

# ***tin.it*** – UN RICORDO

## Internet

### Tutto cominciò con Grauso

Lo sviluppo dell'Internet commerciale in Italia parte dall'esperienza di Video on line concepita e lanciata nell'estate del 1994 da Niki Grauso poi ceduta a Telecom Italia nel 1996, nucleo sul quale nasce Tin, poi Tin.it - Le tre fasi della storia di Tin.it

Il matrimonio in corso tra Scat e Tin.it è anche un'occasione per ripercorrere un pezzo della storia dello sviluppo della Internet commerciale in Italia, che si intreccia strettamente con la vicenda di Tin.it. Alla base vi è l'esperienza anticipatrice di Video on line concepita nell'estate del 1994 e avviata nell'aprile del 1995. Poche righe oggi in lungimiranza di Niki Grauso quale traspare dalla sua lunga intervista a *Prima* nel marzo 1995 (allora praticamente nessuno parlava di Internet in Italia).

Video on line (Vol) viene presentato come "un nuovo modo di informarsi e di comunicare. È un sistema che vi permetterà di fare tutto via computer, dalla lettura di alcuni giornali italiani e stranieri alla rassegna stampa, dalla consultazione della Borsa valori a quella di banche dati, dallo shopping a moltissimi altri servizi".

Si tratta di una lungimiranza cui, come spesso accade, si accompagna una forte dose di ansia e di incertezza: "Se perché sono ansioso? Perché da anni lo vivo di informazione, produco informazione con la carta stampata e la televisione (...), eppure non mi sono accorto che nella stanza accanto era in corso una mutazione mondiale e globale (...). Mi chiedo, in sostanza, se la materia prima di questa rivoluzione - che è appunto l'intelligenza veicolare dalle nuove forme di trasmissione - sia davvero una materia prima che si può canalizzare o se, invece, non sia costituzionalmente anarchica. E se l'ambizione di chi - come me - vuole controllare sopra nuove strutture funzionali non sia una illusione pericolosa" (Grauso a *Prima*, marzo 1995).

E *Prima* chiude la stessa intervista - con ancora maggiore preveggenza - "era spensierato come se non conoscesse il rischio - al volante di quel cum di innovati del digitale - di finire fuori strada con Video on line rovesciato a pancia all'aria e le gomme che girano



Andrea Granelli, responsabile di Tin.it, che negoziò per conto di Niki Grauso il passaggio di Video on line a Telecom Italia, acquisizione approvata dall'Autorità antitrust nel giugno del 1996 (Foto Pigi Cipatti)

a vuoto sfilando". Ciò è puntualmente avvenuto un anno dopo con il passaggio del controllo di Vol a Telecom Italia e con la nascita di Tin.it.

Cos'era accaduto? Un flop commerciale con un buco di parecchi miliardi. Come ricordava a *Prima* (settembre 1997) Andrea Granelli (allora responsabile di Tin.it) e all'epoca neppure per conto di Grauso della cessione di Vol: "Grauso era in anticipo sui tempi, aveva la visione giusta ma il mercato non era maturo". Vista oggi, la vicenda di Vol impressiona per le molteplici iniziative imprenditoriali scaturite dal polo di competenza creato da quella esperienza (vedi box). E Tin.it - numero complessivo di abbonati - ne rappresenta certamente l'eredità più significativa.

Tra la fine del 1995 e l'inizio del 1996 anche Telecom Italia coglie l'in-

portanza di Internet. Da un lato, mette in cantiere lo sviluppo di una propria piattaforma di accesso a Internet (portali commerciali); l'altro, il primo luglio 1996 con la denominazione Tot Telecom On Line) e si avvia alla collaborazione di Marxip (poi fusa nell'orbita Scat) per lo sviluppo dei servizi, in particolare Virgilio, che nasce come primo motore di ricerca italiano e che oggi è diventato il portale occidentale più consultato (dati indagini realizzate per *Scat 24 Ore*, marzo 2000). Dall'altro, è l'istituzione dell'allora direttore generale di Telecom Italia, Tommaso Tommasi di Vigonovo, che coglie l'opportunità delle difficoltà economiche di Grauso (che comprendeva anche una significativa esposizione debitoria nei confronti della stessa Telecom) per acquisire l'esperienza e il know-how di Video on line.

Nel giugno 1996 l'acquisizione (fortemente contrastata dagli Internet provider storici radunati nella Aisp, che avvertono come una minaccia per Internet la ancora monopo-

listica Telecom) ottiene il via libera dell'Autorità antitrust con l'imposizione della separazione contabile delle attività Internet mediante appositi business unit. Nasce così Tin (Telecom Italia network) che, con la successiva aggiunta del .it, darà origine all'attuale brand Tin.it.

La sua storia è articolabile in tre fasi, la prima, che dura circa un anno, è quella della complessa integrazione tra Tot e Vol. Nella seconda metà del 1997 parte il riposizionamento commerciale con un potenziamento operativo e la razionalizzazione dell'offerta. La filosofia di questa seconda fase è riassunta da Granelli nella citata intervista a *Prima* del settembre 1997: "Non investo in contenuti, ma mi focalizzo sull'accesso. I contenuti li fa chi li sa fare meglio perché è il suo mestiere. In questo senso, abbiamo in cantiere diverse iniziative con chi produce conte-

nuti editoriali e informativi. Ma noi, su ben chiaro, siamo solo il veicolo: facciamo alle aziende gli strumenti per dialogare con il cliente finale".

Questa strategia è in buona misura mossa ancora oggi, pur aggiornata per essere conto dell'evoluzione che, nel frattempo, il mercato ha conosciuto. È proprio la capacità dimostrata di reagire positivamente e velocemente all'evoluzione del mercato - come nel caso dell'offerta free (ovvero dell'accesso gratuito a Internet) e di nuove proposte commerciali come e-vai (un pacchetto comprendente un pc, pronto all'uso, Internet ed e-commerce con installazione a casa) e la piattaforma per il commercio elettronico facile (easyshop) - è oggi considerata da Granelli tra gli "asset" migliori per la nuova fase (quella in corso) in cui, capitalizzando sui risultati conseguiti e sulle prospettive di espansione, Tin.it punta a far emergere tutte le proprie potenzialità di creazione di valore in vista dello spin-off deciso da Telecom.

Come ha detto lo stesso Granelli nel corso della presentazione agli analisti finanziari tenutasi a Venezia a fine gennaio 2000: "I risultati quantitativi mostrano le dimensioni raggiunte nel mercato italiano: 2,4 milioni di utenti sono un patrimonio molto concreto, oltre che un eccellente punto di partenza per il futuro. La nostra base clienti è aumentata in maniera fondata negli ultimi due anni e la curva di crescita continua tuttora a essere quasi verticale (...). Il nuovo ClubNet di Tin.it per l'accesso libero è un esempio delle nostre capacità di reazione. Ab-

biamo conquistato una quota del 35% del mercato free Internet in quattro mesi, ancora prima di raggiungere la copertura totale Pop, confrontandoci con i nostri concorrenti (dati di reti più complete (...)). In alcuni settori siamo stati i primi a muoverci, come ad esempio per e-vai, che ha raccolto oltre 25 mila ordini nel primo mese di presenza sul mercato". L'ulteriore espansione del mercato verrà dall'internazionalizzazione (selezione e minima alla promozione del "made in Italy" nel mondo), dall'accesso "multi-device" che punta all'integrazione tra Internet e telefonia mobile (telemoto centrale di importanti alleate a livello internazionale come quella recente tra Vodafone e Vivendi) e dallo sviluppo di portali.

La presenza in questo segmento - destina verosimilmente a significativi sviluppi con la concretizzazione dell'integrazione con Scat - è partita con la costituzione di Excite Italia. La società è posseduta pariteticamente da Telecom Italia e dalla società americana Excite @Home, nata nel 1999 dalla fusione tra il portale Excite - al quinto posto negli Stati Uniti per numero di visitatori - e il fornitore di accessi a larga banda su rete cavo @Home.

Quanto valga tutto ciò è oggi al centro dell'attenzione degli analisti e delle deliberazioni degli azionisti. I primi - pur disponendo a tutt'oggi di pochi elementi - concordano nel fissare in 10 miliardi di euro la soglia inferiore del valore di Tin.it. Ai secondi, oltre ai benefici del valore già creato con il consorzio dei protagonisti della vicenda qui ripercorsa, spetta di trovare la contribuzione migliore perché questo valore possa continuare a crescere nel tempo.

Gianni Pozzi

### Anche Tiscali deve qualcosa a Video on line

Niki Grauso

La capacità della linea di Video on line di generare iniziative di successo è da considerarsi unica in Italia. A parte Tin.it, di cui si parla nell'articolo, anche Tiscali - altra grande realtà dell'Internet italiana da mesi al centro dell'attenzione per la performance finanziaria del titolo - è riconoscibile, e pur indirettamente, a Vol per i legami tra Grauso e Scat e le loro iniziative nell'Europa dell'Est, ma anche perché molti dei manager di prima fila di Tiscali (come Filippini e Mariani) si sono formati nell'esperienza Vol, Moudodori ha acquisito lo scorso anno VoPip, il sito pioniero nella distribuzione del

software scaricabile gratuitamente in rete, sviluppato in Vol da Antonio Saparuto.

Recentemente (settembre 1999) da quell'esperienza è nato anche uno start up, Davide Bonetti e Paolo Prestinari, accomunati da un'esperienza comune di lavoro prima in Video on line e poi in Tin.it, hanno costituito i-side la cui specializzazione consiste nella progettazione e nella gestione di comunità virtuali. Alla base vi è l'attività svolta in Tin.it per lo sviluppo della più grande comunità virtuale italiana (Mondadori) che in quindici mesi ha superato i 600 mila iscritti

e del servizio C6, il primo "instant messenger" italiano che ha raggiunto il punto di 7 mila utenti collegati simultaneamente in prime time. Questa competenza sviluppata nel realizzare servizi mirati sull'interazione e la partecipazione degli utenti sta diventando sempre più importante nella logica dell'accesso gratuito a Internet dove gli inserzionisti pubblicitari che lo finanziano vogliono garantirsi un'utenza la più fedele e attiva possibile. I-side si propone sia come sviluppatore di progetti che come gestore in out-sourcing di servizi per i propri clienti. Tra questi vi sono, oltre a Tin.it, per cui gestiscono in out-sourcing l'animazione di Adantide, Mondadori e Cioaholding del gruppo Fiat.it.

G. P.



## L'UOMO DI INTERNET

Andrea Granelli, 38 anni, direttore di Tin.it, la divisione di business di Telecom Italia che è leader di mercato nella fornitura di accesso a Internet, in passato ha lavorato in Montedison e per il gruppo Graeco



**ger**  
**tersivi**

Il numero di accessi al sito tin.it è cresciuto del 200 per cento nel 2000, del 30 per cento nel 2001. Per trovare un'idea di quanto sia grande il mercato, basterebbe moltiplicare per 10 il numero di accessi al sito tin.it (oggi circa 800 milioni di accessi al mese) e si troverebbe un numero che si avvicina a quello del prodotto di base, il latte. E il diversivo, che si presta per ogni lavoro, è che Leonardi, nato in una famiglia di imprenditori, ha fatto la scuola a Montedison e, a 21, la 10 e lode. E ora, per un'occasione, è per un'occasione, è per un'occasione.

Improvvisamente è arrivata un'opportunità spaziantissima: la Procter & Gamble mi offriva un lavoro tutto diverso, non più finanza ma marketing. Dopo il sì, in due anni Leonardi diventa brand manager e viene spedito a Parigi a curare marchi come Vidal e Panten. «Nel '92 mi sono appassionato a un'idea: volevo andare in Cecoslovacchia e costruire un'azienda mia. Poi venne la divisione tra cecchi e slovacchi e tutto si complicò». Ecco allora la proposta di Benckiser, multinazionale tedesca con sede in Olanda fortissima nei detersivi (3.700 miliardi di fatturato); andare in Belgio con la responsabilità dei prodotti per lavastoviglie, in particolare di Finish, il marchio leader del settore. Poi un trasferimento in Usa e poi ancora, a 29 anni, il grande salto: direttore generale della Benckiser tedesca. Due anni dopo l'incarico più prestigioso, quello che occupa ancora oggi: amministratore delegato e direttore generale della sede europea più importante, quella italiana (ex Miralanza), con i marchi Ava, Sole, Lanza, Lip e Calfort.

