

# EF ECONOMIA & FINANZA

## Il punto della giornata economica

ITALIA FTSE/MIB <b>33.908</b> +0,79%	FTSE/ITALIA <b>36.112</b> +0,76%	SPREAD <b>138,31</b> +0,99%	BTP 10 ANNI <b>3,702</b> +0,03%	EURO-DOLLARO CAMBIO <b>1,08048</b> -0,17%	PETROLIO WTI/NEW YORK <b>79,01</b> -0,77%
---	--	-----------------------------------	---------------------------------------	--	--

# Italia batte Germania

Il Pil del nostro Paese cresce dello 0,2%, si ferma la locomotiva tedesca. Vicino l'1% annuo previsto dal governo. Urso: "Bene l'export"

## IL CASO

PAOLO BARONI  
ROMA

L' Italia continua a crescere anche nel secondo trimestre dell'anno, ma ad un ritmo meno sostenuto dei primi tre mesi del 2024. Secondo la stima preliminare dell'Istat diffusa ieri il nostro Pil è infatti aumentato di un altro 0,2% rispetto al trimestre precedente, quando aveva registrato un +0,3%. Però facciamo molto meglio della Germania che contrariamente alle attese, dopo il +0,2% del primo trimestre dell'anno, vede il suo prodotto interno scendere di nuovo, questa volta dello 0,1%. La Francia, invece, sale dello 0,3%, come la media dei paesi Ue e dell'Eurozona tra i quali svetta la Spagna che mette a segno un notevole +0,8% che quest'anno la proietta ad una crescita vicina al 3%.

Per quanto riguarda l'Italia rispetto allo stesso periodo del 2023 la crescita in termini tendenziali è dello 0,9%, mentre la variazione acquisita, cioè la crescita dell'economia reale già portata a casa è dello 0,7% anche se nella seconda parte dell'anno dovremmo registrare un aumento pari a zero del Pil. In questo modo ci avviciniamo all'obiettivo dell'1% indicato dal governo (mentre per l'Fmi ci dovremmo fermare a +0,7% e per la Commissione Ue

a +0,9) per la gioia del ministro dell'Economia Giorgetti e del governo. «Il dato del Pil è buono, cresciamo più di Francia e Germania e cresciamo nell'occupazione più degli altri Paesi europei. Cresciamo di più nell'export delle altre grandi nazioni europee e abbiamo il più basso tasso di inflazione» commenta il ministro delle Imprese Adolfo Urso, confermando l'intenzione del governo di prorogare nel 2025 il taglio del cuneo fiscale. «Allargando la base occupazionale - spiega - sono aumentati il reddito e le entrate fiscali. La nostra priorità è il lavoro, tutto ciò che serve ad aumentare l'occupazione».

Secondo Confesercenti le rilevazioni Istat «confermano come un target di crescita



IRICAVI SALGONO A 1,2 MILIARDI

## Amplifon, terza acquisizione in Usa

Amplifon chiude il semestre con ricavi a 1,2 miliardi (+8%) e l'utile a 90,3 milioni. Il gruppo ha perfezionato la terza acquisizione in Usa di un franchise di Miracle-Ear con circa 15 negozi.

## IL MANDATO PER NEGOZIARE CON I COLOSSI DEL WEB

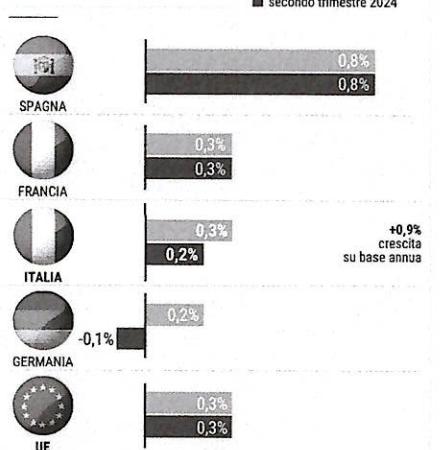
### Fieg e Siae, fronte comune su equo compenso

Fronte comune degli editori italiani sull'equo compenso, quello dovuto dalle piattaforme digitali per l'uso degli articoli. Ieri la Federazione italiana editori giornali ha dato mandato alla Siae per le trattative con i colossi del web. «Per favorire l'esercizio, da parte delle imprese editrici - si legge in una nota congiunta -, del diritto connesso introdotto dalla di-

rettiva "Copyright", la Fieg ha affidato alla Società Italiana degli Autori ed Editori (Siae) le attività di negoziazione e di incasso». A definire le strategie per conseguire l'equo compenso, i contenuti degli accordi da stipulare e le iniziative giudiziarie a tutela delle imprese editrici, sarà un Comitato di coordinamento, composto da rappresentanti di Fieg e

Siae. Per Andrea Riffeser Monti, presidente di Fieg, l'avvio di questa collaborazione è «un passo decisivo» e «garantirà un'equa remunerazione alle centinaia di testate e agenzie di stampa i cui contenuti sono ancora utilizzati, senza compenso». Il presidente della Siae, Salvatore Nastasi, dice: «Siamo fieri che la Fieg abbia scelto di dare a noi questo mandato».

