mio conto e-mail più personale, noto unicamente ad amici e conoscenti. Sopra di esso figura un secondo conto per gli affari minori di tutti i giorni, con un mittente fittizio. Nel testo informo i destinatari sull'espeditore utilizzato. Grazie a questo sistema, se un programma informatico esplora gli indirizzi per spedire mail pubblicitarie, l'invio andrà a vuoto. Infine dispongo di un terzo conto, che utilizzo per tutto il resto e che cambio al più tardi dopo due mesi dalla sua apertura.

Finora il sistema funziona sorprendentemente bene, fatto di cui sono molto lieto. Purtroppo sono confrontato a una nuova minaccia: il telefonino. Ieri ho ricevuto un SMS con il seguente testo: «Una persona che conosci è innamorata cotta di te e ci ha incaricato di contattarti... Vuoi sapere di chi si tratta? Digita 090XXXXXXXXX – 6,66 CHF/min.». Terrore pubblicitario via cellulare? Devo acquistare un secondo telefonino? Un terzo? Qualsiasi consiglio sarà bene accetto.

**Marcus Balogh**

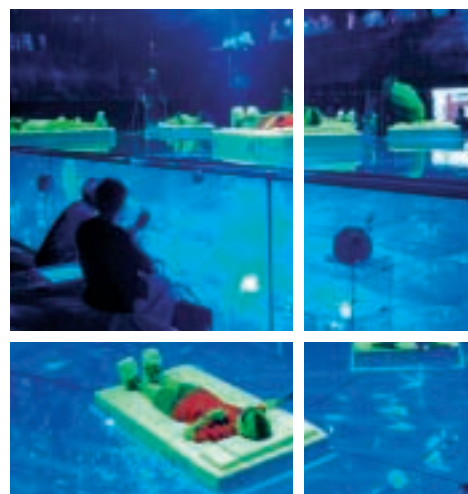
# Cyberhelvetia.ch cerca una nuova patria

Cyberhelvetia, il padiglione del Credit Suisse Group presente a Expo.02, ha salutato gli ultimi «bagnanti» della piscina virtuale. Il futuro del progetto è ancora incerto. **Michaela Bissig, redazione emagazine**

➤ I cancelli girevoli all'ingresso delle artelages sono tristemente fermi, i serpenti umani davanti ai padiglioni sono ormai acqua passata. Ciò che rimane sono soltanto i ricordi: nei visitatori, negli organizzatori e nei numerosi collaboratori. E di ricordi speciali ne hanno anche i 255 dipendenti del Credit Suisse Financial Services che hanno lavorato all'interno e all'esterno del padiglione Cyberhelvetia.ch. La fine dell'Expo chiude un capitolo anche per loro, che dopo aver smesso i panni di «bagnini», tecnici e responsabili dell'infrastruttura sono tornati al loro posto di lavoro tradizionale. Ma Cyberhelvetia.ch

non è stata solo un semplice padiglione: il progetto ha infatti dato vita a una Internet-Community, i cui protagonisti sono denominati In.Cyber, che ora vorrebbe conservare la città virtuale Cy. Corre tuttavia voce che la costruzione potrebbe essere destinata a una nuova sede.

Chi è stato tra le 700 000 persone che hanno visitato il padiglione sa che il suo involucro poteva trarre in inganno. Osservata dall'esterno, infatti, la struttura sembrava una piscina come molte altre. Per contro, il visitatore entrava in un locale in cui, anziché una vasca, si trovava di fronte un cubo di vetro che spuntava dal



**Cyberhelvetia non deve morire: per il padiglione si sono fatti avanti possibili acquirenti. Anche la Internet-Community potrebbe sopravvivere.**

suolo. Egli poteva rilassarsi sopra e ai bordi del pool, creare diverse forme di vita artificiali o comunicare con i presenti reali e quelli virtuali. Per stupire il visitatore e consentirgli di capire questo mondo sconosciuto era necessaria tutta l'abilità

INSERZIONE

Chi ha a cuore il proprio

# denaro

si abbona subito.

Abbonandovi subito, approfitterete di nuovi servizi ed esclusive prestazioni.  
[www.moneycab.com](http://www.moneycab.com)

money**cab**

dei volontari: «150 grammi di gioia nel trattare con la gente, 90 grammi di schiettezza, 80 grammi di pazienza, una tazza di resistenza e un pizzico di flessibilità», così Monique Oldham, collaboratrice del Credit Suisse a Berna, descrive la propria attività all'esposizione nazionale.

#### Gli In.Cyber non demordono

Mentre i collaboratori del Credit Suisse si affidano al ricordo, i membri della Internet-Community Cy si preoccupano di mantenere vivo il progetto anche dopo la chiusura dei cancelli. «Con la fine di Expo.02 si è conclusa anche Cyberhelvetia.ch», annota Ulrich Pfister, responsabile generale del progetto presso il Credit Suisse Group. «Se la Community vuole sopravvivere deve trovare nuovi sostenitori all'interno o al di fuori del Credit Suisse». Alcuni In.Cyber vorrebbero continuare: alla metà di settembre c'è stato un primo incontro; all'inizio di ottobre, in occasione di un secondo meeting, è stata fondata l'associazione Cyberhelvetia. Ma mancano ancora un progetto chiaro e soprattutto i finanziatori. Nel frattempo si sta cercando una soluzione provvisoria e lavorando a una propria piattaforma tecnica. Idee, desideri e creatività non mancano, e forse nemmeno la possibilità di realizzare l'ambizioso progetto.

Il futuro della Community è ancora tutto da scoprire, così come è ancora incerta la nuova sede della struttura. Ulrich Pfister: «Per il padiglione abbiamo alcune persone interessate, ma nessun acquirente definitivo». Momentaneamente sono al vaglio varie proposte per il suo riutilizzo: si sta discutendo, ad esempio, se convertirlo in un edificio multifunzionale o nella sede di un club musicale nell'area di Baden. Il responsabile di progetto Martin Zwysig precisa che gli aspiranti devono disporre, oltre che degli adeguati mezzi finanziari, anche del terreno necessario. Il tempo stringe pure qui: il padiglione non può restare eternamente sull'arteplage di Bienne, prima o poi si dovrà cominciare a smontare. Nella peggiore delle ipotesi la struttura, composta da oltre 130 tonnellate di legno di quercia e abete, di acciaio e di vetro, verrà smembrata e rimossa. ■

## In vetrina

### Business Class

Nuove cronache dal mondo del management.

Di Martin Suter, edizione rilegata, solo in tedesco, 230 pagine, 30 franchi circa, ISBN 3-257-06329-6



Eccoli, finalmente, i nuovissimi racconti usciti dalla penna tagliente di Martin Suter. Anche quest'ultimo suo libro consente di operare un'incursione nella vita quotidiana di uomini e donne che farebbero di tutto pur di sedere sulle poltrone del potere ma, ahimè, non riescono ad approdare alla meta. Infatti, prima di raggiungere le alte sfere dirigenziali cadono in una trappola fatta di colleghi invidiosi e giochi di potere, di acconciature sbagliate e tacchi consumati, oppure inciampano nella loro arroganza e nel loro orgoglio. Ciò che colpisce nei racconti di Martin Suter è il fatto di riconoscersi nei protagonisti: da qualche parte e in qualche modo ritroviamo i personaggi del libro anche in noi stessi. Talvolta più grandi, talvolta più piccoli. E così anche la nuova raccolta di tentativi falliti deve far tappa obbligata sul comodino dei manager ambiziosi. Assaporati a piccole dosi, prima di spegnere la luce, i brevi racconti aiutano a rilassarsi e ad addormentarsi col sorriso sulle labbra. E forse, nel sonno, ci aiutano a conoscere meglio noi stessi; un'introspezione che, si dice, dovrebbe tornare utile alla carriera. **Marcus Balogh, redazione Bulletin**

### Free Trade Today

Di Jagdish N. Bhagwati, edizione rilegata, solo in inglese, 144 pagine, 45 franchi circa, ISBN 0-691-09156-0



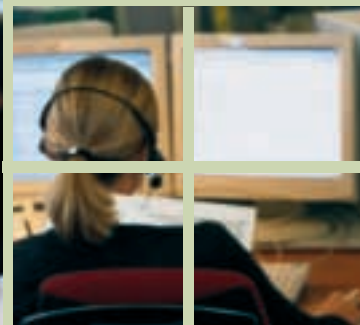
Sia che siate fautori del libero commercio e vogliate ampliare la lista degli argomenti a favore, o che siate schierati sul fronte degli antiglobalizzatori: il nuovo libro del professore della Columbia University Jagdish Bhagwati, «Free Trade Today», è un'opera di consultazione che non può mancare nella vostra biblioteca. La pubblicazione si riallaccia a tre lezioni tenute alla Stockholm School of Economics. La prima parte prende in esame e confuta i principali argomenti avanzati dagli antiglobal. Nella seconda lezione, l'ardente sostenitore di un approfondimento del libero commercio si concentra sulle ansie provocate dalla globalizzazione del commercio, relativizzandole. La terza parte del volume è dedicata ai vari approcci risolutivi che potrebbero portare alla liberalizzazione degli scambi internazionali. Fra l'altro vengono valutate le azioni unilaterali, come le iniziative di singoli stati, e le soluzioni concertate sotto forma di accordi multilaterali. Un importante spazio è dedicato anche alle soluzioni attuate a livello regionale: accanto all'accordo nordamericano sul libero commercio viene attentamente esaminata l'Unione europea che, oltre all'integrazione economica, a lungo termine mira anche a un'integrazione politica.

**Bertrand W. Merkli, analista finanziario, Credit Suisse Equity Research**





**Urs Joss, responsabile dei cinque Contact Center del Credit Suisse: «I nostri clienti non ci chiamano per rimanere in attesa ad ascoltare la musica registrata.»**



Incursione all'interno della banca

## Contact Center: «linee ad alta frequenza»

Per far banca con successo è fondamentale una buona reperibilità. I 600 collaboratori dei cinque Contact Center del Credit Suisse evadono ogni anno, in modo rapido e competente, oltre 2,2 milioni di richieste telefoniche. **Daniel Huber, redazione Bulletin**

► Molte vie portano al Credit Suisse: quella fatta a piedi fino alla più vicina succursale, quella scritta attraverso la posta convenzionale o elettronica nonché quella telefonica. Sempre più spesso la clientela sceglie l'ultima. «Al giorno d'oggi circa il 95 per cento dei contatti a distanza avviene per telefono», spiega Urs Joss, responsabile dei cinque Contact Center del Credit Suisse.

Il Contact Center di Horgen ospita tra l'altro il servizio di supporto tecnico competente per i problemi legati all'applicazione di Internet banking DirectNet e la hotline per i clienti titolari di carte di credito. Inoltre tratta tutte le telefonate di emergenza provenienti da sedi con Bancomat. È cosa ovvia quindi che nel centro di Horgen, operativo 24 ore su 24, le luci non si spengono mai.

Durante la settimana le richieste dei clienti vengono accettate nei Contact Center di Zurigo Glattbrugg, Berna, Losanna e Mendrisio dalle 7.30 alle 17.30. La maggior parte dei clienti non si rende conto che è in linea con un consulente di un Contact

Center, in particolare dopo aver composto il numero della centrale di una succursale che ha trovato sull'elenco telefonico. Tutte queste linee nonché i numeri «0848» indicati sugli estratti di conto sono deviate verso i Contact Center, dove il collaboratore che risponde si annuncia con il nome della sede o del servizio chiamato dal cliente.

### I clienti vogliono essere serviti rapidamente

Per la maggioranza dei processi lavorativi non importa se la telefonata viene accettata dallo sportellista di Canobbio o dal Contact Center di Mendrisio.

A tale scopo i consulenti telefonici hanno accesso a tutti i canali informativi necessari per l'attività bancaria. Grazie a questa possibilità infatti possono evadere direttamente due terzi delle richieste.

«Diversi sondaggi hanno dimostrato che il cliente vuole innanzitutto che la sua richiesta venga trattata in maniera rapida», spiega Joss. «Dove poi tutto ciò avvenga spesso non è rilevante.» Qualora il chiamante desiderasse parlare con una determinata persona, il Contact Center lo metterà

in linea con l'interlocutore richiesto.

Per farsi un'idea di cosa Joss intende per servizio alla clientela, basta guardare all'obiettivo ambizioso che si è fissato: accettazione dell'80 per cento delle chiamate nell'arco di dodici secondi. A tale proposito il commento di Joss: «I nostri clienti non ci chiamano per rimanere in attesa ad ascoltare la musica registrata. A questo si aggiungono i vantaggi dell'orario d'apertura prolungato».

### Trend verso la consulenza finanziaria

I collaboratori dei Contact Center ricevono una formazione speciale che tiene conto dei particolari requisiti in materia di comunicazione. In quanto primo contatto del cliente, essi sono il biglietto da visita dell'impresa. «È a loro che incombe il difficile compito di imprimere ad un canale di comunicazione così anonimo quale è il telefono una nota personale», sottolinea Joss. Secondo il responsabile dei Contact Center, dall'analisi del tipo di informazioni desiderate si constata una riduzione delle richieste semplici, le quali possono essere fornite anche dal computer, e una chiara tendenza verso la

# emagazine

Il nostro know-how a portata di clic: <http://emagazine.credit-suisse.ch>

Approfittate delle conoscenze e dell'esperienza dei nostri specialisti.

emagazine offre gratuitamente

- una newsletter settimanale con articoli in tema di economia, cultura e sport
- un ampio archivio tematico, costantemente ampliato
- una libreria elettronica con tutte le principali pubblicazioni del Credit Suisse
- interviste video con analisti finanziari ed esponenti di spicco del mondo economico
- tutte le edizioni del Bulletin degli ultimi cinque anni

**Online nel mese di novembre:**

## Economia mondiale

### La locomotiva della crescita ha rallentato il passo

A inizio 2002 i promettenti indici previsionali USA avevano relegato in secondo piano le ripercussioni economiche dell'11 settembre. Tuttavia, non avendo interamente smaltito gli eccessi degli anni del boom, la locomotiva dell'economia mondiale non ha potuto riportarsi su un sentiero di crescita duraturo. Tale circostanza influenzerà le prospettive congiunturali globali anche nel 2003. Anja Hochberg, Equity Research, intervista video. (ml)

## Sport e investimenti

### Stadio di Zurigo: nuovo tempio del calcio

Il calcio svizzero necessita di ulteriori impulsi. A Basilea si gioca già nel nuovo stadio, a Berna e Ginevra i lavori di costruzione proseguono a pieno ritmo. E nella città sulla Limmat? Dopo la presentazione della nuova arena sportiva il 4 aprile 2002, sul progetto di 300 milioni di franchi, di cui il Credit Suisse indossa la maglia di principale investitore, è calato un certo silenzio. Un buon segno? (schi)

## Nuovo prodotto previdenziale

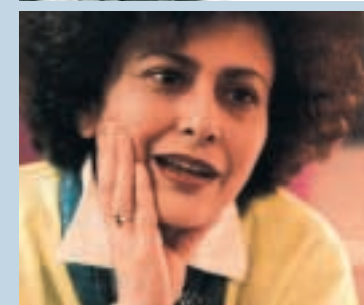
### Sicurezza e maggior rendimento con il 3° pilastro

Chi ha un conto di previdenza corre un rischio esiguo, tuttavia deve attendersi rendimenti modesti. Per questo motivo il Credit Suisse propone una previdenza in titoli con quote azionarie fino al 45 per cento. All'offerta è stata ora aggiunta una previdenza in titoli senza azioni. «Mixa-LPP Basic» garantisce un'elevata sicurezza e accresce le prospettive di rendimento, anche con un orizzonte d'investimento inferiore a cinque anni. (schi)

## Società

### Il diritto all'istruzione è un diritto umano

Dall'agosto del 2001 Irene Khan è segretaria generale di Amnesty International. Giurista di formazione, originaria del Bangladesh, ha alle spalle una lunga carriera nel campo dei diritti umani, avendo lavorato per oltre venti anni presso l'Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i rifugiati. In seno ad Amnesty International vuole impegnarsi in particolare per i diritti delle donne e i diritti umani in ambito economico, sociale e culturale. (mb)



# Partire subito alla grande.

E la vostra meta qual è?