Il Mondo  
48



Parla Andrea Granelli

## Anche Tin.it in azienda

**D**a quando la diffusione dell'accesso gratuito al Web ha obbligato i principali operatori italiani a offrire connessioni gratuite agli utenti consumer, la fetta di mercato della fornitura di accesso e servizi agli utenti business è diventata ancor più appetitosa. Tin ha quindi rotto gli indugi, e ha lanciato una proposta commerciale focalizzata per le piccole e medie imprese, un settore in cui era già attiva ma non in modo molto aggressivo. Con la definizione all'interno del gruppo Telecom di una struttura Internet, che integra sia l'offerta di Tin, sia quella di Interbusiness, rivolta alle grandi aziende, infatti, è stato possibile concentrare le forze in quest'area e realizzare una integrazione dell'offerta residenziale e aziendale, entrambe ormai responsabilità di Andrea Granelli.

**Domanda.** Tin sta cambiando vocazione da fornitore di accessi alle famiglie a fornitore di servizi al business?

**Risposta.** Assolutamente no, siamo nati e rimaniamo un provider residenziale. Ma la nostra esperienza nella conoscenza delle abitudini e delle esigenze delle famiglie online italiane ci rende estremamente adatti a sviluppare un'offerta integrata che si estenda alle imprese: per offrire i servizi giusti alle aziende che vogliono fare commercio elettronico è essenziale conoscere il pubblico di riferimento e Tin.it sta appunto sfruttando la sua conoscenza del consumer per dare gli strumenti più adatti alle imprese che vogliono operare sul Web.

**D.** Negli ultimi mesi il quadro competitivo per Tin è cambiato molto: da provider leader nel segmento della vendita di accessi alle famiglie avete dovuto adeguarvi all'offerta di connessioni gratuite e riformulare nuove forme di reddito, puntando più nettamente sul segmento business. Come si evolverà il fatturato di Tin in relazione a questi cambiamenti?

**R.** In effetti, il nostro modello di business si è modificato: prima la maggior parte dei nostri proventi veniva dalla vendita di abbonamenti. Adesso una parte verrà dall'interconnessione, in base al traffico generato con i collegamenti gratuiti. I



canoni di abbonamento costituiranno comunque una voce importante del nostro fatturato, ma saranno corrisposti per servizi premium. In questi giorni abbiamo annunciato il lancio a dicembre dell'offerta adsl (Internet ad alta velocità su linea telefonica, ndr) in 25 città. Il prezzo non è stato ancora deciso ma sarà una novità per il sistema italiano: una tariffa flat, come negli Usa, dove il consumatore paga un canone mensile fisso che comprende anche il traffico, e quindi non è influenzato dal tempo di connessione. Con l'ampiezza di banda dell'adsl sono possibili vere applicazioni multimediali. Il terzo ca-

pitolo della nostra offerta è relativo al web hosting, con nuovi prodotti per facilitare la presenza delle aziende in rete. Infine, c'è l'aspetto della visibilità, cioè commercio elettronico e pubblicità, che sarà un vero centro di ricavi per Tin in un secondo tempo, cioè quando ci sarà una maggiore diffusione delle infrastrutture.

**D.** Cosa cambia per Tin con il nuovo assetto societario del gruppo?

**R.** La struttura ora è più efficace e c'è maggiore efficienza sia nel governo aziendale sia nelle possibilità di integrazione commerciale. Il nuovo azionista crede fermamente nello sviluppo di Internet, su tutte le piattaforme. Abbiamo annunciato l'iniziativa di offrire Pc semplici, ideati per la navigazione, in affitto, per aumentare la penetrazione superando la barriera dei costi, e con l'installazione in casa, con il massimo di aiuto all'utente. Ma continuiamo a seguire lo sviluppo delle altre piattaforme di accesso a Internet, dalla web Tv ai cellulari.

# LA STORIA DI tin.it



E-VAI, Il primo computer pronto per internet, installato direttamente a casa tua.



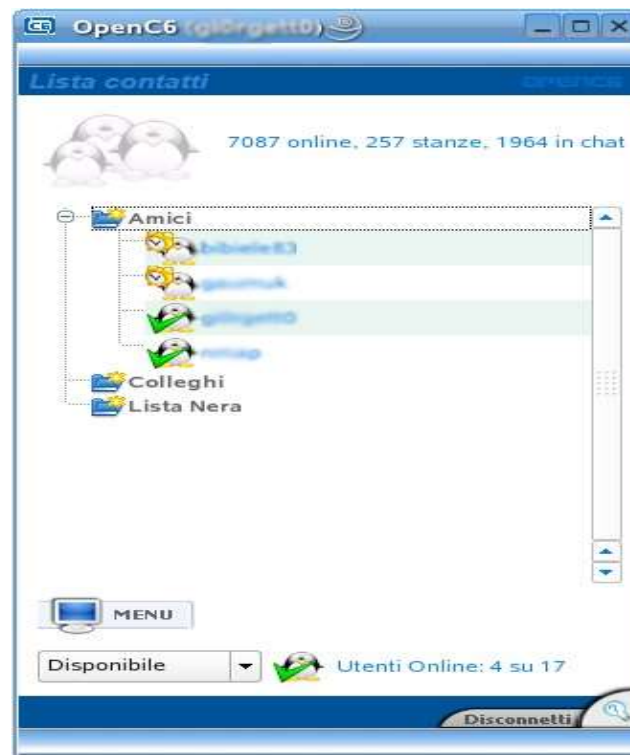
"Mr. Net", l'aiuto virtuale di Tin



**C6 Messenger** – ideato da Davide Romieri – è stato l'unico instant messenger prodotto interamente in Italia: gratuito, permetteva di chattare in tempo reale con amici (netfriend). Si poteva chattare in privato, nelle stanze di sistema o nelle stanze create dagli utenti. È stato il primo esempio al mondo di chat profilata, che consentiva di trovare netfriend che avessero le stesse affinità (o idiosincrasie)



## C6 – il primo messenger (& locator) italiano



## C6 – il primo messenger (& locator) italiano

C6 Multichat (dal 2005 denominato C6 Messenger a seguito di un restyling) era un programma di messaggistica istantanea.

Dal 27 giugno 2011 è stato sostituito dalla Virgilio Chat (servizio di messaggistica online attraverso pagine html).

Era l'unico *instant messenger* prodotto interamente in Italia, era un programma gratuito e permetteva di chattare in tempo reale con amici (netfriend). Si poteva chattare in privato, nelle stanze di sistema (con gli "Atlantis" e gli aspy, ovvero gli animatori) o nelle stanze create dagli utenti (in tutto circa 300).

Innovativa a livello internazionale fu l'estensione del meccanismo di locator per trovare amici: non solo quelli di cui si possedeva la mail ... ma anche quelli che soddisfacevano uno specifico profilo. La funzione "Cerca amici" era infatti possibile cercare nick (persone protette da anonimato) con i quali parlare. Si potevano trovare secondo alcuni criteri: nickname, età, provenienza, sesso, gusti personali. Nelle ultime versioni si aggiunse anche il campo «cosa che detesto», che risultò molto efficace nella costruzione di comunità e nella ricerca di nuovi amici.

# LA STORIA DI tin.it



# LA STORIA DI tin.it



**CARATTERISTICHE DELL'ABBONAMENTO:**

- Zero costi di attivazione nessun canone di abbonamento (paghi solo il costo del collegamento telefonico)
- Collegamento 24 ore su 24 senza limiti di tempo
- 28 MB di spazio web a disposizione per creare la tua Home Page
- 1 casella di posta elettronica (e-mail)
- Collegamento tramite rete telefonica tradizionale (PSTN) o rete ISDN fino a 64 Kbit/s

**CLUBNET.IT/INTERNET GRATIS E MOLTO DI PIU'**

**INTERNET GRATIS E MOLTO DI PIU'**  
ENTRA NEL CLUB E COMINCIA A NAVIGARE.

**CLUBNET.IT/INTERNET GRATIS E MOLTO DI PIU'**

**ClubNet**  
POWERED BY tin.it

elmanicero vo



# LA STORIA DI tin.it

Attiva subito il tuo nuovo abbonamento a Internet

## Pasqua con chi vuoi, Natale con il nuovo Internet Ricaricabile!



**Se trovi Internet Ricaricabile sotto l'albero, aprilo e usalo subito: potrai mandare tutte le tue mail di Natale! (E farle arrivare in tempo!)**  
**Che fai, aspetti?**

**Più scelta per i tuoi interessi.**  
Internet Ricaricabile è l'abbonamento che ti permette di partire da 40 ore di navigazione, da utilizzare entro 12 mesi dall'attivazione, e di crescere in rete acquistando anche on line, (sempre entro un anno dall'attivazione) le ricariche aggiuntive di 40 ore all'importo ancora più vantaggioso: solo L. 89.200 iva inclusa.

**40 ORE**  
40 ore di collegamento ISDN/STN (12 mesi dall'attivazione) a partire da L. 119.000 iva inclusa.  
L. 99.000 iva inclusa

**tin.it**  
PUBBLICITÀ ITALIA NET

**Internet, finalmente**

**Prodotto Tin** | **40 ORE** | **40 ORE** | **40 ORE** | **40 ORE**

Con una sola ricarica di 40 ore di navigazione, puoi acquistare anche on line, (sempre entro un anno dall'attivazione) le ricariche aggiuntive di 40 ore all'importo ancora più vantaggioso: solo L. 89.200 iva inclusa.

Attiva subito il tuo nuovo abbonamento a Internet

## Oltre 300.000 navigatori Tin solcano i sette mari. Tu dove puoi arrivare?



**Se hai già un Pc e non hai ancora Internet forse è perché non conosci tutta l'assistenza, la facilità e la convenienza che ti offre Tin.**  
**Che fai, aspetti?**

**Più servizi per i tuoi interessi.**  
Telecom Italia Net ti offre vari servizi, indispensabili per trasformare Internet in qualcosa di ancora più utile per i tuoi obiettivi e facile da usare. Cosa fare per averli? Semplice, navigare il tuo abbonamento e attivarli subito!

**SEMPRE**  
Se ti iscrivi al tin.it, puoi avere subito il tuo abbonamento a Internet.

**tin.it**  
PUBBLICITÀ ITALIA NET

**e ora, Internet**

**Prodotto Tin** | **40 ORE** | **40 ORE** | **40 ORE** | **40 ORE**

Con una sola ricarica di 40 ore di navigazione, puoi acquistare anche on line, (sempre entro un anno dall'attivazione) le ricariche aggiuntive di 40 ore all'importo ancora più vantaggioso: solo L. 89.200 iva inclusa.



# LA STORIA DI tin.it

<Ti **abboni**, ti **attivi**  
e sei subito in **Internet!**>



Chiedi nei migliori  
ipermercati, grandi  
magazzini e negozi  
di computer

**Internet Facile**

Il fantastico CDROM creato  
da Disney  
e Telecom Italia Net con  
un anno di abbonamento a  
Internet più un anno di  
abbonamento ai nuovissimi  
sit Disney... è un super  
Magazine con tutti i segreti  
e i consigli per navigare!



Internet Facile è da te la sicurezza  
di un sito dove divertimento, giochi  
e spettacolo sono garantiti made  
in Disney con la più alta sicurezza  
della navigazione basata su  
Telecom Italia Net per navigare in rete con  
un servizio sempre al tuo fianco.



