

La sanzioni di Obama volevano mettere in ginocchio Putin. Invece hanno punito Italia e Germania

Il rublo è a più 14% sul dollaro

Mosca intanto non è mai stata così protagonista nel mondo

da New York

EDOARDO NARDUZZI

Da almeno venticinque anni la geopolitica non interessava più Wall Street ed i suoi protagonisti. La Cina militarmente ancora non esiste e l'eurozona non è mai stata presa troppo sul serio. Troppo atipica e complicata una moneta senza un governo dietro e, soprattutto, senza

capacità militari. Per la prima volta, però, qualcosa, nell'ultimo anno, è cambiata. Non si tratta di una nuova guerra fredda o di un *deja vu* del passato ma di quanto prodotto dalla strategia sul campo del presidente russo Vladimir Putin che sta certificando come la lunga stagione dell'unilateralismo Usa sia davvero conclusa.

Neppure ai tempi dell'Unione Sovietica, ad esempio, la Russia era stata tanto presente nella campagna presidenziale americana. Donald Trump ha appena sostituito il capo del suo team che aveva ricevuto qualche anno fa compensi dal presidente ucraino filorusso Viktor Yanukovich. Hillary Clinton ha denunciato un hackeraggio russo delle sue mail private. Il volto di Putin stavolta aleggia nei dibattiti non più il pericolo dell'importazioni cinesi.

Le sanzioni economiche

post invasione della Crimea avrebbero dovuto, secondo la lettura di Wall Street, mettere in ginocchio Mosca e la sua economia che invece registra un rublo in apprezzamento del 14% sul dollaro e la borsa sui massimi. Ora Wall Street deve rapidamente aggiornare i suoi modelli alla nuova realtà geolitica. I cacciabombardieri russi decollano dalle basi in Iran per colpire in Siria. Putin



Vladimir Putin e Barack Obama

ed Erdogan hanno raggiunto vari accordi ma soprattutto quello che Ankara non faciliterà più i sunniti del Daesh ed ha acconsentito alla caduta di Raqqa nelle mani dei curdi e dei peshmerga sciiti. Il Califato ha le settimane contante e gran parte del merito della sua caduta rischia di essere incassato da Putin ed ecco allora spiegata l'offensiva a Sirte in Libia degli occidentali.

L'economia russa è ancora poca cosa, su questo Wall Street ha ragione. Il Pil per capita dei kazaki è più alto di quello russo, quindi la Russia non è neppure il paese più ricco post Urss. Ma oggi è pienamente integrata in

IN COMPENSO PERÒ OBAMA È RIUSCITO A FAR DIMINUIRE LA DISOCCUPAZIONE

In nove anni quasi raddoppiato il debito Usa

DI MARCELLO GUALTIERI

Le imminenti elezioni presidenziali Usa saranno decise, come sempre, soprattutto dai temi economici, ecco perché è interessante occuparsi del programma economico dei due candidati e di Donald Trump in particolare, che vuole segnare una discontinuità importante con la precedente amministrazione democratica di Barack Obama. Tra le proposte in campo repubblicano è tecnicamente interessante quella di penalizzare le aziende che delocalizzano la produzione, così come quella di intervenire sui rapporti commerciali con la Cina, ma benché rilevanti questi argomenti appaiono troppo distanti dall'umore dell'elettorato. Cioè Trump si giocherà buona parte delle sue chances con la scontatissima proposta di ridurre le tasse sulle successioni e sui redditi (propone per le persone fisiche tre aliquote 12, 25, 33%; per le imprese una aliquota unica al 15%), anche se questi argomenti lasciano campo aperto alle altrettanto scontate contestazioni di conflitti di interesse.

L'amministrazione Obama lascia una situazione economica profondamente diversa da quella del novembre 2008: il risultato di gran lunga più rilevante è quello di aver ridotto la disoccupazione dal 6,8 al

4,9% (con incremento dei posti di lavoro registrato nel settore privato e non in quello statale) e ciò nonostante la pesantissima crisi finanziaria del 2008. Nel medesimo periodo nell'area Euro la disoccupazione, partita da livelli leggermente più alta rispetto quella Usa è oggi pari al 10,1%; ancora peggio ha fatto l'Italia, partita nel 2008 con una disoccupazione più meno pari a quella americana e oggi all'11,6%.

Su questo fronte non c'è dunque molto spazio, ma per converso, Trump potrebbe trovare un spiraglio sul fronte della crescita dei salari (argomento cui l'elettorato è molto sensibile) che è stata sensibilmente inferiore a quello medio dei 20 anni precedenti: 2,3% contro il 3%. Anche il fronte dei conti pubblici è decisamente contrastato: il debito pubblico è esploso a 19mila miliardi di dollari (103% del Pil) a fronte di 9mila 700 miliardi del 2007 (65% del Pil); tuttavia a questo dato fa da contraltare un deficit (totale delle uscite meno il totale delle entrate) mai così basso, pari a 439 miliardi.

