

E-MAIL  
DA WASHINGTONLe aziende regalano pc ai lavoratori  
Ma c'è il trucco

ANTONIO POLLIO SALIMBENI

WASHINGTON Ora è scoppiata la moda. Dopo la Ford e la Delta Airlines è la volta della Daimler Chrysler e del settore delle assicurazioni sanitarie. A tutti i dipendenti un computer, connessione a Internet per pochi dollari al mese e via con il bit. Lavoratori di tutto il mondo connettetevi, ecco il nuovo segreto per preparare la forza lavoro alla sfida dell'economia globale che sta per essere imitato anche in Europa. La Ford ha avuto un colpo di genio giocando d'anticipo. Naturalmente c'era il trucco, di immagine questa volta: giusto dieci giorni dopo l'annuncio che il computer finirà in busta paga, ha deciso di licenziare 1500 dipendenti nello stabilimento alle porte di Londra a dimostrazione che avere salari più bassi e tutele sindacali meno solide di quelli esistenti in Germania, in Francia o in Italia non è una assicurazione contro i soprasalti del mercato. In questo caso contro la crisi di sovrapproduzione, visto che in Europa si produce almeno una automobile di troppo ogni cinque.

Per la verità l'idea dell'alfabetizzazione elettronica dei 350mila dipendenti della Ford sparsi in mezzo mondo non è stata dell'amministratore delegato Jacques Nasser, ma dell'United Auto Workers, il sindacato dell'automobile che nell'estate scorsa ha lanciato una nuova strategia di incentivi per incrementare le retribuzioni reali per tutti senza differenze di posizione professionale, di qualificazione, di anzianità. Così dopo i premi annuali, le contribuzioni per l'assicurazione sanitaria, i piani pensionistici privati e le rette dei college, il computer a casa diventa l'ultima frontiera della contrattazione del salario. Strategia perfetta per l'impresa che prende in un colpo solo i due classici piccioni: offre ai dipendenti e ai loro figli uno straordinario incentivo alla formazione permanente, rafforza la «fedeltà aziendale» messa a dura prova dalla mobilità dei lavoratori dovuta alle ristrutturazioni permanenti quanto alla quantità elevata di dimissioni volontarie. Li prepara tecnicamente e psi-

cologicamente a nuove forme di lavoro che non sono più attività escluse di professori universitari, ricercatori e ingegneri, ma cominciano a espandersi nelle imprese manifatturiere. I vantaggi sono evidenti per i lavoratori che hanno un potente strumento in più per tenere il passo dell'innovazione nei metodi di produzione e nei sistemi di comunicazione. Ciò che non è riuscito ai poteri pubblici (anche negli Stati Uniti), che avevano lanciato l'idea del computer in ogni casa, riesce all'impresa che ai dipendenti offre un nuovo patto: maggiore flessibilità e facilità di licenziamento contro costante preparazione tecnica e professionale necessaria per trovare un altro posto di lavoro.

Connessi online i 350 mila della Ford saranno di adattarsi in fretta al decentramento della produzione della componentistica, delle procedure burocratiche e di controllo, non faciliterà solo i contatti personalizzati diretti dal vertice alla base (ogni settimana Jac-

ques Nasser invia a 101mila colletti bianchi una e-mail che si chiama «Let's Chat»). La Delta farà pagare ai dipendenti 12 dollari al mese invece dei 5 della Ford e ritiene che l'operazione computer in busta paga farà risparmiare addirittura dei soldi. Non a caso lo stanziamento in bilancio viene chiamato «infrastruttura tecnologica». Lo ha spiegato il responsabile delle informazioni Robert De Rodes: «I nostri piloti sono sempre in viaggio e noi crediamo che questa sia una buona soluzione tenerli vicini a noi».

I piloti potranno programmare i piani di volo da casa. In questo senso ha ragione il presidente Bill Ford quando dice che «Internet sarà l'equivalente dell'assemblea di montaggio nel 21o secolo».

