

Golden share, il Tesoro aspetta il cda Telecom Amato: rischierà turbativa di mercato. Olivetti: l'Opa non graverà sulle società operative

ROMA Il Tesoro, titolare dei poteri speciali attribuitigli dalla golden share nel capitale di Telecom, ha annunciato ieri sera che non assumerà alcuna decisione su un eventuale utilizzo di tali poteri prima della riunione del cda Telecom convocato per domani.

Il comunicato diffuso in serata dal ministero del Tesoro «si è reso necessario perché c'era un rischio di turbativa dei mercati». Lo ha di-

GIULIANO AMATO
«Siamo intervenuti perché c'era il rischio di turbativa di mercati»

chiarato il ministro del Tesoro, Giuliano Amato. «La ratio di questa scelta - spiega Amato - è legata alla notizia che, secondo quanto ci risulta, doveva essere pubblicata, nella quale si sarebbe affermato che il Tesoro avrebbe deciso prima del consiglio e negativamente. Una classica notizia per turbare il corso dei mercati».

Amato non ha voluto precisare altro. «Si tratta di una società quotata - ha detto - e ho

preferito diffondere questo comunicato perché non volevo dover mandare una nota esplicativa alla procura e alla Consob». Il ministro ha, inoltre, ribadito l'impossibilità anche tecnica di una simile decisione: «Se non c'è una proposta da parte del cda all'assemblea è difficile prendere una decisione». La riunione del cda Telecom, secondo indiscrezioni di stampa, potrebbe varare il passaggio della Tim alla Tecnost. «Nessuna decisione del ministero del Tesoro - recita testualmente la nota di Via XX settembre - potrà essere presa

prima della deliberazione del cda di Telecom».

Intanto un comunicato Olivetti, reso noto ieri sera «in relazione alle notizie apparse in questi giorni» sul riassetto del gruppo di tlc, afferma che «le operazioni che saranno sottoposte martedì ai cda Olivetti, Tecnost e Telecom Italia non influenzeranno gli assetti finanziari ed i piani industriali delle società operative, in quanto il debito contratto per

POSIZIONE OLIVETTI
«Abbiamo anticipato il cda per fornire agli azionisti un'informazione completa»

l'opa non andrà a gravare sulle stesse».

Olivetti, che sabato scorso aveva confermato l'anticipo al 28 settembre del cda delle tre società originariamente programmate per il 9 ottobre, ha precisato, in particolare, che «l'anticipo dei consigli è stato deciso alla luce della necessità di fornire quanto prima al mercato una completa informazione sul riassetto del gruppo Olivetti-Telecom al centro delle delibere consiliari



e, contestualmente, di evitare che indiscrezioni incontrollate potessero determinare una situazione di incertezza troppo prolungata sul mercato».

«Le proposte che saranno sottoposte all'approvazione dei consigli - prosegue il co-

municato - riguardano unicamente le società che fanno capo a Tecnost e a Telecom. Altre proposte che possano riguardare società o gruppi non compresi nel perimetro Olivetti, Tecnost e Telecom non sono all'ordine del giorno».

Moda, la crisi allenta la morsa Timidi segnali di ripresa. Ma i dati sono ancora negativi

GIANLUCA LO VETRO

MILANO Che volume d'affari può generare l'orgasmo del Papa o la supposta gravidanza di Naomi? Basta un vestito di veri brillanti per tenere in piedi un sistema vitale per l'economia italiana? Da qualche giorno si parla delle sfilate donna primavera/estate 2000 ma soprattutto degli scandali in passerella Milano collezioni. Peccato che questa ondata mediatica non corrisponda ad una crescita altrettanto straripante dei fatturati del settore. Se la caduta produttiva rallenta, i valori del made in Italy restano infatti negativi. Da una nota presentata al Momi. Mostra di abbigliamento femminile aperta alla Fiera di Milano, emerge che la produzione del '99 dovrebbe scendere del 2% in volume e dell'1,7% in valore, per un totale di ottantasettemilacinquecento miliardi. Milcinquecento in meno rispetto al '98. Non è tutto. L'export che in base alle previsioni del primo semestre avrebbe dovuto precipitare del 9,2% scenderà «solo» del 4,2% a quarantacinquemilaoctocento miliardi, grazie ad un recupero dei mercati asiatici. Infine, anche le importazioni registreranno un decremento del 2% per un totale di ventunomiladuecento miliardi. Il saldo commerciale dell'interscambio dovrebbe, pertanto, subire un calo del 6%, restando comunque sulla ragguardevole somma di ventiquattromilaseicento miliardi. Insomma, il made in Italy ha recuperato solo un passo e mezzo dei tre che aveva fatto indietro.

