



Finanziari sorvegliano le macchine per l'estrazione dei premi della Lotteria Italia
Marco Ravagli/AP

Massimo Solani

Lotteria: pioggia di Euro su Roma

Ancora polemiche sul flop. I Monopoli accusano: non è detto che resti alla Rai

ROMA Cambiano i tempi e cambiano anche le usanze: la Befana quest'anno ha fatto piovere euro dalla cornucopia della dea bendata, e a raccogliarli è soprattutto la capitale. È stato infatti venduto a Roma il fortunato biglietto che si è aggiudicato il primo premio della Lotteria Italia, per un valore di 5 milioni di euro (9.681.350.000 lire). Non si ferma però qui la fortuna della capitale: sempre a Roma, infatti, è stato venduto il tagliando che ha vinto il quinto premio, quello da 500mila euro (968.145.000 lire), e altri 19 biglietti che si sono aggiudicati bottini di seconda e terza categoria.

Milanesi, invece, il secondo biglietto fortunato che assicura al proprio possessore una vincita di un milione e mezzo di euro (2.904.405.000 lire), mentre è stato acquistato a Firenze il terzo tagliando estratto, quello da un milione di euro (1.936.270.000 lire).

Ma in questa speciale classifica dei fortunati di inizio anno, c'è spazio anche per le piccole città: sono stati infatti venduti a Lorigo in provincia di Milano, e a Binasco, in provincia di Milano, gli altri due tagliandi super-fortunati di questa prima lotteria con la moneta europea. A Lorigo, la dea bendata ha depositato il quarto premio di questa Lotteria Italia, per una vincita di 600mila euro (1.161.762.000 lire), mentre dalle urne dei Monopoli di Stato, a Binasco è finita la più "povera" delle sei super-vincite, quella da 300mila euro, una somma comunque non disprezzabile, visto che, tanto per intenderci, equivale a 580.881.000 vecchie, e non ancora desuete, lire.

Terminate ieri le estrazioni dei premi di seconda e terza categoria, se Roma si dimostra come la città di gran lunga più fortunata con un totale di vincite pari a 5.925.000 euro (poco meno di 11,5 miliardi di lire), restano le altre metropoli a dividersi le briciole, si fa per dire. Nettamente staccata Milano, la seconda città per totale di vincite, in cui la fortuna ha voluto lasciare "solo" 1.660.000 euro (3.214.000.000 di lire e spicci). Terza classificata Firenze con 1.180.000 euro vinti (2.284.000 lire più o meno), mentre lontana dai

