

Giampiero Rossi

A un delegato della Fiom Cgil dello stabilimento Fiat è stato impedito di entrare al lavoro senza alcuna motivazione scritta

Melfi, fabbrica proibita per il sindacalista

MILANO Cancelli chiusi per il delegato sindacale, come ai tempi dei padroni delle ferriere. E' accaduto ieri mattina allo stabilimento Fiat di Melfi (Potenza), dove al rappresentante della Fiom-Cgil, Leonardo Miniscalchi, è stato impedito di entrare al lavoro. All'inizio del turno delle 6 gli addetti ai cancelli gli hanno intimato di non varcare la soglia della fabbrica. «Perché», ha chiesto il sindacalista. Ma non è arrivata nessuna risposta, né alcuna comunicazione scritta. «Ci è stato detto di fare così», hanno saputo soltanto aggiungere. Il tutto basato solo sulla parola, senza alcuna lettera di sospensione o altro provvedimento formale.

«È un fatto inaudito - denuncia il segretario della Fiom di Potenza, Giuseppe Cillis - è una violazione dei diritti civili e sociali. La direzione dello stabilimento deve intervenire e svolgere il proprio compito per rimuovere questi comportamenti e ristabilire il rispetto delle regole». Quindi Fiom e Cgil hanno chiesto all'Associazione degli industriali di

Potenza di promuovere un «incontro urgente con la Fiat» per «ripristinare le normali condizioni di lavoro e di agibilità sindacale».

Secondo l'azienda è stato applicato un provvedimento di tre giorni di sospensione già stato notificato ieri al lavoratore. Secondo la Fiom, inoltre, al quarto giorno di scioperi nelle unità di montaggio «contro il peggioramento delle condizioni di lavoro» hanno aderito «centinaia di lavoratori». E forse proprio questo successo delle iniziative delle tute blu Cgil potrebbe aver «innervosito» la dirigenza aziendale.

«Il nostro delegato, cui oggi è stato impedito l'ingresso alla Sata di Melfi, deve rientrare nello stabilimento - commenta infatti il segretario generale della Fiom-Cgil, Gianni Rinaldini, secondo il quale la Fiat - ha scelto la rappresaglia a fronte



Una catena di montaggio dello stabilimento Fiat di Melfi

Claudio Papi/Reuters

degli scioperi in atto nello stabilimento che rivendicano un miglioramento delle condizioni lavorative e, in particolare, il superamento della cosiddetta "ribattuta" (che vuol dire 12 turni di notte consecutivi). Ma a quanto pare il confronto su questo tema si presenta piuttosto difficile di questi tempi negli stabilimenti della casa automobilistica torinese. Per la Fiat, sostiene infatti Gianni Rinaldini, «la contrattazione non esiste. I lavoratori e le lavoratrici sono puri oggetti di cui disporre unilateralmente». Quindi l'annuncio della reazione sindacale: «La Fiom - aggiunge il segretario - deciderà tutte le ulteriori iniziative di lotta e le iniziative di difesa del delegato che deve rientrare nello stabilimento». Nello stesso tempo, conclude, «pare evidente che la condizione lavorativa dello stabilimento auto di Melfi, fondata sull'intimidazio-

ne e su migliaia di provvedimenti disciplinari, rappresenta un caso nazionale, emblematico delle scelte compiute dalla Fiat».

L'azienda si trincerava dietro a un laconico e formale commento: «È stato applicato il giorno di sospensione che la persona doveva fare, come previsto dal contratto», hanno replicato fonti del gruppo torinese. Ma intanto l'episodio è già finito sui banchi del Parlamento. L'onorevole Mario Lettieri (Margherita), in un'interrogazione, ha chiesto al ministro del welfare Roberto Maroni di impegnarsi per garantire «in tutti gli stabilimenti della Fiat il pieno rispetto dei lavoratori e il mantenimento di corrette relazioni sindacali».