**tin.it**  
TELECOM ITALIA NET

**ora, Internet**

Disney  
www.disney.it

Disney  
www.disneyitalia.it

Telecom Italia  
www.telecomitalia.it

Numero Verde 800-018797

Telex di abbonamento a Telecom Italia Net no regio Telecom Italia, Info e nei  
moduli reg. di informatica che aderiscono al servizio e sul sito www.tin.it

**ECCEZIONALE!**  
GRATIS PER 15 GIORNI

Vola in Internet con  
**Disney**



**tin.it**  
TELECOM ITALIA NET

invece di...  
russa

# LA STORIA DI tin.it





## | 12

[illegible]

www.dunnet.com

# LA STORIA DI tin.it



# LA STORIA DI tin.it





## Applicazioni web più utilizzate in Italia

| Applicazioni                   | Target Reach (%) | Target Reach (000) |
|--------------------------------|------------------|--------------------|
| Microsoft Internet Explorer    | 97,8%            | 7.135,0            |
| Microsoft Outlook Express      | 60,2%            | 4.394,0            |
| Real                           | 14,0%            | 1.020,0            |
| Microsoft Media Player         | 13,5%            | 987,0              |
| Microsoft Word                 | 11,6%            | 850,0              |
| Microsoft Messenger            | 11,6%            | 846,0              |
| → Tinmessenger (.exe)          | 10,8%            | 787,0              |
| ICQ                            | 9,4%             | 687,0              |
| Norton Antivirus               | 8,8%             | 642,0              |
| Loadqm (.exe)                  | 7,6%             | 555,0              |
| Winmx (.exe)                   | 7,2%             | 523,0              |
| Wuaboot (.exe)                 | 6,6%             | 484,0              |
| Nullsoft Winamp                | 6,5%             | 472,0              |
| Wuauclt (.exe)                 | 5,6%             | 408,0              |
| Microsoft Outlook              | 5,0%             | 365,0              |
| → C6                           | 4,4%             | 321,0              |
| Windows Media Player Installer | 4,3%             | 311,0              |
| MIRC                           | 4,2%             | 306,0              |
| Webhancer Customer Companion   | 4,0%             | 292,0              |
| Savenow (.exe)                 | 3,9%             | 288,0              |

# LA STORIA DI tin.it



**Su Internet con Telecom Italia Net: dai potenza al tuo PC.**

www.tin.it

**Con Telecom Italia Net l'affidabilità, la capillarità e la sicurezza di una rete al tuo servizio.**

Con Telecom Italia Net, su Internet, potrai comunicare con chi ti pare e piace in tempo reale. E potrai scoprire anche nuovi argomenti di conversazione: con Canali VOL, il più grande magazine italiano, una rivista elettronica, saprai sempre l'ultima su musica, cinema, sport, arte e moda. Inoltre potrai avere a disposizione da due a tre canali di posta elettronica, uno spazio per creare la tua home page, il server FTP per trasferire file ed informazioni e potrai conversare con i compagni di discussione a tema. I costi?

Abbonamenti a partire da lire 150.000\* per 100 ore mensili o da lire 535.000\* per 120 ore annue su ISDN. Telecom Italia Net avrà sempre tutta l'assistenza che vuoi: nei punti vendita, o al telefono, grazie al Numero Verde attivo tutti i giorni dalle 8.30 alle 0.30, o in rete, sulle pagine HCGW, le pagine guidate del sito. Chiama il Numero Verde o corri nei negozi Telecom Italia, Inisp e nei migliori negozi di informatica: il divertimento comincia proprio lì.

**TELECOM Italia Net**

\*I prezzi si intendono IVA inclusa.

Proprietà Archivio Storico Telecom Italia

Campagna pubblicitaria Tin-Telecom Italia Net "Su internet con Telecom Italia Net", 1997



**Scegli il meglio nel mare di Internet. Scegli Telecom Italia Net.**

**Mare chiaro. Vantaggi limpidi: l'abbonamento Flat a sole 248.000 lire.**

Facile, veloce, sicuro: i vantaggi di Telecom Italia Net non finiscono mai. Più di 300 punti di accesso (POP) per navigare al ritmo di una telefonata urbana dalle principali città italiane e più di 15.000 punti di accesso per collegare senza limiti tutto il territorio grazie alla capillarità di oltre 200 mila abbonati su Rete Telefonica Generale e 10 milioni su rete ISDN. La velocità e la sicurezza dei collegamenti sono garantite dalle reti private e backbone di Telecom Italia Net che connettono sempre milioni di utenti di prim'ordine (SNMP).

- Help Desk: puoi chiedere informazioni commerciali e tecniche all'installazione al Numero Verde tutti i giorni dalle 8.30 alle 0.30. **167-018787**
- Help On Web (HOW): assistenza on line, un supporto tecnico facile da utilizzare.
- Net Service per collegarsi ad altri servizi.
- Di ricerca su tutto il mondo e trovare facilmente le informazioni che desideri.
- Molti e diversi canali di posta elettronica: utilissimi in qualsiasi parte del mondo.
- 500 Kb di spazio web per discutere, leggere, scrivere in modo creativo e creativo (valida anche il World Wide Web).
- Viaggia ed i Canali Vol per individuare rapidamente i migliori siti di rete, informazioni preziose, notizie, novità, cultura. E non dimenticherai la musica, i video e i documentari.
- La Velocità della Rete: per dialogare direttamente con le risorse che hanno scelto di essere su Rete Italia Telecom Italia Net.
- La promozione è valida fino al 31/12/97.

**TELECOM Italia Net**

www.tin.it

Proprietà Archivio Storico Telecom Italia

Pubblicità Tin -Telecom Italia Net per l'abbonamento flat, 1997

# LA STORIA DI tin.it

Attivo, certo! E' tuo amico silenziosamente a Internet.

Oltre **300.000** navigatori Tin possono collegarsi ad Internet a 56k.  
**Tu a quanto ti collegherai?**



**Da oltre 5000 comuni in Italia chiama ORA! 147.05.05.05 per sapere se il tuo comune è coperto da una telefonata urbana.**

**Se ancora non sei collegato ad Internet è il momento di scoprire tutti i vantaggi che ti può dare la velocità di collegamento di 56k che Tin ti offre da tutta Italia.**

**Che fai, aspetti?**

**Più velocità per i tuoi interessi.**  
Con la velocità di collegamento a 56k da ogni POP in Italia puoi comunicare più in fretta con chi vuoi per hobby o per lavoro ma non solo. Puoi navigare in Internet senza perdere tempo e arrivare subito dove vuoi arrivare. Scopri gli altri servizi di Tin per trasformare Internet in un mezzo facile da usare tutti i giorni. Cosa fare per te? Semplice: scegliere il tuo abbonamento e attivarti subito.

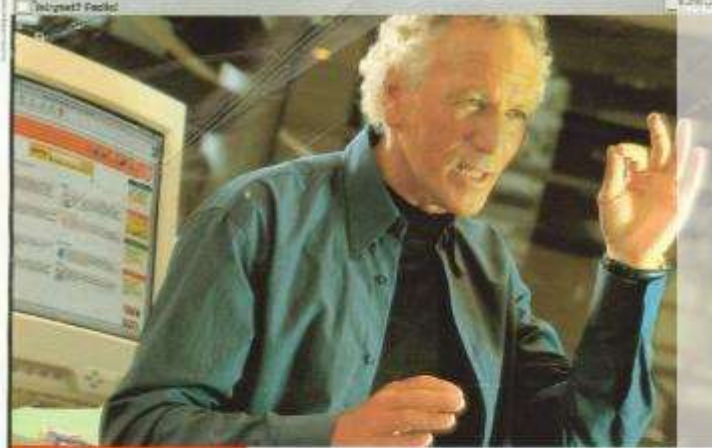
**SEMPRE**  
Da oggi è disponibile per 30 giorni di prova. 1 euro al giorno. 147.05.05.05  
= 26.5-000

**tin.it**  
Internet, finalmente!

Proprietà Archivio Storico Telecom Italia

*Campagna pubblicitaria Tin-Telecom Italia Net "Internet facilmente", 1998*

tin.it



**Vorrei le e-mail per**

**Cosa vorresti da Internet?** Vuoi gli strumenti perché Internet sia più facile da capire e da usare? Vuoi poter leggere la tua posta elettronica da qualsiasi parte del mondo? Vuoi poter ascoltare i messaggi presenti nella tua casella e-mail da un telefono? Vuoi poter collegare da oltre 5000 comuni in Italia al costo di una telefonata urbana? Vuoi poter scegliere un abbonamento fatto su misura per te? Vuoi avere un'assistenza capace di guidarti anche di domenica? Vuoi una vetrina per mostrare il meglio il tuo business on-line? Quello che vorresti da Internet, con Tin.it puoi averlo. Perché la nostra missione è quella di collegarti in modo facile, affidabile e veloce a tutto quello che Internet offre oggi e offrirà domani a te, alla tua vita, ai tuoi affari e soddisfare il tuo desiderio di comunicare. Quello che vorresti da Internet, lo trovi con Tin.it. Non è una promessa. È già oggi una realtà.

**tin.it**  
Internet, finalmente!

Proprietà Archivio Storico Telecom Italia

*Campagna pubblicitaria Tin-Telecom Italia Net "Internet facilmente", 1999*



# LA STORIA DI tin.it

<Hai già un mouse ma non sei ancora su **Internet?**>

Basta scegliere l'abbonamento a Telecom Italia Net che fa per te per entrare in Internet alla grande.  
(E avere un mondo di servizi a tua disposizione).

Più accessi e più servizi sulla rete.  
Telecom Italia Net ti offre oltre 20.000 minuti gratis per accedere da 20.000 punti al computer di casa tua. \*Plus ti dà tutto il meglio di Internet: la velocità, la sicurezza, la comodità.

Come gli abbonamenti su rete fissa.  
Un PC che ti dà tutto il meglio di Internet. La linea dedicata dedicata a Internet ti dà tutto il meglio di Internet. La velocità, la sicurezza, la comodità. La velocità, la sicurezza, la comodità. La velocità, la sicurezza, la comodità.

Fatti dare una mano per la tua rete. La velocità, la sicurezza, la comodità. La velocità, la sicurezza, la comodità. La velocità, la sicurezza, la comodità.

**tin.it**  
TELECOM ITALIA NET  
e ora, Internet

Proprietà Archivio Storico Telecom Italia

*Campagna pubblicitaria Tin (Telecom Italia Net) "hai già un mouse", 1998*

# LA STORIA DI tin.it



*Tin.it+Interactive Communication*  
*case history di un successo*

Internet



## **Risultati:** ecco i numeri che contano.



*Sono passati 2 anni da quando Telecom Italia (e la divisione Tin)  
e Interactive Communication si sono "collegati".  
Dietro questa pagina vi aspettano i numeri più significativi di questa collaborazione.  
Ma se vi dovesse interessare da cosa sono stati prodotti questi numeri,  
vi basterà proseguire la lettura.*

*Scoprirete punto per punto, o meglio, "pezzo per pezzo"  
la costruzione di un successo di marca che è figlio non tanto del classico rapporto agenzia/cliente,  
quanto di un vero e proprio nuovo metodo di lavoro  
che ha coinvolto forze, energia, passione sull'asse telematico Roma-Milano  
e che ha nel gioco di squadra a tutto campo il suo principale punto di forza.*



# LA STORIA DI tin.it



# LA STORIA DI tin.it

## *I numeri che contano*

*Piano di comunicazione*

Tin.it+Interactive Communication: case history di un successo



**Quando serve  
molto di più  
dell'advertising  
tradizionale.**

**INTERNET RICHIEDE  
UNA COMUNICAZIONE  
ARTICOLATA E SPECIFICHE  
CONOSCENZE TECNICHE:**

*Perché è un "prodotto" in continua evoluzione che lavora su tutti i livelli della comunicazione, può interessare tutti i mezzi, è esso stesso un media, anzi è "il" media. Per questo richiede un metodo di lavoro capace di anticipare le continue evoluzioni non solo del mercato e della marca, ma anche del prodotto stesso.*