5 MILIONI DI EURO	N 273665 MILANO	L 454999 IN AUTOGRILL	A 377278 GUALDO TADINO (PG)	P 605142 BARI
R 093863 ROMA	F 500601 TORINO	P 690411 ROMA	T 846907 ROMA	Q 254390 PALERMO
1,5 MILIONI DI EURO	G 687669 AFRAGOLA (NA)	B 633827 S.ZENONE AL LAMBRO (MI)	B 841601 PALERMO	R 580484 MILANO
N 254150 MILANO	Q 005669 CASERTA	C 481658 BAGNO A RIPOLI (FI)	O 060622 BENTIVOGLIO (BO)	F 293894 ROMA
1 MILIONI DI EURO	A 244466 FIRENZE	L 609485 S.MARIA CAPUA VETERE (CE)	E 054701 CAGLIARI	P 107083 ROGLIANO (CS)
O 429376 FIRENZE	I 695103 AREZZO	L 384980 ASCOLI SATRIANO (FG)	T 778155 CAPONAGO (MI)	V 782786 PARMA
600.000 EURO	I 184850 VITTORIA (RG)	P 157468 VERONA	B 637279 CASTEL SAN PIETRO T. (BO)	Z 167371 MILANO
I 248808 LONIGO (VC)	P 110322 NOVI LIGURE (AL)	A 556756 ROMA	D 955435 FIRENZE	T 182330 FOGGIA
500.000 EURO	C 952572 CHIARAVALLE (AN)	F 009623 BERTINORO (FO)	I 454805 CASERTA	E 604634 AVEZZANO (AQ)
M823963 ROMA	P 276912 FIRENZE	N 992677 CIGLIANO (VC)	Z 977159 MERANO (BZ)	E 121796 FOGGIA
300.000 EURO	T 169171 BARI	B 217277 DORNO (PV)	U 808355 PADOVA	B 972165 GIULIANOVA (TE)
L 076632 BINASCO (MI)	B 199808 STRADELLA (PV)	A 802691 MESSINA	D 226348 COSENZA	Z 124002 LECCO
50.000 EURO	V 379849 MIGLIANICO (CH)	F 061178 MILANO	A 552600 ROMA	O 758133 ROMA
V 838462 SANSEPOLCRO (AR)	T 451911 TORINO	B 079507 OSTIA (RM)	U 838949 TORRE ANNUNZIATA (NA)	G 305287 ROMA
D 291265 TARANTO	P 747220 SESTO FIORENTINO (FI)	U 248554 TORINO	I 808343 MODUGNO (BA)	Z 398723 ROMA
T 811254 MILANO	L 751398 SOAVE (VR)	G 713765 SECONDIGLIANO (NA)	B 546579 FERRARA	O 642871 SOAVE (VR)
U 581161 SAN MANGO PIEMONTE(SA)	D 483770 MESTRE (VE)	S 474598 ROMA	F 743511 BOLZANO	F 584766 MILANO
R 733203 GENOVA	U 914201 ROMA	L 351832 NUORO	F 364298 ROMA	A 608117 BINASCO (MI)
Q 112752 MAGLIE (LE)	I 510992 PAVIA	R 867951 RIMINI	A 176225 BOLOGNA	L 523211 TERMOLI (CB)
U 152851 PERUGIA	G 394442 PESCIA (PT)	I 744565 BOLZANO	M 632234 SALERNO	I 665125 PARMA
N 968960 BINASCO (MI)	A 161609 MERCATO SARACENO (FO)	V 688345 BOLOGNA	T 391618 REGGIO CALABRIA	N 547037 MODENA
S 014427 FERRARA	L 447547 ANAGNI (FR)	L 584914 FIRENZE	L 323603 FERRARA	G 824086 CASTELLARO (IM)
N 524136 GENOVA	M 334448 BOCCALUMERA (ME)	N 810039 ROMA	R 528001 PADOVA	A 332100 BRUGNATO (SP)
Q 056234 JESI (AN)	Z 682455 CORREGGIO (RE)	Z 285386 VICENZA	G 644643 BOLOGNA	B 374066 CIVITAVECCHIA (RM)
R 666564 ALTAVILLA VICENTINA (VI)	G 815094 MODENA	E 886255 ROMA	O 376066 FAENZA (RA)	R 667892 MESTRE (VE)
F 767189 TORINO	G 856502 MONZA (MI)	N 315780 BUSTO ARSIZIO (VA)	S 881374 AOSTA	M 383967 BOLOGNA
O 314311 BOLOGNA	F 745186 ARIANO IRPINO (AV)	M 368506 RIMINI	G 177217 VARAZZE (SV)	G 646619 ARGENTINA (FE)
A 493630 TRIESTE	O 806434 SORRENTO (NA)	L 546677 MESTRE (VE)	Z 931832 ROMA	F 427167 VERONA
Z 506332 ROMA	N 582185 FIRENZE	S 507427 SALA CONSILINA (SA)	R 106695 TORTORETO (TE)	N 389257 TEANO (CE)
I 356754 VERONA	T 921418 ROMA	L 546167 MESTRE (VE)	N 522279 GENOVA	R 745817 BOLOGNA
D 547155 FRASCATI (RM)	Z 473174 ROMA	A 469082 S.VITO AL TAGLIAMENTO (PN)	V 573706 SEREGNO (MI)	V 573706 SEREGNO (MI)
D 553410 GROSSETO	15.000 EURO	I 327586 BOLOGNA	O 929869 SAN MANGO PIEMONTE (SA)	B 660863 MODENA
	O 505344 AVELLINO	F 431560 BRESCIA	M 489281 ROMA	E 445652 ZOLA PREDOSA (BO)
		F 725265 VALLO DELLA LUCANIA (SA)	F 920325 CIVITAVECCHIA (RM)	P 255499 MEDICINA (BO)

premi è rimasta Napoli, città tradizionalmente affezionata ai giochi e alle lotterie, dove non è stato vinto nemmeno uno dei bottini minori.