Volete esaudire un desiderio? Che ne dite  
ad esempio di una nuova vettura? Il CREDIT SUISSE vi offre  
due interessanti possibilità di finanziamento:

- Leasing d'automobili **0844 844 840**  
o [www.credit-suisse.ch/it/autoleasing](http://www.credit-suisse.ch/it/autoleasing)
- Credito privato **0800 800 100**  
o [www.credit-suisse.ch/credito-privato](http://www.credit-suisse.ch/credito-privato)





# «Oggi è decisivo gestire il rischio in modo dinamico»

Il capo analista Burkhard Varnholt parla della mancanza di fiducia sui mercati e della necessità di rimanere investiti con prodotti alternativi. **Intervista a cura di Daniel Huber, redazione Bulletin**

**Daniel Huber** Dopo il breve rialzo d'inizio anno i mercati hanno accusato pesanti arretramenti. Cosa non funziona?

**Burkhard Varnholt** Manca la fiducia, fatto che comporta conseguenze rovinose. Sia il consumo delle famiglie sia gli investimenti delle imprese diminuiscono. L'economia reale subisce un freno e trascina al ribasso i mercati finanziari. È una catena disastrosa. **E com'è possibile spezzare questa catena?** Occorrerebbe un miglioramento della fiducia su vasta scala. Attualmente, tuttavia, non intravedo nessun elemento che potrebbe innescare una svolta. L'allontanamento del pericolo di un conflitto in Iraq costituirebbe un segnale incoraggiante, ma al momento attuale i venti di guerra non sembrano calarsi. Oppure sarebbe necessario un forte impulso sul fronte politico per rilanciare l'economia. Ma qui siamo confrontati a due problemi: da un lato le misure di politica congiunturale o fiscale manifestano il loro effetto sull'economia reale con un certo ritardo; dall'altro gli stati europei sono così indebitati che non hanno più margini di manovra.

**Qual è la situazione al di là dell'Atlantico?** In via di massima, gli Stati Uniti possono ancora dare impulsi all'economia con interventi di politica fiscale. Sul fronte della politica monetaria l'area d'azione è invece sempre più ridotta, in quanto i tassi sono già molto bassi. L'indebolimento del dollaro ha tuttavia gli stessi effetti d'un intervento di sostegno a livello di politica monetaria.

**Cosa intende per misure di politica fiscale?** Gli strumenti classici: ridurre le imposte, creare incentivi agli investimenti, aumentare la spesa pubblica. Ma anche qui c'è un nodo: finché avremo capacità eccedentarie su scala globale nel settore industriale e nei servizi, le imprese avranno



**«Gli USA possono dare impulsi all'economia con misure di politica fiscale.»**

Burkhard Varnholt, Head Financial Products

difficoltà a investire, e ovviamente anche ad aumentare i prezzi. Tale situazione comporta un latente rischio di deflazione.

**Finora sembra tuttavia che la voglia di consumo degli americani non sia diminuita.**

Certo, ma questo dipende dalla situazione favorevole sul mercato immobiliare.

**Quali sono le ragioni di questo boom?** L'abbassamento dei tassi e le conseguenti possibilità di rifinanziamento, mai così convenienti. Nell'anno in corso questa circostanza consente agli americani di risparmiare circa 200 miliardi di dollari. Gli effetti sono di fatto pari a quelli di una riduzione fiscale.

**E cosa succede con questi soldi?** Finora sono sempre confluiti nel consumo. L'attuale flessione della fiducia, tuttavia, implica il rischio che vengano destinati al risparmio. A mio avviso, il boom del consumo e degli immobili negli Stati Uniti non durerà a lungo.

**Negli ultimi mesi ci si è compiaciuti di lodare i pregi degli investimenti alternativi. Anche**

**questi prodotti, tuttavia, hanno ottenuto rendimenti in parte negativi. Tutto sommato non sarebbe meglio investire in liquidità?**

In media i nostri investimenti alternativi sono stati leggermente positivi. Dobbiamo però ammettere che, a seconda della moneta, la performance è stata più o meno uguale a quella della liquidità. La principale differenza sta nel fatto che chi punta su un prodotto hedge fund ben gestito è interamente investito sui mercati e ha quindi l'opportunità di realizzare profitti oltre la media.

**Proprio gli hedge fund, rispetto alle azioni, non godono di una reputazione particolarmente buona.** Questa è l'ironia della sorte; a puntare sugli hedge fund, infatti, sono generalmente manager di grande esperienza che sanno esattamente ciò che fanno e sono altresì in grado di proteggere i fondi da eventuali collassi. Negli ultimi tre mesi abbiamo spuntato rendimenti positivi praticamente in tutti i nostri prodotti hedge fund. Sono certo che nei prossimi anni la reputazione di questi strumenti cambierà.

**Come valuta l'andamento dei mercati per il prossimo futuro?** Sui mercati azionari assisteremo presto a una ripresa, che tuttavia sarà di brevissima durata. Troppi investitori aspettano che i corsi salgano del 10-15 per cento, per poi liquidare le posizioni maggiori. Seguirà un periodo di due-tre anni senza una chiara tendenza rialzista.

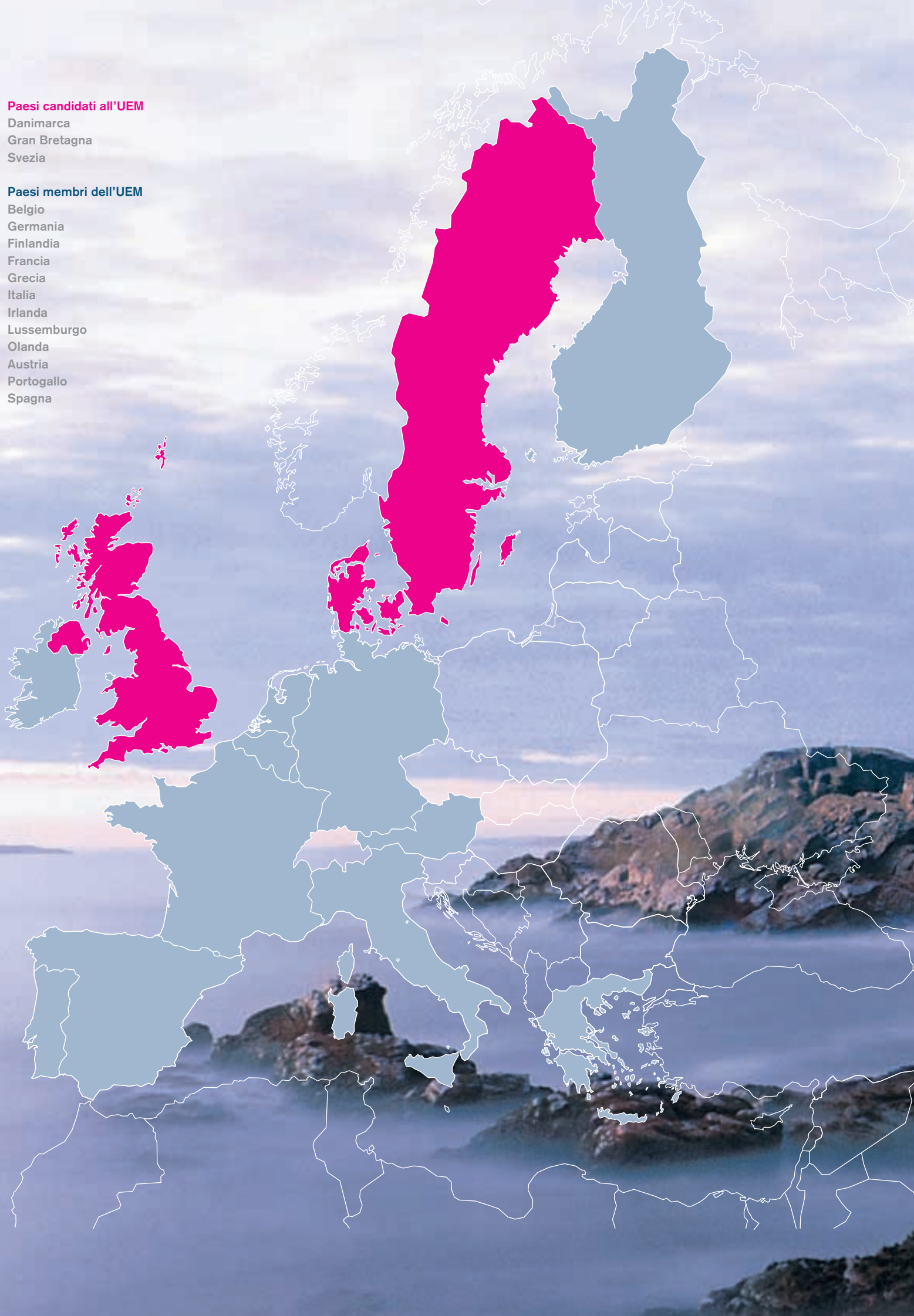
**Cosa consiglia agli investitori in questo scenario?** Prodotti alternativi che possano sfruttare con flessibilità le opportunità in tutte le categorie d'investimento. Di conseguenza, quest'inverno lanceremo un investimento con i nostri migliori gestori di hedge fund, che perseguono le cosiddette strategie global macro. Per i prossimi 12-18 mesi sarà il mio prodotto d'investimento preferito.

### **Paesi candidati all'UEM**

Danimarca  
Gran Bretagna  
Svezia

### **Paesi membri dell'UEM**

Belgio  
Germania  
Finlandia  
Francia  
Grecia  
Italia  
Irlanda  
Lussemburgo  
Olanda  
Austria  
Portogallo  
Spagna





# Il Nord Europa segue la luce dell'euro

Nel freddo Nord il dibattito sull'euro si è di nuovo infiammato. Probabilmente la Svezia entrerà a far parte dell'Unione monetaria nel 2006, forse fungendo da apripista per la Danimarca. La Gran Bretagna presumibilmente attenderà oltre. **Hans-Peter Wäfler, Economic & Policy Consulting**





Il primo test dell'euro si è già svolto. Nel giugno 2002 la cittadina gallese Llangollen per una settimana si è autoproclamata prima zona eurofila della Gran Bretagna, permettendo così di pagare in euro alle 100.000 persone giunte da tutto il mondo per assistere al tradizionale festival musicale di Eisteddfod. Alcuni negozianti hanno accettato con disponibilità la valuta europea, altri non ne hanno voluto sapere e hanno invocato fedeltà alla sterlina. Forse la sperimentazione non sarà stata un successo su tutti i fronti, ma i media hanno dato un risalto senza precedenti al festival musicale di Llangollen, con tanto di troupe televisive europee, americane e asiatiche che hanno fatto balzare agli onori della cronaca la prima località britannica che, seppur temporaneamente, ha fatto parte di Eurolandia.

Il forte interesse mediatico dimostra che il dibattito sull'adesione di Gran Bretagna, Svezia e Danimarca all'Unione monetaria europea (UEM) è tornato in auge. Nell'autunno del 2002 la Danimarca aveva rifiutato la partecipazione, contagiando, con il



## «La Svezia, la Danimarca e la Gran Bretagna sarebbero i benvenuti nell'UEM.»

Hans-Peter Wäfler, Economic & Policy Consulting

Danimarca e Svezia la maggioranza della popolazione è a favore dell'euro, mentre anche in Gran Bretagna, pur rimanendo in minoranza, la schiera degli eurosostenitori si sta infoltendo (si veda il grafico in basso alla pagina 43).

### Una scelta affidata alla popolazione

In tutti e tre i paesi la decisione sull'adesione all'UEM è soggetta a referendum popolare. Quindi con l'aumento della popolarità dell'euro sono cresciute anche le speculazioni su luogo e data delle prossime votazioni. Il più chiaro fino ad ora è stato l'eurofilo premier svedese Göran Persson, che già all'inizio dell'anno ha presentato un possibile piano di marcia per la partecipazione all'UEM, prospettando un referendum in primavera o in autunno del prossimo an-

no, a cui potrebbe seguire un'adesione nel 2005. Tony Blair è altrettanto convinto: sembra che anche il primo ministro inglese preveda una votazione sull'euro nel 2003. Appare invece più reticente il governo danese. Dopo il rifiuto di due anni fa la Danimarca non vuole più fare da spartiacque.

### Eurolandia li accoglierebbe a braccia aperte

L'Unione monetaria beneficerebbe dell'adozione dell'euro della Gran Bretagna, della Svezia e della Danimarca, pertanto i tre paesi sarebbero i benvenuti. Vantano finanze pubbliche sane, un basso tasso d'inflazione e tassi d'interesse contenuti. I tre supererebbero brillantemente l'esame dei relativi criteri di convergenza di Maastricht, ovvero il passaporto per l'Unione monetaria (si veda il grafico in fondo alla pagina 43), per cui una loro partecipazione costituirebbe un segnale di ulteriore consolidamento della fiducia nell'UEM.

Per i candidati del nord Europa l'aspetto valutario è di carattere prevalentemente politico. L'ultimo referendum sull'euro in Danimarca ha evidenziato che da una tale decisione popolare può scaturire un dibattito fondamentale sulla politica europea, il che rende più tortuoso il cammino degli euroentusiasti. Infatti proprio la Gran Bretagna, la Svezia e la Danimarca sono restii alla prospettiva di una maggiore integrazione nell'Unione europea (UE), assumendo una posizione storica, visto che anche in passato questi paesi non sono stati propriamente tra i pionieri del processo di integrazione europeo. La Gran Bretagna nonostante la partecipazione all'Unione non è mai stata fautrice dei trasferimenti di sovranità, orientandosi fortemente verso la partnership transatlantica con gli USA. La Danimarca nel 1973 più che per convinzione entrò a far parte dell'UE per considerazioni di natura economica: seguì il suo principale partner commerciale, ovvero la Gran Bretagna. La Svezia, entrata tra le file dell'Unione appena nel 1995, si defilò già in occasione del grande passo seguente verso l'integrazione, l'istituzione dell'Unione monetaria. Però il trattato di adesione svedese, contrariamente a quello della Gran Bretagna e alla Danimarca, non prevedeva nessuna clausola di opting-out che la liberasse, in sostanza, dell'obbligo di aderire all'Unione monetaria. Pertanto la Svezia è tenuta ad introdurre la moneta unica.

► Troverete informazioni approfondite nella pubblicazione «Still cool, but warming up – Denmark, Sweden, UK and the euro.», disponibile in tedesco e inglese su Intranet all'indirizzo [www.credit-suisse.ch/de/research](http://www.credit-suisse.ch/de/research).

proprio euroscetticismo, anche Svezia e Gran Bretagna. Nel frattempo sono entrate in circolazione banconote e monete in euro, e il temuto caos non si è verificato. L'Unione monetaria ha dato quindi grande dimostrazione di serietà, guadagnandosi una crescente stima nel Nord Europa. In

## Corsi di cambio nel mirino

**L'adesione all'Unione monetaria comporta una conversione in euro della valuta nazionale. Il tasso di cambio viene stabilito dagli attuali membri dell'UEM in accordo con i paesi candidati.**

**La situazione danese è chiara: la parità con la corona danese (DKK) si attesta a 7,46038 DKK/EUR. In caso di adesione questo rapporto, a pari condizioni, dovrebbe essere mantenuto.**

**La questione si profila meno chiara per quanto riguarda la Svezia e la Gran Bretagna: attualmente per la corona svedese (SEK) sarebbe probabile un cambio tra gli 8,5 SEK/EUR e i 9,0 SEK/EUR. Il rapporto sterlina inglese – euro dovrebbe essere stabilito tra i 0,65 GBP/EUR e i 0,70 GBP/EUR.**

## La Svezia fa il primo passo

In effetti tra i tre paesi nordici la Svezia pare sia davvero la prima ad osare il grande passo verso l'UEM. In settembre il primo ministro Persson ha vinto le elezioni politiche, garantendo così continuità all'avvicinamento all'euro. Persson si consulterà con tutte le forze politiche prima di stabilire una data per il referendum popolare. Ma la Svezia non soddisfa ancora tutte le condizioni di accesso all'Unione monetaria: da un lato la Banca centrale europea è dell'avviso che la Reichsbank, la Banca centrale svedese, non disponga di sufficiente indipendenza economica, richiedendo quindi una normativa più dettagliata, dall'altro la corona svedese (SEK) non partecipa al meccanismo di cambio europeo (SME II). Dal maggio 2000 al settembre 2001 la corona si è deprezzata del 18 per cento nei confronti dell'euro, fuoriuscendo dalla banda di oscillazione di +/-15 per cento.