*Per rispondere a questa sfida Interactive Communication ha creato un rapporto di lavoro interattivo con Tin.it basato su una totale collaborazione via web e un lavoro di squadra interdisciplinare: dal sito, ai collaterals, agli eventi.*

*In questo scenario fortemente innovativo una sola cosa non è cambiata: l'approccio strategico e coordinato di ogni evento di comunicazione.*

*E il successo della marca è lì, a dimostrarlo.*



# LA STORIA DI tin.it

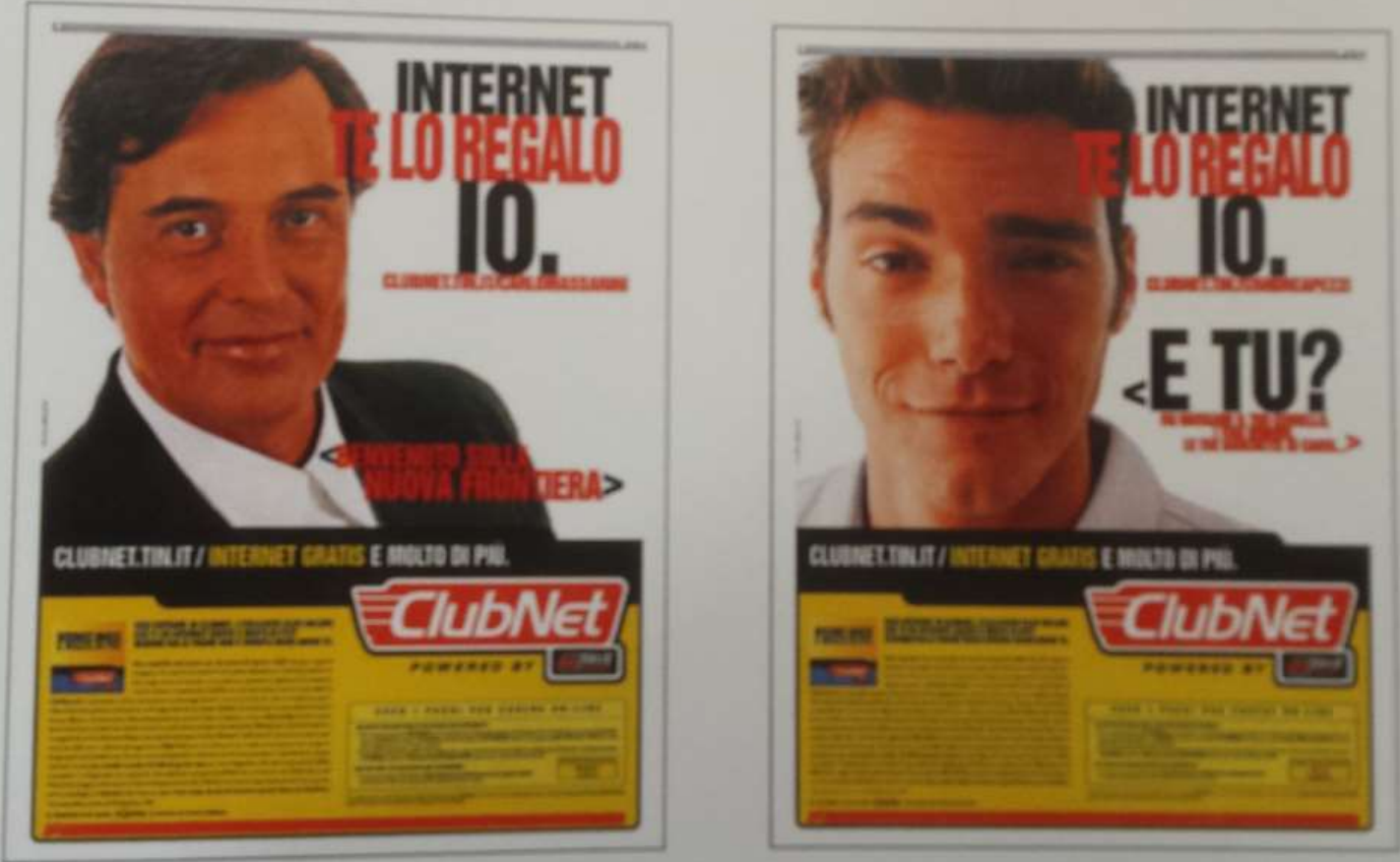
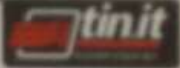




# LA STORIA DI tin.it

**La campagna ClubNet**  
"Internet te lo regalo io"

Tin-It Interactive Communications case history di un successo



**INTERNET TE LO REGALO IO.**  
CLUBNET.TIN.IT CANEGRASSANO

ARRIVATO ALLA NUOVA FRONTIERA

CLUBNET.TIN.IT / INTERNET GRATIS E MOLTO DI PIU.

**ClubNet**  
POWERED BY tin.it

**INTERNET TE LO REGALO IO.**  
CLUBNET.TIN.IT CASAPESCE

<E TU?

CLUBNET.TIN.IT / INTERNET GRATIS E MOLTO DI PIU.

**ClubNet**  
POWERED BY tin.it

# LA STORIA DI tin.it

**La campagna ADSL**  
Annunci stampa

Tin.it+Interactive Communication: case history di un successo

**tin.it**  
MAGGIOR OFFERTA ADSL

**SORPRES@!**

TIN.IT TI OFFRE FINO AL 40% DI SCONTO  
SUGLI ABBONAMENTI INTERNET PREMIUM  
SE TI ABBONI ENTRO IL 31/12/99

**-40%**

**tin.it** **TELECOM** ITALIA

TIN.IT PORTA INTERNET A CASA TUA

**SORPRES@!**

TIN.IT LANCIA **FAST INTERNET ADSL**  
PER NAVIGARE FINO A 640 Kb/s SENZA PIÙ PAGARE  
IL TRAFFICO TELEFONICO. E SE LO SCEGLI ENTRO IL 31/12/99,  
TIN.IT LO INSTALLERÀ GRATUITAMENTE A DOMICILIO.

**FAST INTERNET ADSL**

**tin.it** **TELECOM** ITALIA

WWW.TIN.IT / L'OFFERTA INTERNET DI

**@DESSO!**

NUOVO **FAST INTERNET ADSL**: NAVIGHI FINO A 10 VOLTE  
PIÙ VELOCE, TRAFFICO INTERNET INCLUSO NEL CANONE.  
E FINO AL 31/3 L'INSTALLAZIONE A DOMICILIO È GRATUITA

**tin.it** **TELECOM** ITALIA

WWW.TIN.IT / L'OFFERTA INTERNET DI

**NOVITÀ: NAVIGARE FINO A 10 VOLTE PIÙ VELOCE - WWW.TIN.IT**

**FAST INTERNET ADSL**

**640** **tin.it**

**tin.it** **TELECOM** ITALIA

WWW.TIN.IT / L'OFFERTA INTERNET DI

# LA STORIA DI tin.it

Tin.it+Interactive Communication: case history di un successo



## Il nome e il logo E-vai Dal progetto al prodotto



### Il nome

La richiesta del Cliente ad Interactive Communication era quella di trovare un nome che potesse essere progenitore di una serie di prodotti innovativi progettati sull'incontro tra telefonia ed Internet.

Nasce così "E-vai" dove il Web prefisso "E" si somma a parole dal significato compiuto immediato. Più che un nome prende vita una famiglia di esortazioni dal contenuto chiaro, simpatico, familiare.

### Il logo

Per fronteggiare il problema di non avere un'immagine di prodotto definita (gli accordi tra Cliente e produttori erano ancora in fase di trattativa) l'agenzia scelse di dare un volto al prodotto. Di renderlo simpatico, vicino, umano. Di renderlo vivo e quindi partecipe delle scelte. Ne è nato un logo assolutamente dinamico, ricco di personalità e coinvolgente che ha sicuramente contribuito al successo della campagna.



# LA STORIA DI tin.it

## La campagna Premium I nuovi soggetti



### Nuova rete Internet Premium. Superveloci, con stile.

Il nuovo stile sul web: banda internazionale di 5 Kbit/s per porta, per download elevatissimi, 30 Mbit di spazio web più quello email per poter inviare fino a 10 Mbit di documenti allegati, l'accesso del nuovo sito www.tin.it e l'assistenza gratuita gratuita 24 ore su 24 al Numero Verde 800-010202. A partire da venerdì 10/04/03 per garantire la prima esperienza del web senza dover usare il computer. Short Message su GPRS per inviare messaggi 160 web e anche la prima di immagini e video sul web. GPRS 128 kbit/s per inviare on-line i servizi di telefonia. Da domenica per ricevere via e-mail le news che più ti interessano. Per collegarsi con il nuovo sito 4300 PCF in 150 Paesi nel mondo. Scegli i nuovi abbonamenti Premium Thin: la differenza è una questione di stile. Il tuo. Al 2017. Il tuo. Il tuo.



Il sito tin.it è soggetto ad un refresh capace di rendere l'approccio più immediato, la consultazione più semplice e veloce, il look più attuale e funzionale.



# LA STORIA DI tin.it

## La campagna Webscuola Annunci stampa

Tin.it lancia nuovamente il Concorso Webscuola con premi ancora più ricchi. Interactive Communication studia una campagna dinamica, fresca e giovane che occupa una zona media, quella dell'entertainment sui quotidiani, ben precisa e mirata.

# Webscuola

<http://webscuola.tin.it>



## TUTTA SCUOLA, ZERO NOIA.

### NON PERDERTI IL GRANDE CONCORSO EXPLORATORIUM.

Webscuola è la comunità virtuale delle scuole dove si studia con Internet per prepararsi al futuro. Un modo completamente nuovo di studiare: efficace, approfondito e divertente. Prova ad immaginare tutto quello che Internet può offrire alla tua scuola e molto di più: archivi on-line, lezioni interattive, forum con altre scuole, anche all'estero.

E se ancora non ti basta puoi partecipare con la tua classe al concorso **EXPLORATORIUM** per vincere premi intelligenti e ampliare gli orizzonti della conoscenza.

Per saperne di più visita subito il sito **Webscuola** (<http://webscuola.tin.it>) e dimentica la noia: il tuo modo di studiare non sarà più lo stesso.

In collaborazione con:



*Ministero della Pubblica Istruzione*



WWW.TIN.IT / L'OFFERTA INTERNET DI TELECOM ITALIA

# LA STORIA DI tin.it

## I gadget Dal POP alle Fiere

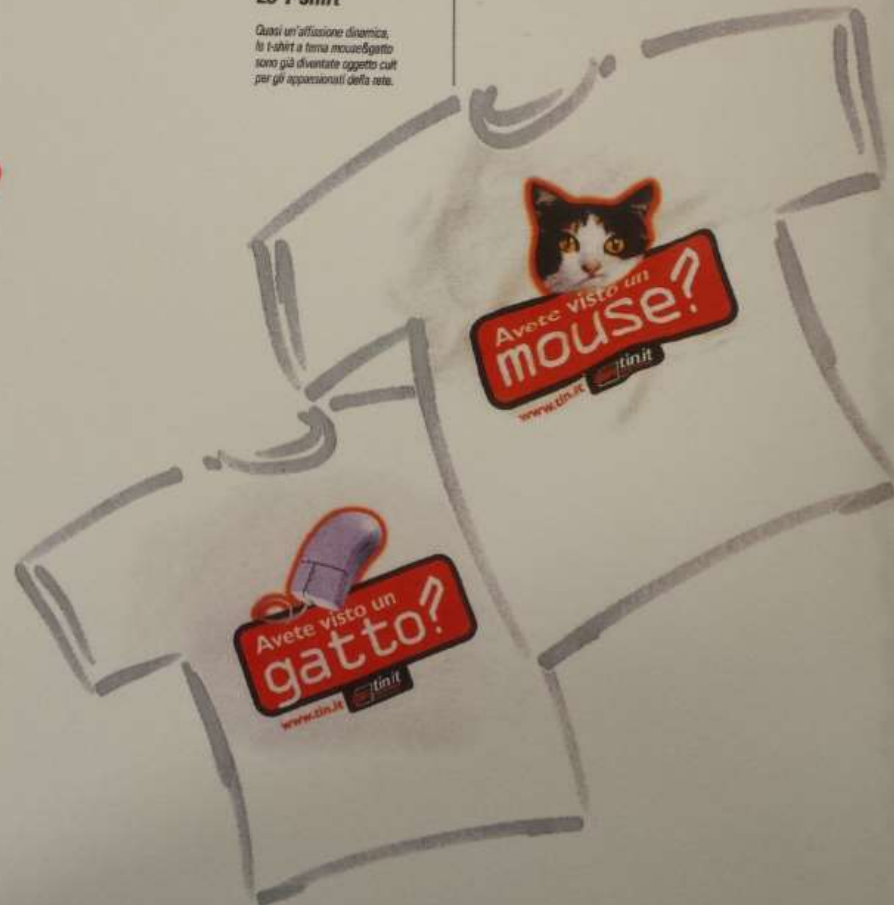
### Internet utile e simpatico

Divertenti, utili, curiosi, i gadget seguono tutta l'impostazione grafica di campagna con tante trovate interessanti capaci di legare il marchio Telecom Italia Net ad un indiscutibile tono di simpatia.



