



Spediz. abbonam. postale - 45% - Art. 2 - Comma 20/B - Legge 662/96 - Milano

# Il Sole 24 ORE

DEL LUNEDÌ

www.ilsol24ore.com

## BB-B

Tutta la potenza di Internet con l'Adsl di Telecom Italia.

Chiama il 187 o www.187.it o vieni in un Punto 187.

Lunedì 7 Maggio 2001 - Anno 137° N. 124 - Lire 1.700\* (€ 0,88 in Italia)

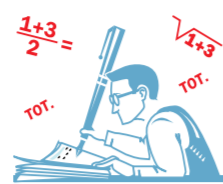
Prezzi di vendita all'estero: Austria sc. 26, Belgio bfr. 75, F. Luv. 75, Francia fr. 12, Germania dm. 3,5, Grecia dr. 500, Inghilterra lbs. 1,30, Danimarca kr. 15, Olanda fl. 4,00, Spagna pes. 250, Portogallo escudo 350, Cont. Malta cm. 50, Svizzera sfr. 2,80, Canton Ticino sfr. 2,50, Ungheria huf. 250, Repubblica Ceca czk. 56, Usa \$ 2,50, Canada \$ can. 3,00, Marocco dh. 22, Egitto e.p. 8, Albania Usd. 2, Brasile r\$ 4,20, Argentina p. 4,00, Norvegia nkr. 15, Slovenia Slt. 280, Svezia skr. 15



### UNICO SOCIETÀ

Il primo inserto della Guida alla dichiarazione dei redditi

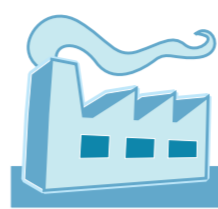
IN ALLEGATO CON I «RAPPORTI»



### RIFORME NELLA PA

La Pubblica amministrazione va alla ricerca dell'efficienza

«RAPPORTI» IN ALLEGATO



### CONDOMINIO

Come si deve scegliere il buon amministratore

A PAGINA 9



### L'ESPERTO RISPONDE

Le rimanenze in bilancio

Il coupon degli Indici 2001

ALLE PAGINE 31-38

PIAZZA AFFARI ■ I consigli degli analisti per un portafoglio «moderatamente» aggressivo

## Dieci titoli a prezzo giusto

### Le società con utili in crescita e quotazioni basse

MILANO ■ Disposti a comprare titoli aggressivi, ma solo se a buon mercato. Gli investitori, dopo lo scoppio della bolla speculativa sui Tmt, continuano a cercare le migliori occasioni di acquisto fra le azioni growth — che dovrebbero presentare anche nei prossimi anni buone prospettive di crescita — ma stanno ben attenti al prezzo.

Così la strategia d'investimento Garp, cioè "growth at a reasonable price" (crescita a prezzi ragionevoli), attrae

sempre di più analisti e gestori. Uno studio della WestLb Panmure ha selezionato un portafoglio Garp a livello continentale.

Quanto a Piazza Affari, ci sono dieci titoli, metà industriali e metà finanziari, che rispondono a criteri di crescita e di valore. In un'ottica di mercato tra value e growth tre indici costruiti da Banca Advantage aiutano a capire come si muove il mercato e quali sono i titoli contendibili più interessanti per gli investitori.

servizi a pagina 23

### PROPOSTE RAGIONEVOLI

I titoli italiani consigliati dall'approccio Garp nello studio della WestLb Panmure (prezzi in euro)

INDUSTRIALI			FINANZIARI		
Titolo	Prezzo al 4/5	Var. % da inizio anno	Titolo	Prezzo al 4/5	Var. % da inizio anno
1 Parmalat	1,59	-8,42	1 Unicredit Italiano	5,30	-4,49
2 Finmeccanica	1,19	-1,81	2 Rolo Banca 1473	19,11	-7,24
3 Olivetti	2,53	0,36	3 San Paolo-Imi	15,44	-10,61
4 Fiat	26,33	0,11	4 Popolare di Lodi	11,86	-7,50
5 Pirelli	3,61	-5,62	5 Banca di Roma	1,17	1,21

### FINANZA ONLINE

Bipop informa meglio su Internet

A pagina 24

### TELECOM

Il peso dei debiti spaventa meno

A pagina 25

### PROGRAMMI A CONFRONTO

## Polo o Ulivo: i loro primi cento giorni

ROMA ■ C'è di tutto nelle priorità che Polo e Ulivo indicano per i primi cento giorni di Governo: dal lavoro al non profit, dal Fisco alle grandi opere, dal blocco della riforma scolastica e universitaria all'istituzione del ministero per la tutela dei consumatori.