La Ford sta togliendo al rivenditore, il «dealer» fino a ieri straccolato e vezzeggiato, il potere commerciale che lo ha reso elemento insostituibile del paesaggio americano, per riorganizzare l'intera struttura commerciale at-

traverso la Grande Rete. La possibilità di avvalersi del pronto intervento online dei dipendenti in questo settore è una risorsa che permetterà di avvicinare ancor più il ciclo ordine-produzione-distribuzione al tempo reale e i primi a essere coinvolti saranno i lavoratori «free-lance», part-time e temporanei.

Non mancano naturalmente le critiche radicali. Secondo Norman Nie, professore di scienze politiche a Stanford e autore di un rapporto sul superlavoro da Internet, non c'è dubbio che la Ford «si è già assicurata centinaia di migliaia di ore di lavoro non retribuite». E Robert Drago, esperto di problemi del lavoro dell'Università di Pennsylvania, sostiene che «se si riesce a spostare la comunicazione fra dipendenti e azienda dal lavoro a casa si lavorerà di più». La sfida della produttività entrerà nelle nostre case e forse potrebbe anche non essere un male a patto che ci si possa in qualche modo difendere.

(polliosalimbeni@yahoo.com)

# Borsa, riflettori puntati su Fiat

## Mercati a un bivio: continuerà la salita o inizierà la correzione?

Le Borse sono a un bivio. Dopo gli anatemi di Greenspan e le minacce di rialzo dei tassi, c'è molta attesa per la riapertura dei mercati di oggi. Continuerà la crescita al traino dei titoli tecnologici o inizierà la tanto temuta correzione? L'attenzione degli analisti è tutta concentrata su Wall Street. Ma prima della borsa newyorchese, apriranno la giornata le piazze asiatiche ed europee. Venerdì la borsa Usa aveva segnato un brusco calo, pagando le esternazioni del giorno precedente del presidente della Federal Reserve, che fra le varie cose aveva anche affermato: «Wall Street non può continuare a lungo così». Nelle prossime settimane la banca centrale statunitense, per contrastare l'inflazione, potrebbe rialzare i tassi anche di mezzo punto. Sarebbe un brutto colpo per i mercati. Da qui la preoccupazione per come reagiranno gli investitori già a partire da oggi. Segnali di ottimismo non mancano, comunque. Il boom di Internet e dei tecnologici infatti secondo molti esperti non è destinato a finire. Il mercato tecnologico, che in Giappone sta guidando verso una lenta e difficile ripresa l'economia delle Tigri Asiatiche, ha margini di guadagno. Alcuni fondi di investimento specializzati nel settore emergente dell'informazione stanno realizzando profitti incredibili. Ma - sostengono diversanalisti - l'euforia avvolta diventa irrazionalità. In altre parole, c'è la convinzione che alcuni titoli dei nuovi mercati siano sopravvalutati. Il tema è al centro dell'interesse anche degli operatori di piazza Affari. La settimana scorsa si è chiusa con una leggera flessione del Mibtel (-0,26%). Ma c'è comunque ottimismo. Gli esperti seguono con attenzione i titoli Fiat: l'ipotesi di un'alleanza con Daimler - secondo voci sempre più insistenti ormai quasi in porto - potrebbe spingere in alto in breve tempo le azioni del gruppo torinese. Ma tutto sommato i settori cruciali restano il settore assicurativo e finanziario a far registrare una nuova operazione miliardaria. Dopo lunghe trattative segrete, oggi potrebbe essere annunciato il matrimonio fra la Norwich Union e la Cgu, due fra i più grossi colossi assicurativi e finanziari inglesi.