Il crollo della moneta svedese ha contribuito a fare crescere nuovamente la popolarità dell'UEM nel paese. Persson confida nel fatto che questo stato d'animo perduri. In tal caso nel corso del 2003 gli svedesi saranno chiamati alle urne. Ma Persson ha già anticipato che anche se la Svezia dovesse dare il proprio nulla osta nel 2003, non è realistico pensare ad un'integrazione prima del 2005. Qualora ci si attenesse strettamente al criterio legato ai corsi di cambio, la Svezia prima di accedere all'UEM dovrà rispettare per due anni le bande di oscillazione previste dallo SME II,

## Buoni voti all'esame dei criteri di Maastricht

Per quanto riguarda le finanze pubbliche, l'inflazione e i tassi d'interesse, Gran Bretagna, Svezia e Danimarca sono allievi modello. Ma la Gran Bretagna e la Svezia non partecipano ancora allo SME II. Fonte: Credit Suisse

	Tasso d'inflazione in % 12 mesi fino a luglio 2002	Tassi a lungo termine in % 2002	Deficit pb. in % del PIL 2001	Debito pb. in % del PIL 2001	Partecipazione SME II 2000/2001
Valore di riferimento	3,0	6,9	-3	60	
Danimarca	2,2	5,1	+2,5	44,5	si
Svezia	2,6	5,3	+4,8	55,9	no
Gran Bretagna	1,2	4,9	+0,9	39,0	no

quindi appare più probabile un'adesione per l'inizio del 2006.

Un'eventuale introduzione dell'euro in Svezia potrebbe avere un effetto trainante anche per la Danimarca. Anche il governo danese è favorevole all'entrata nell'Unione monetaria, ma al momento non vuole esporsi troppo. La coalizione di centro-destra non detiene la maggioranza in parlamento e ha bisogno del sostegno del partito popolare danese, formazione di destra refrattaria all'euro.

### La Danimarca può stabilire i tempi di adesione

Contrariamente alla Svezia, la Danimarca ha tutte le carte in regola per accedere in tempi brevi all'UEM. La corona danese fa parte dello SME II dal 1999 e si è mostrata molto stabile nei confronti dell'euro. Visto che il paese è pronto per la moneta unica, può permettersi di attendere le mosse del-

la vicina Svezia: infatti, anche fissando una data non imminente per la consultazione referendaria riuscirebbe ad introdurre l'euro con la Svezia nel 2006.

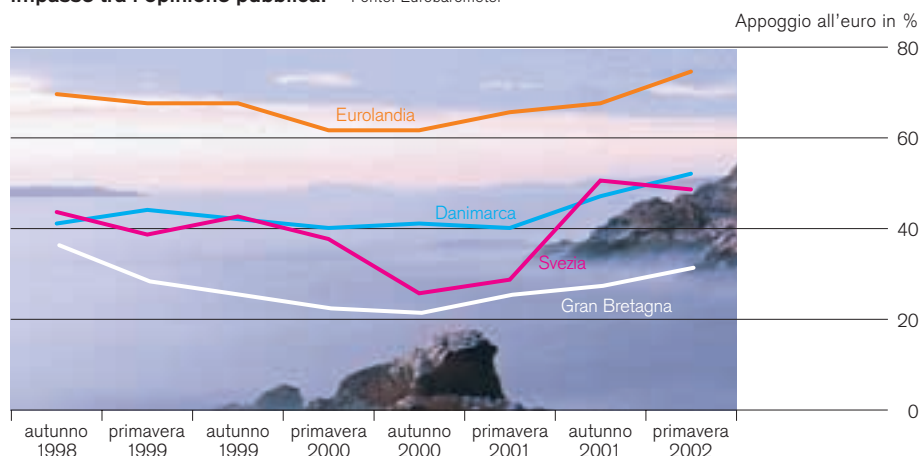
### Tony Blair fa i conti con gli oppositori

È invece improbabile che anche la Gran Bretagna entrerà nell'UEM nel 2006. Blair è a favore di un'adesione tempestiva per rafforzare il ruolo del suo paese in seno all'UE, ma la maggioranza del popolo britannico frena i suoi entusiasmi. Inoltre il premier dovrà sottoporre la pianificazione del referendum al ministro delle finanze Gordon Brown, che prevede di presentare entro giugno una relazione sulle conseguenze finanziarie di un'eventuale adesione all'UEM.

Uno dei punti focali in Gran Bretagna riguarda lo sviluppo dei corsi di cambio, visto che la sterlina inglese, come la corona svedese, non fa parte dello SME II. Dopo l'introduzione dell'euro nel 1999, le quotazioni della sterlina nei confronti della moneta unica sono fortemente cresciute. L'indebolimento segnato quest'anno costituisce un argomento a favore degli eurosostenitori: il vantaggio sul fronte delle esportazioni condizionato dalla svalutazione della sterlina rende più rosee le prospettive di adesione all'UEM. Ma probabilmente Blair commetterebbe un errore se decidesse di indire le elezioni sull'euro già nel 2003. Presumibilmente dovremo attendere fino alla metà del decennio perché la moneta unica possa avere la meglio in questo paese. Solo allora si potrà dare inizio all'era dell'euro in Gran Bretagna

## La popolarità dell'euro in rialzo anche al nord

Dai sondaggi emerge che l'euro ha superato il momento di maggiore impasse tra l'opinione pubblica. Fonte: Eurobarometer



Hans-Peter Wäfler

Telefono 01 333 28 08, hans-peter.waefler@csfs.com



## Breve profilo della LPP

Le prestazioni di vecchiaia dipendono dall'avere di vecchiaia, che a sua volta si compone dei versamenti dei dipendenti e del datore di lavoro, come pure degli interessi maturati sui loro contributi. L'ammontare di questa remunerazione riveste un'importanza cruciale: ipotizzando un tasso d'interesse del quattro per cento, alla fine di un processo di risparmio lungo un arco di 40 anni i redditi di capitale sono altrettanto importanti dei contributi versati dai salariati e dal datore di lavoro.





# Secondo pilastro: urge una maggiore flessibilità

Il Consiglio federale intende abbassare e flessibilizzare il tasso d'interesse minimo, valore di riferimento fondamentale nella previdenza professionale. Ma come dev'essere definito l'ammontare della remunerazione? **David S. Gerber e Alex Beck, Economic & Policy Consulting**

La previdenza professionale svizzera è vista, agli occhi del mondo, come un modello esemplare. Il primo pilastro assicura il minimo esistenziale, il secondo, insieme al primo, il tenore di vita abituale, mentre il terzo copre il fabbisogno individuale che trascende gli obiettivi prestazionali precitati. Il principio dei tre pilastri come insieme ha saputo affermarsi, rivelandosi una formula vincente. Ma a dispetto di tutti i riconoscimenti, esso deve essere conformato alle mutate realtà economiche e sociali, un imperativo che si applica soprattutto alla previdenza professionale.

Un tema che oggi accende gli animi è il tasso d'interesse minimo con cui le casse pensioni devono remunerare gli averi del secondo pilastro. L'annuncio dato dal Consiglio federale circa la riduzione del tasso d'interesse minimo, rimasto immutato al quattro per cento dal 1985 a questa parte, e l'intenzione di flessibilizzarlo in futuro, ha colto molti di sorpresa ingenerando un sentimento di incertezza. Quali cambiamenti si accompagnano a una flessibilizzazione? Quale impatto produce sulle rendite?

## Il provento d'interessi è sottovalutato

Il finanziamento delle prestazioni di vecchiaia del secondo pilastro avviene con il sistema a capitalizzazione, nel quale la remunerazione riveste un'importanza cruciale. Alla fine del processo di risparmio articolato su un periodo di circa 40 anni, già con una remunerazione del quattro per cento la componente degli interessi è altrettanto importante dei contributi versati dai dipendenti e dal datore di lavoro.

Per le casse pensioni, il tasso d'interesse minimo rappresenta un rendimento che devono realizzare in ogni caso. Nel sistema odierno, questa performance obbligata assume una rilevanza prioritaria: se il tasso minimo è fissato a un livello eccessivamente basso, la pressione obbiettivata alla perfor-



## «Alle casse pensioni il tasso fisso sta stretto.»

David S. Gerber (a sinistra) e Alex Beck

mance subito dagli enti previdenziali è troppo debole, con il rischio che a dispetto di un orizzonte d'investimento assai lungo, soprattutto dei salariati più giovani, le casse pensioni non colgano sistematicamente le opportunità di rendimento che si offrono nel lungo periodo. Viceversa, una remunerazione minima smisuratamente elevata costringe gli istituti di previdenza ad adottare una politica d'investimento più gravida di rischi che accresce la probabilità di una copertura insufficiente. Inoltre, una garanzia minima non può esigere più di quanto renda il mercato.

## La varietà delle formule complica la procedura

Dopo le drastiche correzioni dei corsi osservate dalle borse e la conseguente evaporazione delle riserve per fluttuazioni presso gli istituti di previdenza e assicurativi, le casse sono però confrontate con l'ultima situazione descritta: devono corrispondere più interessi di quanti il mercato consenta oggi di incamerare. Ciò ha spinto il governo a conformare maggiormente in avvenire il tasso d'interes-

se minimo al contesto di mercato. Invero esiste una moltitudine di possibilità di formulare una normativa sul reddito minimo. Vi sono margini di manovra nella definizione delle grandezze di riferimento, riguardo all'ammontare del tasso, al periodo al quale esso deve riferirsi, oppure ancora alla periodicità dell'adeguamento. In particolare l'interrogativo teso a sapere a quali valori di riferimento vada improntata la flessibilizzazione solleva attualmente un dibattito controverso.

### ■ Modalità nominali o reali

Contrariamente ai valori di riferimento nominali, le soluzioni reali offrono all'assicurato un riparo esplicito contro l'inflazione e assicurano la conservazione del potere d'acquisto, ma non considerano direttamente la situazione sul fronte degli investimenti delle casse pensioni.

### ■ Indici collettivi

Gli indici collettivi adottati come grandezze di riferimento per il tasso minimo riflettono l'evoluzione e le prospettive di rendimento di varie categorie d'investimento, rappresentando così una sorta di portafoglio benchmark. Il rischio consiste nei condizionamenti che tali portafogli sono suscettibili di esercitare sugli offerenti: costoro potrebbero essere spinti ad allineare rigidamente la loro politica d'investimento alla composizione del benchmark.

### ■ Rendimento di un impiego privo di rischi

Scegliere il rendimento di un'obbligazione a lungo termine della Confederazione come grandezza di riferimento offre la certezza che le casse pensioni non devono esporsi a investimenti rischiosi. Vi è tuttavia il pericolo che con gli averi di vecchiaia forzosamente accumulati gli istituti di previdenza siano poco incentivati a mettere a disposizione dell'economia un capitale di rischio sufficiente. Di più, gli assicurati si vedrebbero sfuggire la possibilità di incamerare i potenziali redditi realizzabili nel lungo periodo con investimenti più rischiosi.



## «Distribuito il 90 per cento dei redditi»

Stephan Hegner, responsabile assicurazioni collettive Winterthur Vita

### Come occorre definire la remunerazione dei patrimoni LPP?

È importante che il tasso d'interesse minimo venga a un tempo reso flessibile e ridotto. Alla luce dell'odierna situazione del mercato, persino una remunerazione del tre per cento al massimo è pressoché irrealizzabile con investimenti a rischio zero.

### Quale importo ha distribuito de facto la Winterthur negli ultimi anni agli assicurati?

Dal 1985 abbiamo versato agli assicurati circa 12,1 miliardi di franchi, ovvero il 90 per cento dei redditi d'investimento; questa cifra corrisponde a un rendimento medio annuo attorno al cinque per cento.

### È sufficiente?

A mio modo di vedere, sì. Peraltro, i nostri utili dopo imposte ammontano cumulati a 1,1 miliardi, un importo inferiore alla copertura del capitale proprio di 1,2 miliardi prescritta a norma di legge; per tale motivo occorre attingere a riserve di valutazione. Se avessimo previsto l'attuale persistente tendenza ribassista, avremmo sicuramente costituito riserve più copiose...

### Qual è il volume di queste riserve?

Sono calate da un massimo di 3,9 miliardi a 900 milioni di franchi. La Winterthur soddisfa tuttavia tutte le prescrizioni sulla solvibilità statuite dall'autorità di vigilanza. I clienti – circa 41 000 imprese con 500 000 collaboratori – non hanno nulla da temere. (schi)

### ■ Forma relativizzata

La remunerazione minima può essere subordinata alla media dei rendimenti messi a segno dagli operatori del mercato, con il benefico effetto che l'assicurato consegue, con il suo avere di vecchiaia, un rendimento che non è spiccatamente superiore o inferiore alla media delle altre casse pensioni. Per contro, lo svantaggio è costituito dagli effetti condizionanti nella politica d'investimento. Si teme che questo stato di cose sfoci in una standardizzazione della politica d'investimento fra gli offerenti, ciò che – alla luce dell'attuale deficit d'informazioni e dell'eterogeneo panorama di casse pensioni – sarebbe un'opzione comunque improponibile, in quanto i redditi effettivamente introitati dagli istituti di previdenza non sono noti o comparabili fra loro.

### ■ Evoluzione dei salari

Il tasso d'interesse minimo potrebbe essere correlato all'evoluzione dei salari. Lo svantaggio di un simile meccanismo di adeguamento risiede nel fatto che il salario – e quindi anche il tasso d'interesse minimo – varia indipendentemente dalle possibilità d'investimento, ciò che potrebbe compromettere l'equilibrio finanziario del secondo pilastro.

Accanto alla scelta del valore di riferimento e alla determinazione del tasso d'interesse minimo, un altro parametro di riferimento è dato dal periodo al quale si riferisce la remunerazione minima. Più lungo è l'intervallo di tempo prescelto, più ampio è lo spazio di manovra a disposizione degli enti previdenziali nell'ambito della politica d'investimento. Infine vi sono margini di azione anche con riferimento alla periodicità dell'adeguamento. Più sollecito è l'adeguamento, più agevole ed efficace è l'allineamento al contesto di mercato corrente. Viceversa, il mutamento senza soluzione di continuità di questi parametri normativi fondamentali genera minore trasparenza ed è molto più dispendioso per gli istituti di previdenza.

### Valori di riferimento: una contesa aperta

La determinazione del tasso d'interesse minimo è tuttavia imprescindibile da una maggiore considerazione delle condizioni quadro economiche, poiché la funzionalità del sistema può essere garantita soltanto se la remunerazione minima è più strettamente correlata alle possibilità d'investimento che si offrono sui mercati finanziari. Ciò non signi-

fica però che l'avvenire debba necessariamente riservare prestazioni di vecchiaia più modeste, bensì che a seguito di una flessibilizzazione gli assicurati dovranno prevedere oscillazioni reddituali più ampie e accettare una minore pianificabilità delle prestazioni previdenziali. Ma anche gli specialisti non sono concordi sul meccanismo da adottare ai fini della flessibilizzazione e quali valori di riferimento economici considerare a questo proposito. Una causa decisiva va ricercata nel fatto che il contestuale orientamento alle possibilità d'investimento e la garanzia del potere d'acquisto non devono essere congruenti e nella prevalenza dei casi danno origine a un conflitto di obiettivi insolubile, con l'effetto di scatenare le polemiche attorno al tema della flessibilizzazione e di ostacolare la ricerca di una soluzione formale soddisfacente per tutte le parti da inserire nella normativa sulla previdenza professionale.

### Una concorrenza efficiente risolve molti nodi

Una determinazione politica del tasso minimo sarebbe comunque estremamente problematica, dato il rischio che interessi prioritari prevalgano sulla cognizione di causa economica. Solo l'implementazione di un meccanismo regolamentato, orientato a criteri oggettivi, consente la fruizione dei pregi di una flessibilizzazione del tasso d'interesse minimo. L'obiettivo della flessibilizzazione consiste in una soluzione equilibrata che assicuri i vantaggi di un migliore adeguamento all'evoluzione del mercato e che al tempo stesso sia di facile lettura, trasparente e attuabile a costi sostenibili.