E se l'Ulivo punta sulla concertazione come passo necessario prima di dare il via agli interventi e pensa di insediare un manager a Palazzo Chigi che faccia da "sentinella" alla competitività, il Polo affida ai primi passi il messaggio che l'economia è destinata a un forte cambiamento. All'insegna dello slogan: «Meno tasse, più sviluppo».

Per gli esperti, alcune priorità hanno soprattutto un richiamo politico e il loro impatto potrebbe essere inesistente o addirittura negativo.

servizi a pagina 5

### PANORAMA

## Missili, il super esperto spiega lo scudo spaziale

Un ombrello globale per contrastare su scala planetaria, non più dal solo territorio Usa, gli attacchi di missili balistici. E che sfrutti — come basi di lancio — anche aerei, sottomarini e postazioni mobili. Queste le differenze tra il progetto Clinton di scudo spaziale e quello più ambizioso di Bush. In un'intervista al Sole 24 Ore, uno dei maggiori esperti Usa, David J. Smith, sostiene che l'iniziativa è aperta a integrazioni locali con Europa, Giappone e Russia. Il pericolo? Sono le potenze militari emergenti.

A PAGINA 2

### MADE IN ITALY MENO COMPETITIVO

Le imprese del made in Italy ostentano sicurezza e si dicono preoccupate più dalla stagnazione della domanda che dalla minaccia della concorrenza. Tuttavia i dati Istat sul commercio estero segnalano un preoccupante calo di competitività e l'Ice conferma che le quote italiane sono sotto pressione sia da parte dei Paesi in via di sviluppo che da quelli avanzati.

A PAGINA 6

### SANITÀ, AL PALO LA RIFORMA BINDI

È praticamente tabula rasa la riforma ter del servizio sanitario nazionale, meglio nota come "legge Bindi". La maggior parte dei provvedimenti applicativi non è infatti stata varata: a cominciare dalla definizione dei livelli di assistenza, cioè di quanto e cosa l'Ssn continuerà a passare gratis ai cittadini, e dalla disciplina dei nuovi Fondi integrativi.

A PAGINA 14

### LA FINANZA ETICA PARLA ITALIANO

Ftse sta per lanciare una nuova famiglia di benchmark etici e ha deciso di mettere sotto esame 40 titoli italiani a larga capitalizzazione, da Alitalia a Unicredit, al fine di valutarne il grado di responsabilità sociale. Intanto si fa strada la «venture philanthropy», un nuovo strumento d'investimento che abbina rischio e solidarietà.

A PAGINA 24

### LO SPOT AL CINEMA SI RICORDA DI PIÙ

Gli spot trasmessi nelle sale cinematografiche assicurano più efficacia al messaggio pubblicitario. A sostenerlo è una ricerca che verrà presentata oggi a Milano, realizzata da Promoservice e commissionata da Opus Proclama. Secondo l'indagine il ricordo delle pubblicità trasmesse anche nei cinema risulta essere di quattro volte superiore alla media.

A PAGINA 42

### USA: ULTIMA CHIAMATA PER GLI STAGE

Ultimi giorni a disposizione per cogliere l'opportunità di un lavoro estivo negli Stati Uniti. Sono in scadenza, infatti, i visti riservati ai giovani italiani: se nessuno si farà avanti verranno assegnati ai ragazzi più diligenti degli altri Paesi. Dalla Florida al Massachusetts sono numerose le posizioni ricercate, tra le quali baristi, cassieri, cuochi, muratori e addetti al servizio clienti.