«Colpa dell'euro che ci ha fatto perdere competitività», non si stanca di ripetere il presidente della Camera nazionale della moda, Santo Versace. Ma forse ci sarebbe da rivedere l'intero sistema della moda a partire dal prodotto. Da una ricerca di Moda Industria e Sita Nielsen si apprende, ad esempio, che giacche e tailleur vendono sempre meno. E se i consumi di giubbotti restano stazionari,

umentano solo le richieste di capi casual e soprattutto di polo e T-shirt. Tanto basta, a delineare l'identikit, peraltro confermato dalla strada, di una domanda d'abbigliamento senza troppi fronzoli. Laddove, le sfilate continuano a proporre un lusso iperbolico di nicchia che può funzionare per qualche grande marchio di prestigio (in questo momento Prada, Gucci, Cavalli e Fendi), ma non certo per le decine e decine di firme e firme che si affollano nel calendario, clonando le idee altrui. «È già un miracolo - quantifica l'autorevole direttore del giornale "Vogue", Franca Sozzani - che esistano cinque grandi griffe». Non a caso dunque l'industriale Sergio Pea che appena ha acquisito la licenza produttiva dello stilista Montanà ha ritirato dal programma delle sfilate ufficiali il défilé della sua linea Alma, auspicando «l'invenzione di nuovi contenitori meno claustrofobici».

Chissà, forse proprio per la complessità gestionale di questo «circo» Santo Versace ha deciso di presentarsi

DOLCE & GABBANA
«Il nostro stile rocchetto è una protesta per riportare la moda coi piedi per terra»

completamente scollate dalla realtà. Come ha dimostrato in mondovisione anche lo show televisivo le Stelle della moda con creazioni sperimentali, lungi mille miglia da quella gente che prende i mezzi pubblici, sui quali alcuni stilisti «si vantano di non salire da anni».

In quest'ottica, si collocano i tanti modelli di perle e brillanti veri da miliardi strillati in questi giorni e destinati ad arricchire solo le graduato-



Modelli di Rocco Barocco durante le sfilate di Milano. A destra la modella australiana Megan Gale indossa un modello di Mariella Burani.



A. Calanni/Ap

rie dei guiness e i titoloni dei giornali. Ma ben lungi da un certo prêt-à-porter che si basa sul concetto diametralmente opposto di democratizzare lo stile in grandi produzioni. Si veda la lezione di Armani che senza choc fattura più di millesettecento miliardi. Per gli affari del made in Italy, oggi brillanti devono essere le idee come quella della giacca Samsonite dotata di walkie-talkie per tenere in contatto la Dolce & Gabbana che ieri hanno presentato la loro linea giovane D&G all'insegna del rock? Per protesta i due stilisti si rifiutano di parlare con la stampa che a caccia di scoop ingrassa l'indifferenziato pasticcione della moda, genere «tacchi, dadi e dattero». Poi in esclusiva a «Unità»: «Lo stile rocchetto di questa nostra collezione annuncia una protesta che al di là dell'abito recuperi i valori della sincerità. Per riportare la moda coi piedi per terra. O meglio on the road again».

IN PRIMO PIANO

Di Riso, Ittierre: il 2000 sarà l'anno della svolta

MILANO «Se il '99 è stato l'anno delle acquisizioni, il 2000 aprirà l'epoca delle organizzazioni». Giancarlo Di Riso, amministratore delegato della Ittierre, pensa che il mondo della moda sia prossimo ad un ulteriore svolta. Il gruppo di Isernia, già produttore delle collezioni giovani Versus e di D&G, nonché detentore dei marchi Gigli ed Esté, recentemente ha fatto man bassa di griffe del Cachemire: da Malot Tricot a Gentry Portofino. Dulcis in fundo, qualche giorno fa ha siglato un accordo con lo stilista Roberto Cavalli per la realizzazione di una collezione giovane. Valore dell'operazione: 200 miliardi. «Con questo patto - commenta il manager - pensiamo di chiudere la fase delle acquisizioni e ci prepariamo ad un nuovo corso ca-