La lotta per questo valore di riferimento fondamentale evidenzia però che le riforme intese a un orientamento concorrenziale del secondo pilastro rappresentano un'alternativa proponibile. Un primo passo nella direzione giusta sarebbe una regolamentazione e una vigilanza uniformi per tutti gli istituti di previdenza. In più, nel medio periodo una concorrenza efficiente fra offerenti a libera scelta sarebbe uno strumento plausibile nell'ottica economica per creare i necessari incentivi di performance. In un simile sistema, la remunerazione minima perderebbe d'importanza e conseguentemente anche peso politico.

### Alex Beck

Telefono 01 333 15 89, alex.beck@csfs.com

### David S. Gerber

Telefono 01 333 72 65, david.gerber@csfs.com

# I semiconduttori sono il lubrificante del quotidiano contemporaneo

Minuscoli nelle dimensioni, eppure di importanza sempre più macroscopica nella nostra vita di tutti i giorni. Tuttavia, benché gli stati industrializzati non possono più vivere senza, il business dei semiconduttori è tutt'altro che facile. **Ulrich Kaiser, Equity Research**

Ma che cos'è un semiconduttore? Ecco una semplice definizione: la combinazione di transistor e altri componenti come condensatori, resistenze o isolatori su un chip di silicio. L'esponente di gran lunga più celebre di questi prodigi in miniatura è oggi il micro-

processore del PC: gli esemplari di ultima generazione accolgono 60 milioni di transistor su una superficie di 200 per 200 milionesimi di millimetro. I semiconduttori trovano anche impiego come chip di memoria. Portabandiera di questa famiglia di prodotti

sono attualmente le cosiddette DRAM (Dynamic Random Access Memories), che generano circa il 15 per cento del fatturato annuo mondiale dell'intero comparto, pari a circa 140 miliardi di dollari. La nostra vita non sarebbe più immaginabile neppure senza le

## I settori computer e telecom mostrano segni di fatica

Nel 2000, l'industria dei semiconduttori ha sviluppato un fatturato di 200 miliardi di USD, cifra che nel 2001 si è assestata a 139 miliardi. La variazione delle cifre percentuali è relativa: sono stati prodotti meno computer e apparecchi telecom e per questo l'elettronica d'intrattenimento e industriale sembra aver guadagnato peso. Fonte: Dataquest, WSTS





cosiddette «Flash Memory»: infatti, telefoni, fotocamere digitali o Personal Digital Assistant (PDA) non potrebbero affatto funzionare senza di esse. E non da ultimo, anche sulle ultimissime novità industriali sventola la bandiera dei semiconduttori, e ne sono ad esempio testimoni innovazioni sulle automobili come gli alzacristalli elettrici, i dispositivi di sicurezza attiva (controllo elettronico della frenata e della stabilità) oppure i sensori di parcheggio.

### I semiconduttori significano progresso

Fino a due anni fa, l'industria dei semiconduttori – anche se molto ciclica – era il settore di crescita per eccellenza e poteva vantare un progresso tecnologico praticamente senza confronti. La parola ai numeri: negli scorsi 40 anni le dimensioni dei chip si sono ridotte oltre il fattore 1000 mentre le loro prestazioni sono aumentate di oltre 10000 volte. La miniaturizzazione è un aspetto essenziale soprattutto negli apparecchi portatili, poiché grazie a essa possono abbinare minore ingombro e maggiore praticità a una dotazione sempre più ricca di semiconduttori e quindi di funzioni.

Tuttavia, la miniaturizzazione dei chip presenta anche vantaggi economici per il consumatore, specialmente grazie alla maggiore economicità dei materiali e al miglioramento, ormai quasi quotidiano, delle tecnologie di processo a livello di produzione, fattori che consentono alle società di raggiungere in tempi relativamente brevi la soglia dei profitti e dunque di abbassare i prezzi di vendita. I produttori di telefoni cellulari sono perciò in grado di proporre prezzi invitanti, e quelli di PC apparecchi più performanti allo stesso prezzo.

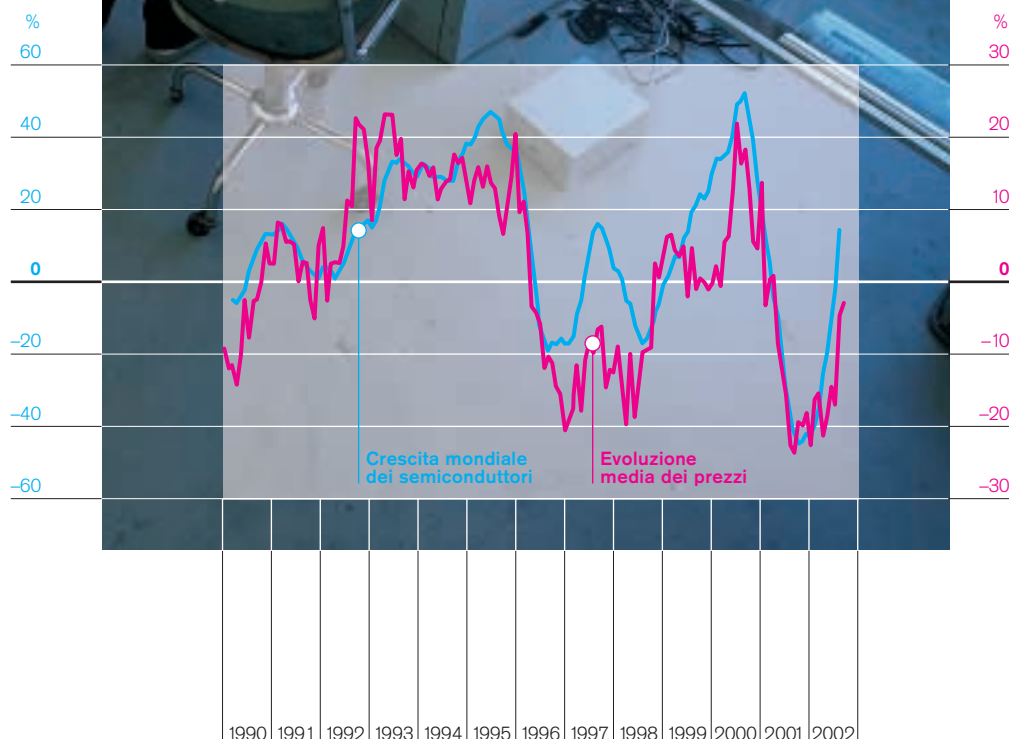
L'autentico valore aggiunto di un prodotto viene quindi creato dall'industria dei semiconduttori, mentre in ultima analisi il plusvalore addizionato da imprese come Nokia o Dell riguarda essenzialmente il design, l'assemblaggio degli apparecchi, il marketing e il servizio alla clientela.

### Pig cycle e killer application

L'industria dei semiconduttori è molto ciclica. Ciò significa che, malgrado l'esistente potenziale di progresso tecnologico, essa attraversa periodicamente fasi di forte depressione, dovute sostanzialmente a due fenomeni: il «pig cycle» e le «applicazioni kil-

### Prezzi: il cliente detta legge

La competizione tra i produttori di semiconduttori li rende dipendenti dai loro clienti. Quando la domanda cala, essi devono concedere ribassi di prezzo per stimolare le vendite, che possono avvenire persino sotto costo nel caso dei chip di memoria. Fonte: Datastream



ler». Il primo prende avvio in una fase di boom, nella quale i produttori di chip – a fronte di una favorevole situazione di mercato – investono in tecnologia e/o nel potenziamento delle capacità. L'intensità di capitale in questo settore è chiaramente dimostrata dai costi di un nuovo impianto produttivo, che si attestano complessivamente tra 2 e 2,5 miliardi di dollari. Dalla posa della prima pietra all'entrata in funzione dello stabilimento trascorrono fino a due anni, un periodo nel quale la domanda tende spesso a indebolirsi causando quindi esuberi di capacità e, di conseguenza, un allontanamento dalla «zona profitti». Il secondo fenomeno è indotto dalla domanda, che conosce un vero e proprio decollo verticale a seguito del lancio di prodotti assolutamente nuovi, ossia le cosiddette applicazioni killer. Quando queste novità diventano normalità, la domanda tende fatalmente a diminuire. Per il telefonino e il PC – due classici esempi di killer application – la saturazione del mercato ha toccato punte estreme e le vendite sono ormai sempre più da ascrivere alla sostituzione di apparecchi. Per quanto attiene al business dei compu-



## «Oggi, i produttori di semiconduttori attendono una schiarita all'orizzonte.»

Ulrich Kaiser, Equity Research

ter, lo stesso CEO di Intel – Craig Barrett – non ha nascosto il suo scetticismo riguardo all'andamento delle vendite nell'imminente periodo natalizio. Questa autorevole opinione avvalorata le previsioni del Credit Suisse,

che indicano una crescita zero nel 2002 e del tre per cento nel 2003. Lo scenario è pressoché analogo per i telefoni cellulari, comparto nel quale è prevista una modesta crescita del due per cento nell'anno corrente e del move per cento nel prossimo.

Gli investimenti di sostituzione delle imprese – che nel settore PC rappresentano circa i due terzi della domanda – ubbidiscono al ciclo congiunturale; questo spiega perché attualmente i produttori di semiconduttori hanno il morale sotto i tacchi. In loro aiuto potrà venire solo la tanto attesa ripresa oppure un'applicazione killer. A questo potrebbe ad esempio candidarsi la TV digitale, ma dapprima dovranno essere create le necessarie infrastrutture tecniche e le opportune condizioni di mercato, prima fra tutte un prezzo «simpatico» capace di dare un forte impulso alla domanda.

### Accelerazione del processo di concentrazione

Il clima difficile per l'industria dei semiconduttori accelera il processo di concentrazione. Alla luce della struttura assai eterogenea del settore, è ipotizzabile una riduzione a un massimo di tre offerenti nei sottosegmenti prodotti standard e componentistica; discorso analogo per i microprocessori (Intel, AMD e Transmeta) e per il comparto dei chip di memoria: Hynix sembra avere i giorni contati nel panorama inospitale di oggi, mentre molti dei restanti operatori giapponesi hanno già annunciato la loro ritirata da questo business; probabile appare quindi una trilogia formata da Samsung Electronics, Micron Technology e Infineon Technologies, insieme ai rispettivi partner tecnologici taiwanesi. Gli offerenti di nicchia – come i produttori di chip logici – sembrano invece avviati a concentrarsi sullo sviluppo e il design, con un'espansione solo moderata delle loro capacità produttive e un tendenziale trasferimento di parti della produzione ad aziende specializzate in tecnologie di processo (come la taiwanese TSMC). Nessuna concentrazione sembra ancora profilarsi per le pure imprese di design a seguito dell'elevato grado di specializzazione e della ridotta entità dei loro costi fissi.

Ulrich Kaiser

Telefono 01 334 56 49, ulrich.kaiser@csfs.com

## Samsung è un passo avanti

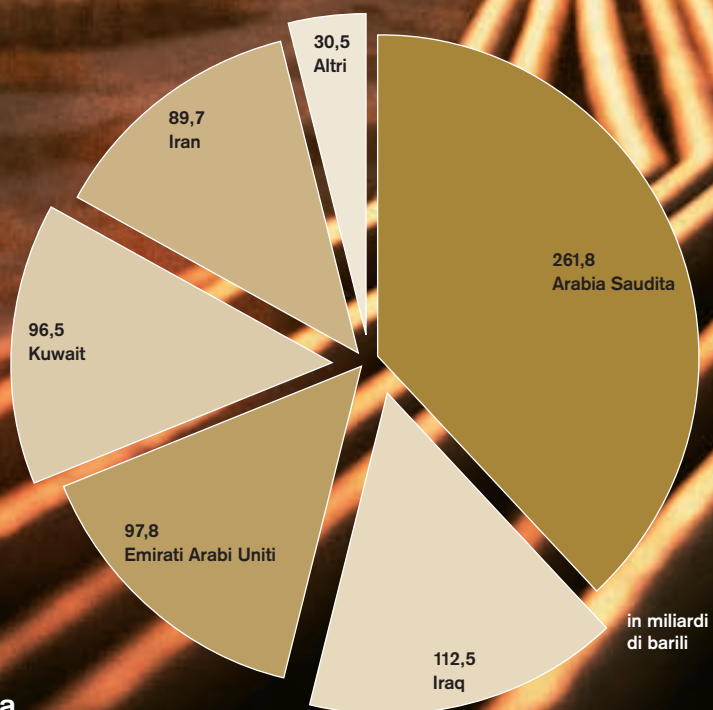
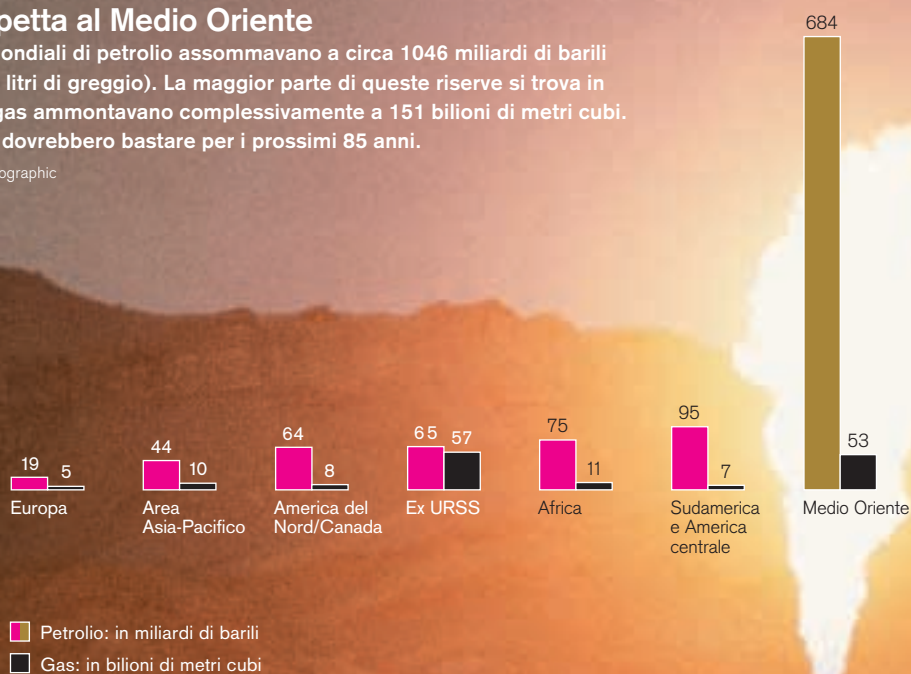
Nel quadro di una prudente valutazione del settore, Samsung Electronics (SEC) vanta le migliori credenziali. Nata nel 1969 dalla fusione tra Samsung e Sanyo Electric, la SEC ha deciso di specializzarsi in quattro attività primarie: media digitali, semiconduttori, informazione & comunicazione ed elettrodomestici. Oggi è un'impresa globale con 25 stabilimenti di produzione e 59 centri di distribuzione in 46 paesi. Al fine di soddisfare, come nei suoi obiettivi, le elevate esigenze della clientela, la SEC collabora con altri grandi nomi dell'elettronica (tra i quali Intel, Microsoft, Compaq, Siemens, IDC, Cisco Systems, Sun Microsystems, Toshiba e Dell). Nel comparto dei chip di memoria (DRAM) Samsung Electronics ha conquistato la leadership sul mercato mondiale con una quota di oltre il 25 per cento. Lo stesso vale per gli schermi piatti (display a cristalli liquidi TFT). Nella telefonia mobile figura invece al terzo posto dopo Nokia e Motorola. Ma naturalmente, la società non è immune alle avversità che colpiscono il settore. Che cosa depone a favore della sua azione? Al livello attuale, SEC si propone a una valutazione comparativamente conveniente. A favore della società parlano le sue dimensioni, la qualità e il mix dei prodotti nonché la diversificazione, tutti fattori che la rendono un partner affidabile per i suoi clienti e che li convincono quindi a pagare un premio per i suoi prodotti. Grazie a una migliore struttura dei costi – che si riflette favorevolmente sui margini, la SEC è più di un passo avanti rispetto alla concorrenza.