### Le T-shirt

Quasi un'affezione dinamica, le T-shirt a tema mouse/gatto sono già diventate oggetto cult per gli appassionati della rete.





# LA STORIA DI tin.it

## I gadget Dal POP alle Fiere

### La radio mouse

Un altro tipo di collegamento, questa volta via etere, per la radio mouse marchiata Telecom Italia Net. Un gadget che ha raccolto consensi e affiatato le scrivanie di molti.



### I poster

Riprendono i temi di tutta la linea di gadget con particolare attenzione a tipi e prezzi degli abbonamenti.



### I bloc-notes

I bloc notes sono utili. Se sono belli è ancora meglio. Richiestissimi ad ogni evento sono la dimostrazione che scrivere con la penna, anziché usando una tastiera, è ancora in uso (per fortuna!).



# LA STORIA DI tin.it

## La campagna stampa

Soggetti istituzionali

### Lancio

I due soggetti lancio in cui Mc Net introduce la campagna. Finalmente Internet è per tutti. E poi non si tratta più solo di navigare: con la tecnologia Telecom Italia Net, si può volare.

Abbonati a Telecom Italia Net

## <E voila', Internet!>

Telecom Italia Net ti offre quello che davvero serve per avere il meglio da Internet.



**Analizzato il massimo in termini di tecnologia.**  
Telecom Italia Net ti offre infatti 128 Kbps per permettere di navigare al stato di una telefonata urbana (in oltre 20000 punti d'accesso) e l'accesso alla rete di Telecom Italia, nel servizio di Internet alla velocità del pensiero.

**Poi, una buona guida.**  
Internet ti presenta l'esperienza di Telecom Italia Net al tuo fianco. Con il servizio di stato conosci, con il Numero Verde 167-018787 ti supportiamo, con il Web il tuo satellite in rete.

**Sei pronto per entrare in Internet? Ecco l'abbonamento che fa per te**

**SEMPRE**  
12 mesi di abbonamento per 24.000.000 di ore di navigazione. 24h-0000.

**tin.it**  
TELECOM ITALIA NET  
www.tin.it e ora, Internet

Abbonati a Telecom Italia Net

## <In Internet si può navigare. Oppure, volare.>

Scopri tutte le novità e i servizi Telecom Italia Net per ottenere il massimo da Internet.



- Come gli altri 128 Kbps**  
I punti di collegamento per permettere di accedere a Internet da oltre 20000 punti d'accesso al stato di una telefonata urbana.
- Come l'accesso alla velocità di 128 Kbps**  
per navigare, anzi, per volare, gli oggi da alcune città, nell'accesso di Internet alla velocità del pensiero.
- Come il servizio di stato online**  
con il Numero Verde 167-018787 con i servizi dedicati a gestire step-by-step e supportiamo con il Web il tuo satellite in rete.
- Come? Con un servizio gratis**  
scoprendo il tuo abbonamento: lo mostra nei negozi Info, Telecom Italia e nei migliori negozi di informatica della tua città.

**SEMPRE**  
12 mesi di abbonamento per 24.000.000 di ore di navigazione. 24h-0000.

**tin.it**  
TELECOM ITALIA NET  
www.tin.it e ora, Internet

# LA STORIA DI tin.it

## Corporate identity

### Gli abbonamenti

#### Nomi e caratteristiche

I 5 abbonamenti standard di Telecom Italia Net sono stati rinominati seguendo un criterio di chiarezza e semplicità. Inoltre, ogni abbonamento è sempre accompagnato sia dalla descrizione tecnica del contenuto, sia del prezzo, esposto in maniera esplicita.



ABBONAMENTO PSTN

**SEMPRE**

24 ore di collegamento per 365 giorni all'anno - 3 caselle e-mail - 500 kb di spazio Web

lit **248.000** +iva

anziché 400.000 +iva fino al 31/08/1998



ABBONAMENTO ISDN

**AFFARI**

Collegamento dalle 8 alle 20 per 365 giorni all'anno - 5 caselle e-mail - 500 kb di spazio Web

lit **900.000** +iva



ABBONAMENTO PSTN

**100 ePIU'**

100 ore di collegamento (+ ore aggiungibili) - 2 caselle e-mail - 500 kb di spazio Web

lit **1.50.000** +iva



ABBONAMENTO ISDN

**200 ePIU'**

200 ore di collegamento (+ ore aggiungibili) - 3 caselle e-mail - 500 kb di spazio Web

lit **300.000** +iva



ABBONAMENTO PSTN

**TINeLODE**

24 ore di collegamento per 365 giorni all'anno - 1 casella e-mail - 500 kb di spazio Web

lit **1.49.000** +iva



# LA STORIA DI tin.it

Le feste sono tutte uguali,  
sono le persone che le rendono diverse.

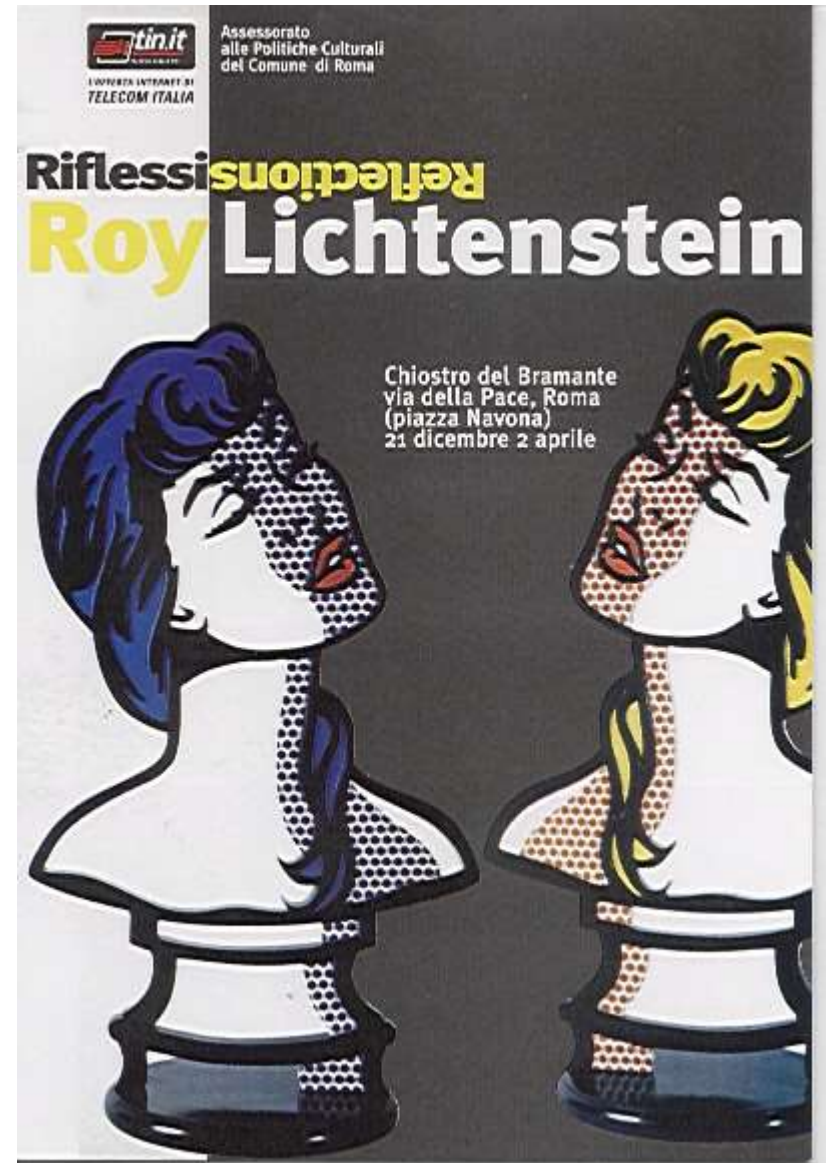
Grazie per essere arrivati tutti insieme  
a questo traguardo.

Andrea Granelli

Responsabile Tin.it



*Festa per l'abbonato n.500.000*



*Un esempio di sponsorizzazione*

# LA STORIA DI tin.it







## Palazzo Stelline Navigare e telefonare online: decima edizione del salone dedicato agli anziani Internet, un giorno di «palestra» per gli over 65

Basta una giornata per prendere confidenza con il mondo di internet, navigare nella rete, aprirsi un blog, spedire la posta, telefonare con skype. Poi, prima di decidere il grande passo — acquistare un pc — la possibilità di frequentare la «palestra»: «smanettare» sul computer, con un tutor pronto a venire in vostro aiuto. Dall'Internet Saloon cittadino, al Palazzo Stelline (corso Magenta 63), il primo nato dieci anni fa, sono passati tanti studenti over 65 da riempire due volte lo stadio di San Siro. A Sondrio, dove Aim (Associazione interessi metropolitani) con i partner (Gruppo bancario Credito Valtellinese, HP, Microsoft Italia e Telecom Italia) fedeli ha aperto una sede staccata nel 2004, ha frequentato la scuola un residente su quattro.



Doveva essere un esperimento, anzi una provocazione, come ha ricordato Pier Giuseppe Torrani, presidente Aim. «Una scuola per computer per quasi nonni o nonni davvero. È diventato un servizio sociale», per ridurre la distanza siderale che rischia di

separare le generazioni dei nativi digitali persino dai loro genitori. Oggi, ad Internet Saloon si accede su prenotazione. Luisa Toeschi, anima di Aim, precisa che c'è la lista d'attesa. E ad incitare i nonni perché si avvicinino senza timori alla tecnologia è stato Carlo Vergani, geriatra. L'uso del computer e l'accesso alla rete aprono alle novità e tengono in attività la materia grigia: «L'invecchiamento è nelle nostre mani, bisogna rompere i tabù e usare il cervello. Evitare i deja vu proprio come si devono evitare i vuoti affettivi». I dati Istat gli danno ragione. «Oggi in Italia utilizzano il computer il 12 per cento degli over 65 e il 4 per cento degli ultra settantacinquenni». Navigano su internet, dialogano su skype, si organizzano le vacanze. Gabriele Galateri di Genoa, presidente Telecom Italia,

ha aggiunto che «da uno studio risulta che il 70% di chi ha frequentato un corso di Internet Saloon aspira a frequentarne anche uno più avanzato. Chi sperimenta la libertà di internet, ne vuole sempre di più, a qualsiasi età. Ma un grande progetto nazionale di alfabetizzazione informatica non può essere demandato solo alla società civile e alle imprese. Sono indispensabili politiche e risorse adeguate».

Ma le competenze tecnologiche «possono rivelarsi un elemento fondamentale per sviluppare nuove e più stimolanti opportunità di impiego per gli over 50enni che vogliono essere attivi nel mondo del lavoro», ha aggiunto Pietro Scotti Jovane, ad di Microsoft Italia.

