L'ECONOMIA l'Unità Lunedì 10 gennaio 2000

Mercati, riflettori puntati su Wall Street

Dopo l'altalena della scorsa settimana, attesa per la riapertura delle Borse

Gli stilisti tradiscono Roma

L'alta moda torna a Milano

Marketing assente, sartorie capitoline in crisi

MILANO Attesa per la riapertura dei riforma dei Tfr sembra destinato nel mercati finanziari di oggi. Venerdì tutte le piazze, in particolare Wall Street e le europee, ha recuperato rispetto al brutto avvio di anno. Una netta inversione di tendenza. E oggi andrà avanti? La correzione al negativo è già finita? oppure le Borse troneranno a scendere? Gli analisti sono divisi. Ma c'è comunque un moderato ottimismo, soprattutto per quanto riguarda le piazza europee. A Milano è prevista un'apertura in leggero rial-

E i riflettori sono ora di nuovo puntati sui titoli tecnologici e sugli assicurativi, visto che il processo di medio periodo a incrementare questo settore del mercato finanziario.

Nel panopramo internazionale però i dubbi restano. Le prime incertezze riguardano le borse asiatiche. È veche cosa succederà? Il trend positivo ro che il super-ven sta perdendo valore e ciò dovrebbe consentire al listino di Tokyo di riprendere il volo, situazione che avrebbe benefici effetti su tutto il Far East. Ma proprio venerdì l'agenzia di rating S&P ha definito ingiustificate le aspettative di crescita dell'economia giapponese. Insomma, un bel dilemma che rischia di tenere lontani dall'area ven-Pacifico i gestori dei grandi fondi, ovvero i veri padroni dei mercati finanziari.

incertezza. Riflettori puntati sull'America. Sarà ancora Wall Street a tenere duro tra l'altalena delle altre borse o si farà contagiare dalla correzione ancora attesa da molti? O invece i listini, tecnologici e non, torneranno in carreggiata dopo gli scossoni a cavallo di fine anno e riprenderanno a crescere in modo più tran-

Le previsioni degli analisti comunque indicano che le prossime sedute di borsa saranno ancora ad alta volatilità, con interi listini e singoli titoli pronti a bruschi cambiamenti di rotta. Il punto per ora fermo in questa situazione di incertezza resta Wall

Ma esistono anche altri motivi di Street, che se si guarda a quello che è successo negli ultimi dodici mesi è la borsa che non solo ha messo a segno una crescita di tutto rispetto anche se non eccezionale, +19,5% il Dow Jones, ma che si è anche rivelata la più stabile, in fondo alla classifica mondiale della volatilità. Con un tasso di volatilità pari a 16,8 il Dow Jones è infatti all'estremo opposto della borsa brasiliana di San Paolo, che guida la graduatoria con 47,4. Milano, con il Mib30, si colloca grosso modo al centro della classifica dell'incertezza, preceduta da Francoforte, oltre che dall'altra borsa di New York, il tecnologico Nasdaq. Ma risulta meno tran-



Bandana e borsa a tracolla per l'uomo di Gucci a Milano Dal Zennaro/Ansa

GIANLUCA LO VETRO MILANO L'alta moda romana va a morire. E Mario Boselli, presidente della Camera Nazionale della Moda il 21 gennaio si incontrerà col sindaco Kutelli per trovare, d'intesa con la municipalità, «una formula per la riconversione della manifestazione». Più volte diagnosticato dalla stampa, il malessere della rassegna si è trasformato in coma quando, uno dopo l'altro, Barocco, Gai Mattiolo e Gattinoni, pilastri del calendario, si sono ritideciso di presentare 25 modelli unici a Milano col pret-a-porter. Infine, persino Ciambella che non è una torta casereccia ma un aspirante couturier, ha dato forfait. Morale, ieri l'alta moda romana se-

gnava un elettroencefalogramma

quasi piatto, con due sole firme di spicco: Sarli e Lella Curiel.