## La parte del leone spetta al Medio Oriente

Alla fine del 2000 le scorte mondiali di petrolio ammontavano a circa 1046 miliardi di barili (ognuno di essi contiene 159 litri di greggio). La maggior parte di queste riserve si trova in Medio Oriente. Le riserve di gas ammontavano complessivamente a 151 bilioni di metri cubi. Stando alle stime, tali scorte dovrebbero bastare per i prossimi 85 anni.

Fonte: BP Statistical Review, National Geographic



## Nonostante il petrolio, l'economia saudita è malata

Per quanto riguarda le riserve di petrolio, l'Arabia Saudita ha un chiaro ruolo guida in Medio Oriente. Ciononostante, l'economia del Paese non fiorisce: l'indebitamento pubblico è enorme, il reddito nazionale lordo pro capite ammonta appena a 10 600 dollari americani. A confronto, il reddito nazionale lordo degli Emirati Arabi Uniti ammonta a oltre 21 100 dollari. Fonte: National Geographic



# Se il barrel diventa un barile di polvere

L'Arabia Saudita è il maggior produttore mondiale di petrolio. Il Paese è però confrontato con numerosi problemi che potrebbero ripercuotersi sull'intero mercato internazionale. **Jeremy Baker, Energy & Basic Resources**



Il petrolio è una delle principali materie prime del mondo. Il prezzo dell'«oro nero» influenza l'economia, la cui crescita incide in misura significativa sulla nostra vita. La storia degli ultimi trent'anni ce lo dimostra: la crisi petrolifera del 1973, la caduta dello Scià di Persia nel 1979 e la guerra del Golfo del 1991 hanno determinato un aumento improvviso del prezzo, con conseguenti ripercussioni negative sulla crescita dell'economia. Ora siamo forse nuovamente di fronte a un avvenimento che potrebbe comportare una nuova esplosione del prezzo e dar vita a profondi cambiamenti.

Tale affermazione potrebbe sembrare sorprendente. Durante gli anni del boom della new economy, anche i giornali economici più autorevoli sostenevano che il petrolio avrebbe perso il ruolo decisivo per la crescita dell'economia. Inutile ricordare dove si trovi ora la new economy, anche se ciò non vuol dire che abbia i giorni contati. Senza dubbio è destinata a essere ulteriormente sviluppata. La new economy ha però bisogno delle basi consolidate della «vecchia» economia.

Non vi è alcun dubbio che il petrolio conserverà la sua importanza. In contrasto alle previsioni dei sostenitori della new technology, nei prossimi decenni il petrolio rivestirà un ruolo addirittura più importante. In ogni caso siamo all'inizio di un'era in cui la poli-

tica internazionale sarà ancora fortemente influenzata dalla situazione del mercato petrolifero mondiale, poiché la crescita economica e la stabilità dipendono da un rifornimento sicuro di questa preziosa materia prima. In tale ottica, il Medio Oriente si pone ancora al centro dell'attenzione. Questa regione così scarsamente popolata rimane ancora un fornitore di energia che incentiva in modo decisivo la crescita non solo del mondo occidentale, ma anche dei paesi in via di sviluppo.

## Sull'orlo di una crisi

L'importanza assunta dal Medio Oriente pone tutte le economie nazionali di fronte a nuove sfide. La regione presenta un'ampia gamma di paesi schierati in modo differente nei riguardi di un intervento bellico in Iraq, con conseguenti grandi potenziali conflitti tra le nazioni coinvolte circa il modo di procedere. Questo è l'esempio più evidente, ma sicuramente non l'unico. In realtà il mondo è arrivato sull'orlo di una crisi petrolifera, in quanto i rivali e i contendenti stanno lottando per difendere la loro posizione per i prossimi decenni. Il ruolo maggiore in questo ambito è quello dell'Arabia Saudita.

L'Arabia Saudita occupa l'area più vasta della penisola arabica. Questo Paese, il cui nome discende dalla dinastia regnante

dei Saud, confina a nord con la Giordania, l'Iraq e il Kuwait, si affaccia sulle coste del Golfo fino al Bahrain e al Qatar. A sud-ovest si trovano gli Emirati Arabi Uniti e l'Oman, a sud lo Yemen. Lo Stato è il maggior produttore di petrolio dell'intero mercato mondiale. La sua posizione è minacciata potenzialmente su due fronti: dall'interno, da cui potrebbe nascere un'enorme instabilità, e dalla Russia, che nei prossimi anni potrebbe riuscire a togliere all'Arabia Saudita la pole position tra i paesi produttori di petrolio.

Dalla metà del Settecento la famiglia Al-Saud è al potere sotto varie forme. La famiglia reale ha potuto creare una grande ricchezza con le sue partecipazioni private nelle aziende in campo petrolifero. Grazie al fatto di essere il paese con la più elevata produzione di petrolio al mondo, ha ottenuto una posizione sul palcoscenico politico mondiale del tutto sproporzionata rispetto alla sua importanza economica.

In passato i rapporti tra l'Arabia Saudita e gli Stati Uniti sono stati buoni e hanno raggiunto il loro apice durante e dopo la guerra del Golfo.

#### Debito pubblico elevato nonostante il petrolio

Eppure il Paese non ha alcuna prospettiva serena per il futuro. Non riesce, ad esempio, a costruire un'infrastruttura che supporti uno sviluppo dell'economia senza utili dal mercato petrolifero. Considerato che dispone di entrate ingenti dalla vendita del petrolio, il debito pubblico è chiaramente enorme. Non c'è praticamente alcuna crescita economica, il tasso di disoccupazione è alto e la popolazione continua ad aumentare a ritmi vertiginosi. A ciò va aggiunto che al momento il potere all'interno della famiglia reale è molto frammentato. Il re Fahd è molto invecchiato e indebolito fisicamente a causa di un colpo apoplettico avuto nel 1995. Dal 1998 ad oggi il suo successore designato, il fratellastro principe Abdullah, ha acquisito un'importanza sempre maggiore. Come ulteriore fattore destabilizzante vi è un gruppo influente all'interno della famiglia, guidato dal più anziano dei sei fratelli del re. Ciò potrebbe rendere alquanto complicata la successione del re Fahd. In ambito politico il governo in carica si vede confrontato con il gruppo dei conservatori islamici, il quale cri-

## Il Medio Oriente fornisce petrolio a tutto il mondo

Il Medio Oriente è tuttora il più importante fornitore di petrolio al mondo. Tuttavia, per il mercato europeo, la Russia potrebbe diventare un serio concorrente. La Svizzera riceve un terzo del suo fabbisogno dall'Africa. Fonte: BP Statistical Review





## «Una perdita di potere da parte dei sauditi potrebbe costare cara all'Occidente.»

Jeremy Baker, Energy & Basic Resources

tica aspramente la presenza di un potere occidentale che ha l'intenzione di destituire il governo di uno Stato confinante.

La famiglia reale è consapevole di questa spaccatura in un periodo così delicato; allo stesso tempo è anche chiaro che non può ignorare ancora a lungo i governi occidentali. Questi ultimi, d'altra parte, si mostrano irritati per la religiosità del principe Abdullah, ma d'altro canto accolgono con grande favore il suo sforzo di cambiare l'Arabia Saudita in un paese governato da istituzioni politiche formali. Lo stesso principe Abdullah era molto sospettoso nei confronti degli Stati Uniti, ma dopo i tragici avvenimenti dell'11 settembre 2001 ha dato prova di avvedutezza politica ripristinando un rapporto di armonia con gli americani. Questo, però, senza oltraggiare l'opposizione dei gruppi islamici, che desiderano mantenere l'attuale status quo e che sono alquanto scettici nei confronti degli Stati Uniti.

Una guerra guidata dagli americani contro l'Iraq con i membri della famiglia reale ancora coinvolti in lotte di potere, si potrebbe rivelare come un evento catalizzatore che causerebbe un enorme tumulto politico, con la conseguenza di una perdita di potere da parte della famiglia reale a favore dei fondamentalisti islamici. Una tale perdita di potere potrebbe in effetti costare molto cara agli occidentali, in quanto l'Arabia Saudita ha ancora una grande rilevanza nel-

l'ambito dell'OPEP e per le nazioni occidentali esercita spesso un'influenza positiva sul mercato petrolifero internazionale.

### La Russia minaccia la pole position

Il potenziale pericolo non è solo interno. La Russia, aspirante al ruolo di assoluto protagonista, dispone di una popolazione con un alto livello di formazione perfettamente in grado di sviluppare le nuove tecnologie. Ciò che le manca ancora per aspirare a svolgere un ruolo determinante in questo ambito è lo sviluppo economico. Questo potrebbe però essere realizzato attraverso l'espansione dell'industria petrolifera nazionale con l'aiuto di investimenti esteri. Ne conseguirebbe uno sviluppo economico molto più solido. La rimozione degli ostacoli che in passato hanno intimorito gli investitori esteri e la costituzione strategica di riserve petrolifere rappresenterebbero una minaccia per l'Arabia Saudita. Inoltre, la nuova apertura tra la Russia e l'Occidente, in particolare tra Putin e Bush, minacciano la posizione dei sauditi.

Il pericolo di un rovesciamento del regime iracheno non dovrebbe essere sottovalutato. Il Paese, dopo un cambio di potere, si aprirebbe. Con gli investimenti esteri si verrebbero a creare nuove infrastrutture petrolifere. Anche questo sarebbe per i sauditi una spina nel fianco.

Considerata la situazione attuale l'orizzonte sembra assai scuro. I profeti hanno però sempre previsto tempi difficili prima dell'inizio di una nuova era. Occorre un periodo di instabilità per portare movimento nelle cose e per stabilire un nuovo ordine.

**Jeremy Baker**

telefono 01 334 56 24, jeremy.baker.2@cspb.com



## «Il rifornimento di petrolio funziona»

Rolf Hartl,  
direttore dell'Unione Petrolifera

### Che influenza ha la situazione in Iraq sull'importazione di greggio in Svizzera?

Non vi è alcun indizio di una penuria. Un crollo della produzione da parte dell'Iraq non avrebbe alcuna seria ripercussione sui rifornimenti mondiali. Sarebbe critico invece se l'intero Medio Oriente cadesse nel vortice di una crisi. Ad ogni modo le incertezze influenzano sia sul prezzo del petrolio grezzo sia su quello dei prodotti. Attualmente stiamo già pagando un «premio di guerra».

### Qual è il grado di dipendenza della Svizzera dal Medio Oriente?

Percepriamo circa un terzo del nostro fabbisogno di petrolio sotto forma di petrolio grezzo che viene lavorato nelle nostre due raffinerie svizzere. Questo petrolio proviene quasi esclusivamente dall'Africa. Due terzi provengono da raffinerie europee come prodotto finito. Da questo si può dedurre che in totale circa il 15-20 per cento del nostro fabbisogno viene importato dal Medio Oriente.

### Quanto tempo dureranno le scorte?

L'Unione Petrolifera stabilisce per benzina, diesel e olio combustibile extra-leggero una scorta obbligatoria di 4 mesi e mezzo, per il cherosene di tre mesi. A queste si aggiungono inoltre le scorte dei commercianti e dei consumatori. L'olio combustibile extra-leggero dovrebbe coprire il fabbisogno complessivo per un anno. (rh)





Ogni L.U.C. ha il proprio numero di serie, in quanto per ogni colore del metallo prezioso vengono prodotti unicamente 1860 esemplari.

# Minuti preziosi

Per acquistare uno Swatch bastano 60 franchi. Per un pregiato orologio meccanico questa cifra non è sufficiente nemmeno per il cinturino. Eppure l'industria orologiera, con i cronometri più pregiati, fattura miliardi di franchi. Come si spiega? **Marcus Balogh, redazione Bulletin**

Perché gli uomini sono attratti dagli orologi meccanici? In fondo ogni orologio al quarzo è più preciso. Inoltre, al giorno d'oggi, qualsiasi strumento moderno (computer, telefoni dell'ufficio, cellulari) ha un proprio orologio integrato. Non ci sarebbe davvero nessun motivo per mettersi al polso un cronometro manuale, relativamente impreciso e per di più anche costoso. Chissà, magari ciò che affascina è proprio questa mancanza di

logica. Forse la consapevolezza di spendere migliaia di franchi per qualcosa di per sé inutile dà una sensazione di potere. O è la consapevolezza di tutto il lavoro che si nasconde dietro a un orologio meccanico? Il fatto è che, in ogni caso, da due decenni gli orologi meccanici stanno vivendo un boom. Soltanto la Rolex, ad esempio, consegna ogni anno circa 600 000 esemplari al «Contrôle Officiel Suisse des Chronomètres».

L'industria orologiera svizzera vende in totale circa 2,7 milioni di esemplari l'anno, per un fatturato di pressappoco otto miliardi di franchi.

## I costruttori «autentici» sono rari

Strano ma vero, il cerchio si chiude comunque con lo Swatch. Tra i quadranti della maggior parte degli orologi meccanici si trovano esemplari – o calibri, per usare un tecnicismo



Il corretto posizionamento della spirale di Breguet può richiedere fino a un'ora.

– chiamati Eta 2892 o Valjoux 7750. Entrambi vengono prodotti in grosse fabbriche del gruppo Swatch. Siccome questi termini hanno un'attrattiva assai modesta, l'industria orologiera parla più volentieri delle artistiche funzioni supplementari, come fasi lunari o calendario perpetuo, con cui «accordano» le proprie opere.

Un vero feticista di orologi, dunque, prima di acquistare l'oggetto del desiderio si

informerà bene sul suo cuore ticchettante. Particolarmente ambiti sono i calibri prodotti interamente nelle fabbriche dello stesso marchio, cosa che avviene tuttavia solo per 50 produttori su 600. Il non plus ultra, poi, sono quei calibri frutto di un lungo lavoro quanto più possibile manuale.

Il membro più recente di questa illustre cerchia di produttori «autentici» è Chopard. Fondata nel 1860 da Louis-Ulysse Chopard

e guidata dal 1963 dalla famiglia tedesca Scheufele, nel 1996 la Chopard è passata alla produzione propria. Il primo esemplare è costato agli Scheufele diversi milioni di franchi e oltre quattro anni di pazienza. In cambio, oggi, la casa ginevrina vanta un'autonomia di produzione che i concorrenti non osano nemmeno sognare. Unicamente il vetro, le corone di carica, le guarnizioni e i perni del cinturino di pelle provengono da

## Il piacere di sperimentare

Chopard, IWC, Piaget: per qualcuno nemmeno i più pregiati marchi dell'orologeria sono abbastanza esclusivi. Si consiglia allora una visita a Paul Gerber, paziente artigiano zurighese che abbatte ogni record.

➤ Non ha certo l'aspetto di un recordman. Eppure dietro la facciata riservata di Paul Gerber si cela un artista eccezionale. Nel 1988 salì per la prima volta alla ribalta quando, al Salone dell'orologeria di Basilea, presentò l'orologio in legno più piccolo del mondo. Ciò non solo gli valse una menzione nel Guinness dei primati, ma da un giorno all'altro gli fece acquistare notorietà. Ancora oggi Paul Gerber ironizza: «Non volevo certo diventare famoso. Ho fatto semplicemente quello che amo fare: sperimentare cose nuove.»

### Recordman per caso

Nel 1993 la voglia di sperimentare e di scoprire spinge Gerber a un passo coraggioso: vende il suo negozio di orologi e allestisce un atelier nello scantinato di 40 m<sup>2</sup> della sua casa unifamiliare. Il suo commento laconico: «Non ero tagliato per passare la mia vita dietro la vetrina di un'orologeria.» Adesso Gerber si è specializzato nella costruzione di orologi complessi.

Senza pensare ai prossimi primati, l'artigiano zurighese crea modelli destinati a fare notizia. In collaborazione con un orafo italiano, l'abile artista costruisce ad esempio, in 3000 ore di lavoro, il primo autentico «Mystérieuse», un orologio in cui non sono visibili né il meccanismo né la meccanica e in cui le lancette, due gocce di diamante di 2 e 3 carati, sono sospese tra due colonne in cristallo di rocca.