Foto di Roby Schirer

# Norwich-Cgu, nozze da 60mila miliardi

## E 4mila dipendenti perderanno il posto

LONDRA Le maxi-fusioni non si fermano. Mentre i mercati aspettano con impazienza novità sul fronte dell'industria automobilistica (in ballo non solo le nozze Fiat-Daimler, ma anche grandi manovre di Ford e Gm su Daewoo), è ancora un volta il settore assicurativo e finanziario a far registrare una nuova operazione miliardaria. Dopo lunghe trattative segrete, oggi potrebbe essere annunciato il matrimonio fra la Norwich Union e la Cgu, due fra i più grossi colossi assicurativi e finanziari inglesi.

Qualora le nozze andassero realmente a buon fine, e al voto approvazione da parte degli organismi di antitrust, nascerebbe un gruppo con un valore di capitalizzazione di più di 60mila miliardi di lire. Il colosso - che sarebbe il più grande per valore e volume d'affari di tutto il Regno Unito - dovrebbe svilupparsi soprattutto intorno a due rami: quello vita e quello previdenza (è quest'ultimo uno dei settori trainanti della New Economy inglese). Secondo quanto emerso fino ad ora, l'amministratore delegato per il pri-

mo anno di vita del neonato gruppo sarà Scott, proveniente dai palazzi della Cgu. Poi, dopo i primi dodici mesi, dovrebbe subentrare alla guida del colosso Harvey, supermanager della Norwich. La fusione comporterà risparmi di gestione per 600 miliardi di lire all'anno. Ma - per contro - porterà a 4mila esuberanti circa 70mila dipendenti. Insomma, ancora una volta mentre per gli azionisti si profilano grandi guadagni, saranno i lavoratori a pagare sulla propria pelle il prezzo della globalizzazione.

COSIMO TORLO

MONTEPULCIANO Come sempre interessante e stimolante è la settimana del vino toscano che si è conclusa sabato scorso a Montalcino. Per cinque giorni i consorzi dei più importanti e blasonati vini di quella regione, Chianti classico, quello di Montepulciano e Brunello, si sono presentati alla stampa specializzata di tutto il mondo. Un appuntamento importante per verificare le ricadute economiche di questo comparto. Il Chianti classico si conferma come il più importante e grande territorio del vino della Toscana, la sua estensione territoriale è di oltre 70mila ettari, di cui ben 8.500 a vigneto. Di questi 7.209 sono iscritti all'albo del Chianti classico, e la massa di una prodotta nel '99 è stata di 157.511 ettolitri che fanno all'incirca un numero di pezzi che tocca i 21 milioni di bottiglie. Per un fatturato totale per i soli produttori (escluso l'indotto) che supera i 240 miliardi di lire, di cui il 68,8% realizzato dalla esportazione, con in testa il mercato tedesco, seguito a poca distanza da quello americano. Questo risultato è frutto di una seria politica produttiva che il consorzio ha portato avanti nel corso degli ultimi anni, attuando fra l'altro una più saggia politica dei prezzi, indispensabile dopo gli aumenti - a volte ingiustificati - degli ultimi anni. «Il Chianti non è solo vino - puntualizza Giuseppe Liberatori direttore del Consorzio - ma un sistema economico integrato fra tutte le amministrazioni e i differenti comparti economici presenti nella nostra area».

Il Nobile di Montepulciano anno dopo anno si sta sempre più creando una sua forte ed autonoma specificità produttiva. Questo dato è sintetizzato da una notizia annunciata da Alemanno Contucci presidente del Consorzio, che è stato dichiarato un aumento significativo

dell'area vitata del Nobile, che dovrebbe passare nel giro di pochi anni dagli attuali 900 ettari a quasi 1.200, il che sta a significare una prospettiva di crescita quanto mai positiva di tutti i 186 aderenti al Consorzio di tutela. Il fatturato nella terra del Poliziano ha toccato i 60 miliardi, con una produzione di bottiglie che tra il rosso e il Nobile è ormai vicina ai 7 milioni di pezzi. Se un appunto si può fare al Consorzio del Nobile è quello che riguarda il disciplinare, il quale permette ai produttori di utilizzare, oltre al Sangiovese (Brunello gentile) fino al 20% di altri vitigni. Una percentuale francamente esagerata che inevitabilmente fa sì che si creino vini troppo diversi fra loro, pur riportando la stessa denominazione.