Lettieri, in particolare, si è riferito proprio alla situazione di Melfi e all'episodio denunciato ieri dalla Fiom. «Tali comportamenti - ha scritto Lettieri nella sua interrogazione parlamentare - e l'irrigidimento nelle relazioni tra la direzione e i sindacati non giovano certamente al mantenimento di quel clima positivo e collaborativo che i lavoratori hanno e intendono avere nell'interesse anche dell'azienda».

«Incentivi anche per i motorini»

I costruttori chiedono al governo il sostegno promesso. In ripresa le due ruote made in Italy

Rossella Dallò

MILANO Con l'inusitato arrivo del sindaco Albertini alla guida di un'esclusiva sidecar della Bmw (esemplare unico) insieme all'aspirante miss universo, e alla presenza dei ministri Lunardi e Castelli si è inaugurata ieri alla Fiera di Milano la 61esima edizione di Eicma, il Salone del ciclo e motociclo.

È oggi «il più importante appuntamento al mondo del settore», sottolinea il presidente dell'organismo associativo (Ancma) e dell'Aprilia Ivano Beggio. A conferma, quest'anno il Salone straccia ogni record precedente con 1.842 aziende espositrici, delle quali il 38 per cento straniere.

Al di là della passerella politica (Formigoni promette la riapertura degli eco-incentivi regionali allargata alle due ruote, il comune di Milano il fondo di 650mila euro per incentivare l'acquisto di due ruote elettriche), a Milano, fino a domenica, l'industria mondiale del settore espone il meglio della produzione e molte novità. Tra queste il «made in Italy» - dalla Ducati all'Aprilia alla rinata Guzzi così come, fra le bici, Colnago e De Rosa che festeggiano i 50 anni - continua a spiccare per innovazione e qualità. I due

Arriva in ottobre la Fiat 600 a idrogeno

MILANO Arriva ad ottobre la Fiat 600 a idrogeno. Il prototipo verrà presentato a Milano dal ministro dell'Ambiente e dalla casa torinese. È una vettura di tipo avanzato rispetto a quella del febbraio 2001. Quattro posti anziché due, stesse prestazioni di una vettura normale, più veloce e autonoma della prima. L'annuncio è arrivato da Sacramento, in California, città che ha tenuto a battesimo la joint venture Italia-Usa nel campo della ricerca e delle tecnologie per proteggere il clima. Per la 600 a idrogeno sono virtualmente nulle le emissioni inquinanti. Il prototipo raggiunge una velocità massima di 130 km orari mentre nel ciclo urbano ha un'autonomia di 210-220 km.



Il nuovo scooter Gilera Nexus 500 presentato a Milano

fattori trainanti sui quali, ne è convinto Beggio, il mondo italiano delle due ruote deve continuare a spingere per contrastare la concorrenza, in particolare quella «dei bassi prezzi del Far East». Che rappresenta il più aggressi-

vo competitore e freno all'espansione del prodotto italiano, e che al Salone occupa spazi sempre maggiori.

Ma come va il settore? Mentre le biciclette registrano ancora una lieve flessione, le moto sono in ripresa. Gli

indici del mercato nazionale (ed europeo) volgono al positivo dopo trenta mesi di congiuntura negativa. Nell'ultimo bimestre è rilevante la crescita delle immatricolazioni (più 6,2 per cento) trainata soprattutto dagli scoo-

ter targati intorno ai 500 cc (più 65 per cento) dove la produzione italiana cresce di quota e consolida la propria leadership. La moto stenta ancora (meno 1,8 per cento negli 8 mesi), ma sconta l'attesa delle novità. Insomma, luci e ombre che si specchiano anche sul fronte normativo. «I produttori di ciclomotori - sostiene Beggio - stanno aspettando con trepidazione che gli incentivi previsti dal ministero dell'Ambiente per i veicoli che soddisfano le norme Euro 2 siano effettivamente corrisposti». Finora sono state le case ad anticiparli ai clienti e «questo ha consentito di sostenere un mercato che mostra segni di insofferenza e che nell'ultimo bimestre ha evidenziato l'ennesima battuta d'arresto». In sospeso, poi, c'è la questione degli introiti delle contravvenzioni - «promessi e ancora non visti» come contributo per i corsi per il patentino nelle scuole, che l'Ancma sperimenta da tre anni a titolo gratuito.