Paola D'Amico  
pdamico@corriere.it





Spediz. abbonam. postale - 45% - Art. 2 - Comma 20/B - Legge 662/96 - Milano

Fondato



## Il Sole 24

Quotidiano Politico

Il consiglio ha deciso lo scorporo e la quotazione della società Internet

# Telecom rilancia con Tin.It e fa scintille in Borsa (+6%)

Domani l'addio al piano Tecnost - Olivetti studia un aumento di capitale

ROMA. — Il consiglio di amministrazione di Telecom ha approvato il progetto di scorporo di Tin.It. La divisione Internet del gruppo telefonico diventerà una Spa posseduta al 100% da Telecom: entro il 2000, presumibilmente l'estate prossima, una quota di minoranza sarà collocata sul mercato con un'Opv e Tin.It sarà quotata in Borsa. Il cda non ha affrontato l'argomento del concambio Tecnost-Telecom, né è stata ufficializzata la rinuncia al piano per la scissione di Tim da Telecom. Oggi è previsto un incontro informale tra il vertice del gruppo delle tlc e gli advisor incaricati di verificare la congruità del concambio.

Il cda Telecom ha anche approvato i conti del gruppo per i primi nove mesi. L'utile netto di Tim ha raggiunto i 2.258 miliardi (+33,2%). Il fatturato Telecom è in calo, ma l'utile netto è aumentato del 9,7 per cento; l'utile consolidato è diminuito del 16,3% rispetto allo scorso anno, quando furono contabilizzati 634 miliardi di plusvalenze. Ora l'attenzione si sposta sui cda Tecnost e Olivetti di domani, che dovrebbero ufficializzare l'abbandono del piano di riassetto.

La Borsa ritiene l'evento ormai scontato: ieri il rapporto di

conambio espresso dal mercato era di poco inferiore a 2,2 e Telecom, per festeggiare le novità, è schizzata a 10,2 euro a Milano e a 10,5 a New York.

Intanto prende corpo l'ipotesi che Olivetti si prepari a tornare, sia pure non a breve, sul mercato per raccogliere nuove risorse (4mila miliardi secondo alcune fonti) e che oggetto di valutazione possa essere anche l'incorporazione di Tecnost.

SERVIZIO A PAG. 3

BANCHE

**Più vicine le nozze tra UniCredit e Bilbao**

QUAGLIO A PAG. 25

A PAG. 33-40

**SETTIMANA FINANZIARIA**

**Parigi o Francoforte? In cerca della Borsa euro che salirà di più**

## Vodafone, nuova offerta da 240mila mld ma Mannesmann respinge l'Opa-record

LONDRA. — Vodafone Airtouch rilancia per Mannesmann a 240mila miliardi di lire, la maggiore Opa della storia. Ma il colosso telefonico e meccanico tedesco respinge anche la nuova offerta definendola «troppo bassa» e promette battaglia, spogliato dai sindacati.

Nella sua resistenza, il management di Mannesmann ha trovato ieri un potente alleato: il premier tedesco Gerhard Schröder, il quale in un'intervista a «Le

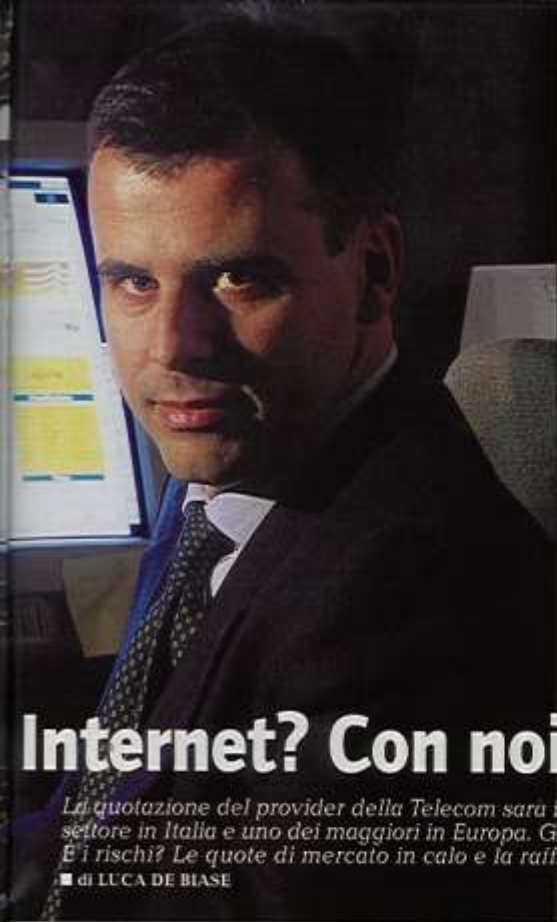
Mondes» si è scagliato contro le scalate ostili affermando che «distruggono una cultura industriale» e ha consigliato «notevole prudenza a chi vuole lanciarsi in simili avventure».

I vertici di Vodafone hanno difeso ieri la logica industriale dell'operazione e hanno fatto appello ai soci di Mannesmann (almeno il 60% del capitale è in mano straniera). Il gruppo inglese ha inoltre confermato che in caso di successo scoprirebbe e

quoterebbe separatamente le attività meccaniche di Mannesmann e Infrastrada, la controllata italiana che opera nella telefonia fissa.

I mercati hanno ieri reagito nervosamente al nuovo rifiuto di Mannesmann, delusi anche per il fatto che la nuova proposta non contiene una parte in contanti. Il titolo del gruppo tedesco ha ceduto il 6,9% a 193,10 euro e quello di Vodafone ha perso il 2,2% a 277,25 pence.

SERVIZIO A PAG. 3





PRATO/PAOLO CARRO

**ECONOMIA**

**IL TEMPO STRINGE**  
La Telecom di Roberto Colaninno (qui a sinistra) vorrebbe portare in borsa la Tin.it entro giugno. Ma nel frattempo in Piazza Affari arriveranno altre 16 società internetiane mentre in Europa esordirà il colosso T-Online.

**I tre leader della rete**

|                | Numero clienti | di cui paganti |
|----------------|----------------|----------------|
| <b>tin.it</b>  | 2.400.000      | 750.000        |
| <b>Telecom</b> | 1.540.000      | 340.000        |
| <b>TISCALI</b> | 1.000.000      | 0              |

## Internet? Con noi vi passerà

*La quotazione del provider della Telecom sarà il più grande collocamento del settore in Italia e uno dei maggiori in Europa. Gli analisti prevedono un successo. E i rischi? Le quote di mercato in calo e la raffica di altre matricole hi-tech.*

■ di LUCA DE BIASE

la Rete come l'inet, l'eBiscam e la Logos. La Tin.it, non solo per motivi legati all'indebitamento del gruppo, non poteva restare fuori dal giro. Le ipo (initial public offering, cioè i nuovi collocamenti in borsa) servono per raccogliere capitale, valorizzare gli asset e soprattutto disporre di azioni spendibili in acquisizioni e alleanze. America Online docet.

Oggi, in effetti, le azioni internetiane stanno facendo i fuochi d'artificio. In Italia, il valore di un investimento in Tiscali è cresciuto del 1.067 per cento in tre mesi dai 46 euro del collocamento. In Spo-

gna, Terra networks (il provider della Telefonica) è passata da 13 a 86 euro in due mesi. In Germania, Freenet.de è passata da 29 a 134 euro in un mese. In Francia, Artprice.com è andata da 19,06 a 55 euro in una settimana. Uno spettacolo probabilmente impetibile, che da un lato ha accelerato ulteriormente l'interesse del pubblico ma che dall'altro alimenta l'offerta di titoli. In particolare, è atteso per aprile il collocamento di T-Online, il provider più grande d'Europa con 4,2 milioni di abbonati, che fa parte del gruppo Deutsche Telekom. Con

mosse fatiche comprensibili, i tedeschi manterranno basso il flottante, a circa il 10 per cento del capitale, in modo da non inflazionare il settore e tenere i prezzi a livello elevato. Ma certamente, l'arrivo di una società che sembra destinata a capitalizzare 30 miliardi di euro non lascerà il mercato indifferente.

Tin.it entrerà in borsa, dunque, in un momento in cui la fame di titoli si sarà ridotta. Ma ci arriverà da leader di un mercato, come quello italiano, che cresce velocissimamente. Gli abbonati del provider della Telecom sono aumentati ▶



# LA STORIA DI tin.it

Chase H&Q helps shape the companies that are re-shaping the internet.

**Network Solutions**  
Pending  
\$21,000,000,000  
will merge with  
**VeriSign, Inc.**

**TELECOM ITALIA**  
Pending  
€28,000,000,000  
will merge with  
**tin.it**  
with  
**SEAT Pagine Gialle SpA**

Already this year, Chase H&Q has advised on many of the most significant mergers and acquisitions in the internet. These include the second and third largest transactions in internet history — the merger of Network Solutions Inc. and VeriSign, Inc. and Telecom Italia's merger of its Tin.It internet subsidiary, Italy's leading internet service provider, with SEAT Pagine Gialle SpA, owner of Italy's most popular portal. Internet leaders turn to Chase H&Q for the experience, focus and relationships they need to stay ahead of the competition. Call Paul Cleveland of Chase H&Q at (415) 439-3318 to find out how we can help you grow.

[www.chase.com](http://www.chase.com)

©2000 The Chase Manhattan Corporation. Securities, financial advisory and other investment banking activities are performed by Chase Securities Inc. and its securities affiliates, and lending, derivatives and other commercial banking activities are performed by The Chase Manhattan Bank and its affiliates. These Chase companies are separate subsidiaries of The Chase Manhattan Corporation. Chase H&Q is a division of Chase Securities Inc. — Member NYSE/SIPC. Issued and approved by Chase Manhattan plc — Regulated by the SFA. The products and services featured above are not available to private customers in the UK.



Colaninno: manterremo la maggioranza del provider per svilupparlo sui mercati esteri

## Telecom premia le "risparmio" Tutti gli azionisti nel collocamento Tin.it

dal nostro inviato RINALDO GIANOLA

**VENEZIA** — Acquisizioni e alleanze, sviluppo internazionale, reperimento di nuove risorse finanziarie attraverso la quotazione in Borsa. Tin.it, la società di Internet di Telecom Italia, si presenta al mercato definendo le linee che seguirà nei prossimi mesi. Roberto Colaninno, consigliere della grande attenzione degli investitori per la prossima quotazione in Borsa, inverte la comunità finanziaria riunita all'Isola della Giudecca che il gruppo Telecom «manterrà un'ampia maggioranza assoluta di Tin.it» e promette che il collocamento sarà in favore «di tutti gli azionisti Telecom», sia ordinari sia di risparmio. Pressino due minuti della diffusione di queste parole e le azioni Telecom risalgono vengono sospese per eccesso di rialzo.

L'aroma e l'interesse dei mercati per la quotazione del primo provider italiano sono fortissimi. Investitori e analisti insistono per avere maggiori informazioni sul valore di Tin.it, chiedono dettagli sulla strada che verrà seguita per portare le azioni in piazza Affari. Ma Colaninno si limita ad alcune enunciazioni di principio, informa che la prossima settimana saranno decisi gli advisors. Niente di più preciso, non si sa ancora se ci sarà una scissione oppure un'offerta pubblica o qualche cosa d'altro.

Ma Tin.it è l'oggetto del desiderio degli investitori e autori di banchieri d'affari cortegiano Colaninno a Venezia nemmeno fosse Shatov. Stesse per ottenere il mandato a dirigere quella che si proclama come uno dei ricolti collocamenti azionari del 2000 in Europa. Colaninno non teme la febbre della Rete: «Non penso che tutte le società di Internet siano sopravvalutate, probabilmente ci sarà una selezione nel prossimo futuro come avviene in altri settori industriali». Gli analisti fanno paragoni. Guardano allo strepitoso successo ottenuto da Terra Net, il provider di Telefontica de' Esposti, attendono l'offerta di T-Online, la società di Deutsche Telekom. E sperano di mettere le mani su Tin.it.