Il Brunello, almeno per ora, apparentemente viaggia ancora con il vento in poppa, e i dati economici fra i duecento produttori sono di assoluto rispetto. Un fatturato consolidato di 200 miliardi, un lavoro a tempo pieno per ottocento addetti e oltre 600 avventizi sono certamente fatti e non parole. Ma l'aumento dei prezzi non si ferma. Oggi il costo medio a bottiglia per il pubblico ha una forbice che parte dalle 40mila lire e supera le 120mila lire. Con un aumento medio rispetto allo scorso anno che non ha giustificazione alcuna, e non è così pensabile confidare al solo mercato estero - a volte ingiustificati - degli ultimi anni. «Il Chianti non è solo vino - puntualizza Giuseppe Liberatori ora dell'annata '95. Nella sua generalità non ha mantenuto fede alle attese, una buona annata, non eccellente come si pronosticò a suo tempo».

Per l'annata '99 una commissione composta da diciotto «grandi» enologi gli ha assegnato «4 stelle», una valutazione importante per l'ultima annata del '900, un vino che arriverà in commercio nel 2004, e che secondo gli esperti avrà dalla sua un grande equilibrio e una spiccata morbidezza.

BIANCA DI GIOVANNI

ROMA Non si sente affatto in estinzione e raccoglie senza paura la sfida della cosiddetta New economy, del New market, dei New merger, e di quant'altro il gossip economico voglia propinarci. Che il nuovo faccia pure il suo corso, con le sue nuove ricchezze, nuove povertà e vecchie diseguaglianze. Enea Mazzoli - presidente di Euresa, una holding di 7 grandi mutue assicurative europee, e della Fondazione Cesar dell'Unipol - preferisce parlare di quell'economia sociale che ha già superato i 150 anni di vita, ed ha tutta l'aria di viverne almeno altrettanti. «È in crescita sia in Europa che in America e Giappone - dichiara - Quindi l'esperienza mutualistica e cooperativa non può più essere considerata come un incidente nel cammino dell'economia capitalistica - spiega - Ma come un partner di tutto rispetto».

Quantopesa in Europa e in Italia? «In Italia l'economia sociale fornisce il 5% della produzione nazionale ed il 5,5% dell'occupazione. Parliamo di oltre un milione e 100mila occupati, non è uno

# Assicurazioni, l'Unipol rilancia l'esperienza mutualistica

## Enea Mazzoli: «Anche nell'economia capitalista c'è spazio per questa realtà»

scherzo. In Europa le percentuali sono più o meno analoghe, anche se le attività sono molto differenziate. In Francia il peso maggiore lo hanno le mutue assicurative, che detengono addirittura il 55% del mercato dell'auto. Anche in Italia questo settore non è da sottovalutare, visto che La Reale Mutua, la Cattolica, l'Isa e l'Unipol (che è una Spa, ma è controllata dalle cooperative) occupano il 13% del mercato assicurativo. Una bella fetta».

Ha detto Francia e Italia. Manca solo la Germania, e poi ci sono tutti i Paesi dei tre colossi delle assicurazioni: Allianz, Generali e Axa. Eppure le mutue esistono e «resistono». Come vi confrontate con i colossi?

«Ecco, dopo i tre colossi ci può mettere Riffeisen, una assicurazione mutualistica tedesca che è al quarto posto in Europa. Lei chiede: come resistete, in altre parole, come si evita di essere mangiati. In due modi: crescere in dimensioni e capacità competitiva, e tessere alleanze e sinergie tra noi».

Un esempio? «Un esempio è proprio Euresa, una holding con 40 miliardi di capitale sociale costituita da 7 imprese dell'economia sociale: Unipol, le francesi Macif e Maif, la svedese Folksam, la danese Concern e la belga P&V. Tra queste realtà c'è un continuo scambio di informazioni e di know-how».