Non sarà dunque facile, per Trump, presentare a quella pancia dell'elettorato a cui il candidato repubblicano parla abitualmente argomenti in grado di spostare negli ultimi mesi di campagna un esito favorevole a Hillary Clinton, che, a questo punto, appare quasi scontato.

quella globale. L'Unione Sovietica era un fenomeno autocentrato, la Russia di Putin controlla il gas consumato in Europa e tratta con i sauditi il prezzo del petrolio. Fa parte della finanza globale a pieno titolo.

Anche per queste ragioni Wall Street dovrebbe sforzarsi di più di capire la fenomenologia di Putin ed i suoi possibili

effetti. «Per voi in occidente è impossibile capire un paese governato da un solo uomo ma questa è la Russia di Putin dove corti costituzionali o contropoteri veri non esistono e non esisteranno», mi spiegava a pranzo a Mosca un anno fa un amico russo, imprenditore di successo nel commercio elettronico. Una presa di potere personale di un

territorio infinito fatta per via elettorale. Perché Putin è stato sempre votato ed incarna un fenomeno politico, con diversi aspetti che suscitano qualche preoccupazione come la scarsa libertà di stampa, davvero originale che ora è opportuno che anche Wall Street si sforzi a capire.

© Riproduzione riservata

IL SOCIAL NETWORK PIÙ POTENTE DEL MONDO HA DECISO DI NEUTRALIZZARE I SOFTWARE ANTI PUBBLICITÀ

Facebook in lotta con gli ad-block

Ma così deprezza l'efficacia delle troppe inserzioni

DI SERGIO LUCIANO

Dunque il social-network più potente del mondo, Facebook, ha deciso di inibire sul proprio sito il funzionamento degli *ad-block*, cioè quei software che permettono agli utenti di vedere soltanto i contenuti del sito e non anche le inserzioni pubblicitarie che lo infestano come una gramigna, con un affollamento a centimetro quadrato di display che ha dell'assfiante.

Facebook - il cui spregiudicatosimo padrone non è nuovo a queste scelte - ha deciso di confermare un atteggiamento prevaricatore, da vero monopolista.

Anziché prendere atto che l'orgia di pubblicità in circolo sulla Rete (anche Google ne è piena all'inverosimile, per non parlare dei siti di news, che pure se ne rimpinzano e neanche gliela pagano più il dovuto!) ha stufato e va ridotta, ovvero contingentata,

Facebook se ne frega del mal di pancia dei suoi utilizzatori e li prende a sberle tecnologiche: impedendo loro di attivare quel semplice anticorpo che sono, appunto, gli *ad-block*.

La logica del social network è chiara e trasparente, per quanto brutale e aggressiva: grazie all'idea originale, geniale (che non fu di Mark Zuckerberg!) c'è un miliardo e mezzo abbondante di esseri umani che si sono abituati a Facebook e non saprebbero (o per lo meno non vorrebbero) più farne a meno. E si sono abituati a Facebook gratis.

Una gratuità finta, finta da sempre, ovviamente: a pagare i costi del *moloch* digitale era la pubblicità, appunto da sempre.

Il guaio è che l'appetito vien mangiando e quello di Zuckerberg si è rivelato smisurato, per cui ha incrementato all'inverosimile la quantità di pubblicità che mette in Rete, ospitando sul social network insieme ai

contenuti veri e propri, anziché tenerla entro precise e prudenti rapporti percentuali con questi contenuti spontanei, magari alzandone i prezzi unitari (peraltro, ha alzato anche quelli): e ha finito con il trasformare la mitica «time-line» di Facebook in una specie di Carosello continuo.

È a questo punto che, soprattutto negli Stati Uniti, una percentuale crescente di utenti ha iniziato a inserire nei suoi computer gli *ad-block*, questi software che scremano la pubblicità e lasciano vedere solo i contenuti spontanei, amorali, e non quelli commerciali.

Vedendosi «disobbedito», Zuckerberg è corso ai ripari: ovvero, crede di averlo fatto inibendo il funzionamento degli *ad-block* sul sito. Ma una cosa più miopia non avrebbe potuto farla.

Il «cavallo» dell'utenza web non beve più ulteriore pubblicità: non la sopporta più, non la guarda più, e se proprio la guarda, comunque non ubbidisce più

ai suoi martellanti messaggi, dilagati sul Web senza nessuno dei freni e dei limiti che tutti gli altri media hanno sempre applicato nella storia, in termini di affollamento: ossia di rapporto tra contenuti pubblicitari e contenuti altri. Nell'interesse dei fruitori (lettori, telespettatori, radioascoltatori) ma anche degli stessi inserzionisti!

Il troppo stroppia, ma evidentemente Zuckerberg non ha mai avuto una nonna che gliel'abbia insegnato. Potrà anche impedire l'uso degli *ad-block*, il social network (per ora) più usato del mondo, ma non potrà impedire agli utenti di ignorare i messaggi pubblicitari e privarli dell'effetto per i quali gli inserzionisti li acquistano: vendere i loro prodotti.

E quando un inserzionista si accorge che la sua pubblicità non gli rende più, caro Zuckerberg, smette di farla. Una pubblicità inefficace non ha bisogno di alcun *ad-block* per fallire.

© Riproduzione riservata