Responsabile della direzione, 39 anni, figlio dell'ex ministro De  
**E' Andrea Granelli l'uomo-Internet**

**VENEZIA** — L'uomo Internet di Telecom Italia è Andrea Granelli, 39 anni, originario di Bergamo, figlio dell'ex senatore democristiano Luigi, recentemente scomparso. Laureato in informatica, obiettivo di consulenza con servizio civile presso l'Istituto farmaceutico Mario Negri, Granelli ha fatto il bagno di folla nell'incontro con la comunità finanziaria negli ultimi due giorni. Il manager ha lavorato, tra l'altro, presso il gruppo Ferruzzi, alla società di consulenza McKinsey e infine a Video on line di Nicola Grassi poi acquistata da Telecom. Attualmente è responsabile della Direzione Internet del gruppo Telecom.

ro e portali multimediali con contenuti legati all'Italia stesi come l'arte, il turismo, prodotti religiosi e-commerce. Questa attina, che sembra ricalcare le conclusioni di un recente studio dell'Università Bocconi, ha un grande valore economico se, naturalmente, gli italiani saranno messi in grado di operare sulla Rete con strumenti adeguati e a costi con-

tenuti. Secondo il guru dell'Era Digitale, Nikolas Negroponte, «lo sviluppo del commercio elettronico è frenato dal costo eccessivo delle telefonate urbane». Toccherà, dunque, a Telecom prestare telefono e Internet come due canali comunicanti, senza penalizzare nessuno.

L'obiettivo è esplicito: «Ci siamo detti che per Tin.it vogliamo

ripetere il successo di Tim» afferma Colaninno. Marco De Benedetti, amministratore delegato del primo operatore di telefonia mobile in Europa con 18,5 milioni di clienti, snocciola le cifre del 1999: «Abbiamo chiuso l'anno con ricavi pari a 14.425 miliardi, in crescita del 21% rispetto al 1998, il margine operativo lordo è pari al 46,5% del fatturato». So-

Le prospettive del mercato italiano vengono giudicate ottime, probabilmente le migliori sullo scenario europeo in questo momento. Per due motivi: l'Italia ha un ritardo di almeno due anni rispetto ai maggiori partners continentali e deve accelerare il passo; i potenziali utenti sono tutti i proprietari di un telefono cellulare e in Italia non mancano. Andrea Granelli, il responsabile Internet di Telecom, un nome nuovo che avrà un ruolo importante nello sviluppo della società, descrive questo scenario: il mercato italiano Internet raggiungerà i 26 milioni di utenti nel 2007 rispetto ai circa 5 milioni di oggi con un traffico di 176 milioni di minuti rispetto ai 9 milioni attuali. «Tin.it ritiene che ci siano grandi vantaggi, in particolare si può contare su un bacino di oltre 300 milioni di persone, dagli Stati Uniti all'Europa, interessante ai beni e servizi di provenienza italiana, cui vanno aggiunti circa 60 milioni di persone di lingua italiana che vivono all'estero» argomenta Granelli. Il provider di Telecom intende sfruttare queste opportunità realizzando specifici portali per gli italiani all'este-

**I GIUDIZI DELLE MAGGIORI BANCHE D'AFFARI**

|                   | Telecom Italia   | Telecom risp.   | Tin              | Tin risp. | Telecom       | Qiberti          |
|-------------------|------------------|-----------------|------------------|-----------|---------------|------------------|
| Banca Leonardo    | 13/17 buy        |                 | 9/2              |           | 4/6 / buy     | 3/4 / hold       |
| Credit Lyonnais   | 14/18            |                 | 8/11             |           |               |                  |
| Deutsche Bank     | 15/18            | 8,2-8,8         |                  |           |               |                  |
| Dresdner Bank     | 14               | 7,5             |                  |           |               |                  |
| Intermedial       | 12/17            |                 | 9,5 *            |           |               |                  |
| Morini Lynch      |                  |                 | 11/17 buy        |           |               |                  |
| Morgan Stanley    | 11,8/17 hold     |                 | 8,9 *            | buy       | hold          | hold             |
| Morgan Stanley    | 14-15 / outperf. | 6,7-7           | 10-11 / outperf. | outperf.  | 12 / outperf. | 12,3-14/outperf. |
| Radi              | 14/17 add        | 8,66 / outperf. | 11,7 / buy       | 9,5 / buy | 12,7 / add    | hold             |
| Société Générale  | 14 / buy         |                 |                  |           |               |                  |
| Standard & Poor's | 15,6 / buy       |                 |                  |           |               |                  |
| Warburg Pincus    | 18               |                 | 12 / buy         |           | 6,7           | 2,7              |

\* resistenza in alto

**LOCOMOTIVA TELECOM/2** Secondo Gupta, analista per le tlc di Standard & Poor's, la società che è nata dallo spin-off delle attività Internet può essere valutata intorno a 10 miliardi di euro

## Benedetta Tin.it

di Ester Corvi

«S»i considera anche Tin.it, il prezioso obiettivo di Telecom Italia è 13,6 euro per azione. Nel bene o nel male, da qui a metà gennaio 2000, quando si preveda un incontro con gli azionisti, un aspetto che l'andamento della quotazione si mantenga pressoché stabile, ma le potenzialità di ulteriore crescita sono evidenti. Molto dipenderà dai tempi con cui verrà realizzata la ristrutturazione», spiega a *Money Finance* Siddhant Gupta, analista per il settore europeo delle telecomunicazioni di Standard & Poor's, pensa la sede di Londra.

**D. Che modello di valutazione ha utilizzato?**  
R. Per valutare Telecom Italia ho usato il metodo basato sulla somma delle parti, considerando separatamente il business della telefonia fissa e le attività complementari, la telefonia mobile e il valore stimato di Tin.it. Per quanto riguarda le linee fisse ho utilizzato, per esempio, un ratio price/operating income per il 99 pari a 3, contro 4,8 di British Telecom, 5 di France Telecom e 5,4 di Deutsche Telekom.

**D. Anche Tin merita di più?**  
R. Tin tratta a scotto rispetto ad altri operatori continentali, perché riflette l'alto livello di penetrazione della telefonia cellulare in Italia. Ma non dovrebbe

partner interno, americano o europeo, per ampliare il suo raggio d'azione. Una selezione di questo tipo potrebbe far emergere maggiore valore e sarebbe vantaggiosa anche per gli azionisti di Telecom Italia.

**D. A spingere al rialzo le quotazioni la scorsa settimana è stata l'esofora legata a Tin.it, la società che è nata dallo spin-off della divisione Internet. Qual è il contributo che darà ai risultati di Telecom?**  
R. Il valore che può essere attribuito a Tin.it è quindi va considerato nella stima di Telecom Italia, e i 7 euro per azione. Completamente la valutazione di Tin.it è 10,1 miliardi di euro.

**D. Come è arrivato a questa stima?**  
R. Per valutare la società Internet si sono presi i dati di sviluppo al prossimo trimestre dei principali servizi offerti, e ci si è basati sul fatto che il settore è in fase di crescita. Il ratio più adeguato, a mio parere, l'ultimo valore d'impresa/numero utilizzatori. Ho quindi considerato un valore medio di 3,768 euro per ogni utilizzatore di Tin.it, in base al numero di abbonati previsti per il '99, sono arrivati alla stima di oltre 10 miliardi di euro.

**D. Con il suo modello qual è il valore dell'intero gruppo Telecom Italia?**  
R. È di 13,6 miliardi di euro. A questa cifra è stato aggiunto uno sconto del 10%, per tenere conto delle incertezze sul potenziale di ristrutturazione.

**D. Quali sono, a suo parere, i punti di debolezza di Telecom?**  
R. Inconfortabile le incertezze sulle modalità con cui verrà attuato il debito e, dall'altra, la complessa struttura di controllo del gruppo, (ripetizione di servizi).

**CORRIERE DELLA SERA**

L'analisi elaborata dal perito nominato dal Tribunale valorizza le prospettive di crescita del gruppo

# «Tin.it vale 40.208 miliardi»

## Le conclusioni della Ernst & Young sulle attività Internet di Telecom

**MILANO** — Tin.it vale 40 mila miliardi di lire. Anzi, per la precisione, 40.208 miliardi. È questo il risultato della perizia formulata dalla società di revisione contabile Ernst & Young, su incarico del Tribunale di Torino. È la prima volta che un esperto indipendente mette nero su bianco una stima ufficiale del valore delle attività Internet destinate a passare da Telecom Italia a Seel-Pagine Gialle per creare il nuovo campione nazionale della New Economy. Ma prima del varo della fusione, previsto per estate inoltrata, il gruppo guidato da Roberto Colaninno ha chiesto tutte le proprie attività Internet a una società ad hoc, la Immobiliare Savignone. Quest'ultima, nelle settimane scorse, ha cambiato nome in Tin.it, in attesa di essere assorbita da Seel.

Proprio in vista del conferimento, come prevede la legge, il Tribunale di Torino (vede di Telecom) ha dato incarico a un perito indipendente di valutare gli asset della futura Tin.it. Ernst & Young si è messa su un doppio binario. Ha formulato una valutazione puramente contabile (55 miliardi) che sarà valida a fini fiscali. D'altra parte però ha anche analizzato l'attività e le prospettive di Tin.it per giungere a una stima del valore di mercato della società. Un valore fissato in 40 mila miliardi circa sulla base, dicono i periti, «del raffronto con alcuni concorrenti internazionali», che però non vengono specificati. La stima formulata dalla Ernst & Young si basa sui dati societari al 31 dicembre scorso e potrebbe diventare un parametro di riferimento anche per la prossima (Antitrust permettendo) fusione con la Seel di Lorenzo Pellicoli. Finora infatti i vertici della Telecom si sono limitati a comunicare che la fusione verrà conclusa sulla base di un rapporto di consultazione alla pari tra i titoli delle Pagine Gialle e quelli di Tin.it. Questo impedisce che le attività Internet di Telecom abbiano lo stesso valore di Seel, che è quotata in Borsa. E Piazza Affari, sulla base della quotazione delle azioni, ieri valutava l'azienda di Pellicoli circa 39.700 miliardi. Come dire che i conti tornano, almeno in questo momento. Il prezzo di mercato, infatti, corrisponde alla stima del perito, che risale a poco più di un mese fa. Bisogna però ricordare che a marzo, sull'onda dell'entusiasmo per la fusione, Seel era arrivata a capitalizzare in Borsa ben oltre 50 mila miliardi di lire.

I, analisi della Ernst & Young è ricca di dati, in gran parte inediti. Dalla perizia emerge, per esempio, che Tin.it ha sviluppato nel 1999 un fatturato Internet di 146 miliardi e, con una quota del 46%, è di gran lunga il leader di mercato. Al secondo posto c'è l'Infrastruttura, con un giro d'affari di 67,7 miliardi e una quota del 21%, davanti a I Net (44 miliardi e 14%). A fine dicembre Tin.it poteva vantare 704 mila abbonati a pagamento e 1 milione e 280 mila abbonati free, cioè a canone zero. Il secondo operatore in graduatoria, ovvero Infrastruttura, era invece attestato a quota 366 mila abbonati a pagamento e 1 milione e 180 mila clienti free. Un paragrafo della perizia è dedicato anche all'e-commerce, una delle nuove frontiere di sviluppo di Internet. Secondo la Ernst & Young, Tin.it arriverà a ricavare circa 1 miliardo dall'e-commerce, ma questa cifra è destinata a salire rapidamente fino ai 126 miliardi previsti per il 2003. Nella nuova Tin.it però non sono state conferite soltanto le attività Internet. Telecom ha ceduto anche alcuni asset minori. Tra questi, per esempio, ci sono anche i contratti tra la stessa Telecom e Seel per la realizzazione e lo sfruttamento pubblicitario degli elenchi telefonici, le cosiddette Pagine bianche. Questi contratti, secondo la stima della Ernst & Young valgono 450 miliardi. In Tin.it è inclusa anche la partecipazione del 50% in Viasat (sistemi satellitari e servizi telematici). Una quota che è stata valutata dal perito circa 1.480 miliardi.