Alla richiesta di spiegazioni, Mario Boselli, presidente della Camera Nazionale della Moda replica: «non voglio più parlare della crisi dell'alta moda romana. Qui c'è solo da fare. Così, ho fissato un incontro col sindaco Rutelli per pianificare una strategia». Basata su? «Per ora, vorremmo ridurre le sfilate a un solo momento annuo: in luglio. Ma in futuro penso ad una manifestazione che presenti tutto il sistema di artigianato che si muove dietro l'alta moda. Le passerelle romane sono il trutto di specializzazioni manuali che non che sfila a Milapossono scomparire. Sono un pun- no e che ormai to di forza del made in Italy. Per il sistema italia è necessario riconver-

tire l'espressione di queste forze». Boselli è molto cauto. Ma dalle

che non ci sia più spazio per l'alta moda romana. Del resto lo scenario della domanda di capi unici dai prezzi astronomici è cambiato. Non ci sono più le dive Anni '50

IL SINDACO

RUTELLI

Incontrerà

il 21 gennaio

i vertici della

che sbarcano a Cinecittà, pagando i vestiti negli atelier . Semmai le stesse vogliono essere pagate per indossarli. Ma a prescindere dal lato rosa, c'è soprattutto un pronto moda sempre sostituisce l'alta

moda. L'unica via di salvezza per la couture romana avrebbe potuto essere la concettualizzazione delle sue parole non è azzardato dedurre sfilate: la messa in scena di piece miliardi è sceso dell'1,7%, . E se-

come quelle di Galliano per Dior o McQueen per Givenchy, mirate a comunicare un messaggio alto di costume, sfruttato in un secondo tempo, dal marketing per marchiare prodotti di largo consumo: truc-

chi e profumi. Ma le sartorie romane non hanno il marketing e tantomeno messaggi alti da lanciare, se ciò che esce dalla maison Gattinoni è cardinal usura, tanto per dire l'ultima di una infinita serie di trovate per far titolo. Peccato che la gente non compri i titoli quando vuole un abito. Per giunta, il mercato indica re anche il pret-a-porter sempre più lussuoso, in passerella Milano sino mercoledì con le collezioni uomo autunno inverno 2000/ 2001. Nel '99 il fatturato di 87500

l'import è calato del 2,2% per un totale di 21200 miliardi, l'export registra valori ancor più negativi: -

4,2% per un totale di 45800 miliardi. Pertanto, il saldo sempre attivo di 24600 miliardi si è ridotto del 6%. Segno che il lusso made in Italy ha qualche difetto. In particolare la gente alla quale si rivolgono le griffe per fare grandi numeri e reggere i costi dei loro show globalizzati, predilige lo sportswear e la praticità. Che nulla hanno a che vedere con gli eccessi di preziosimi da strano ma vero che continuano a sfilare, divertendo i lettori delle cronacne di moda, come per i apta moda e sulla quale deve riflette- punto la Settimana Enigmistica, ma comprati solo da una nicchia ristrettissima. Happy few (pochi felici) più che mai sadici nello spostare e concentrare stagionalmente, le loro danarose attenzione su

di massimo due o tre nomi. Che ora sono Prada, Gucci e Fendi. Non a caso dunque, Donatella

Versace ha proposto uno stile per conciliare più gusti,un po' bravo ragazzo e un po' bad- boy con giubboti zippati, capi di pelle e borchie. Taluni, in queste ultime creazioni hanno ravvisato il look delle Baby Gang. Ma nella migliore collezione mai realizzata dalla stilista, c'è semmai, la voglia di riportare il lusso fuori dal centro e dal solito giro di Montenapo. Li ci resteranno i dandy di Trussardi con la cartella di Coccodrillo, lo smoking di pitone e la valigia di sei pente. Ma anche i giovani eredi dello stilista scomparso propongono una serie di abiti normalissimi. Segno che sono «scesi dall'albero», come il quel loro modello che all'inizio della sfilata è uscito dal baule questa o quella griffe, per un totale

INGHILTERRA Allarme telefonini «Pericolosi per le automobili»