ratterizzato dall'organizzazione strategica di tutti questi marchi. Ma credo che tutto il mondo della moda sia prossimo ad un'operazione simile». In che senso? «Nell'ultimo anno abbiamo assistito ad una spaventosa campagna di acquisti - prosegue Di Riso - i giochi ormai sono fatti. Le griffe più interessanti e appetitose sono state comprate concentrate. I grandi gruppi che faranno la scena futura della moda sono ormai delineati. E ora si apre una nuova fase della battaglia? Questo vuol dire che chi è fuori da questi giochi non ha speranza di sopravvivere nel nuovo scenario globalizzato della moda? «Beh - incalza il manager - qualche firma interessante su cui scommettere, c'è ancora. Però preferisco non fa-

re nomi». Inevitabilmente, si pensa a Fendi al quale è interessato Prada ma anche il gruppo americano Texas, tanto appassionato di moda e made in Italy da aver acquistato la Vespa e la Ducati, stringendo nel contempo accordi di licenza con la stilista americana Donna Karan. Non è tutto. La settimana prossima le sfilate di Parigi il gruppo Lineapiù di Giuliano Coppini che da qualche giorno si è aggiudicato la produzione e la distribuzione del marchio di maglieria Jan e Carlos annuncerà l'acquisto di un'importante creatore d'Oltralpe. Ma a prescindere dalle indiscrezioni, quali sono invece i gruppi italiani che domineranno la scena della moda? «Non sta a me dirlo», replica Di Riso.

D'accordo allora ribaltiamo la do-

manda: chi sono i concorrenti della Ittierre? «Diciamo che Prada è il gruppo più vivace capace di muoversi al meglio», risponde Di Riso. E la Hdp? È vero che ha offerto alla Ittierre il marchio di Valentino alla metà del prezzo che lo pagò? «Non posso dirlo», taglia corto Di Riso. E allora ci spieghi almeno come si organizzerà la Ittierre: il gruppo tipo per affrontare il nuovo millennio. «Il polo si articolerà in ulteriori poli specializzati per tipologie stilistiche. Nella fattispecie la Ittierre affiancherà ad una concentrazione di marchi classici un gruppo di griffe moda. Perché al contrario di quanto si dica c'è una grande richiesta. Una certa crisi del settore conclusa. Di Riso deriva proprio dalla concorrenza di moda vera».

G.L.V.

Viaggio nella fabbrica del telefonino intelligente A Salo (Finlandia) c'è l'ultra-moderno quartier generale della Nokia

DALL'INVIATO
GILDO CAMPESATO

SALO (Finlandia) «Le quotazioni dei titoli a Wall Street o a Londra, l'acquisto di biglietti aerei o di teatro, shopping, transazioni bancarie, videocorrespondenze e, perché no, anche programmi televisivi trasmessi in digitale. Sta per arrivare l'era della mobilità e dunque del telefonino. Quel che oggi facciamo in casa o in ufficio, lo faremo per strada, in macchina, dovunque ci si troverà: negli uffici ricerca della Nokia di Salo, ad un centinaio di chilometri da Helsinki, stanno progettando il nostro futuro. Ma di dettagli parlano poco volentieri. Un po' perché non è ancora ben chiaro cosa veramente vorranno i consumatori del futuro («stiamo testando il mercato e nuovi servizi»), molto perché la

concorrenza è agguerrita e chi prima arriva meglio alloggia, ovvero conquista fette più grandi di mercato. Riuscire ad anticipare anche di appena qualche mese l'offerta di un prodotto o di un servizio è a volte sufficiente per spazzare le velleità dei competitori».

Vetri schermati, divieto assoluto di foto, persino un sofisticato sistema di schermatura contro lo spionaggio elettronico e satellitare: l'impianto di Salo, cuore produttivo ma anche quartier generale della ricerca del gruppo telefonico finlandese, è più protetto di Fort Knox. Qualcosa, però, comincia a filtrare del futuro che ci aspetta. Ad esempio, le prime immagini di quello che potrebbero essere il telefonino di prossima generazione: piccolo ma non troppo per lasciare spazio adeguato alle immagini, forma

ovaloidi, la superficie quasi completamente occupata dallo schermo. I tasti dei numeri praticamente non esistono. Si farà tutto toccando lo schermo: dall'acquisto di un'automobile, alla ricezione di un programma televisivo, alla classica telefonata».

