

Fiat Sul salario rinvio al 3 luglio

TORINO. È un copione collaudata. Prima la Fiat fa laugure la trattativa sul salario aziendale, rifiutando di dire quanti soldi vuol concedere ai lavoratori del settore che solo a fine giugno conoscerà l'andamento del primo semestre 1989. Poi, quando rimarranno pochi giorni utili per preparare le buste paga di luglio, comincerà una corsa contro il tempo, durante la quale i dirigenti di corso Marconi sperano che l'assillo dell'urgenza induca i sindacati ad accettare le loro condizioni. L'anno scorso era andata così. Ed anche quest'anno ci sarà una convulsa trattativa finale, che inizierà il 3 luglio (ancora non si sa se a Roma o a Torino) e proseguirà ad oltranza.

Il commissario Fs non vuol diventare presidente. Scioperi dal 21 Schimberni lascia l'incarico?

Mario Schimberni conferma che non intende fare il presidente delle Fs. Manifesta riserve sull'alta velocità difesa, invece, a spada tratta dal ministro Santuz. Un déjà vu? Donatella Turtura (Filt Cgil) ricorda a Schimberni che il sindacato discuterà di organici solo in presenza di piani di sviluppo. E Lucio Libertini (Pci) afferma che un commissario scaduto non può smobilizzare le Fs. Scioperi dei Cobas dal 21.

PAOLA SACCHI

ROMA. Mario Schimberni ribadisce che non è di suo gradimento fare il presidente delle Fs. Almeno così riferiscono le agenzie di stampa che riportano i frasi del commissario. Un'altra puntata della telenovela iniziata in aprile quando Schimberni disse di non aver più progetti di governo? L'ente sostiene che Schimberni non ha fatto altro che confermare quanto aveva già detto anche nel corso del...

leri il ministro Santuz da Trieste ha mandato a dire che l'alta velocità non si tocca. Con toni ancora più netti rispetto alla lettera in cui propone integrazioni ai piani del commissario, il ministro sostiene che l'Italia non può perdere l'appuntamento con l'Europa rinunciando all'alta velocità e ai valichi alpini, che altrimenti il rischio è quello di vedere sempre più invase dal traffico strade e autostrade. Nelle stesse ore il commissario ribadiva seppur con toni più aperti, alle agenzie di stampa le sue riserve sull'alta velocità: «Prima di farsi una Ferrari è meglio imparare a portare una Cromax». Nuova polemica, dunque, tra Schimberni e Santuz? Intanto, i Cobas e la Fisal confermano i 4 giorni di blocco dal 21. Possibilità di una revoca ci sarebbero se Schimberni lo convoca. Una decisione sembra scaturita da vivaci...

discussioni che avrebbero messo in luce diversità emerse però dai Cobas. Una situazione nella quale Schimberni, dopo la smentita di sue presunte aperture ai Cobas, è passato a un qualche segnale ai macchinisti. Il commissario ha avanzato la possibilità di attuare l'articolo 19 dello Statuto dei lavoratori sulla rappresentanza all'interno dei sindacati di «interessi specifici» di alcune categorie. Schimberni ha anche affermato che i sindacati hanno accettato di discutere gli organici. Immediata replica di Donatella Turtura, segretario generale aggiunto della Filt Cgil: «Purtroppo il dott. Schimberni non accenna all'impegno preso con noi di discutere con Trentini, Marini e Benvenuto i piani dell'ente. Invece, solo entro una strategia di sviluppo delle ferrovie è possibile per noi esaminare il fabbisogno di...

organici». La Turtura definisce, inoltre, le dichiarazioni di Santuz sull'alta velocità «niente altro che un suo messaggio elettorale alla Confindustria che vuole o la fiscalizzazione degli oneri sociali o un grande pacchetto di opere pubbliche». «Nel frattempo - conclude - i trasporti nazionali vanno alla deriva». Presa di posizione anche del responsabile dei trasporti del Pci, Lucio Libertini: «La stampa parla di un piano Schimberni definitivamente approvato tanto che i sindacati si appresterebbero a trattare l'essodo di una prima quota di 26.000 ferrovieri. E bene tagliare conto con queste pericolose fantasie. Libertini ribadisce, quindi, che il cosiddetto piano Schimberni è solo una ipotesi prospettata al governo da un commissario scaduto, privo di poteri e di capacità di decidere e che il governo non ha approvato questo piano...

