

L'occupazione, in particolare quella giovanile, è il principale problema da risolvere in Italia e in Europa. Esso ha oggi rilevanti implicazioni e riguarda lo stesso profilo democratico delle nazioni industrialmente avanzate.

Il problema del lavoro può trovare soluzioni efficaci se si determina, contestualmente, un insieme di condizioni: da una parte lo sviluppo dell'economia, dall'altra un'iniziativa legislativa e un'azione contrattuale volte al controllo e alla riduzione degli orari di lavoro. Su questa lunghezza d'onda si è mosso il sindacato dei metalmeccanici nella definizione della piattaforma per il rinnovo del contratto. Il tema che percorre tutti i contenuti rivendicativi è, infatti, la necessità di costruire un nuovo patto tra le generazioni, che consideri «questione generale» il problema dell'ingresso dei giovani nel mondo del lavoro. È qui che si devono

L'INTERVENTO

C'è una sola strada per creare occupazione: fare formazione

CESARE DAMIANO, SEGRETARIO Fiom CGIL

sviluppare un'efficace azione riformatrice del governo, l'impegno del sindacato e l'attenzione del sistema delle imprese; sistema che, dalla soluzione di «questo» problema, può trarre impulso al proprio processo di innovazione, in un rinnovato rapporto tra scuola, formazione e lavoro.

Non a caso la piattaforma dei metalmeccanici, nel campo dei diritti, propone un'informazione al sindacato aziendale sulle diverse tipologie d'impiego esistenti nel mercato del lavoro interno all'impresa e l'impegno ad agevolare la ricollocazione dei lavoratori assunti per due volte con rapporto di

lavoro a tempo determinato e «non confermati». È chiaro il riferimento ai giovani. Così come, per quanto riguarda la formazione professionale, l'enfasi posta dal sindacato sulla valorizzazione delle risorse umane significa comprendere che oggi la formazione permanente è essa stessa una condizione di rafforzamento della competitività aziendale.

Migliorare la propria cultura, anche in relazione all'attività dell'impresa, così come avviene in passato con l'esperienza delle 150 ore per il recupero dell'obbligo scolastico e per l'alfabetizzazione degli adulti, significa oggi avviare un

processo di connessione tra studio e lavoro che va favorito e certificato dalle aziende in quanto diritto e testimonianza della centralità dei processi di apprendimento nei confronti dei mutamenti tecnologici e organizzativi del sistema industriale. L'allargamento del diritto contrattuale alla formazione, contenuto nella piattaforma dei metalmeccanici, va a beneficio di tutti i lavoratori, ma in special modo di giovani particolarmente deboli: i giovani alla ricerca di un inserimento lavorativo stabile e qualificato, che valorizzi le conoscenze della generazione più scolarizzata che l'Italia abbia mai avuto;

i lavoratori più anziani interessati da processi di perdita delle competenze professionali e pertanto fragili nelle ristrutturazioni e a rischio di espulsione dall'attività lavorativa, con scarse possibilità di ricollocazione. In questo contesto l'azione di controllo e di riduzione degli orari va nella direzione di aumentare l'occupazione, soprattutto giovanile, con la richiesta di effettiva fruizione dei riposi, con la riduzione d'orario per i turni più gravosi: ma soprattutto con la richiesta di trasformare il superamento dei tetti massimi di straordinario in assunzioni «anche a tempo determinato». Per quanto

riguarda il salario, la scelta di trasformare gli scatti di anzianità dal sistema in percentuale alla cifra fissa consente di richiedere un aumento più elevato dei minimi contrattuali. Anche questo favorisce i giovani che essendo sottoposti a forme di lavoro precario, hanno minori possibilità di maturare gli «scatti di anzianità». La scelta di questi obiettivi, che percorre l'intero piano strategico della piattaforma dei metalmeccanici, si propone di intervenire concretamente proprio per impedire che un tema politico e sociale venga trasformato in una questione di costume.

Il dibattito sulla generazione «invisibile» può in questo modo diventare una visibile conquista di diritti: all'impiego, alla formazione, alla professionalità e alla qualità dell'utilizzo del tempo di vita e di lavoro. Una scelta che, mentre favorisce i giovani, coinvolge insieme dei lavoratori.