**Vittorio Malagutti**

giugno 2000



# CAPO DELLA RICERCA DI TELECOM ITALIA

## AZIENDA/TELECOM ITALIA LAB

### La 'innovation company'

Per la divisione di Telecom Italia ricerca e profitti non sono incompatibili

**L**a maggior parte di quel che c'è adesso su Internet è perfettamente inutile. Pagine su pagine che non legge nessuno e nessuno vorrebbe leggere". Non è tenero con la Rete Andrea Granelli, vulcanico ceo (chief executive officer, cioè amministratore delegato) di Telecom Italia Lab, la nuova business unit di Telecom Italia. Eppure la ama, come una donna misteriosa che nasconde i suoi segreti e le sue contraddizioni: "Stiamo ancora cercando di capire che cos'è Internet, ogni giorno qualcuno inventa una definizione nuova e nessuna è quella giusta".

Trentanove anni e una carriera che parte da una laurea in informatica e una borsa di studio al Cnr per approdare ai piani alti di Telecom, Granelli è un po' un Ulisse del XXI secolo, con la smania di esplorare i territori sconosciuti, fare nuove esperienze, superare i limiti fissati da altri. Progetta l'Odissea prossima ventura in una stanza tutta in bianco, spazi liberi, schermi di computer e schemi misteriosi alla lavagna, in Corso d'Italia 41, a Roma. È il palazzo della direzione generale Telecom Italia, e nelle stanze di Granelli l'atmosfera ricorda quella del Media Lab di Negroponte, o la sede di una promettente start up della new economy o gli uffici di un aggressivo venture capitalist dell'ultima generazione. Impressioni corrette, perché Telecom Italia Lab, nata il 23 gennaio scorso, è tutte queste cose e molte altre.

"L'idea base nasce dall'esistenza dello Cselit, il centro di ricerca del gruppo Telecom Italia, che è uno dei più avanzati del mondo, e dall'intuizione di unire la ricerca e l'attività di venture capital", spiega Granelli mentre pranza con un vasetto di yogurt speciale ("di latte di bufala, è eccezionale!"): "Ne ho parlato con Colaninno e abbiamo presentato il progetto al consiglio di amministrazione". Il risultato è una innovation company, anzi: The Innovation Company, perché la missione di T-Lab - così viene accorciato il nome della nuova azienda - è tutta concentrata in questa parola: "Si tratta di stimolare, seguire, gestire l'innovazione", spiega ancora Granelli: "In tutti i suoi aspetti, dalla prima idea alla sua applicazione,



Andrea Granelli, amministratore delegato di Telecom Italia Lab. La nuova business unit di Telecom Italia ha come missione quella di stimolare, seguire e gestire l'innovazione, senza mai perdere di vista l'obiettivo del profitto.

comprese le risorse finanziarie allo stadio di venture capital e le alleanze strategiche necessarie per lavorare su un mercato mondiale".

Tutto questo con un occhio ben puntato al mercato e ai ritorni finanziari per il gruppo: T-Lab punta ad accelerare la creazione di nuovi servizi che portino valore aggiunto e vantaggi competitivi al gruppo Telecom, nonché (è scritto nero su bianco) significativi guadagni. Un'impostazione che ha fatto storcere qualche naso tra i paladini della ricerca pura, specie per quel che riguarda il ruolo dello Cselit: una spa che impiega 1.000 ricercatori, con 13 mila metriquadri di laboratori a Torino e che, insieme al Cnet francese, è il fiore all'occhiello della ricerca europea in questo settore. Tanto per ricordare qualcosa, è allo Cselit che è stato inventato e sviluppato l'Mp3, il famoso protocollo di compressione dei file musicali su Internet. Già oggi la ricerca pura è solo il 25% dell'attività dello Cselit, considerata una quota limite. Non si rischia di perdere valore puntando alla ricerca del profitto? Andrea Granelli non ha una risposta. Ne ha tre. E le ritiene tutte convincenti: "Primo", enumera: "Telecom Italia

Lab non è la Compaq, non deve produrre hardware, macchine, computer, nuove tecnologie da brevettare. Noi siamo un service provider, un incubator, facciamo ricerca e sviluppo e investiamo in start up ad alto potenziale. Insomma, la nostra attività non è la caccia al brevetto. Anche se...". Anche se? "C'è un gap enorme da colmare sui brevetti innovativi tra Europa e Usa", dice Granelli mostrando una tabella comparativa: "Nel 1999 negli Usa sono stati presentati 272.221 brevetti, in Europa solo 121.750 e in Italia 9.330". Bene. "Seconda risposta", prosegue: "è il senso della misura, anche per i ricercatori. C'è uno spazio per il venture capital 'early stage' (cioè fase iniziale), la possibilità di finanziare ricerche che possono avere prospettive di business solo a lungo termine, ma i ricercatori devono imparare a essere misurati, a trovare un equilibrio". La terza risposta? "È un esempio: guardiamo quel che è successo con il genoma. In quel caso un grande progetto finanziato dagli Stati, lo Human Genome Project, e una ricerca finanziata dal venture capital e condotta da un'azienda privata che ha per scopo il profitto, la Celera, hanno prodotto risultati simili e sono arrivati a collaborare. È la dimostrazione della possibilità, per il venture capital, di affrontare anche ricerche di base".

E, poi, Granelli ci tiene al rapporto con i ricercatori e con il mondo accademico. Anzi, ne fa un punto cardine della strategia di Telecom Italia Lab, alla pari con la ricerca e il business. Si va da Delphi, una specie di oracolo collettivo per predire il futuro della società, dell'economia e dell'innovazione, che coinvolge tra gli altri Stefano Rodotà, Alberto Abruzzese, Luigi Spaventa, Paolo Savona, Antonio Ruberti, a un laboratorio della conoscenza con cattedratici delle più importanti università italiane che sperimentano le nuove tecnologie applicate all'insegnamento, alla collaborazione sinergica con il Mit. E c'è anche il progetto di una vera e-university, con un corso di laurea in scienze delle comunicazioni: "Il più adatto per sperimentare il nuovo modello di università, che nasce dalla disponibilità delle nuove tecnologie", spiega Granelli. "Si tratta di cam-











**... E TELECOM**





CERCHIAMO 400 FACCE NUOVE PER INVENTARE IL TUO FUTURO CON INTERNET.

DIPLOMATI, LAUREATI E APPASSIONATI DELLA COMUNICAZIONE GLOBALE.

VISITA [WWW.TELECOMITALIA.IT/FUTURO](http://WWW.TELECOMITALIA.IT/FUTURO) O CHIAMA IL NUMERO VERDE 800-015500.

COME VORRESTI CHE FOSSE IL FUTURO?

TELEFONA FISSA, MOBILE, INTERNET, INFORMATION TECHNOLOGY THE NEXT THING.

**TELECOM**  
ITALIA

[www.telecomitalia.it](http://www.telecomitalia.it)

L'INIZIATIVA DI TELECOM ITALIA HA AVUTO UN GRANDE SUCCESSO. GRAZIE AI TANTI CURRICULUM RICEVUTI, ABBIAMO TROVATO LE PRIME 100 PERSONE CHE VOGLIONO INVENTARSI UN FUTURO CON NOI. MA NON È FINITA QUI. IL NOSTRO PROGETTO PREVEDE 6.200 ASSUNZIONI MIRATE ENTRO IL 2002. QUINDI, MOLTI ALTRI GIOVANI POSSONO AVERE L'OPPORTUNITÀ STRAORDINARIA DI ESSERE ASSUNTI IN UNA DELLE SOCIETÀ DI TELEFONIA FISSA, MOBILE, INTERNET, INFORMATION TECHNOLOGY O THE NEXT THING. INIZIANDO CON SEI MESI DI FORMAZIONE, PER SAPERNE DI PIÙ VISITA IL NOSTRO SITO O CHIAMA IL NUMERO VERDE. IL NUOVO VOLTO DEL FUTURO POTREBBE ESSERE IL TUO.



CERCHIAMO 300 FACCE NUOVE PER INVENTARE IL TUO FUTURO CON INTERNET.

DIPLOMATI, LAUREATI E APPASSIONATI DELLA COMUNICAZIONE GLOBALE.

VISITA [WWW.TELECOMITALIA.IT/FUTURO](http://WWW.TELECOMITALIA.IT/FUTURO)

COME VORRESTI CHE FOSSE IL FUTURO?

TELEFONA FISSA, MOBILE, INTERNET, MEDIA, IT, THE NEXT THING?

**TELECOM**  
ITALIA

[www.telecomitalia.it](http://www.telecomitalia.it)

L'INIZIATIVA DI TELECOM ITALIA CONTINUA. TRA I TANTI CURRICULUM RICEVUTI, ABBIAMO SELEZIONATO 200 GIOVANI CHE VOGLIONO INVENTARSI UN FUTURO CON NOI. MA NON È FINITA QUI NELL'AMBITO DEL PROGETTO CHE PREVEDE 6.000 ASSUNZIONI ENTRO IL 2002, ORA CERCHIAMO ALTRI 300 DIPLOMATI O LAUREATI DA ASSUMERE IN UNA DELLE SOCIETÀ DI TELEFONIA FISSA, MOBILE, INTERNET, MEDIA, INFORMATION TECHNOLOGY O "THE NEXT THING", INIZIANDO CON 6 MESI DI FORMAZIONE. PER SAPERNE DI PIÙ VISITA IL NOSTRO SITO O CHIAMA IL NUMERO VERDE 800-819500. IL NUOVO VOLTO DEL FUTURO POTREBBE ESSERE IL TUO.





MANCANO 200 FACCE PER DARE UN VOLTO NUOVO AL FUTURO.

DIPLOMATI, LAUREATI E APPASSIONATI DELLA COMUNICAZIONE GLOBALE.

VISITA [WWW.TELECOMITALIA.IT/FUTURO](http://WWW.TELECOMITALIA.IT/FUTURO)

COME VORRESTI CHE FOSSE IL FUTURO?

I RAGAZZI CHE VEDETE, GIÀ LAVORANO CON NOI. ORA CERCHIAMO ALTRI 200 GIOVANI DIPLOMATI, LAUREATI E APPASSIONATI DI INTERNET DA ASSUMERE IN UNA DELLE SOCIETÀ DEL GRUPPO TELECOM ITALIA, INIZIANDO CON 6 MESI DI FORMAZIONE. VISITA IL NOSTRO SITO [WWW.TELECOMITALIA.IT/FUTURO](http://WWW.TELECOMITALIA.IT/FUTURO). POTRAI ESSERE UNO DI LORO.

KANSO





**COME VORRESTI CHE FOSSE IL FUTURO ?**

TELEFONIA FISSA, MOBILE, INTERNET, THE NEXT THING.®

**TELECOM**  
ITALIA

[www.telecomitalia.it](http://www.telecomitalia.it)



**COME VORRESTI CHE FOSSE IL FUTURO ?**

TELEFONIA FISSA, MOBILE, INTERNET, INFORMATION TECHNOLOGY, THE NEXT THING.™



**TELECOM**  
ITALIA

**KANSO**

**COME VORRESTI CHE FOSSE IL FUTURO ?**

TELEFONIA FISSA, MOBILE, INTERNET, INFORMATION TECHNOLOGY, THE NEXT THING.









TELEFONIA FISSA, MOBILE, INTERNET, THE NEXT THING.®



**COME VORRESTI CHE FOSSE IL FUTURO ?**





**COME VORRESTI CHE FOSSE IL FUTURO ?**

TELEFONIA FISSA, MOBILE, INTERNET, INFORMATION TECHNOLOGY, THE NEXT THING.

**TELECOM**  
ITALIA  
[www.telecomitalia.it](http://www.telecomitalia.it)