A PAGINA 44

In Veneto, Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia in vendita obbligatoria a Lire 2.000 con il Sole 24 Ore Nord Est; in Valle d'Aosta, Piemonte e Liguria in vendita obbligatoria a Lire 2.000 con il Sole 24 Ore Nord Ovest; in Toscana, Umbria, Marche e in Emilia-Romagna in vendita obbligatoria a Lire 2.000 con il Sole 24 Ore Centro Nord

VIVERE NELLA UE ■ Ancora divisi sulla moneta unica, sono largamente soddisfatti (83%) della propria situazione

## Europa, oasi di cittadini felici

## L'arrivo dell'euro non porta inflazione

Fiducia nel futuro soprattutto nell'ambito personale

MILANO ■ I cittadini dell'Unione europea sono soddisfatti della propria vita: la percezione positiva è condivisa dall'83% della popolazione (79% in Italia), con una crescita di sei punti dal 1997. E, quel che più conta, hanno una visione positiva del futuro, soprattutto per quanto riguarda l'ambito personale (la propria famiglia o il proprio lavoro) e un po' meno per il proprio Paese. Interrogati sull'anno che verrà, il 34% rispondono oggi che "andrà meglio" e solo il 7% che "andrà peggio" (contro il 34-36% all'inizio degli anni 90).

a pagina 3

### IL VENTO DEL NORD

Popolazione soddisfatta della vita che conduce (in %)

Danimarca	96	Ue 15	83
Svezia	95	Spagna	83
Paesi Bassi	93	Francia	82
Regno Unito	90	Austria	81
Lussemburgo	89	Germania	81
Finlandia	88	Italia	79
Irlanda	86	Portogallo	68
Belgio	86	Grecia	61

Fonte: Eurobarometro (Aprile 2001)



MILANO ■ La marcia di avvicinamento all'euro non è segnata solo da un crescendo di preoccupazioni. Infatti, mentre il sondaggio Eurobarometro segnala un'ulteriore erosione del consenso tra i cittadini verso la moneta unica (ma i favorevoli restano in maggioranza: 55% contro 37%), due studi di Comit e Goldman Sachs forniscono un'indicazione confortante: il *changeover*, la fase di transizione a cavallo tra fine 2001 e inizio 2002, non avrà un impatto negativo a livello macroeconomico. In altri termini, con l'addio alle valute nazionali i consumi non diminuiranno, l'inflazione non crescerà e il ciclo economico non subirà scossoni.

Intanto negli enti locali, in particolare modo nei Comuni, le tappe di avvicinamento all'euro continuano a marce forzate. Il ministero del Tesoro, dopo aver lanciato l'allarme sui ritardi nei centri di minore dimensione demografica, sta mettendo a punto la «Giornata euro», una nuova campagna di promozione della moneta unica, che si svolgerà dopo l'estate in circa 4mila Comuni.

servizi alle pagine 3 e 17

### Il biglietto da visita

DI FABRIZIO GALIMBERTI

Quando gli chiesero cosa pensava della civiltà occidentale, Gandhi rispose, secondo la leggenda, che sarebbe una buona idea... Chissà se la stessa ironica risposta potrebbe esser data sulla moneta unica? L'euro, assottigliato da una involontaria cura dimagrante dal giorno della sua nascita, non sembra degno di essere la "moneta unica" d'Europa. Dal giorno della sua nascita? Ma è mai nato l'euro? Chi lo ha visto? Non è stata forse finora un'astrazione? Sì, è stato un'astrazione nella forma, non certo nella sostanza. La moneta unica, sia in senso virtuale che reale, esiste già dal 1999: le banconote che circolano in Europa, dai marchi finlandesi o tedeschi alle lire italiane agli scudi portoghesi o ai franchi francesi non smentiscono questa realtà.

continua a pagina 3

### CREDITO

Mutui per la casa: agli sportelli le banche non rispettano le regole di trasparenza

A pagina 7

### TRASPORTI

Distribuita domani in 27 aeroporti la Carta che spiega i diritti dei passeggeri

A pagina 8

### OCCUPAZIONE

Il terziario avanzato ha una marcia in più e batte il record delle offerte di lavoro

A pagina 43

CLASSIFICHE ■ Anche in Italia la «reputazione d'impresa»

## Buona fama, affari migliori

### Johnson & Johnson: un caso americano

DI DAVIDE RAVASI

Era la fine di settembre del 1999 e i dirigenti della Philip Morris avevano un problema da risolvere: una ricerca pubblicata dal Wall Street Journal aveva rivelato che la loro impresa aveva la peggior reputazione negli Stati Uniti. Anche peggio della Exxon, che anni prima aveva inondato di petrolio le coste dell'Alaska e non aveva fatto niente di più di quello che un tribunale aveva ordinato per ripristinare gli equilibri naturali. Negli ultimi anni, la reputazione della Philip Morris era stata pesantemente danneggiata dalle inchieste giudiziarie che avevano messo in luce come i grandi produttori di tabacco fossero a conoscenza dei gravi danni che il fumo arrecava alla salute, anni prima che le informazioni diventassero di dominio pubblico, ma non avessero divulgato l'informazione. Nei mesi successivi, oltre 100 milioni di dollari vennero spesi per un'imponente campagna di comunicazione istituzionale che si proponeva di portare l'attenzione del pubblico sulle numerose attività filantropiche finanziate da Philip Morris,