■ Nuovo allarme in Gran Bretagna per i telefonini: meglio evitarne l'uso sulle automobili. I cellulari - già sotto accusa perché le onde elettromagnetiche emesse danneggerebbero la salute - potrebbero disturbare i sistemi elettronici delle vetture, provocando gravi malfunzionamenti al motore e in particolare ai freni. Questo pericolo, di cui si è parlato giàm altre volte in riferimento a circuiti elettronici particolarmente sofisticati, è stato ieri segnalato sulle pagine del tabloid domenicale britannico Sunday Mirror da Chris Patience, capo dei servizi tecnici del più importante Automobil club del Regno Unito. A suo giudizio per le macchine vale lo stesso discorso degli aerei, «dove si chiede ai passeggeri di spegnere i telefonini durante il volo». «Il cellulare - dice Patience, offrendo così un prezioso consiglio agli automobilisti possessori di telefonini cellulari - trasmette tutto il tempo. C'è il rischio di interferenze con l'elettronica a bordo delle auto. Bisognerebbe adoperarli soltanto quando la vettura è ferma oppure va installata un'antenna esterna». Su alcuni tipi di Bmw il telefonino potrebbe addirittura portare all'innesco automatico degli air bag, circostanza questa particolarmente pericolosa per l'incolumità degli automobilisti. Il rischio sarebbe più accentuato sulle macchine più lussuose e costose dove l'elettronica imperversa a tutto spiano e dove le funzioni controllate elettronicamente sono numerose e spesso vitali per il funzionamento della vettu-

Secondo il Sunday Mirror, la vauxnaii qia raccomanda nei manuali del modello Corsa di tenere spento il cellulare sull'auto in movimento e lo stesso progettano adesso di fare la Honda e altre case automobilisti-

ROBERTO GIOVANNINI

Il commercio elettronico vola anche in Italia

ROMA Seleparolesitrasformasse ro per magia in danaro, non c'è dubbio che l'«e-commerce» (il commercio elettronico, svolto attraverso Internet) sarebbe il comparto economico più prospero in assoluto. Articoli, inchieste, e adesso ci si è messa anche la Borsa ad alimentare una vera e propria Internet-mania. Un po' di cautela ci vuole, ma ci sono numeri che fanno riflettere. Negli Usa, nelle festività natalizie appena trascorse, un quarto di tutti gli americani che normalmente usano Internet (il 37% della popolazione Usa) hanno comprato qualcosa on line. Ma anche in Italia è successo qualcosa di simile, con le dovute te, anche il giro d'affari dei siti di

proporzioni: gli acquisti attraverso la Rete sono triplicati rispetto all'anno passato. Nell'arco del 1999, secondo i dati della McKinsey, gli italiani (i consumatori. non le aziende) hanno comprato dischi, libri e materiale vario per 200-250 miliardi. Una bella fetta di questa torta è finita all'estero, per compere in siti Usa: tra i più famosi, Amazon (libri), CdNow (dischi), ed E-Toys (giocattoli). Ma sta crescendo, e vertiginosamen-

«e-commerce» del BelPaese. Ela «Campagna di Natale» è stata particolarmente fruttuosa per CHL (www.chl.it), la società che vanta una quota di mercato pari al 25% dell'intero mercato italiano del commercio elettronico. CHL, nata sei anni fa, vende on line computer, software, materiale audio, video, e telefonìa. Basti pensare, racconta il presidente e fondatore, il fiorentino Stefano Bargagni, che nei giorni che hanno preceduto Natale attraverso il sito so-

A Natale acquisti per 250 miliardi di lire. Bargagni (Chl): il popolo Internet cresce rapidamente no stati venduti oltre un miliardo di lire di prodotti al giorno. Naturalmente, sono stati polverizzati tutti i record precedenti, e nel complesso il 1999 dovrebbe segnare un aumento del 100% del volume d'affari, giunto a circa 85 miliardi di lire. Dunque, il commercio su Internet è una cosa seria... «Assolutamente - replica Bargagni - noi registriamo oltre 30.000 visitatori al giorno, che si tramutano in 600-650 decisioni di acquisto. Dal nostro osservatorio,

emerge una rapida crescita del popolo di Internet; da quando hanno cominciato a svilupparsi i Freenet, i servizi che offrono gratuitamente l'accesso alla Rete, abbiamo registrato un aumento fortissimo delle presenze nel nostro sito.