### «A volte vorrei essere un nano, così potrei indossare i miei orologi.»

Paul Gerber e il suo «Retro Twin»

Altrettanta fama gli vale poi l'orologio da polso più complesso del mondo. La storia di questo esemplare comincia nel 1892 nella Vallée de Joux, dove il mastro orologiaio Louis Elisée Piguet crea tre orologi da taschino con ripetizione minuti e «Grande et Petite Sonnerie». Due di questi esemplari scompaiono, il terzo invece, nel 1992, diviene famoso in modo del tutto insperato. Il creatore di orologi Franck Muller lo acquista,

aggiungendogli poi calendario perpetuo con fasi lunari, quadrante a 24 ore e termometro. Il pezzo unico viene successivamente acquistato dal collezionista Lord Arran. Questi, preoccupato dall'eventuale concorrenza, si rivolge a Paul Gerber, affidandogli il compito di rendere l'orologio ancora più complicato. In questi anni vi vengono aggiunte così tante funzioni che nella cassa non c'è praticamente più un millimetro cubo libero, e Lord Arran non deve più preoccuparsi di potenziali emulatori.

### Gerber reinventa il caricamento

Il più recente capolavoro di Gerber è il «Paul Gerber Retro Twin». Anche questo modello nasconde naturalmente un piccolo colpo di scena. Per l'occasione, infatti, l'artista di origini bernesi ha creato un meccanismo di carica in cui due rotori compiono due movimenti di rotazione sincroni. Per far questo occorre rivedere completamente forma e posizione delle parti d'oro a 18 carati. Per la soluzione di un compito che sembrava impossibile, Gerber ha richiesto il brevetto.

Costruttore, recordman e brevettatore. Quale sarà la prossima tappa? Forse la vendita in grande stile a livello mondiale? Gerber sorride compiaciuto: «No grazie! Quello che voglio è costruire orologi. Ed è ciò che sto facendo adesso. Fino a che le cose stanno così non vedo perché dovrei lasciare il mio banco da lavoro.»



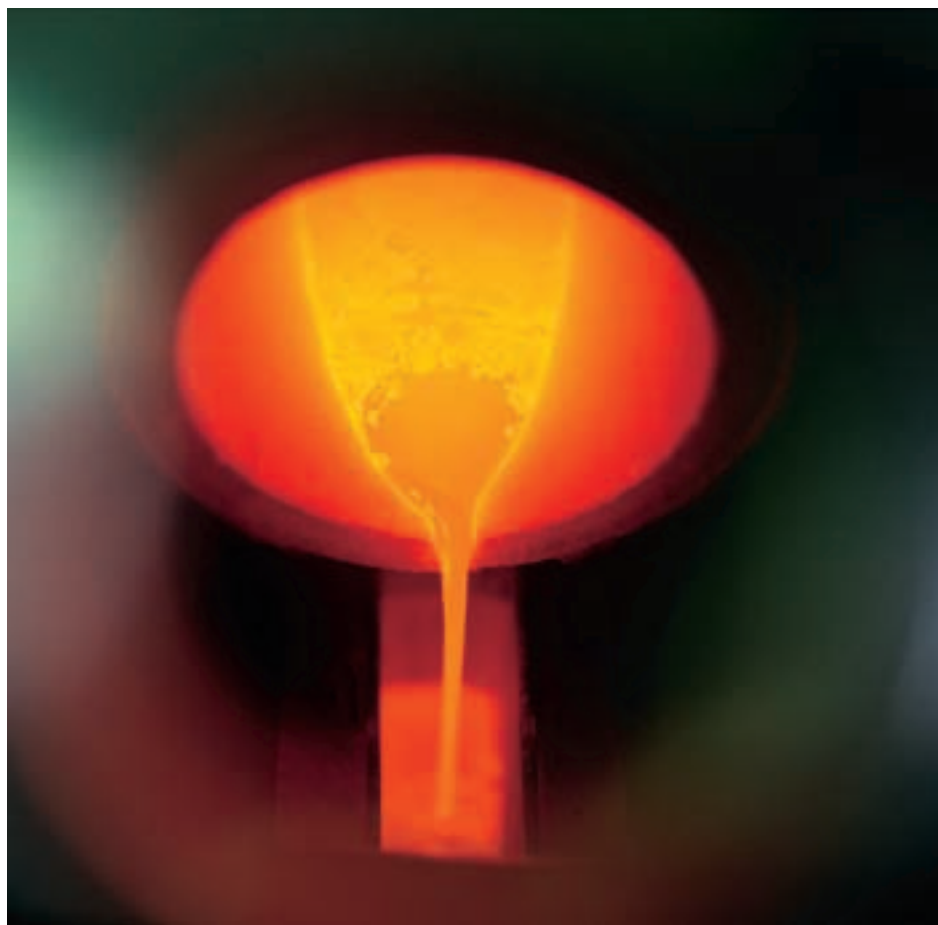
fornitori esterni. Il resto viene prodotto in proprio. La base di partenza della cassa è rappresentata da lingotti d'oro grezzi a 24 carati, che vengono fusi all'interno di altiforni propri e legati poi con altri metalli. Allo stesso modo nascono non solo le forme di base per le casse, ma anche il materiale di partenza per ingranaggi, bariletti e rotori.

#### **L'anima oscilla milioni di volte**

Complessivamente, a seconda del meccanismo, vengono prodotti tra i 250 e i 300 elementi, che gli orologiai assemblano poi con una calma apparentemente stoica. Agli occhi del profano il loro lavoro rasenta l'incredibile. La spirale del bilanciere, un pezzo minuscolo che passa quasi inosservato, è composto ad esempio da una striscia sottilissima di metallo, dai 5 ai 10 centesimi di millimetro di spessore, del peso di circa due milligrammi. Gli orologiai la definiscono l'anima dell'orologio, poiché è proprio la spirale a infondere la vita al microcosmo ticchettante: essa compie infatti 28800 semioscillazioni all'ora, 345 000 al giorno, 252 milioni all'anno. Se la si toglie, il bilanciere compierà ancora un movimento, per poi fermarsi definitivamente. Le cosiddette spirali di Breguet vengono prodotte con una tolleranza di millesimi di millimetro sulle macchine più moderne, che tuttavia devono arrendersi davanti a un compito. Nel 1795 Abraham-Louis Breguet scoprì infatti che un'estremità ricurva della spirale le conferisce una notevole precisione di oscillazione. Ancora oggi nessuna macchina è in grado di effettuare questa curvatura. Come ai tempi di Breguet, quindi, è tuttora necessaria la mano di un orologiaio esperto.

#### **Apparentemente il tempo non ha importanza**

Forse per la fama che li circonda, o per la calma e la concentrazione che vi regnano, nei luminosi atelier di Chopard il tempo sembra essersi fermato. Le opere grezze – o «ébauches», come si dice nella Svizzera francese – vengono lucidate a mano, e gli angoli vengono smussati. Dopo numerose lavorazioni, le parti metalliche assumono un colore quasi nero, prima di essere ricoperte da uno strato protettivo di rodio. Sia gli artigiani che i dirigenti sono consapevoli del fatto che, in questo contesto, eventuali misure di razionalizzazione sarebbero inevitabilmente desti-



**Chopard lavora ogni anno circa 3000 chili di oro. Dopo essere stato legato con altri metalli a una temperatura di oltre 1000 gradi, l'oro viene nuovamente fuso in lingotti e destinato alla produzione degli orologi.**

nate al fallimento. Karl-Friedrich Scheufele: «O siamo una manifattura o non lo siamo. Per noi non esistono vie di mezzo.»

La manifattura ha certamente assicurato a Chopard un posto nell'olimpico degli orologiai. I modelli L.U.C. sono esemplari perfetti e vantano un altissimo valore tecnico. È per questo motivo che, nonostante l'incertezza dell'attuale situazione economica, Karl-Friedrich Scheufele ritiene possibile un aumento della produzione annua fino a 10 000 esemplari. «Il fascino degli orologi meccanici resiste, anche se non si può spiegare in modo convincente. Per quanto mi riguarda sono stupito e affascinato dal fatto che gli orologi meccanici riescano a resistere all'avanzata dell'elettronica. Non è straordinario poter indossare un oggetto che, a centinaia di anni dalla sua invenzione, conserva intatta la sua validità?»

# «Il triathlon è una sintesi di lavoro di squadra ed egoismo»

In occasione dei Credit Suisse Sports Awards 2001 il pubblico ha designato Nicola Spirig giovane promessa dell'anno. La ragazza corre, nuota e pedala. Obiettivo: le olimpiadi di Atene del 2004. **Intervista a cura di Ruth Hafen, redazione Bulletin**



**Ruth Hafen** Che segni ha lasciato nella sua vita il riconoscimento «rivelazione dell'anno 2001»?

**Nicola Spirig** Mi sono ritrovata al centro dell'attenzione, sommersa da reazioni tutto sommato positive. È strabiliante – e forse anche un po' inquietante – pensare a quanta gente mi abbia vista quella sera alla TV. Diciamo che da allora la mia notorietà è in ascesa. Ho fatto molte esperienze, ma non posso parlare di effetti concreti direttamente quantificabili.

**Gli sponsor non le hanno dunque spalancato le porte?** Per conquistare nuovi sponsor non basta un riconoscimento; è necessaria la concomitanza di varie componenti. Tuttavia non c'è dubbio che questa attestazione sulla mia attività agonistica impreziosisca il mio curriculum.

**Quando è stata eletta giovane promessa del 2001 frequentava ancora il liceo. Come ha reagito il suo entourage?** I miei compagni di classe hanno sempre ammirato il mio impegno nello sport. Ad essere sincera non ho mai fatto propaganda delle comparse in TV e delle gare, prima di tutto perché odio vedermi in video, e poi perché ho sempre apprezzato il fatto di poter essere innanzitutto una normale liceale prima che una sportiva. La mia intenzione era quella di mantenere i due mondi separati, anche se ormai i miei compagni mi hanno colta in flagrante...

**Si dice che i triatleti siano degli outsider.**

(Sorridente) Difficile dirlo. Evidentemente ci vuole una buona dose di individualismo per crearsi l'ambiente adatto ad emergere. Nel triathlon bisogna essere egocentrici e anche un po' egoisti. In gara le cose sono un po' diverse: in acqua sono abbandonata a me stessa, non c'è dubbio, ma in seguito

## Nicola Spirig inanella un successo dietro l'altro

In questi ultimi anni l'atleta ventenne, studentessa in giurisprudenza, ha collezionato una serie di rimarchevoli successi: dal 1993 al 1999 non ha mancato un appuntamento con i Campionati svizzeri di triathlon, salendo immancabilmente sul gradino più alto del podio. Nel 1999 è pure stata campionessa europea nella categoria juniores, l'anno successivo ha conquistato l'oro nella classifica generale della Coppa Europa e nel 2001 si è imposta ai Campionati mondiali nella categoria juniores. Per saperne di più su Nicola Spirig visitate il sito [www.nicolaspirig.ch](http://www.nicolaspirig.ch)

cooperare con gli altri può avere dei vantaggi. Io, per esempio, non sono una gran nuotatrice e di conseguenza devo potermi alleare a due o tre buone cicliste che mi permettano di tallonare i gruppi di testa. Senza aiuto l'impresa sarebbe praticamente impossibile. Poi, nella corsa, ci si ritrova di nuovo soli. Il triathlon è una sintesi di lavoro di squadra ed egoismo.

**Il suo tallone d'Achille è il nuoto?** Sì, ed è per questo che dedico la buona metà del mio allenamento a questa disciplina. In gara le performance s'influenzano a vicenda. Se non do il massimo in acqua, ne risento in sella e peggio ancora nella corsa. Non ho alternativa: nel nuoto devo assolutamente migliorare.

**Come pensa di riuscirci?** Imparando a nuotare più in fretta! Al momento vengo seguita da un allenatore del club di nuoto Limmat, che ha all'attivo il successo di diversi astri nascenti. Si impegna molto e – quel che più conta – con lui nuoto volentieri.

**Dove trova la motivazione?** Se sono su di giri non ho problemi di motivazione. Se fa bel tempo è l'allenamento stesso la mia vera motivazione. Poter sfrecciare attraverso un incantevole paesaggio della Francia è un'esperienza unica. Quando la meta non è dalla mia mi carico pensando alle sensazioni che provo in gara. Sono emozioni profonde. Il pubblico che mi incita o il senso di appagamento quando taglio il traguardo. L'aria che si respira in gara è un condensato di motivazione.

**Suo padre è anche il suo allenatore. Questa duplice funzione non le crea dei problemi?**

Mio padre mi lascia molta libertà e inoltre c'è il vantaggio che mi conosce come nessun altro. Quando rientravo dalla scuola, in passato, gli bastava un'occhiata per capire

di che umore ero, e così poteva adattare l'allenamento alla situazione. La conoscenza reciproca è la chiave di volta nei rapporti tra allenatore e atleta. Come sportivo è facile perdere il senso della misura: o ci si allena troppo o non si fa abbastanza, senza neanche accorgersene. Più di una volta mio padre ha dovuto riportarmi con i piedi per terra, visto che ho sempre avuto la tendenza a esagerare.

**Ha dei modelli?** Non concretamente. Non posso dire di nessuno «vorrei essere così». Nello sport mi piace fare di testa mia. In generale ammiro chi si allena poco pur sapendo che gli altri fanno di più. Io non ci riesco. Seguo troppo la corrente. Vorrei

imparare ad essere più ottimista e poter dire a mia volta: «niente paura, le cose prenderanno il verso giusto». Ecco quello che stimo negli altri.

**Fra poco inizierà gli studi di giurisprudenza.**

**Come intende conciliare sport e università?**

Il mio obiettivo a lungo termine è la partecipazione alle olimpiadi del 2004 ad Atene. Certi sostengono che per vincere bisogna essere professionisti. Secondo me, invece, non bisogna puntare tutto su un'unica carta. Non ho intenzione di pensare allo sport 24 ore su 24. Inoltre, se necessario, quando l'appuntamento con le olimpiadi sarà dietro l'angolo, niente mi impedirà di interrompere gli studi per un anno.

## Eleggete l'astro nascente del 2002!

**Ormai giunta alla sesta edizione, il prossimo 14 dicembre si terrà l'attribuzione dei Credit Suisse Sports Awards. La cerimonia sarà preceduta da un'emozionante preselezione in Rete: dal 20 novembre al 10 dicembre gli appassionati di sport avranno la possibilità di designare la giovane promessa del 2002 sul sito [www.sports-awards.ch](http://www.sports-awards.ch). I tre finalisti – atleti che nel corso dell'anno si sono contraddistinti per gli eccellenti risultati raggiunti – si contenderanno la successione della triatleta Nicola Spirig. Chi sarà lo sportivo dal futuro più promettente? Quale atleta saprà accattivarsi maggiore simpatia? Tutti coloro che prendono parte alla selezione su Internet parteciperanno automaticamente al grande concorso indetto per l'occasione. I premi in palio non lasciano certo indifferenti: un fine settimana all'insegna della Formula 1 oppure tre giorni ai Campionati mondiali di sci. Vale la pena di partecipare. L'astro nascente del 2002 verrà eletto durante una serata di gala al padiglione della BEA di Berna. La manifestazione verrà trasmessa in diretta a partire dalle 20.05 sui canali TSI2, SF1 e TSR2.**

**Nel corso della serata il pubblico a casa potrà partecipare all'elezione dello sportivo e della sportiva dell'anno tramite televoto. Le redazioni della stampa scritta e dei media elettronici presenterà una preselezione di cinque candidate e cinque candidati. L'esito del televoto e della preselezione contribuiranno in ragione del 50 per cento ad eleggere il vincitore. È pure prevista l'elezione dello sportivo disabile e del team dell'anno.**

**Bulletin mette in palio 3 volte 2 biglietti per la trasmissione in diretta TV. Per i dettagli rimandiamo al modulo allegato.**



# Il sogno sarà presto realtà?

Il calcio è semplice: la palla è di forma rotonda, la porta in cui deve finire è rettangolare, il campo pure; e la prossima partita è sempre la più importante. Per il calcio svizzero la partita più importante si disputerà a Nyon il 12/13 dicembre, quando nella sede dell'UEFA si decideranno i destini geografici di EURO 2008. **Andreas Schiendorfer, redazione Bulletin**

La nazionale svizzera di calcio è fermamente intenzionata a partecipare al campionato europeo che si terrà in Portogallo nel 2004, anno in cui tra l'altro l'UEFA (Unione delle associazioni europee di calcio) celebrerà i cinquant'anni della sua esistenza. Sul cammino verso EURO 2004 la compagine elvetica deve tuttavia fare i conti con due avversari di primo rango come la Russia e l'Irlanda, inserite assieme agli svizzeri nel gruppo 10 delle qualificazioni. Ma queste due nazioni, oltre ad essere avversari sul terreno, lo sono anche fuori dal rettangolo di gioco: unitamente alla candidatura scandinava e ad altri tre aspiranti sono infatti agguerriti concorrenti del progetto Austria-Svizzera per l'assegnazione di EURO 2008.