Barilla, Benetton, Cirio, Coop, Ferrari, Ferrero, Fiat, Galbani, Mediaset, Omnitel, Parmalat e Pirelli sono le imprese italiane che, secondo lo studio elaborato dalla Sda Bocconi per il progetto Euro-RQ, vincono la hit parade della corporate reputation.

VITALE a pagina 39

includere campagne contro la violenza domestica e la fame nel mondo. Ad un anno di distanza, tuttavia, la situazione non era cambiata di molto: Philip Morris occupava ancora la penultima posi-

zione tra le imprese censite. In alcuni casi, la comunicazione aveva avuto addirittura effetti controproducenti, informando ignari consumatori che non solo le sigarette, ma anche la birra Miller e

gli alimentari Kraft facevano parte del gruppo Philip Morris. E provocandone l'immediato boicottaggio. La crescente attenzione delle grandi corporation americane per la loro reputazio-

ne è un fenomeno nuovo che una recente ricerca condotta dalla società di pubbliche relazioni Hill & Knowlton ha contribuito a mettere in luce: il 96% dei dirigenti intervistati ha dichiarato di ritene-

re importante la reputazione della propria impresa, e il 20% ha già cominciato a compiere dei passi per misurarla. Misurare la reputazione di un'impresa, tuttavia, non è facile. In questi anni, sono state pubblicate numerose classifiche, a partire dalla storica "America's Most Admired Companies" della rivista Fortune, che cercano di offrire un riferimento per le analisi e le decisioni dei dirigenti attraverso un confronto con le altre imprese e con i valori passati. La maggior parte di queste classifiche, tuttavia, si basa su giudizi espressi da altri dirigenti o da analisti finanziari, e trascura, di conseguenza, il giudizio di alcuni interlocutori cruciali per il successo dell'impresa.

La reputazione di un'azienda, infatti, rappresenta il giudizio collettivo che viene dato su di essa e sui suoi prodotti, non solo nel mondo dell'impresa o della finanza, ma anche e soprattutto tra il pubblico, tra i suoi consumatori e dipendenti attuali e potenziali.

La reputazione di un'azienda, infatti, rappresenta il giudizio collettivo che viene dato su di essa e sui suoi prodotti, non solo nel mondo dell'impresa o della finanza, ma anche e soprattutto tra il pubblico, tra i suoi consumatori e dipendenti attuali e potenziali.

continua a pagina 15

continua a pagina 39

UNIVERSITÀ ■ Fissati nuovi parametri per il fondo di riequilibrio

## L'ateneo ricco dà una mano al povero

DI GIUSEPPE DE RITA

In settimana gli atenei conosceranno la "dote" loro riservata per il riequilibrio — per il quale sono disponibili oltre 900 miliardi — rispetto alle assegnazioni storiche del fondo per il finanziamento ordinario. Il Murst, tra l'altro, renderà note anche le ripartizioni per avviare le nuove lauree. I parametri in un decreto firmato il 23 aprile.

DE CESARI a pagina 15

Nell'affrontare le questioni legate allo sviluppo del sistema universitario, storicamente, legislatori e organi di Governo si sono trovati a dover fare i conti con due ordini di problemi strutturali:

● il ridotto volume di finanziamenti destinati all'istruzione universitaria (rispetto alle spese per gli altri cicli di istruzione ed è noto lo strabismo a vantaggio del ciclo primario);

● la forte differenziazione delle risorse disponibili per ateneo facoltà, dimensioni e storia istituzionale delle sedi.

L'esigenza di migliorare la qualità dell'istruzione universitaria, emersa con forza proprio negli ultimi anni, ha posto al centro del dibattito istituzionale la questione del come garantire effettive condizioni di sviluppo qualitativo a fronte dei vincoli economici e funzionali.



OMEGA Co-Axial  
Una rivoluzione nell'alta orologeria



OMEGA

www.omegawatches.com

Per informazioni 02 57957380