Vincite a parte, il vero mattatore di quest'ultima Lotteria Italia è stato ancora una volta lui: l'euro, protagonista anche più di Giorgio Panariello che

pur è riuscito ad incollare davanti alle televisioni milioni e milioni di spettatori. La nuova moneta, come ampiamente previsto, è riuscita infatti a destabiliz-

zare e scuotere un baraccone che altrimenti rischiava come ogni anno di trascinarsi attraverso un già scritto e prevedibile copione. Euroconvertitori alla

mano, infatti, milioni di italiani si sono trovati alle prese con tasti e display prima di poter capire a quanto realmente assommavano le vinte, e a quan-

ti continuavano a ripetere che il primo premio era di "quasi dieci miliardi", bastava un semplice calcolatore per capire in realtà quel "quasi" era poco meno di 320 milioni: mica quattro lire. E nel pallone non ci sono finiti solo gli interessati spettatori, ma tutta la macchina televisiva che come da anni ormai fa da contorno alla lotteria. Miliardi per milioni, cifre impazzite che si rincorrevano: complimenti a chi è riuscito a capire qualcosa fra gli annunci dei presentatori e ed i proclami dei funzionari statali.

E, pur nella gioia, l'effetto euro avrà fatto storcere la bocca anche al super fortunato vincitore, se è vero come è vero che il suo predecessore palermitano lo scorso anno si era messo in tasca dieci miliardi tondi tondi, alla faccia dei centesimi e dei tassi di conversione.

Anno di ristrettezze evidentemente, ma a tirare i cordoni della borsa ministeriale questa volta ci si è messo anche il pubblico. Persi fra Gratta e vinci ed Enalotto, con lo sguardo forse già rivolto alle sale da Bingo che spuntano come funghi in tutta la penisola, quest'anno gli italiani hanno reagito in maniera tiepida alla lotteria più famosa e ricca del nostro paese. Basta un dato per capire: 17.897.780 i biglietti venduti contro i 24,4 milioni dello scorso anno.

Il calo, però, non lascia solamente un segno rosso nei bilanci di questa edizione della lotteria, ma si porta appresso una coda di polemiche che sono partite già la sera dell'Epifania. Di fronte ad un ribasso del 25%, infatti, un colpo deve necessariamente saltare fuori. Secondo il direttore dei Monopoli di Stato, Vittorio Cutrupi, il flop è da addebitarsi alla Rai, incapace di incentivare gli italiani all'acquisto dei tagliandi. Piccata la risposta di viale Mazzini, secondo cui, invece, la colpa andrebbe addebitata ad una tendenza in ribasso che ha interessato tutte le maggiori lotterie europee. Per difendere Giorgio Panariello, inoltre, è sceso in campo anche il direttore di Raiuno Agostino Sacà che, dati alla mano, ha ricordato che lo show itinerante del comico toscano ha fatto registrare picchi di share che hanno più volte raggiunto e superato il 40%.

L'addio amaro del grande Yves

Saint Laurent lascia senza spiegazioni: l'alta moda è finita, vado via

Gianluca Lo Vetro

MILANO Senza commenti, con una lettera accorata, a 65 anni Yves Saint Laurent si è ritirato dalle passerelle. Nella missiva, letta in una conferenza stampa a Parigi, uno tra i più grandi couturier del '900 non ha spiegato il perché della scelta.

Pierre Bergé, socio e compagno del sarto ha solo aggiunto: «l'alta moda è finita. Non è un'arte da appendere come un quadro. Ha senso, solo se accompagna l'arte di vivere. Cosa che non accade più in tempi di jeans e Nike». Così, il 22 gennaio prossimo al Centre Pompidou l'inventore del nude look, dell'orlo sopra il ginocchio (contestato da Chanel) e dello smoking femminile, presenterà la sua ultima collezione.

Bergé smentisce le voci secondo le quali Saint Laurent si sarebbe ritirato per dissapori con l'industriale Francois Pinault che nel '99 aveva rilevato la griffe, affidandone la direzione artistica a Tom Ford, già stilista di Gucci. «Quella di Yves - dice - è solo una lucida presa di coscienza dei tempi cambiati».

In effetti, l'uscita di scena del couturier coincide con una svolta decisiva del settore. Una svolta della svolta, per la precisione, che dovrebbe concretizzarsi tra qualche giorno. Con le presentazioni uomo au-

tunno inverno 2002/2003 di Pitti Immagine a Firenze e Milano Moda Uomo a Milano.

Certo dal 1957, quando Saint Laurent a soli 21 anni, fu chiamato a sostituire Dior alla guida della maison più famosa del mondo, ne sono cambiate di cose. Se per tutti gli anni '60 la leadership dello stile è rimasta all'alta moda francese, alla fine degli Anni '70 in Italia è iniziata l'ascesa del pronto moda e degli stilisti. Ibridi professionali tra il sarto, il sociologo e l'industriale che si sarebbero affermati, interpretando i desideri in nuca della gente, per trasformarli in collezioni prodotte su larga scala.