Per ora possiamo constatare, non senza fierezza, che tutto procede nel migliore dei modi: al campionato europeo U17, tenutosi in maggio, la Svizzera ha conquistato a suon di reti il primo importante titolo della sua storia calcistica. Dal canto loro i giocatori della U21, soprannominati i «titani», hanno mostrato grande carattere e competitività, raggiungendo le semifinali al campionato europeo di categoria disputatosi nel nostro Paese. In tale occasione gli svizzeri hanno ribadito il loro talento organizzativo e dimostrato di nutrire una grande passione per questo sport. Alle prestazioni delle selezioni nazionali si ag-

giungono quelle del Basilea e del Grasshoppers, società che stanno onorando la Svizzera sul palcoscenico del calcio europeo.

Anche la candidatura EURO 2008, ispirata al motto «Il meglio del calcio visto da vicino» e condotta in prima linea dallo svizzero Thomas Helbling e dall'austriaco Wolfgang Gramann, finora ha proseguito la sua marcia senza intoppi e induce all'ottimismo.

## La soddisfazione dell'UEFA

Nel corso del viaggio d'ispezione, svoltosi dal 19 al 23 agosto 2002, i delegati dell'UEFA hanno potuto constatare la validità del progetto austro-svizzero. Il responsabile della comunicazione Michael Lee e il direttore delle competizioni Jacob Erel hanno affermato all'unisono: «Gli austriaci e gli svizzeri ci hanno accolto con grande cordialità e generosità. Siamo impressionati da come è stata organizzata la nostra ispezione. È una candidatura forte.» In precedenza il direttore generale dell'UEFA, Gerhard Aigner, aveva elogiato il dossier di 671 pagine consegnatogli il 19 giugno dal Presidente della Federazione Austriaca di Calcio (ÖFB) Friedrich Stickler e dal Presidente dell'ASF Ralph Zloczower. Così si esprime sulla candidatura il direttore del progetto Thomas Helbling: «Il programma obbligatorio, ossia il dossier tecnico e il viaggio d'ispezione, è stato supera-

to. Ora si tratta di avere la meglio sulla concorrenza anche negli «esercizi liberi»».

A questo punto sorgono lecite alcune domande: la candidatura congiunta Austria-Svizzera può gettare sul piatto della bilancia il necessario peso politico per convincere i dirigenti della Federazione europea? Questi due paesi sono agli occhi dell'UEFA il miglior partner per centrare gli obiettivi di EURO 2008, ossia sviluppare il calcio europeo e promuoverne l'immagine? La volontà da parte della Svizzera e

- [www.austria.switzerland-EURO2008.com](http://www.austria.switzerland-EURO2008.com)
- [www.football.ch](http://www.football.ch)
- [www.swiss-soccer.ch](http://www.swiss-soccer.ch)
- [www.uefa.com](http://www.uefa.com)
- [www.emagazine.ch](http://www.emagazine.ch)

dell'Austria non mancherà certamente: un sondaggio d'opinione rappresentativo, commissionato dal Credit Suisse, ha mostrato che in entrambi i paesi l'80 per cento della popolazione appoggia fermamente la candidatura. In occasione del viaggio d'ispezione, i delegati dell'UEFA hanno potuto convincersi che la candidatura gode anche del sostegno delle autorità politiche, dell'economia e dei media. Non vi è dunque alcun dubbio: vogliamo che EURO 2008 sia nostro!

## Il calcio di rigore di Antonin Panenka

Dal 1960 in poi, ogni quattro anni il campio-

1954



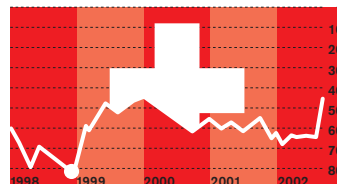
**Campionato mondiale in Svizzera:** gloria per Herberger e Walter

1996



**Europeo in Inghilterra:** l'incontenibile gioia di Kubilay Türkyilmaz

1998



**Punto minimo in assoluto: 83°** rango su 197 squadre nazionali

2000



**Nuovo programma di formazione:** apertura del centro di Payerne

**Paesi organizzatori**

Francia 1960  
 Spagna 1964  
 Italia 1968  
 Belgio 1972  
 Yugoslavia 1976  
 Italia 1980  
 Francia 1984  
 Germania 1988  
 Svezia 1992  
 Inghilterra 1996  
 Belgio/Olanda 2000  
 Portogallo 2004

**Candidature 2008**

Scozia/Repubblica d'Irlanda \_\_\_\_\_  
 Svizzera/Austria \_\_\_\_\_  
 Bosnia-Erzegovina/Croazia \_\_\_\_\_  
 Ungheria \_\_\_\_\_  
 Grecia/Turchia \_\_\_\_\_  
 Danimarca, Finlandia, Norvegia, Svezia \_\_\_\_\_  
 Russia \_\_\_\_\_

nato europeo di calcio dispensa grandi emozioni. Siamo nel 1976: la finale si decide ai calci di rigore. Proprio Uli Hoeness spedisce la palla oltre la traversa, mentre Antonin Panenka adagia la sfera con inedita freddezza alle spalle di Sepp Maier, mettendo il sigillo sul trionfo della Cecoslovacchia. Nel 1992 gli abbronzatissimi danesi, rientrati anticipatamente dalle vacanze, ammessi al torneo all'ultimo istante in sostituzione della Jugoslavia e giunti agli europei senza preparazione, con incredibile spensieratezza si aggiudicano in Svezia il titolo di campioni d'Europa. E nella mente si rincorrono altre immagini indelebili: il golden goal di Oliver Bierhoff nel 1996 allo stadio Wembley di Londra, le legendarie parate di Lew Jaschin nel 1960, la tecnica raffinata di Michel Platini nel 1984, il lancio della monetina nella semifinale del 1968 a favore dei padroni di casa dell'Italia, l'eccezionale istinto del goal di Gerd Müller nel 1972 in Belgio... Non deve quindi sorprendere che gli appassionati di calcio svizzeri, per la prima volta dal lontano 1954, vogliano di nuovo ospitare un'importante manifestazione calcistica.

#### Un evento sportivo di grande richiamo

Per la Svizzera e l'Austria, EURO 2008 assumerebbe grande valenza anche dal punto di vista economico. I cinque milioni di franchi spesi per la candidatura, i cinque milioni assegnati dalla Confederazione (che tramite l'IVA verranno ampiamente rimborsati) e i 167 milioni di franchi contemplati dal preventivo provvisorio per l'organizzazione saranno senza dubbio un investimento proficuo. Alla luce delle esperienze acquisite a EURO 2000 in Belgio e Olanda, le partite negli otto stadi saranno tutte esaurite e consentiranno di vendere oltre un milione di biglietti. Si presume che la metà degli spettatori provverrà dall'estero; questi consumeranno e pernoveranno sul posto, molti di loro approfitteranno del campionato europeo

per prolungare le vacanze. Entrambi i paesi organizzatori potranno distinguersi come ospiti accoglienti e aperti, e fare in modo che i tifosi di calcio ritornino più tardi in veste di turisti.

Tuttavia la maggior parte degli spettatori non prenderà posto sugli spalti, bensì sarà comodamente seduta davanti al televisore. EURO 2000 è stato trasmesso in non meno

di 200 nazioni. Complessivamente, le 31 partite sono state seguite da 10,5 miliardi di telespettatori. Queste cifre hanno consacrato il campionato europeo a terzo maggiore evento sportivo-mediativo del mondo, alle spalle dei campionati mondiali di calcio e dei giochi olimpici estivi: un'instabile passerella pubblicitaria, un'opportunità unica.

## Cinque nazionali, la stessa meta

Perché aspettare EURO 2008? Cinque squadre vogliono qualificarsi già per i prossimi campionati europei della rispettiva categoria.

La nazionale svizzera guidata da Köbi Kuhn viaggia a gonfie vele verso EURO 2004; dopo tre incontri ha messo in carniere sette preziosi punti e capeggia la classifica davanti alla Russia. Alla vittoria casalinga per 4-1 contro la Georgia è dapprima seguito il magro pareggio 1-1 in Albania. La brillante vittoria per 2-1 in Irlanda ha decisamente migliorato le chance di qualificarsi. «A fine 2003 giocheremo in Georgia», osserva il Segretario generale dell'ASF Peter Gilliéron. «Per andare in Portogallo dovremo ottenere la posta piena negli incontri casalinghi: il 7 giugno contro la Russia, l'11 giugno contro l'Albania e l'11 ottobre contro l'Irlanda».

#### U21: inizio col botto

La nazionale U21 guidata da Bernard Challandes affronta gli stessi avversari della selezione maggiore. Dopo tre incontri e sette punti, anche questa squadra si trova nella parte alta della classifica. La vittoria casalinga per 2-0 contro la Georgia è stata confermata in Albania (0-0) e in Irlanda (3-2). Pierre Benoit, responsa-

bile della comunicazione presso l'ASF, osserva: «L'U21 sta lottando con la Russia per il primo posto del gruppo. Una prestazione eccellente, se si considera che per motivi anagrafici è orfana di quasi tutti i titani del maggio 2002».

#### Le donne dell'U19 danno il buon esempio

Nelle ultime settimane anche le selezioni U17, U19 e U19 femminile hanno superato il primo ostacolo in vista del campionato europeo del 2003. Particolarmente promettente è stata la performance della compagine femminile allenata da Beatrice von Siebenthal, che ha travolto la Moldavia (5-0), la Grecia (15-2) e l'Ungheria (5-0). L'U19 maschile di Martin Trümpler ha approfittato di giocare in casa: in Vallese, a metà ottobre ha superato la Bulgaria (3-1) e l'Estonia (5-0). Ha però perso il terzo confronto, divenuto privo di significato, contro la Danimarca (0-1), proprio come era successo in settembre alla nuova U17 di Yves Débonnaire contro Israele (1-4). In precedenza, i detentori del titolo avevano superato l'Armenia (2-1) e l'Islanda (2-0). (schi)

14/15 agosto 2001



**EURO 2008: lancio ufficiale della candidatura congiunta**

10 maggio 2002



**U17 in festa: la Svizzera conquista il primo importante titolo**

16-28 maggio 2002



**Campionato europeo U21: la Svizzera vince e convince**

12/13 dicembre 2002



**EURO 2008: a Nyon si decideranno le sorti**



## Agenda 5/02

Principali appuntamenti dell'impegno culturale e sportivo di Credit Suisse Financial Services

### BIENNE

**28.11 All Blues Jazz Classics:**  
Jan Garbarek Group,

Palais des Congrès

### ERDMANNLISTEIN

**10.11 Campionato svizzero di corsa d'orientamento a squadre**  
GINEVRA

**7-17.11 Esposizione floreale «Floralies Internationales» alla 50ª fiera commerciale, Palexpo**

**17.12 All Blues Jazz Classics:**  
Bobby McFerrin, Victoria Hall

### LOSANNA

**13.11 All Blues Jazz Classics:**  
Joshua Redman Elastic Band, Métropole

### LUCERNA

**3.11 All Blues Jazz Classics:**  
Joshua Redman Elastic Band, Centro cultura e congressi

### LUGANO

**12.11 All Blues Jazz Classics:**  
Joshua Redman Elastic Band, Palazzo dei Congressi

### SAN GALLO

**27.11 All Blues Jazz Classics:**  
Jan Garbarek Group, Tonhalle

### SCIAFFUSA

**2-18.11 Schaffhauser Fotowochen, centro culturale Sommerlust e altre sedi**  
ZURIGO

**23.10 - 30.11**

«Benvenuto Cellini», Opernhaus

**10.11 Musiche dal mondo:**

Septeto Santiaguero, Moods im Schiffbau

**24.11 Musiche dal mondo:**

Tyva Kyzy - Oberton Frauen-power, Moods im Schiffbau

**15.12 Musiche dal mondo: Palm Wine Music, Moods im Schiffbau**

## Ridere, antidoto contro la depressione

Chi vuole contrastare la malinconia novembre evitando di rifugiarsi nei farmaci antidepressivi può affidarsi a una felice alternativa: la terapia della risata. In questo ultimo stralcio dell'anno non mancano le manifestazioni dedicate allo humor: oltre ai Comedy Festival di Zurigo, Gossau, Lucerna e Berna, che si terranno in ottobre e novembre, in dicembre avrà luogo l'Arosa Humor-Festival, evento ormai ancorato nella tradizione e organizzato nel bel mezzo dell'arena sciistica. Fra i partecipanti di maggior spicco dell'undicesima edizione del festival di Arosa figurano Marco Rima, Ursus e Nadeschkin nonché i geniali fratelli del «Chaostheater» Oropax. Accanto ai volti più noti si esibiranno molti altri artisti della risata, tutti quanti da scoprire. (rh)

**Comedy Festival di Zurigo, dal 30.10 al 3.11, Kaufleuten;**  
**Comedy Festival di Gossau, 6 e 7.11, Fürstenlandsaal;**  
**Comedy Festival di Lucerna, dal 7 al 10.11, Kleintheater/Schüür/ABCmixx; Comedy Festival di Berna, 11 e 12.11, Käfigturm;**  
**Arosa Humor-Festival, dal 6 al 15.12, teatro-tenda presso la Tschuggenhütte/Casino di Arosa. Ulteriori informazioni al sito [www.comedyfestival.ch](http://www.comedyfestival.ch) e [www.humorfestival.ch](http://www.humorfestival.ch)**



## Leggenda della chitarra jazz

Nato nel 1930, il chitarrista Jim Hall calca da oltre cinque decenni il palcoscenico del jazz. Il «tranquillo americano», noto per il suo sound particolarmente sensuale, morbido e purtuttavia dotato di una grande forza espressiva, funge da ispiratore e da esempio per altri rinomati chitarristi come Pat Metheny, John Scofield e Bill Frisell. Negli anni più

recenti si è distinto anche quale compositore e arrangiatore, attività che nel 1997 gli sono valse il premio «New York Jazz Critics Circle Award for Best Jazz Composer». La sua creazione musicale è contrassegnata da una profonda passione per la sperimentazione e l'improvvisazione. Nel suo concerto zurighese, l'unico in Svizzera, sarà accompagnato dal leggendario bassista Charlie Haden. La serata sarà aperta da Enrico Pieranunzi, il grande pianista italiano che ama attraversare la frontiera tra musica classica e jazz. (rh)

**All Blues Jazz Recitals: Jim Hall e Charlie Haden.**

**16.11 Tonhalle di Zurigo. Ulteriori informazioni al sito [www.allblues.ch](http://www.allblues.ch)**



## Piattaforma per la moda giovane

Il prossimo novembre Ginevra rinnoverà per la quarta volta l'appuntamento con la Credit Suisse PLATeFORM, la manifestazione che offre a giovani designer romandi la possibilità di mostrare le loro creazioni a un vasto pubblico. La prima serata è interamente dedicata alla moda svizzera. Oltre ai partecipanti al concorso sarà presente anche la vincitrice del Credit Suisse Prix Bolero Larissa Kramer, che avrà l'opportunità di far conoscere la propria collezione. Il sabato sera sarà dedicato alla «british fashion». Chi vorrà fare una pausa tra una sfilata e l'altra potrà intrattenersi in uno dei bar adiacenti e speculare sul nome del concorrente che, per la sua collezione, porterà a casa i 15000 franchi che spettano al vincitore del Prix Credit Suisse PLATeFORM. (rh)



**Credit Suisse PLATeFORM 2002. 22 e 23 novembre, Terminal Charter, vecchio aeroporto, Ginevra. Ulteriori informazioni al sito [www.platform.com](http://www.platform.com)**