Edegliacquisti». Dal punto di vista del «processo produttivo» (virgolette d'obbligo, per un business "virtuale"), CHL prevede un'organizzazione e una logistica decisamente diversa da quella delle imprese della distribu-

zione commerciale classica. Il potenziale cliente può comprare (o solo guardare i prezzi) sfogliando il sito, oppure rivolgendosi ai 35 negozi situati nel territorio nazionale. Se vuole, può comprare un pezzo o un componente, oppure adoperare (sempre sul sito) una utilità che suggerisce e guida la «costruzione» del personal computer desiderato. Úna volta partito l'ordine - per adesso CHL ha deciso di non consentire l'acquisto attraverso carta di credito, anche

se è possibile ricorrere a una forma «lampo» di credito al consumo dalla centrale di Firenze si mette in moto il processo che porta all'assemblaggio materiale del computer, o alla spedizione accelerata del prodotto. Normalmente, gli oggetti più semplici sono consegnati in 24 ore, mentre un pc assemblato arriva a destinazione in tre giorni. Tutto il lavoro è svolto in «outsourcing»: produzione, «call center», logistica, consegna, assistenza post-vendita sono svolte da società esterne ma collegate alla CHL. E che l'«e-commerce» sia un'affare, lo dimostra anche il fatto che la Schroeder's, un fondo di «venture capital», abbia acquistato il 22% dell'azienda. L'obiettivo, inevitabile, la quotazione in Borsa entrol'anno al Nuovo Mercato.



00187 Roma, oppure inviare fax al numero: 06/69922588



l'Unità

Servizio abbonamenti Annuo: n. 7 L. 510.000 (Euro 263,4), n. 6 L. 460.000 (Euro 237,6) n. 5 L. 410.000 (Euro 211,7), n. 1 L. 85.000 (Euro 43,9). Semestre n. 7 L. 280.000 (Euro 144,6), n. 6 L. 260.000 (Euro 134,3) n. 5 L. 215.000 (111,1), n. 1 L. 45.000. (Euro 23,2).

Tariffe per l'estero - Annuo: n. 7 L. 1.100.000 (Euro 568,1). Semestre: n. 7 L. 600.000 (Euro 309,9). Per sottoscrivere l'abbonamento è sufficiente inoltrare la scheda di adesione pubblicata quotidianamente sull'Unità VIA FAX al n. 06/69922588, oppure per posta a L'UNITÀ EDITRICE MULTIMEDIALE S.p.A. - Servizio Abbonamenti - Casella Postale 427 - 00187 Roma - Indicando: NOME - COGNOME - VIA - NUMERO CIVICO - CAP - LOCALITÀ - TELEFONO E FAX. I titloral di carte di credito Dienes Club, American Express, Carta Si, Mastercard, Visa, Eurocard dovranno invece anche barrare il nome della loro carta e indicame il numero. Non inviare denaro. L'Unità Editrice Multimediale S.p.A. provvederà a spedire ai nuovi abbonati, non titolari di carta di credito, l'apposito bollettino postale già intestato per eseguire il pagamento. Per Informazioni. Chiamare l'Ufficio Abbonati: tel. 06/69996470-471 - fax 06/69922588. Inoltre chiamare

do il seguente numero verde 800-254188 è possibile, 24 ore su 24, sottoscrivere nuovi abbonamenti o la sciare messaggi ed essere richiama

Tariffe pubblicitarie A mod. (mm. 45x30) Commerciale feriale L. 590.000 (Euro 304,7) - Sabato e festivi L. 730.000 (Euro 377) Finestra 1ª pag. 1º fascicoloL. 5.650.000 (Euro 2.918) L. 6.350.000 (Euro 3.279,5)

Finestra 1ª pag. 2º fascicoloL. 4.300.000 (Euro 2.220,9) L. 5.100.000 (Euro 2.633,9) Manchette di test. 1º fasc. L. 2.030.000 (Euro 1.048,4) - Manchette di test. 2º fasc. L. 1.440.000 (Euro 743,7) Redazionali: Feriali L. 995.000 (Euro 513,9) - Festivi L. 1.100.000 (Euro 568,1) Finanz.-Legali-Concess.-Aste-Appalti: Feriali L. 870.000 (Euro 449,3): Festivi L. 950.000 (Euro 490,6) Direzione Generale: Milano 20124 - Via Giosuè Carducci, 29 - Tel. 02/2442461