Mercati imprese

Moratti-Murdoch, annuncio «digitale»

A Londra oggi la verità sull'accordo con Stream e la Telecom di Bernabè

FRANCO BRIZZO

ROMA. Si dovrebbero svelare parecchi misteri oggi sul futuro della Tv digitale in Italia, quando a Londra il magnate delle Tlc Rupert Murdoch e la manager Letizia Moratti si presenteranno ai giornalisti. Dall'annunciata conferenza stampa sono attese soprattutto notizie più precise sul grado di coinvolgimento di Telecom Italia nella prima piattaforma digitale con cui Murdoch tenta di nuovo di entrare alla grande in Italia, battendo sul tempo il concorrente Canal Plus. Telecom infatti ha cercato di frenare le voci sulla sua partecipazione all'iniziativa, se non

altro per dare il tempo a Franco Bernabè di consultare il dossier nel suo primo week end da amministratore delegato della società telefonica. Ma anche per vagliare il peso dell'ostilità manifestata dal governo all'operazione. Una operazione che potrebbe consegnare al magnate australiano il controllo della tecnologia digitale nelle telecomunicazioni del nostro paese. Tuttavia i quotidiani europei controllati da Murdoch danno per fatto l'accordo con Telecom per la nascita di una società controllata al 41% dal gruppo italiano, per il 39% da Murdoch e per il 10% dalla francese TFI.

È nel 1993 che il nome di Murdoch viene associato per la prima

volta a possibili accordi con i media italiani. Nel novembre di quell'anno Fininvest è costretta a smentire attraverso Fedele Confalonieri un interesse del re dei media per la tv del gruppo. È l'atto iniziale di una serie di tentativi di scacchi e di acquisizione di diritti televisivi nel Belpaese. Il secondo tentativo di sbarco di Murdoch in Italia avviene nel febbraio 1995, nel pieno delle polemiche sul «confitto di interessi» nella figura di Silvio Berlusconi, con la scalata al 20% di Mediaset. Ma le azioni vanno al cartello Al Waleed-Rupert-Kirch. L'accordo è annunciato il 20 luglio. E già a novembre Murdoch tenta di acquisire i diritti tv sul campionato di calcio: subito

dopo si avrà il durissimo scontro tra la Rai e il gruppo Cecchi Gori. Nel marzo scorso Murdoch tentò perfino di comprarsi tutta Mediaset per 40.000 miliardi, ma all'ultimo momento Berlusconi rinunciò. Il fallito accordo non impedì ai due di incontrarsi ancora, e a luglio Fedele Confalonieri annunciò l'impegno Mediaset a costruire una tv europea con i suoi amici storici. Ma luglio è anche il mese dei primi contatti con la Rai per la definizione di una piattaforma digitale comune e di comuni strategie per la tv via satellite. Parallelamente si svolgono le trattative con Telecom che definisce Murdoch «il socio forte che serve per la tv digitale».



Il magnate televisivo australiano Rupert Murdoch, in basso Letizia Moratti

W.Rattay/Reuters

L'AUSTRALIANO

Moderno Citizen Kane, alla conquista dei media con un semplicissimo cavallo di Troia: lo sport

ANNA DI LELLIO

La sua sembra una storia da film, e il copione non è neanche tanto originale. Rupert Murdoch è l'australiano che dopo una gioventù scapestrata si è messo con impegno a riscattare le sfortunate vicissitudini del padre, ed è diventato un potentissimo magnate dei media internazionali. Questa è la versione più benigna, perché Murdoch rinvia anche alla leggendaria epoca di Hearst, così bene rappresentata da Orson Welles nel film Citizen Kane. E non solo l'impero di Murdoch, come quello di Hearst, è enorme: è anche più esteso, diversificato e influente. La sua News Corporation include, oltre all'iniziale «The Australian», i più diffusi giornali del mondo, dal «Sun» al «Times» di Londra, il «New York Post» e «The News of the World»; la casa editrice Harper Collins; la Fox Entertainment, cioè 22 stazioni Tv, Fox network, lo studio 20th Century Fox, che è il terzo nel mondo dopo Paramount e Disney, una tv via cavo che raggiunge 35 milioni di case in America, e televisioni in tutto il mondo fino alla Star Tv che trasmette in 54 paesi dell'Asia.