Futuribile? Niente affatto. «Dopo l'analogico Tacs ed il digitale Gsm stiamo mettendo a punto i telefonini di terza generazione. Già nel 2000 sarà possibile una trasmissione a 64 kilobits al secondo che diventeranno ben 2 megabits con le tecnologie Gprs che cominceremo a mettere sul mercato a partire dal 2002. Ciò significa, ad esempio, la possibilità di una connessione video in tempo reale. Il risultato sarà che useremo il telefono in maniera molto diversa da come lo facciamo oggi. Non sarà più solo

uno strumento per parlare, ma un terminale multimediale interattivo che ci terrà costantemente in contatto col mondo», spiega Marianne Holmlund, responsabile della comunicazione di Nokia Mobil Phones.

Il primo assaggio di futuro arriverà già il prossimo mese con il lancio commerciale dell'ultimo telefonino marcato Nokia: il 7110. Grazie alla recentissima tecnologia Wap (Wireless application protocol) sarà possibile far arrivare sul telefonino una serie di servizi tipici del web: informazioni su qualunque cosa, e-mail, situazione del traffico, operazioni con la banca. L'Internet in tasca, insomma. Non a caso Nokia ha già firmato intese con Deutsche Bank e Reuters per sviluppare nuovi servizi. In attesa che fra due o tre anni l'accessibilità ad Internet sia prati-

camente diretta. Allora, in tasca sarà come portarsi un computer multimediale. «Crediamo molto nella mobilità e nelle potenzialità di Internet e nel commercio elettronico - spiega Jorma Ollila, presidente della Nokia - la costante introduzione di nuovi servizi è uno degli obiettivi della nostra strategia di successo».

Ma nuovi servizi e nuove tecnologie significa una costante attenzione alla ricerca. «Molti vedono Nokia come un produttore di hardware visto che facciamo il 25% dei telefonini esistenti al mondo - spiega Riku Luomaniemi, direttore degli impianti di Salo - In realtà siamo una grande casa di software. Il 30% dei nostri addetti sono impegnati in ricerca e sviluppo. Assumiamo moltissimi ingegneri e specialisti di informatica. L'età media dei nostri dipendenti, di cui il 60% sono donne, è di 28 anni. Se si vuole avere successo bisogna investire». Un successo che parla anche di occupazione: l'anno scorso i dipendenti Nokia erano 40.000. Adesso sono già 50.000 e cresceranno ancora.

Millennium Bug, l'Idc: «Aziende impreparate»

Solo il 64% delle aziende italiane ha già adeguato i propri sistemi informativi all'anno 2000, il 15% vi sta provvedendo ma - secondo le ultime rilevazioni della società di consulenza e analisi IDC - un allarmante 14% delle aziende intervistate ha affermato di non aver ancora completato la fase della valutazione dei bisogni e «difficilmente riuscirà a completare i progetti in tempo». Sempre secondo IDC, ad essere in ritardo sono soprattutto le piccole e medie imprese operanti nell'industria e nella distribuzione, mentre quasi tutte le banche, le compagnie di assicurazione e altre società finanziarie hanno risolto i problemi del Millennium Bug. IDC stima inoltre che a dicembre 1999 il 25% degli enti della pubblica amministrazione non avrà completato i processi di allineamento dei sistemi informativi al 2000. Il ritardo non deve preoccupare solo le aziende direttamente interessate - avverte IDC - ma anche quelle loro collegate per rapporti di fornitura, partnership o clientela. L'analisi di come in Italia è stato gestito il problema Euro suggerisce comunque a IDC un «moderato livello di ottimismo» sulla risposta all'anno 2000 da parte delle grandi organizzazioni. Su quello che viene ormai definito «il problema dell'anno 2000», si registra inoltre un sorprendente invito che giunge da una delle maggiori società internazionali di analisi e ricerche di mercato nell'Information Technology, il Gartner Group. Secondo questa società, le imprese non dovrebbero fidarsi delle informazioni internazionali sul problema del Millennium Bug «ottenute dagli enti governativi per formulare decisioni d'investimento, logistiche od operative. Perché - spiegano - l'anno 2000 è un argomento politicamente caldo e rapporti governativi sul livello di preparazione di determinati settori possono essere influenzati da vari fattori».