La nuova politica più commerciale non era sfuggita a Saint Laurent e al suo socio Pierre Bergé. Che già dal '66 avevano lanciato l'etichetta di prêt-à-porter YSL Rive Gauche distribuita in negozi franchising. All'avanguardia sui tempi, nel '70 la scelta fruttò alla maison il primo delle esportazioni di lusso. Anche perché la strategia commerciale procedeva di pari passo con la genialità di Yves. Che nel frattempo aveva operato le prime contaminazioni, ispirandosi all'arte di Mondrian, agli scritti di Proust ma soprattutto alle etnie orientali. Sino ad introdurre la sahariana nei capisaldi dello chic.

Per tutti gli anni '80 Saint Laurent resterà il vessillo del leggendario

Treviso

Mazzette per ricevitorie Totocalcio in manette il vicepresidente Utis

ROMA Scoperto un giro di mazzette per il rilascio delle concessioni per le ricevitorie del totocalcio dalla squadra mobile di Treviso che ha denunciato due persone, colte in flagranza, una delle quali è il vice presidente nazionale dell'Unione Totocalcio Sportive (Utis), G.N., 43 anni, di Portogruaro (Venezia). L'uomo è accusato, assieme a B.O. (49), di Annone Veneto (Venezia) di concussione. Il meccanismo delle tangenti, secondo quanto si è appreso, andava avanti dal 1996. L'indagine, coordinata dal Pm trevigiano, Francesca Torri, è agli inizi e, al momento, non figurano altri indagati a parte i due veneziani. La polizia ha svolto gli accertamenti dopo la denuncia di un imprenditore trevigiano che avendo presentato anni fa una richiesta per il rilascio della concessione di una ricevitoria, senza aver avuto alcuna risposta. Era stato avvicinato di recente da un uomo che gli ha prospettato il buon esito del contratto dietro il pagamento di una certa somma. La polizia è intervenuta bloccando B.O. mentre incassava 2 milioni e mezzo di lire dall'imprenditore B.O., avrebbe consegnato il denaro a G.N. che è anche presidente interregionale dell'Utis. A quel punto gli agenti della squadra mobile sono intervenuti fermando i due indagati e sequestrando il denaro.

rio charme parigino consacrato dal volto pubblicitario di Catherine Deneuve. Ma negli anni '90 con la definitiva e assoluta affermazione di Milano e del Made in Italy, il couturier e la capitale francese entreranno in

crisi. Il fatto che nel '94 due stilisti allora emergenti, Dolce e Gabbana, parlino già di un revival di Saint Laurent, è il segno ineluttabile che l'ex enfant prodige francese sia già entrato nella storia. Del resto, la mo-



Yves Saint Laurent e la top model Laetitia Casta durante una sfilata nel Maggio 1999
F. Florin/Ansa

int Laurent si scaglierà duramente. In un gioco sempre più grande, mondiale e poi globale le firme diventano multinazionali a loro volta conglobate in poli del lusso. Per le storiche maison dalla dimensione artigianale e la gestione familiare non resta che la fusione nei poli. Nel '99 anche Saint Laurent cede al gruppo Pinault. Si occuperà solo dell'alta moda: puro esercizio teorico: poesia che non si traduce più nella prosa, remunerativa, del vestire quotidiano.

Gli esegiti del glamour lanciano un grido d'allarme per la creatività minata dal business. Ma la storia e il mercato non perdonano. E come l'affascinante landò che ha abdicato alla macchina, all'utilitaria e ultimamente allo scooter anche l'abbigliamento deve semplificarsi continuamente. Sino a diventare quel pezzo basic dove, ultimamente, la creatività è per lo più idealizzata in un marchio e rappresentata da pubblicità, mega boutique, testimonial: immagini più che sostanza. «Illusioni che - secondo il sociologo Francesco Morace - dopo l'11 settembre non pagano più». Da qui la crisi strutturale e congiunturale del sistema moda alla quale tra qualche giorno, dovrebbe dare una risposta la kermesse maschile.

E chissà? che la prossima uscita di scena non sia propria di quei personaggi che hanno mercificato lo stile, sino a privarlo del suo senso distintivo. E di Yves Saint Laurent.

da non è più un diktat del creatore chiuso nella sua torre d'avorio ma un imput lanciato dalla strada e captato dagli stilisti. Anche perché, scoperto il potenziale redditizio del lusso, le firme vogliono sfruttarlo sino

in fondo. Quindi, puntano a un pubblico sempre più vasto ben lungi dall'élite della sartoria. Qualcosa di simile, semmai, all'audience che regola scelte delle tivù di Berlusconi. Contro il quale, non a caso, Sa-