Aree di Vendita Milano: via Giosuè Carducci, 29 · Tel. 02/24424611- Torino: corso M. D'Azeglio, 60 · Tel. 011/6665211 · Genova: via C.R. Ceccardi, 1/14 · Tel. 010/540184 · 56-78 · Padova: via Gattamelata, 108 · Tel. 049/8073144 · Bologna: via Amendola, 13 · Tel. 051/255952 · Firenze: via Don Minzoni, 46 · Tel. 055/561192 · Roma: via Barberini, 86 · Tel. 06/420089-1 · Bari: via Amendola, 166/5 - Tel. 080/5485111 - Catania: corso Sicilia, 37/43 - Tel. 095/7306311 - Palermo: via Lincoln, 19 - Te 091/6235100 - Messina: via U. Bonino, 15/C - Tel. 090/6508411 - Cagliari: via Ravenna, 24 - Tel. 070/305250

Pubblicità locale: P.I.M. Pubblicità Italiana Multimedia S.r.I.
Sede Legale: 20123 MILANO - Via Tucidide, 56 bis - Tel. 02/70003302 - Telefax 02/70001941
Direzione Generale e Operativa: 20124 MILANO - Via S. Gregorio, 34 - Tel. 02/67169.1 - Telefax 02/67169750 00192 ROMA - Via Boezio, 6 - Tel. 06/3578/1 20124 MILANO - Via S. Gregorio, 34 - Tel. 02/671697/1 40121 BOLOGNA - Via Del Borgo S. Pietro, 85/a - Tel. 051/4210955 50129 FIRENZE - V.le Don Minzoni, 48 - Tel. 055/578498/561277

Stampa in fac-simile: Se.Be. Roma - Via Carlo Pesenti 130 Satim S.p.a., Paderno Dugnano (Mi) - S. Statale dei Giovi, 137 STS S.p.A. 95030 Catania - Strada 5ª, 35 Distribuzione: SODIP, 20092 Cinisello B. (Mi), via Bettola, 18

ACCETTAZIONE NECROLOGIE

DALLUNEDÌ AL VENERDÌ dalle ore 9 alle 17, telefonando al numero verde 800-865021 oppure inviando un fax al numero

LSABATO, EI FESTIVI dalle ore 15 alle 18. LA DOMENICA dalle 17 alle 19 telefonando al numero verde oppure inviando un fax al numero

TARIFFE: Necrologie (Annuncio, Trigesimo, Ringraziamento, Anniversario); L. 6.000 a parola

Adesioni: L. 10.000 a parola. Diritto prenotazione spazio: L. 10.000. I PAGAMENTI: Si possono effettuare tramite conto corrente postale (il bollettino sarà spedito al vostro indirizzo) oppure tramite le seguenti carte di credito: American Express, Diners Club, Carta Sì, Mastercard, Visa, Eurocard.

AVVERTENZE: Per le prenotazioni tramite fax, oltre al testo da pubblicare, indicare: Nome/ Cognome/ Indirizzo/ Numero civico Cap/ Località/ Telefono. Chi desidera effettuare il paganento con carta di credito dovrà indicare: il nome della carta, il numero e la data di scadenza N.B. Solo questo servizio è autorizzato alla ricezione delle necrologie. Non sono previste altre orme di prenotazione degli spazi.

RICHIESTA COPIE ARRETRATE

DALLUNEDÌ AL VENERDÌ dalle ore 9 alle 17, telefonando al numero verde 800-254188 oppure inviando un fax al numero

TARIFFE: il doppio del prezzo di copertina per ogni copia richiesta

I PAGAMENTI: Si possono effettuare tramite conto corrente postale (il bollettino sarà spedito

AVVERTENZE: Per le prenotazioni tramite fax: Nome/ Cognome/ Indirizzo/ Numero civico Cap/ Località/ Telefono LE CONSEGNE saranno effettuate per spedizione postale. Eventuali richieste di consegne

urgenti saranno effettuate tramite corriere a totale carico del richiedente N.B. Sono disponibili le copie dei 90 giorni precedenti il numero odierno.