Oggi si prepara a costruire anche una televisione europea. Questa è l'eredità che, oltrepassati i settant'anni, ancora non è intenzionato a mollare al giovane figlio Lachlan: nel più recente film di 007, «Tomorrow Never Dies», Murdoch riveste i panni del potere imperialistico dei media che solo James Bond, l'estrema risorsa nella lotta contro il male, può fermare. Sono tanti nel mondo quelli che temono il dominio del «Topo», ma c'è un sentimento diffuso che dopo la minaccia di Disney venga quella di Murdoch, il quinto nella classifica dei media internazionali. Ted Turner, l'altro grande magnate alla testa del colosso di Time Warner, nutre un profondo odio personale contro di lui, e lo considera un potere malefico alla stregua del Darth Vader di Guerre Stellari. A difesa di Murdoch - per così dire - è sceso solo il Papa, che nel gennaio scorso lo ha nominato cavaliere dell'ordine di San

UN IMPERO SENZA FINE
Il magnate australiano possiede giornali e tv in ogni parte del globo

Gregorio Magno insieme ad altri due non cattolici di Los Angeles: Bob Hope e Roy Disney. È un riconoscimento che va a gente dal «carattere senza alcuna macchia». Murdoch e sua moglie Anna, che è cattolica ma nel frattempo ha chiesto il divorzio, hanno generosamente sostenuto la Fondazione per la scuola dell'Arcidiocesi di Los Angeles, un'area che comprende 3 milioni e mezzo di cattolici.

La realtà però è che Murdoch non fa molto per sfatare la sua fama più negativa. Alla faccia dell'indipendenza dei media, quando l'ex-governatore di Hong Kong ha scritto un libro critico del regime di Pechino per Harper Collins, Murdoch, che ha importanti interessi economici in Hong Kong e Cina, ha cancellato il contratto. I notiziari della BBC, una volta parte della sua Star Tv, sono scomparsi dal palinsesto dopo una protesta della Cina contro un documentario su Mao. Ammiratore di Lenin in gioventù, ma esclusivamente per le sue qualità di leader giacobino, Murdoch è noto per il modo tattico nel quale tratta alleanze strategiche. Quando è entrato nella società di «The News of the World», promettendo di limitarsi a panni del potere imperialistico dei media che solo James Bond, l'estrema risorsa nella lotta contro il male, può fermare. Sono tanti nel mondo quelli che temono il dominio del «Topo», ma c'è un sentimento diffuso che dopo la minaccia di Disney venga quella di Murdoch, il quinto nella classifica dei media internazionali. Ted Turner, l'altro grande magnate alla testa del colosso di Time Warner, nutre un profondo odio personale contro di lui, e lo considera un potere malefico alla stregua del Darth Vader di Guerre Stellari. A difesa di Murdoch - per così dire - è sceso solo il Papa, che nel gennaio scorso lo ha nominato cavaliere dell'ordine di San

re il mercato della pay-tv usando i programmi sportivi con il loro pubblico in larga parte maschile e dai 18 ai 40 anni, cioè il più ricercato dai pubblicitari. In Gran Bretagna e in Australia sono state le trasmissioni in esclusiva delle partite di rugby, calcio e cricket, a costringere il pubblico a comprare i satelliti e abbonarsi. In America Murdoch ha appena ottenuto un grande trionfo contro la Disney, che è proprietaria anche di ABC e ESPN. Fino a due anni fa, ESPN era la più importante tv via cavo sportiva, capace di estorcere profumatissimi contratti anche da persone come John Malone, il più grande proprietario di tv via cavo: la TCI. Ma da allora Malone si è alleato con Murdoch, e con lui oggi controlla lo sport nell'area di Chicago, New York, Boston, Philadelphia,

UN PREMIO DAL PAPA
Cavaliere dell'ordine di San Gregorio Magno per «il carattere senza macchia»

azionista di maggioranza del Madison Square Garden, dei Knicks e dei Rangers. Murdoch non solo acquista i canali di distribuzione dei programmi, ma anche le squadre. Il suo ragionamento è, perché pagare tanto per i diritti televisivi quando se

compra la squadra, hai i diritti per sempre? Se poi entrasse in gioco l'antitrust, è sempre utile occupare entrambi i lati del tavolo. All'inizio di quest'anno, Murdoch ha acquistato per 311 milioni di dollari la squadra dei Los Angeles Dodgers, per 40 anni di proprietà degli O'Malley, un'impresa familiare poco pretenziosa ma mitica, che ha tradizionalmente simbolizzato la semplicità del «come eravamo» nel baseball prima che diventasse un'attività miliardaria. Per compra-

re il Manchester United poi, Murdoch ha speso più di 1 miliardo di dollari. Anche più del profitto garantito dalla proprietà di una della squadre più forti nello sport più popolare del mondo, questa operazione assiste Murdoch in un piano molto ambizioso, che lo vede alleato di Silvio Berlusconi: formare una Super Lega di calcio per strappare i diritti di trasmissione delle partite europee all'attuale consorzio United European Football Association. L'intenzione è di far pagare il pub-