Sigla editoriale

**Editore** Credit Suisse Financial Services, Casella postale 2, 8070 Zurigo, telefono 01 333 11 11, fax 01 332 55 55 **Redazione** Daniel Huber (dhu) (direzione), Marcus Balogh (ba) (wealth management), Ruth Hafen (rh) (sponsoring), Andreas Schiendorfer (schi) (attualità), emagazine: Andreas Thomann (ath), Martina Bosshard (mb), Michèle Luderer (ml), Michael Schmid (ms), Segreteria di redazione: Sandra Haeblerli, telefono 01 333 73 94, fax 01 333 75 96, indirizzo e-mail: [redaktion.bulletin@credit-suisse.ch](mailto:redaktion.bulletin@credit-suisse.ch), Internet: [www.credit-suisse.ch/bulletin](http://www.credit-suisse.ch/bulletin) **Progetto grafico** [www.arnolddesign.ch](http://www.arnolddesign.ch): Karin Bolliger, Adrian Goepel, Urs Arnold, Andrea Brüscheweiler, Maja Davé, Benno Delvai, James Drew, Alice Kälin, Annegret Jucker, Andrea Studer, Monika Isler (assistenza) **Traduzione** Servizio linguistico di Credit Suisse Financial Services, Zurigo: Francesco Di Lena, Benedetto Baldini, Sylvia Bottarin, Michele Bruno, Alessandra Maiocchi, Antonella Montesi, Roberto Negroni **Inserzioni** Yvonne Philipp, Strasshus, 8820 Wädenswil, telefono 01 683 15 90, fax 01 683 15 91, e-mail [yvonne.philipp@bluewin.ch](mailto:yvonne.philipp@bluewin.ch) **Litografia** Denz Lith Art AG, Berna **Stampa** NZZ Fretz AG/Zollikofer AG **Commissione di redazione** Othmar Cueni (Head Affluent Clients Credit Suisse Basel), Claudia Kraaz (Head Corporate Communications Credit Suisse Financial Services), Eva-Maria Jönen (Customer Relation Services, Marketing Winterthur Life & Pensions), Christian Pfister (Head Publishing Credit Suisse Financial Services), Fritz Stahel (Credit Suisse Economic & Policy Consulting), Burkhard Varnholt (Head Financial Products), Christian Vonesch (responsabile area di mercato clientela privata Zurigo), Claudia Grüter (Head Private Clients Offers, e-Solutions) **Anno 108** (esce sei volte all'anno in italiano, tedesco e francese). **Riproduzione** consentita con l'indicazione «Dal Bulletin di Credit Suisse Financial Services». **Cambiamenti d'indirizzo** vanno comunicati in forma scritta, allegando la busta di consegna originale, alla vostra succursale del Credit Suisse oppure a: Credit Suisse, KISF 14, Casella postale 600, 8070 Zurigo

La presente pubblicazione ha come unico scopo quello di informare. Essa non va interpretata né come un'offerta né come un invito del Credit Suisse ad acquistare o vendere titoli. I riferimenti alle performance passate non sono in nessun caso una garanzia per un futuro andamento positivo. Le analisi e le conclusioni riportate dalla pubblicazione sono state elaborate dal Credit Suisse; è possibile che, prima della loro comunicazione ai clienti del Credit Suisse, esse siano già state utilizzate per transazioni di società del CREDIT SUISSE GROUP. Le opinioni riportate in questo documento sono quelle elaborate dal CREDIT SUISSE GROUP al momento della stesura e sono suscettibili di modifiche. Credit Suisse è una banca svizzera.

# «Sarebbe interessante vivere in eterno»

Lo scorso anno la General Motors ha richiamato il 69enne Bob Lutz dalla pensione nominandolo capo del reparto sviluppo. Il leggendario manager svizzero dovrebbe dare nuovo impulso allo stanco motore della più grande casa automobilistica del mondo. **Intervista a cura di Daniel Huber, redazione Bulletin**

**Daniel Huber** L'automobile ha segnato la sua vita. Senza auto non esisterebbe la «success story» Bob Lutz. Da dove deriva questa sua passione?

**Bob Lutz** Si può dire che è nata con me. Fin dall'infanzia sono sempre stato circondato da auto interessanti. Il fratello maggiore di mio padre possedeva un'Alfa Romeo Zagato del 1935, poi una Delahaye 4 litri. Un altro fratello guidava una di queste Talbot Lago a forma di goccia. E anche mio padre aveva un debole per le auto esclusive.

**Lei ha conseguito un master generico in Business Administration. Cosa l'ha tenuto legato per 40 anni al mondo delle auto?**

L'industria automobilistica, più di ogni altro settore industriale, unisce in sé grossi capitali, produzione in serie e, quello che conta, una componente creativa. In un certo qual modo la produzione di auto è un'arte popolare. Frigoriferi e televisori finiscono nelle case, dove nessuno, se non i proprietari, li può più vedere. L'auto, invece, rispecchia il suo proprietario e per anni resta in circolazione come una scultura a quattro ruote.

**Dopo essere partito a sette anni per New York con i genitori, è ritornato da solo in un collegio di Losanna per la maturità...** No, non era un collegio. Era un normalissimo liceo cantonale. L'ex consigliere federale Chevallaz, da poco scomparso, era il mio insegnante di classe.

**Dove alloggiava?** In una pensione. È stato molto più divertente. Io e i collegi non siamo mai andati troppo d'accordo.

**E perché dopo la maturità è andato negli Stati Uniti, nell'US Marine Corps? Eppure i suoi genitori erano già tornati a vivere in Svizzera.** È stato un accordo tra me e mio

padre. Dopo che in Svizzera mi avevano cacciato dalla casa di educazione di Glarisegg, mio padre si fece consigliare da un investment banker americano, colonnello dei Marine Corps nella Seconda Guerra Mondiale. Mio padre venne da me e mi disse: «Ti offro un'ultima possibilità. Adesso andrai a Losanna. Ti pago la pensione e tutto il resto. In cambio tu, dopo la maturità, farai domanda nei Marines.» Se si pensa che pretendeva questo da me durante la guerra di Corea, si capisce che doveva essere abbastanza disperato. Quando poi ho superato l'esame di maturità la guerra era già finita, ma sono andato ugualmente.

**Per quanto tempo?** Ho prestato servizio attivo per cinque anni come pilota di jet, e in quel periodo sono diventato capitano. Ciò mi ha procurato alcune difficoltà con la direzione militare federale, che sono state poi risolte.

**L'industria automobilistica non ha più segreti per lei; ha cominciato con la GM, per passare poi alla BMW, alla Ford, alla Chrysler e adesso di nuovo alla GM. Da dove deriva questa irrequietezza?** Non mi definirei un personaggio semplice. Non mi è mai piaciuto adeguarmi. Non appena venivo a trovarmi in un ambiente in cui non riuscivo, parzialmente o totalmente, a realizzare le mie idee, ho sempre cercato qualcos'altro. Come processo di apprendimento è stato estremamente importante. Ogni ditta ha i propri punti di forza e il proprio modo di fare le cose. In quest'ottica sarebbe davvero interessante vivere in eterno senza dover rispettare alcuna clausola di non concorrenza. Come si va al cinema a vedere questo o quel film, potrei dare un'occhiata in tutte

le ditte interessanti e imparare nuove cose.

**Quali altre case automobilistiche le piacerebbe conoscere?** Ho sempre desiderato lavorare un paio d'anni alla Honda o alla Toyota. Sarebbe stata un'esperienza enormemente utile. Purtroppo adesso è troppo tardi.

**Eppure un anno fa, a 69 anni, è subentrato a un 55enne. È forse l'inizio di una nuova era, in cui l'esperienza conta di nuovo qualcosa?** Io rappresento l'inizio di una moderna tendenza che dà importanza non solo all'età anagrafica, ma anche a quella mentale, nonché al livello individuale di energia. Un altro esempio è il 68enne Alan Gilmore, che la Ford ha richiamato dopo otto anni di pensione. È molto interessante anche vedere da dove deriva l'idea di fissare l'età pensionabile a 65 anni. La proposta fu di Bismarck, che promise al popolo tedesco un riposo pagato. Solo che, allora, l'aspettativa media di vita di un tedesco era di 48 anni. Tutti pagavano, ma solo pochi potevano usufruire della pensione, magari per 5 anni o poco più. Adesso ci sono sempre più persone che vivono oltre i 90 anni.

**Gli ultimi anni sono stati caratterizzati da una rapida ascesa e da un'altrettanto rapida discesa della new economy. Come ha vissuto questo periodo in veste di rappresentante di una delle economie più vecchie?** Personalmente ho sempre distinto tra real (vera) e fake (falsa) economy. Non ho mai capito cosa avesse di più la new economy. Cosa c'è poi di così rivoluzionario nell'ordinare via Internet della verdura o un panino, se poi tutto deve essere consegnato con un'auto? In fondo è quello che faceva anche mia madre già negli anni Trenta e



Bob Lutz: « Io rappresento l'inizio di una moderna tendenza che dà importanza non solo all'età anagrafica, ma anche a quella mentale.»



Quaranta. È proprio questo il problema di fondo. La gente non ha capito che Internet non è altro che un'estensione del telefono.

**Nel frattempo milioni di investitori si sono accorti dell'errore, spesso a caro prezzo.** Sono stato per molti anni nel comitato della School of Business Administration alla University of California. Negli anni Novanta venne popolato da un numero sempre maggiore di 30-35enni multimilionari che nel programma di studi volevano inserire corsi del tipo «Come fondare una ditta Internet». Non riuscendo a far valere le mie obiezioni, ho deciso di dare le dimissioni. Prima però ho messo nero su bianco, in una lettera, tutte le mie riflessioni. Ne ho ancora una copia.

**A quando risale questa lettera?** È del 1998. E con grande tempismo, non appena la bolla è scoppiata, dalla California è arrivata una lettera che diceva: ci manca il suo saggio consiglio. Devo dire che ho provato un certo compiacimento infantile. **Lei è la dimostrazione che anche nella old economy si può guadagnare un bel po' di soldi. Il suo patrimonio è stimato tra i 500 e i 600 milioni di franchi.** Sciocchezze. Deve togliere almeno uno zero.

**Per un impiegato è pur sempre una somma straordinaria.** Lo ammetto, non è poco. Per guadagnare così tanti soldi bisogna essere impiegati in una casa automobilistica sull'orlo del fallimento, com'era allora la Chrysler. Non c'erano né i soldi per un salario vero e proprio né tanto meno partecipazioni agli utili. In cambio c'erano opzioni in abbondanza. Tieni, eccoti altre 200 000 opzioni. È così che



**«In una crisi c'è bisogno di un capo che non dia troppo ascolto agli altri.»**

Bob Lutz, capo dello sviluppo della General Motors

andavano le cose. E nessuno credeva che queste opzioni avrebbero mai avuto valore. Ma c'era comunque una certa motivazione. Chiunque poteva immaginare quanti soldi rappresentassero. Il titolo doveva soltanto risalire dai 10 dollari di allora a 60-70 dollari. Alla fine ognuno di noi possedeva dalle 500 000 alle 600 000 opzioni. Io ne avevo addirittura un milione, ad un valore medio che si aggirava intorno ai 20 dollari.

**E quando le ha vendute?** Per fortuna diedi ascolto al mio consulente finanziario. Quando il titolo raggiunse i 75 dollari ero ancora fermamente convinto che avrebbe superato i 100. Lui invece mi diceva sempre: Bob, non appena hai messo insieme

un discreto guadagno, vendi. Possiamo investire il denaro altrove. Fu un ottimo consiglio.

**Alla GM, per quanto riguarda le opzioni, la situazione non dovrebbe essere così promettente.** No. Le azioni della GM non sono mai soggette ad oscillazioni del genere, come succedeva invece alla Chrysler.

**Secondo la sua logica, quindi, attualmente alla GM dovrebbe esserci abbastanza denaro per un giusto salario. Quanto guadagna?** Circa il doppio di quanto guadagnavo alla Chrysler. Ma è inutile che ci giri troppo intorno. Sono cifre che appaiono anche nel rapporto di gestione. A seconda del bonus sugli utili, quest'anno dovrebbe essere intorno ai due milioni di dollari.

**Lei è stato reclutato anche per dare un impulso creativo alla GM. Quali sono secondo lei le caratteristiche di un buon motivatore?** Innanzitutto deve conoscere il proprio mestiere, altrimenti non può essere d'esempio per gli altri. Inoltre deve possedere una buona dose di entusiasmo e soprattutto spiccate doti comunicative. È questo il problema di George Bush. Vanta enormi capacità intellettive, ma trova difficoltà nell'esprimere le proprie idee. Tutto il contrario di Bill Clinton, che secondo me ha capacità intellettive nettamente inferiori.

**Nella sua carriera ha già superato alcune crisi. Quali sono gli elementi determinanti in queste situazioni?** È come nell'ippica. Non tutti i cavalli sono adatti nella stessa misura per tutte le discipline. Ci sono cavalli per il salto, cavalli da corsa e così via. È così anche per il management. Quando una ditta è in crisi, non può avere alla guida un amministratore che procede come se niente fosse. C'è bisogno di un capo che apra il cofano, prenda la cassetta degli attrezzi e cominci a riparare il guasto. E soprattutto c'è bisogno di qualcuno che sia in grado di prendere decisioni impopolari. Per far questo non deve dare troppo ascolto agli altri. Certo non può fare totalmente a meno di ascoltare, ma ci sono sempre persone che dicono: ma in questo reparto abbiamo sempre fatto così, e questo non possiamo farlo, per questa o quella ragione. In una crisi occorrono dirigenti che si sappiano imporre.

## Figlio di un banchiere, pilota di jet, magnate dell'auto

**Robert Anton Lutz** nasce nel 1932 a Zurigo. Nel 1940 la famiglia si trasferisce a New York, dove il padre, il banchiere Robert H. Lutz, partecipa alla costituzione della prima filiale estera del CS. Il piccolo Robert diventa ben presto Bob, acquisendo la doppia cittadinanza. Dal 1954 al 1959 presta servizio come pilota di jet nell'US Marine Corps. In seguito studia economia alla University of California a Berkeley. Nel 1963 inizia la carriera nell'industria automobilistica, alla GM di New York. Seguono Opel, affiliata europea della GM, BMW, Ford e Chrysler. Qui diventa il numero due di Lee Iacocca e resta fedele alla ditta anche quando viene sorprendentemente dimenticato al momento di designare il successore di Iacocca. In seguito alla fusione di Daimler e Chrysler, nel 1998, Bob Lutz rassegna le dimissioni. Lo scorso autunno Richard Wagoner, capo della GM, lo richiama alla vita lavorativa. A 69 anni Bob Lutz diventa capo dello sviluppo e responsabile per il Nord America della più grande casa automobilistica al mondo.

# Mixta-LPP Basic. *Novità!*

## Il modo sicuro di provvedere al suo futuro.



Ha collocato i suoi fondi di previdenza su un Conto di previdenza 3° pilastro o su un Conto di libero passaggio 2° pilastro?

Mixta-LPP Basic è un nuovo gruppo d'investimento, creato dalla CREDIT SUISSE Fondazione d'investimento, che le permette di incrementare il suo rendimento anche in caso di andamento incerto delle borse, senza peraltro assumere un rischio maggiore.

Ciò è possibile in quanto i suoi fondi di previdenza

non vengono investiti in azioni, bensì principalmente in immobili, ipoteche e obbligazioni.

Per maggiori informazioni chiami la nostra hotline

**0800 888 068** o consulti l'indirizzo

[www.credit-suisse.ch](http://www.credit-suisse.ch). Oppure ancora ordini oggi

stesso il nostro opuscolo mediante il tagliando allegato.

In qualità di banca privata con uno spiccato  
senso di responsabilità attribuiamo grande  
valore anche alle piccole richieste.



Una relazione va curata e coltivata, solo in questo modo si instaurerà quel rapporto di fiducia che è fondamentale per il raggiungimento del vostro successo finanziario. Per questo motivo riceverete da Bank Leu molto più della solita attenzione. Ciò che vi offriamo è un rapporto cordiale e sincero e non un semplice adempimento del dovere. In poche parole: per noi siete al centro dell'attenzione sotto ogni aspetto; una premessa ideale per il vostro successo! I nostri consulenti saranno lieti di illustrarvi in che cosa si distingue la nostra banca dalle altre. Non esitate a contattarci: Bank Leu AG, Bahnhofstrasse 32, 8001 Zurigo, telefono +41 1 219 11 11, [www.leu.com](http://www.leu.com)

Benvenuti nel Private Banking.

**Bank Leu**  
dal 1755