(c'è solo una lettera di un ministro dimissionario, l'on. Santuz, il quale dichiara di accettare la cosiddetta ipotesi C di Schimberni ma solo a patto che essa subisca radicali modifiche). Il dirigente comunista sottolinea, inoltre, che il Parlamento non ha ancora deciso nulla e che il decreto 109 che delega al governo poteri in materia non è stato approvato. Per cui rimangono in vigore tutte le leggi di finanziamento decise dal Parlamento. Dure critiche, infine, al piano di Schimberni: di Pci chiederà che il Parlamento lo bocci. «Nepppure in un paese da operaia è consentito ad un commissario scaduto di decidere sulla smobilizzazione delle ferrovie e di cancellare le leggi dello Stato». Sull'emergenza trasporti il segretario generale della Filt, Luciano Mancini, ha invitato il presidente del Consiglio a riunire presto i ministri interessati.

De Benedetti-story in tv Un «telefilm dal vero» racconterà la storia della guerra per la Sgb

Toma mercoledì in tv l'avventura della Sgb che un anno fa appassionò la finanza di mezza Europa; dall'assalto di Carlo De Benedetti fino alla vittoria finale della Suez. Sarà Raitre a provare, alle 22.10, l'inedito esperimento del «telefilm dal vero», un programma di un'ora e un quarto che ripercorrerà, con filmati originali e interviste ai protagonisti, le tappe della «campagna del Belgio».

DARIO VENEZONI

MILANO. La grande finanza come spettacolo. La guerra di Suez, decisa a saggezza, le reazioni dei pubblici con una storia già ampiamente raccontata dai grandi mezzi di comunicazione di massa: la lotta fra alcuni dei maggiori gruppi finanziari d'Europa per la conquista della Société Générale de Belgique, la cessione di Rue Royale la cui storia affonda nell'esperienza coloniale dei Paesi Bassi. Storia intricata, quindi, dall'assalto di Carlo De Benedetti alle lunghe schermaglie legali e borsistiche, al clamoroso scacco della assemblea degli azionisti, sotto gli occhi della stampa e delle televisioni di mezzo mondo, e fino alla conclusione dell'armistizio che regge tuttora, con i francesi della Suez saldamente al comando e un posto di vicepresidente anche per l'italiano.

Il telefilm si snoda tra mille ritagli tratti dall'immensa documentazione accumulata allora, tra la fine dell'87 e il giugno dell'88. Scorrono i telegiornali francesi, italiani e belgi, intramezzati dalle interviste ai protagonisti, quelle fatte allora, e quelle fatte qualche giorno fa, ricche del classico «senno di poi». Rivedremo De Benedetti presentarsi, in francese, alla stampa belga che non lo conosceva affatto, come un imprenditore di 33 anni, abitante a Milano, Torino e un qualche settore. Rivedremo la faccia giovine, e impudente di Alain Minc, stretto compagno d'arme dell'italiano, dichiarare spavalidamente alla tv che il suo gruppo rimarrà in Belgio...