blico per tutte le partite dei tornei europei. Per questo obiettivo Murdoch non baderà a spese. All'inizio del mese, le azioni di Fox Entertainment Group Inc.'s sono aumentate dell'8,9%, quando il produttore dei Simpsons, degli X-Files, di Independence Day e del Titanic ha messo insieme 2,81 miliardi di dollari alla presentazione della società in borsa: una bonanza per Murdoch, che deve pagare i 9 miliardi di debito accumulati nel finanziare il suo espansionismo.

LA MANAGER

La «Lady di ferro» dell'etere tenta la nuova avventura



Qualcuno ha ironizzato: Letizia Brichetto Moratti, fatta diventare protagonista del rutilante mondo della televisione, candidata addirittura alla presidenza della Repubblica (se non altro, dai giornali...) adesso torna su una poltrona che conta del pianeta del piccolo schermo grazie a Rupert Murdoch. A questa distinzione è riservata la signora di 49 anni, con due figli, toccherà il non semplice compito di fungere da pesce pilota al tycoon australiano, che da tempo aveva messo gli occhi sulla «Lady di ferro» (un nomignolo conquistato a Viale Mazzini). E dopo un pressante «corteggiamento» l'ha convinta a diventare responsabile per l'Europa di tutto il business della pay-tv. Abbandonando nel giro di poche settimane (con profitto) il settore delle assicurazioni e cedendo la Nikols Sedgwick al colosso americano Aon.

I bene informati sostengono che Letizia Moratti non fosse poi troppo convinta di questo ritorno nel duro mondo della televisione. I suoi amici spiegano che in fondo l'uscita obbligatoria dalla Rai, poco dopo il fragoroso collasso del governo Berlusconi, le aveva lasciato tanto amaro in bocca, e tanta volontà frustrata di fare vedere di cosa sarebbe stata capace. Una sirena seducente, non c'è dubbio; ma dall'altra parte c'era il lavoro «di famiglia» dei Brichetto, famiglia di broker assicurativi genovesi da generazioni.

In fondo, Rupert Murdoch ha giocato una carta di quelle che è difficile respingere a cuor leggero. L'azienda che nascerà dall'intesa in Stream tra Murdoch, Telecom e TFI sarà un gigante europeo. Il ruolo, delicatissimo, che dovrà ricoprire Letizia Moratti per Murdoch sarà quello di «italianizzare» la nuova piattaforma digitale, cancellando la triste fama di

invase economico e colonizzatore culturale che il magnate si porta (giustamente) dietro nelle sue scorribande nel mondo della comunicazione. Basti pensare quel che avvenne ai tempi delle offerte di acquisto per Mediaset: mezza Italia, sinistra compresa, si era scatenata al grido di «difendiamo Mediaset, è un prezioso patrimonio italiano».

Letizia Moratti può farcela. Nel complesso, è considerata una manager competente, anche negli ambienti del centrosinistra di governo. Lei dice a tutti di non voler far politica, ma non è un segreto che è in ottimi rapporti con Berlusconi, con Lamberto Dini, e non ha mai avuto problemi nemmeno con Massimo D'Alema. E a parte i buoni appoggi politici, Moratti ha sviluppato nel tempo una solidissima rete di contatti e amicizie nel mondo dell'economia. Rapporti curati con grande attenzione, e come detto, discrezione. Anche a San

Patrignano, dove la signora Moratti trascorre quasi ogni weekend.

Cesare Romiti, presidente della Rcs, qualche tempo fa nel corso di un summit ha discusso proprio con lei di grossi investimenti nel settore televisivo che la Rizzoli intende effettuare. E in più, per ragioni familiari, Moratti ha più di due piedi nel mondo del pallone, che è la carta vincente (e un affare multimiliardario) delle future piattaforme digitali. Murdoch ha già detto che appena siglato l'accordo con la Lega Calcio per l'acquisto dei diritti televisivi criptati del campionato.

Ci vogliono tanti soldi, ma davvero tantissimi, ma anche tanti rapporti: Letizia Moratti potrà utilmente ricordare che suo cognato, Massimo Moratti, è il padrone dell'Inter di Baggio e Ronaldo, e che Silvio Berlusconi, suo grande sponsor, possiede il Milan.

R.E.