Un esempio? «Un esempio è proprio Euresa, una holding con 40 miliardi di capitale sociale costituita da 7 imprese dell'economia sociale: Unipol, le francesi Macif e Maif, la svedese Folksam, la danese Concern e la belga P&V. Tra queste realtà c'è un continuo scambio di informazioni e di know-how».

Un esempio? «Un esempio è proprio Euresa, una holding con 40 miliardi di capitale sociale costituita da 7 imprese dell'economia sociale: Unipol, le francesi Macif e Maif, la svedese Folksam, la danese Concern e la belga P&V. Tra queste realtà c'è un continuo scambio di informazioni e di know-how».

Mason grandi abbastanza? «Altroché, la Macif da sola copre l'11% del mercato dell'auto in Francia. Poi, oltre all'Euresa, c'è l'icmif (International cooperative and mutual association), che raggruppa 82 imprese assicuratrici detenute da mutue e cooperative di 44 Paesi diversi. Tra queste c'è la Zenkieren di Tokio che è la seconda impresa di assicurazione al mondo. Certo, a differenza delle società, le mutue non possono incorporare, non possono lanciare Opa, ma possono comunque fare alleanze forti».

Quanto a dimensioni, dunque, nessun timore. Ma che dire del processo di demutualizzazione che sembra avviato in tutto il mondo?

«In Italia la legge non consente la trasformazione di mutua in Spa, quindi il processo di demutualizzazione in sostanza non c'è stato. Quel processo ha mietuto vittime

soprattutto in America e in Gran Bretagna. In ogni caso il settore è in crescita. Basterebbe questo a dire che la formula è vincente. Ma c'è dell'altro. Noi parliamo tanto di Europa. Bene, fa parte del genio europeo avere una concezione del welfare. Quando lo Stato comincia a ritirarsi ed il mercato non risponde a questa esigenza di welfare, ecco che si apre uno spazio. In questo spazio c'è la realtà mutualistica. Anche in America chi si è fatto avanti spontaneamente sono state le mutue di assicurazione, i fondi pensione. In Italia accadendo la stessa cosa».

Su pensioni integrative, o assistenza sanitaria, in cosa differite dalle assicurazioni non mutualistiche?

«Storicamente noi possiamo dimostrare che fummo i primi a sostenere la battaglia per la previdenza integrativa. Ci fu un tempo in cui molte assicurazioni propendevano a tagliare fuori l'Inps in favore di una copertura assicurativa privata. Insomma, si pensava ad una pensione sostitutiva, non integrativa. Oggi qualunque buona compagnia pensa alla previdenza integrativa».

A parte questa «nota storica», oggi perché siete diversi dagli altri? Cosa cambia per un assicurato rivolgersi a voi o ad una società?

«Le imprese ad economia sociale stanno sul mercato in modo competitivo come gli altri. Ma si diffe-

renzano perché pur realizzando profitti, non sono state pensate per dare dividendi al capitale individuale, ma per offrire migliori condizioni per le coperture assicurative o maggiori servizi. Inoltre i soci/assicurati hanno il potere di nominare gli amministratori e approvare il bilancio. Insomma, prevalgono politiche partecipative verso i dipendenti e principi di democrazia economica: il che non è poco. Tant'è che nel libero mercato le mutue e le cooperative hanno un tasso di crescita maggiore di quello dei rispettivi mercati. In più, una buona compagnia non si giudica solo dalla raccolta premi, ma anche dal modo in cui liquida i sinistri, e in questo le mutue spesso hanno standard migliori delle altre imprese. Infine, siamo le sole compagnie che diffondono il bilancio sociale a tutti gli stakeholder, ovvero a tutte le realtà che hanno interessi legittimi nelle attività dell'impresa: soci, dipendenti, agenti, associazioni dei consumatori, rappresentanti della società civile. Forse a prima vista tutto questo non sembrerà importante. Ma in realtà lo è di più di qualsiasi campagna pubblicitaria».