## LA CRESCITA IN EUROPA



Fonte: Eurostat

WTHUB

dell'1% per l'anno in corso sia pienamente alla portata del nostro Paese ed è a questo punto alta la probabilità che le previsioni per il 2024 delle maggiori organizzazioni internazionali vengano superate». Secondo l'Ufficio studi di Confcommercio, invece, «il dato preliminare sul secondo trimestre dell'anno è coerente con le attese, ma il raggiungimento di una crescita dell'1% nell'intero anno, seppure non impossibile, appare non agevole».

La variazione registrata nel secondo trimestre, specifica l'Istat, segnalando che si tratta del quarto risultato positivo consecutivo dopo la lieve flessione del secondo trimestre del 2023, è dovuta alla crescita del settore terziario, mentre industria e agricoltura hanno dato contributi negativi così come negativo è stato il saldo netto della componente estera, dato quest'ultimo che non può preoccupare in prospettiva alla luce della nuova frenata del nostro primo partner commerciale, ovvero la Germania.

«In prospettiva - segnala Confcommercio - i miglioramenti del reddito nominale, anche grazie al rinnovo dei contratti, combinati con

un'inflazione stabile e un'occupazione ai massimi di sempre dovrebbero supportare potere d'acquisto e consumi. Dai tassi reali eccezionalmente elevati per l'Italia deriverebbe, invece, un grave freno agli investimenti privati. Dal bilanciamento di queste opere tensioni si avrà la cifra della crescita». Secondo Confesercenti «l'andamento positivo della stagione turistica potrebbe ulteriormente contribuire ad una crescita del Pil decisamente superiore alle attese. Sul fronte interno manca però ancora una vera e decisa ripresa dei consumi che necessita, innanzitutto, di un rinvigorismento del clima di fiducia, da realizzarsi attraverso una solida riduzione dei tassi di interesse, insieme alla messa a terra degli interventi su fisco e lavoro». A sua volta Confindustria conferma la fase di stanchezza della nostra industria a maggio e giugno, ma per luglio le prospettive risultano in miglioramento: secondo l'indagine rapida del suo Centro studi il 41,6% delle grandi imprese industriali associate per questo mese prevede infatti un aumento della produzione. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## IL GRUPPO REPLICA ALLE INDISCREZIONI E ALLA LETTERA DELLA UIL

### Stellantis: "Non cediamo Maserati" Le vendite globali Fiat in rialzo del 2,2%

Nell'anno del suo 125° anniversario, Fiat festeggia risultati di vendita semestrali positivi, consolidando il suo status di brand leader di Stellantis in termini di volumi. Con oltre 660.200 unità vendute a livello globale, Fiat ha registrato un aumento del 2,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il brand ha registrato una crescita regionale significativa: 24% in Nord America, 7,6% in Medio Oriente e Africa, 5% in Asia-Pacifico e 2,3%

in Sud America, dove è leader con il 14% di quota di mercato. L'Europa continua a essere la prima regione per Fiat, stabile in termini di volumi. In particolare in Italia mantiene una posizione di leadership con 95.779 immatricolazioni, segnando un aumento del 2% rispetto allo stesso periodo del 2023. Questo successo si traduce in una quota di mercato del 10,8% nel settore delle autovetture.

Fiat è leader del settore in Brasile (20,4% di quota di mer-

cato), Italia e Turchia (12,3% ognuna) e Algeria (68,3%). I modelli più venduti sono la Fiat Panda in Italia (prodotta a Pomigliano, con oltre 63.500 unità segna un aumento del 21% rispetto all'anno precedente), la Fiat Tipo in Turchia e il Fiat Doblo in Algeria. Nel segmento dei Veicoli Commerciali, Fiat Professional è cresciuto a livello globale del 15%, con incrementi notevoli del 69% in Asia-Pacifico, del 54% in Medio Oriente e

La Fiat Panda è il modello più venduto in Italia. La Grande Panda sarà disponibile sia nella versione elettrica sia nella variante ibrida



Africa e del 10% in Sud America. Dopo l'estate apriranno gli ordini della Fiat Grande Panda, il nuovo modello che segna il ritorno del marchio nel mercato mondiale.

E il gruppo risponde anche alla lettera inviata dal segreta-

rio generale della Uilm, Rocco Palombella, a John Elkann, presidente Ferrari e Stellantis. Il sindacalista chiede «l'uscita da Stellantis e la nascita di un polo del lusso Ferrari-Maserati» che considera «indispensabile per valorizzare le rispetti-

ve caratteristiche qualitative e di mercato e per salvaguardare tutti i posti di lavoro». Ma Stellantis risponde che «non ha intenzione di vendere il marchio del Tridente, così come non ha intenzione di aggregare Maserati ad altri gruppi italiani del lusso». Quindi ribadisce «l'impegno incondizionato per il brillante futuro di Maserati come unico marchio di lusso dei 14 marchi Stellantis». Anche perché «è in una fase di transizione verso l'elettrificazione con il programma Folgore Bevs». E conclude: «Le dichiarazioni rilasciate non trovano alcun tipo di corrispondenza nel contesto della strategia di Maserati all'interno del piano strategico a lungo termine "Dare Forward 2030"». CLA. LUI. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA