CREDITO

GlobalPlatform Nasce la società per carta universale

È nata GlobalPlatform: un'organizzazione globale che intende sviluppare un'infrastruttura standard per le carte a microcircuito con applicazioni multiple. L'obiettivo è di ridurre le barriere che ostacolano lo sviluppo di smart card multifunzione. Fanno parte a pieno titolo di GlobalPlatform British Telecom, Gemplus, Infineon Technologies, Jcb Keycorp-, Microsoft, Motorola, Nokia, NTT Oberthur Card Systems, Proton World International, Sermepa, ST Microelectronics, Sun Microsystems e Visa International. E ora Nec, New Media Development Association, Schlumberger e Toshiba.

Enel, Opv ai nastri di partenza, fissato il prezzo

Amato: nessun ostacolo ad aumentare la quota messa in vendita

BIANCA DI GIOVANNI

ROMA Un'azione Enel costerà al massimo 4,3 euro (pari a circa 8.325 lire). Con la fissazione del tetto sul prezzo, tutto è pronto per la più grande Opv del mondo del 1999, che partirà domani e si concluderà venerdì 29 ottobre. Il Tesoro mette in vendita il 23% del capitale Enel (considerata anche la green shoe), per un controvalore complessivo di oltre 23mila miliardi. Un «incasso» per lo Stato secondo soltanto a quello ottenuto con Telecom (26mila miliardi, compreso il nucleo stabile). Ma l'azienda elettrica ha buone probabilità di battere il record di quella telefonica, visto che è assai probabile che si arrivi a cedere il 30% di capitale, con un controvalore che potrebbe sfiorare i 30mila miliardi. Già parecchie indicazioni davano il governo (in primis il ministro dell'Industria Pier Luigi Bersani) orientato verso un innalzamento della quota. Ieri è stato lo stesso ministro del Tesoro Giuliano Amato a non escludere l'eventualità. «La nostra disponibilità è già emersa - ha dichiarato - Prima di prendere una decisione definitiva aspetteremo l'esito dell'Opv».

Tutto si deciderà nel prossimo week-end, quando si fisserà anche il prezzo definitivo, che sarà pari al minore tra quello massimo stabilito ieri (4,3 euro), e quello applicato nell'ambito dell'offerta internazionale. Il 2 novembre, poi, ci sarà il debutto in contemporanea a Piazza Affari e a Wall Street. Tre giorni più tardi è fissato il termine per il pagamento delle azioni.

Ma vediamo come si diventa azionisti Enel. Il pacchetto minimo prenotabile da domani a venerdì è di mille azioni, per un controvalore di 8 milioni e 326mila lire. In caso di forte richiesta il pacchetto verrà dimezzato (500 azioni, valore 4 milioni e 163mila lire). Per gli azionisti «fedeli», che manterranno i titoli per un anno dalla data dell'acquisto, è prevista l'attribuzione gratuita di 10 azioni per ogni 200 acquistate. Oltre che in banca, è possibile per i risparmiatori prenotare le azioni anche presso i 4.932 uffici postali abilitati al servizio. Consultando il sito Internet di Poste italiane (www.poste.it) è possibile conoscere gli indirizzi e gli orari d'apertura degli sportelli.

Almeno il 40% dell'offerta complessiva (pari all'8% dell'intero capitale) andrà al pubblico indistinto. Se il lotto minimo dovesse essere dimezzato, l'esercito di piccoli azionisti Enel sarà di un milione e 950mila persone, quasi pari a quello di Telecom. Se la quota aumenterà, anche gli «Enel-people» batterebbero il record nazionale. Ma l'Enel si appresta ad aggiudicarsi un ulteriore primato. In base al prezzo massimo fissato ieri, si prepara ad entrare in Borsa in veste di regina: con una capitalizzazione di oltre 100mila miliardi, salirebbe al primo posto, seguita da Eni (86.100 miliardi e Telecom (81.700). E i record non sono finiti qui. Se ai 23mila miliardi di «incasso» si aggiungeranno i 15mila previsti per la cessione di Autostrade, il '99 sarà ricordato come l'anno più fruttuoso per le casse dello Stato sul fronte delle privatizzazioni. Con un totale di 38mila miliardi (che potrebbe salire a 45mila se la quota Enel aumenta), l'ultimo anno del secolo «batte» il primato del '97, quando si era arrivati a 36mila miliardi.

Benetton, come si costruisce un impero

Dal primo telaio a mano alla grande holding del tessile e della ristorazione

ALESSANDRO GALIANI

ROMA Edizione Holding, la cassaforte della famiglia Benetton, non molla i maglioni, si tiene stretti i suoi autogrill e rilancia. Si prende le autostrade e punta a sbarcare negli aeroporti e nelle grandi stazioni ferroviarie. Insomma, quella specie di Mc Donald's dell'abbigliamento casual che è Benetton Gruop vuole crescere e diventare un colosso multinazionale dei servizi per chi viaggia. La scommessa è difficile. È come se, oltre alla proprietà dei negozi, volesse comprarsi tutto il corso: un bel salto, non c'è che dire. Ma Luciano Benetton, il re della «United colors» e suo fratello Gilberto, il numero uno della Edizione Holding, ci stanno provando. Le strategie le studiano insieme. Poi a Gilberto toccano i compiti più da sgobbone, come adesso quello di seguire le complesse procedure di diversificazione dell'attività del gruppo. Luciano, invece, si ritaglia la parte più artistica e creativa del lavoro imprenditoriale: lo sviluppo, la comunicazione, il marketing. È sempre stato così fin da quando, figli di contadini, i fratelli Benetton acquistarono il loro primo telaio a mano. La sorella Giuliana tesseva e Luciano lavorava come commesso in un negozio e la sera andava a vendere i maglioni in bicicletta casa per casa. Poi la svolta, nei primi anni '60: la tintoria e quell'idea, che all'inizio sembrava balzana, di tingere gli abiti finiti per venire incontro ai gusti della clientela. I colori sono sempre stati un punto di forza dei Benetton, insieme ai negozi all'estero: il primo l'hanno messo su a Parigi, nel '68. È cominciata così la loro avventura, un passo dopo l'altro, fino a creare un impero mondiale dei maglioni. E ora sono a un altro punto di svolta.

Luciano molti lo definiscono un tipo avaro di parole e anche un po' tirchio coi soldi. Da buon trevigiano lui, pur non tirandosi indietro quando c'è da rischiare o da usare la fantasia, lo fa sempre in modo accorto e prudente. La sua regola aurea è quella di non indebitarsi mai troppo con le banche. E in questo è tutto il contrario di un Raul Gardini, o di Roberto Colaninno, l'uomo che è andato all'assalto di Telecom con soldi presi in prestito. L'avevano offerta anche ai Benetton la Telecom, ma loro hanno preferito seguire altre strade, più in sintonia con quello che sanno fare e cioè la logistica e l'organizzazione dei flussi di consumi.

LUCIANO IL CREATIVO Il duo con il pubblicitario Oliviero Toscani all'origine del marchio

Dai maglioni alle autostrade il passo è lungo, ma si tratta di due settori meno inconciliabili di quel che sembra. L'ambizione dei Benetton è infatti quella di trasformare il gruppo in uno dei giganti mondiali della grande distribuzione di merci, persone e informazioni. In parole povere mirano ad ingrandirsi e a fare profitti immettendo la gente che viaggia nella loro rete di servizi. In parte già oggi lo fanno, il problema è espandersi: dai maglioni alle autostrade, agli aeroporti, alle stazioni, fino ad Internet, che però resta ancora un sogno proibito.

Per capire meglio di che si tratta partiamo dalla fotografia del gruppo: Edizione Holding, presieduta da Gilberto, controlla il 70% di Benetton Group, presieduta da Luciano. La prima è una società non quotata, con un fatturato '99 di 13mila miliardi, di cui 4mila arrivano dal gruppo Benetton, che invece è quotato. Inoltre la holding controlla il 57% di Autogrill, leader mondiale della ristorazione su strada, il 32% dei supermercati Gs, in condominio con Del Vecchio e i francesi di Promodés, nonché la merchant bank 21 Investimenti e un vasto patrimonio immobiliare e agricolo, che comprende oltre un milione di ettari di terre, molte delle quali in Patagonia. A tutto ciò va aggiunto l'ultimo acquisto: il 18%, cioè la quota di maggioranza relativa, di Autostrade, che controlla la concessione della rete autostradale italiana di qui al 2.038 e il 35% di Blu, il quarto gestore dei telefonini. Inoltre Edizione Holding, attraverso Schemaventicinque, una società che ha in comune con Del Vecchio e Pirelli, è in corsa per il controllo degli aeroporti di Roma e Milano, per la gestione delle principali stazioni Fs e per quella di un mega-parcheggio, alle porte di Venezia.

Questa intensa e ramificata attività di diversificazione non vuol dire disimpegno dal business tradizionale, che poi è quello di fare maglioni, abbigliamento, attrezzature sportive, moda. Benetton Group resta il cuore della holding. Nel frattempo Edizione Holding allunga i suoi tentacoli nei servizi per chi viaggia, ma lo fa con l'obiettivo di mettere a frutto l'esperienza accumulata nel tessile e cioè partendo da tre punti di forza: la vasta conoscenza dei mercati internazionali, la robotizzazione del magazzino e le iniziative d'avanguardia nel campo della logistica e del marketing. Saranno questi i fili conduttori che i Benetton utilizzeranno per gettare un ponte tra i maglioni e la gestione di autostrade, hub, stazioni.

Il punto di partenza resta quindi Benetton Group, che Luciano ha messo su servendosi creativamente del modello Mc Donald's, così come un tempo la Fiat fece con quello Ford. Come la grande catena di ristorazione Usa, il gruppo Benetton non sforna prodotti di lusso ma si rivolge alla grande massa dei consumatori mondiali, con prezzi alla portata di tutti e con buoni standard medi di qualità. Il suo punto di forza, più che il prodotto, è dunque la capacità di comunicare l'identità, il marchio Benetton. E in questo il duo Luciano Benetton-Oliviero Toscani ha fatto storia, inventando messaggi pubblicitari liberal, innovativi e spesso provocatori. L'altro punto di forza di Benetton è la distribuzione. Come Mc Donald's, infatti, il gruppo veneto può contare su una vasta rete mondiale di distributori (7mila punti vendita, tra cui 40 megastore, in 120 paesi), formata da negozi indipendenti, che vendono su licenza e quasi sempre in esclusiva i prodotti della casa madre. Più che un'impresa in senso tradizionale, quindi, il gruppo di Ponzano veneto somiglia a un network logistico che fa da intermediario tra una vaste rete di subfornitori, per l'80% localizzati nel Veneto e in particolare nel trevigiano, e una rete mondiale di distributori. Benetton mette dunque insieme un forte insediamento territoriale di produttori terzisti (circa 600 imprese con 20mila unità, contro i 3mila addetti del gruppo) con un'ampia visione globale. In questo, così come per la gestione del magazzino si distingue da Mc Donald's.

La fabbrica Benetton, infatti, è quasi tutta concentrata nel grande magazzino automatizzato di Castrette (Treviso), dove vengono convogliati gran parte degli 80 milioni di capi che ogni anno la «United colors» smista ai suoi distributori. A Castrette pochi operai colorano (in parte), impacchettano e spediscono questa montagna di abiti e lo fanno all'interno di un magazzino ultramoderno e computerizzato, dove le merci transitano rapidamente e le giacenze sono ridotte al minimo, grazie al sistema del just in time. Significa che al magazzino arrivano solo le merci che i negozi hanno già ordinato. E che questi ordini, a loro volta, consentono al management di captare le variazioni di mercato a livello mondiale quasi in tempo reale.

GILBERTO LO SGOBBONE È lui che si dedica alla cassaforte del gruppo e alle operazioni finanziarie

È dunque soprattutto questa la chiave del successo di Benetton: know how logistico e capacità di intercettare i flussi di consumi. Con Autogrill, rilevata qualche anno fa, il gruppo veneto ha fatto il primo esperimento di passare dai maglioni alla fornitura di servizi. L'esperimento è riuscito. Autogrill, prima è diventata leader europeo della ristorazione su strada poi, dopo l'acquisizione del gruppo Usa Host Marriott, è passata a 5mila miliardi di fatturato, diventando leader mondiale. Anche l'acquisto di Autostrade va in questa direzione: specializzarsi nei servizi per chi viaggia. Le autostrade saranno il corso e gli autogrill i negozi. L'obiettivo, oltre alle sinergie, è quello di modernizzare e informatizzare maggiormente la rete, per fare più profitti coi pedaggi. Aeroporti, stazioni e mega-parcheggi vanno sempre in questa direzione: comprare aree di shopping per modernizzarle, integrarle tra loro e gestire al meglio il traffico di persone, merci e informazioni, senza cambiare il vecchio management, ma facendo anche leva sulle competenze logistiche e sulla conoscenza dei mercati mondiali, acquisite in Benetton.

Si tratta di investimenti a lunga scadenza in cui la posta in gioco è anche il fatto che in futuro saranno sempre più la grande distribuzione e i servizi a dettare le regole alla produzione. In questo senso la principale scommessa è il commercio elettronico. Benetton si sta attrezzando ad entrare su Internet ma non è ancora sceso in campo. Uno dei motivi è che il mercato domestico del gruppo è l'Europa, dove Internet non è ancora decollata del tutto. L'altro motivo è che, con l'e-commerce i consumatori acquistano direttamente dalla casa madre i prodotti, saltando l'intermediazione dei negozi. Internet, dunque, rischia di diventare un concorrente diretto dei 7mila punti vendita in franchising, che finora sono stati il cavallo di battaglia di Benetton. Di qui la prudenza del gruppo di Ponzano veneto, il cui obiettivo, per ora, è quello di diminuire i piccoli negozi e di puntare sui megastore. Insomma, anche per i Benetton il futuro non si presenta solo in discesa: qualche punto debole ce l'hanno anche loro.

IN BREVE

Le Poste su Internet Arriva «Postecom»

Anche le Poste vanno su Internet: la società guidata da Corrado Passera ha infatti costituito Postecom, una società per azioni che avrà un capitale di 12,5 miliardi di lire e si occuperà di sviluppare e gestire i nuovi servizi presto accessibili via Internet. La nuova società costituita da Poste Italiane si occuperà, in particolare - si legge in una nota - dei prossimi servizi on line che vanno dalla messaggistica al Bancoposta, dalla certificazione della firma digitale ai servizi per il commercio elettronico. Sul sito Internet di Poste Italiane sono già disponibili informazioni su prodotti e servizi della società, «nonché - ricorda la nota - servizi a valore aggiunto come il motore di ricerca per individuare i Cap (codici di avviamento postale) e gli uffici postali. Sul sito è inoltre disponibile il servizio di posta ibrida «Inteposta» (invio di messaggi in posta elettronica per chi non ha accesso alla rete attraverso il servizio Postel). Presidente di Postecom - conclude la nota - è Giovanni Grottola mentre alla carica di amministratore delegato è stato cooptato Marco Barbuti.

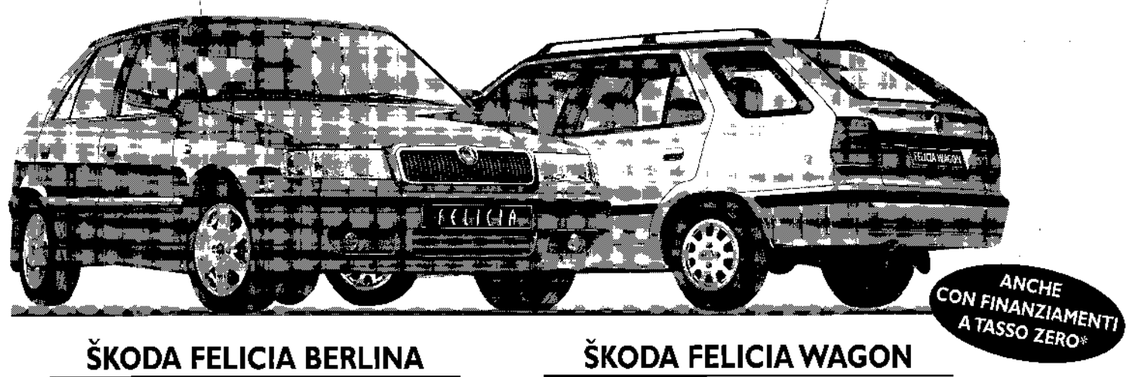
Banca del Salento: Mps in pole position

Banca Monte dei Paschi più vicina alla Banca del Salento. Secondo fonti finanziarie, infatti, l'istituto senese sarebbe in pole position per l'acquisto della banca guidata da Vincenzo De Bustis e facente capo alle famiglie Semeraro, azionista di maggioranza relativa, e Gorgoni. L'offerta del Monte dei Paschi per l'istituto avrebbe la meglio su quella di Fondiaria e di Sanpaolo-Imi.

Imperatori orgoglioso di Mediocredito e BdS

Si è detto soddisfatto il presidente del Mediocredito Centrale, Gianfranco Imperatori, del lavoro svolto in questi ultimi anni per il risanamento del Banco di Sicilia e per la trasformazione del Mediocredito Centrale in investment bank. Imperatori, che non ha voluto parlare della imminente scadenza per la presentazione delle offerte in vista della privatizzazione del suo istituto, si è detto «soddisfatto che il management di Mediocredito e Banco di Sicilia sia riuscito a portare l'istituto siciliano in condizioni positive e in attivo, ristrutturandolo, e solo a due anni di distanza dalla crisi che aveva investito il polo siciliano». «Sono soddisfatto - ha continuato Imperatori - di vedere tante manifestazioni di interesse» in vista della privatizzazione della banca». Il presidente del Mediocredito Centrale, si è dichiarato «orgoglioso» per aver trasformato «Mediocredito da una agenzia di Stato» in una banca di investimenti. Il termine per il miglioramento delle offerte pervenute al Tesoso per la privatizzazione è fissato per mercoledì. Si sono fatte avanti l'Unicredit e Bancaroma per l'acquisto in blocco, e una cordata di Popolari per il 30%.

Incentivi Italwagen. Ora acquistare una Škoda è ancora più conveniente!



italwagen
Per chi sceglie Skoda
Viale Marconi, 295
Tel. 06.55.65.327 - 06.55.83.367
APERTI SABATO TUTTO IL GIORNO!

ŠKODA FELICIA BERLINA
da L.12.800.000
Prezzo chiavi in mano I.P.T. esclusa:
FELICIA LX 1.3 - 5 porte (non COMFORT)
con supervalutazione dell'usato

ŠKODA FELICIA WAGON
da L.15.571.000
Prezzo chiavi in mano I.P.T. esclusa:
FELICIA WAGON LX 1.3 (non COMFORT)
con supervalutazione dell'usato

Gruppo Volkswagen

*Esempio ai fini della legge 154/92: SKODA FELICIA 1.3 ..X (non COMFORT) Prezzo chiavi in mano L. 14.005.000 I.P.T. esclusa - Anticipo L. 2.005.000 o eventuale permuta - Importo finanziato L. 12.000.000 - Spese istruttoria e bolli L. 220.000 - Durata 24 mesi - Importo rata L. 500.000 - T.A.N. 0,00% - T.A.E.G. 1,64% - Salvo approvazione FINGERMA S.p.A. - Offerta valida fino al 31/10/1999. Per ulteriori informazioni, consultare i fogli analitici pubblicati a termine di legge.