Monti, vale 50 milioni l'operaio riciclato

MARIA R. CALDERONI

ROMA. Questa è una storia nota in Italia, una specie di Dinasty industrial-affaristica, che comincia con la Montedison di Montesilvano, provincia di Pescara, e arriva lontano, passando tra Gepi ed Eni, svariati big del mondo tessile e miliardi dello Stato protetti a occhi bendati. In principio siamo negli anni del boom - la Confezioni Monti è un vertice dell'industria tessile regionale, un'azienda leader, ubicata alla periferia di Pescara, con manodopera sceltissima e produzione di qualità. Artefice e boss di questo miracolo a Pescara, è Vincenzo Monti, autentico self-made man, che nasce come venditore ambulante di stoffe nei paesini del Teramo. Brilla per poco, nel '71 è già crisi: l'azienda chiede di dimettersi di 1150 dipendenti. In...

perdite sono continue (5 miliardi nel '78, 25 nell'85), la manodopera è andata via via diminuendo, i dipendenti sono ormai 995. L'ente di Stato nel frattempo ha cambiato rotta, innesca la marcia della privatizzazione, e la Monti, ormai decotta, è una patata bollente da mollare. Avanza lo spettro della chiusura totale. Altra lotta delle maestranze, altri scioperi, stanziando 9 miliardi, l'Eni, obotito colto, si impenna allora ad una ristrutturazione che prevede soluzioni alternative. 421 dipendenti restano nello stabilimento Monti; gli eccedenti 500 sono in palio per i migliori offerenti, (sic). Entrano in gioco il gruppo Simoni, la Manganiello che lavora per la Benetton, la Rossi, la Disi, la Mercurio, pronti a mettere a disposizione posti di lavoro. Ma che cosa rende, in realtà, particolarmente allettante l'offerta Eni? Non già la manodopera, in gran parte femminile, che pure è specializzata e fa gola anche a stilisti come Corneliani e Trussardi. Bensì lo speciale premio che l'ente elargisce a chi si accolla l'onere di tali assunzioni: udite udite, 33 milioni sonanti ogni dipendente. Una vera manna, il gruppo Manganiello infasca, per la buona azione di avere assunto 150 operai ex Monti, la bella somma di 6 miliardi.

E tuttavia, il gioco ha le carte truccate. Alla scadenza dei 3 anni patteggiati nel lauto contratto Eni, quasi tutti gli operai dell'azienda abruzzese si ritrovano senza posto, 60 ne licenzia la Manganiello, licenzia la Mercutio, Rosi e Disi chiudono addirittura i battenti. Che fare della Monti, dei suoi restanti 421 operai ultraprovetti? L'Eni si affanna a cercare altri partner, si affacciano la Gilmar, il Lanificio...

Botto, la stessa Zegna, anche il gruppo Miroglio sostenuto dalla banca Finmerchante. Siamo ormai alla fine degli anni 80, e il 5 settembre '87 l'Eni dichiara malinconicamente chiusa l'asta indetta per l'aggiudicazione dell'ex gioiello industriale del Sud. Colpo di scena, oscuro e fulmineo: chiusa in settembre, l'asta è misteriosamente riaperta; e il 1° dicembre '88, chi spunta come unico e glorioso vincitore? Spunta l'ottimo Tio Tacchella, titolare di un impero di camicie e jeans che va fortissimo e rende strepitoso onore al suo marchio, preso non a caso dal nome di una macchina supereleoce Carra.

Trecentocinquantesette dei 421 operai Monti (gli altri sono ovviamente in cassa integrazione) passano al potente gruppo veneto. Naturalmente, non a titolo gratuito. Così, tenuto conto dell'inflazione, ogni dipendente viene ceduto dall'Eni al magnifico industriale veronese - villa settecentesca, elicottero Agusta e jet Beechcraft personali al seguito, 2000 dipendenti, 545 miliardi di fatturato nell'88, i marchi G.B., Pedrini e Fiorucci come ultimi fiori all'occhiello, 13 stabilimenti in Italia, esportazioni in tutto il mondo Usa e Africa compresi, ufficio di rapresentanza aperto da un pezzo a Mosca - con un incentivo, udite udite, di 49 milioni e mezzo a testa. Operai che, come l'Aga Khan, valgono tanto oro quanto pesano: 17 miliardi.

La lotta degli operai dura ancora, dal 25 maggio scorso gli ultimi ex Monti sono in sciopero con corvee a Roma, sit-in, fiaccolate, prese di posizione del Consiglio regionale e interventi presso le forze politiche. (Tra le quali, solo il Pci si è mosso concretamente). La storia «noir» continua.



IL VINO UN SAPORE COSI' GRANDE

L'Ente Nazionale Interprofessionale per la Valorizzazione del Vino è nato nel 1986, proprio nel momento in cui si è verificata la maggior flessione dei consumi, determinata dallo scandalo «metanolo» che ha infittito negativamente tutto il mercato, coinvolgendo nella crisi anche aziende e prodotti di assoluta affidabilità. Voluto dal ministero dell'Agricoltura e Foreste, l'Ente, presieduto dall'on. Ferruccio Pisoni, presidente anche della Federacantine, è costituito dalle più importanti organizzazioni del settore vitivinicolo: Anca, Agci, Coldiretti, Confagricoltura, Confcooperative, Federacantine, Federconsorzi, Federvini, Unione Italiana Vini. Per sostenere le molte e dubbie realtà positive del settore e offrire adeguate informazioni ai consumatori, l'Ente si è impegnato su vari fronti, dall'immagine alla pubblicità, ottenendo un riscontro che fa ben sperare. La base sulla quale sviluppare tutta l'operazione è stata fornita dai risultati di una ricerca, condotta in quegli anni difficili da parte della Doxa, che evidenziava la flessione dei consumi e notevoli cambiamenti nelle abitudini e nelle scel-

Questo spazio è stato acquistato dall'Ente Nazionale Interprofessionale per la Valorizzazione del Vino, per presentare ai lettori la sua iniziativa

Il vino e la sua immagine Un modo diverso per comunicare

Questi i punti sui quali ha basato le sue molte iniziative l'Ente Interprofessionale per la Valorizzazione del Vino. Gli obiettivi: far conoscere meglio il prodotto, informare i consumatori ed educarli sulle sue caratteristiche e qualità, ringiovanirne l'immagine

percorso itinerari paralleli: l'informazione scientifica e l'educazione alimentare da un lato, dall'altro la divulgazione e la valorizzazione del vino nel suo ruolo privilegiato accanto ai cibi. A tale scopo, la Società italiana di scienze dell'alimentazione, alla quale l'Ente ha appositamente destinato dei fondi, ha selezionato i temi che meritavano di essere argomenti dei convegni e delle pubblicazioni, ha raccolto il materiale, contattato e seguito gli specialisti dei quali avvalersi per le varie iniziative. Due momenti di particolare interesse per l'informazione scientifica si sono avuti in occasione di altrettanti convegni tenuti lo scorso anno. Nel primo, che ha avuto luogo a Milano, con tema: «Vino, alimentazione, qualità della vita», sono state affrontate le problematiche legate ai consumi del vino e alle sue corrette modalità di assunzione, in relazione al modello alimentare mediterraneo. Nel secondo, svoltosi a Roma, sono invece stati dibattuti i temi inerenti al consumo quotidiano del vino, al rapporto tra consumo e salute, i problemi connessi all'abusivo. La partecipazione di autorevoli conoscitori e la considerevole attenzione riservata a queste manifestazioni dalla stampa e dalla televisione hanno per-



messaggio di far giungere anche al grande pubblico l'eco delle tematiche trattate. Per un più capillare contatto con il target composto da 47.000 medici di base e da giornalisti, la Società italiana di scienze dell'alimentazione ha pubblicato un trimestrale di educazione al consumo del vino, in cui medici, nutrizionisti, specialisti, affrontavano pregi e limiti del consumo del vino. E' stato anche pubblicato un opuscolo edito nel maggio dello scorso anno, riservato ai professionisti della comunicazione e allegato a «Prima comunicazione», che esponeva tutti gli aspetti della campagna di educazione alimentare voluta dal Parlamento. Una monografia dedicata alla buona conoscenza e ad un corretto consumo del vino, a cura di Anna Bartolini e illustrata da Fulvio Roter, è stata diffusa nello scorso autunno mediante prestigiose testate periodiche: Panorama, Grazia, Confidenze, Epoca, sempre al fine di raggiungere il grande pubblico con una capillare informazione sul prodotto «vino». In collaborazione con il Dipartimento scuola educativa della Rai, è stato altresì realizzato un filmato di trenta minuti, di taglio educativo, dedicato alla civiltà della vite e del vino, trasmesso il 13 gennaio 1989 da Raitre. Questo stesso filmato, accompagnato da un opuscolo, è stato inviato a 1100 scuole medie inferiori. Una puntata di «Linea verde», appositamente messa

in onda, prima delle feste natalizie, in concorrenza con il periodo di maggior consumo, è stata riservata al vino e ha trattato i temi: la qualità, la scelta, il costo. Ai circuiti privati, infine, è stato destinato un filmato divulgativo educativo di quindici minuti. Per valorizzare il vino nelle sue componenti di attualità e di tradizione, nello scorso agosto sono stati pubblicati in doppia pagina, sul Corriere della Sera, dei «racconti sul vino» che si avvalevano della firma di prestigiosi scrittori e giornalisti italiani: Barbara Alberti, Eva Cantarella, Camilla Cederna, Gina Lagorio, Dacia Maraini, Patrizia Carraro, Valentina Greppa, Gino e Michele, Gianni Minà, Cesare Marchi, Pier Vittorio Tondelli. In collaborazione con RaiUno è stato coprodotto lo spettacolo: «Una giornata frizzante», trasmesso in prima serata alla fine di novembre, con la partecipazione di artisti nazionali e internazionali, di ballerini, cantanti, scrittori e giornalisti ben noti al pubblico. Attraverso un linguaggio divertente sono stati proposti anche preziosi momenti di informazione e di educazione. Nel programma «Via Teulada», in onda tutte le mattine su RaiUno, nell'ambito dello spazio dedicato al quiz è stato realizzato, per un periodo di tre mesi, un inserimento con la presenza di personaggi del mondo dello spettacolo: a Lina Wertmüller è stato affidato il compito di suggerire l'immagine del vino come bevanda attuale, nuova, anticonformista; ad Alano e Romina Power quello di proporre l'immagine del vino come bevanda sana e tipicamente mediterranea. Tra le altre iniziative e le occasioni di dibattito realizzate dall'Ente, ricordiamo: in collaborazione con l'Enoteca italiana di Siena, le manifestazioni: Vino e Sport, Vino e Turismo, Vino e Moda; in collaborazione con Div, un concerto diretto da maestro Edo De Waart e il libro «Parlavo». Tutta l'attività di comunicazione svolta dall'Ente mira, e mira, a recuperare la tradizione del vino grazie ad un processo di ringiovanimento della sua immagine ed è per questo motivo che, a lato di strumenti tradizionali quali l'attività di ricerca, i convegni scientifici e le pubblicazioni, sono stati anche adottati strumenti più nuovi, quali spot pubblicitari, trasmissioni televisive, inserimenti su testate non di settore, ma destinate al grande pubblico. Le scelte adottate dall'Ente hanno così contribuito a controbattere il clima e le tendenze rilevate nello scenario generale del 1988, con grande beneficio per tutto il settore vitivinicolo. Risultati confermati da una nuova ricerca Doxa, tuttora in corso, dalla quale già si intravede l'efficacia delle iniziative promosse e l'opportunità di nuovi interventi, non solo allo scopo di non veder disperdere il patrimonio acquisito, ma anche per essere allineati con le politiche commerciali degli altri Paesi europei, primi fra tutti Francia e Germania, che stanno avviando campagne promozionali condotte secondo le più avanzate tecniche di marketing. □ Ornella Buchi