A proposito del patentino per i ciclomotori, il ministro Lunardi promette: «dal 2005 l'obbligo sarà esteso anche a tutti i maggiolino non patentati». E si impegna ad eliminare la «discriminazione» tra automobilisti e utenti delle due ruote a proposito di patente a punti.

AUTO

Renault richiama 110mila Laguna

Renault sta richiamaendo 110mila Laguna vendute nel mondo per riparare un problema all'inietttore di carburante. Le prime lettere ai proprietari di questo modello sono state spedite alla fine di agosto. La casa francese non ha precisato i costi dell'operazione.

LANA

A picco la produzione dei filati

Il calo della produzione dei filati lanieri è stato dell'11,9% in quantità e del 13,6% in valore. Il 2003 registrerà una perdita compresa tra l'1 e il 5%. Diminuite nel 2002 anche le importazioni (2,7% in quantità, 6,3% in valore) e le esportazioni (-7,2% in quantità, -8,3% in valore).

MARMI

Le esportazioni calate del 13,11%

La situazione del comparto lapideo resta difficile con un export, nei primi cinque mesi dell'anno, di 1.170.177 tonnellate di marmi e graniti, prezzi e lavorati per un valore di 654.194.639 euro che comportano una diminuzione complessiva del -8% in quantità e del -13,11% in valore.

La catena svedese apre il primo magazzino in Italia, a Milano. La tendenza della qualità abbinata al basso prezzo

H&M, arriva la moda democratica

Gianluca Lo Vetro

MILANO Dal pret-à-porter al pop-à-porter: dopo Zara sbarcano a raffica in Italia le grandi catene internazionali di moda a prezzi popolari. Prima fra tutte, H&M: multinazionale svedese che domani sera inaugura il proprio store a Milano, nello storico negozio di Fiorucci in piazza San Babila.

Fondato nel '47 da Erling Persson, quotato in borsa e ora presieduto da Stefan Persson, il Gruppo, con un organico di 39.000 dipendenti, ha ricavato nel 2002 53.332 miliardi di corone svedesi (5,8 miliardi di euro) con un utile di oltre il 10% del fatturato. Al motto di "moda e qualità al miglior prezzo", ogni anno H&M vende nei suoi negozi monomarca 500 milioni di articoli per uomo, donna, bambino, studiati da un team di 90 designer. Circa metà della produzione viene realizzata in Europa: il resto prevalentemente in Asia, per una rete totale di circa 1.000 fornitori.

Attualmente l'insegna svedese (acronimo di Hennes & Mauritz, per lei e per lui) conta 893 punti vendita in 16 Paesi europei e negli Usa. Solo nel 2002 ne sono stati aperti 85. Mentre, per il 2003 è prevista l'inaugurazione di ulteriori 110 negozi nei mercati in crescita tipo la Germania (+30%) o completamente nuovi come la Polonia, la Repubblica Ceca, il Portogallo. E l'Italia, per l'appunto. Al primo spazio milanese di 1.500 metri quadrati, nell'arco di qualche anno si affiancheranno venti negozi me-



Stefan Persson, presidente del gruppo svedese H&M

dio-grandi nel Centro-Nord.

Ma qual'è la ricetta vincente di questo Gruppo? «Il cliente deve sempre fare un ottimo affare», recita il primo comandamento dell'impresa. Il che significa un prezzo medio tra i 20 e i 50 euro per capo. Per H&M, tuttavia, è fondamentale anche il codice di condotta in termini di responsabilità sociale e ambientale. Così, 30 ispettori controllano le modalità produttive dei fornitori, opponendosi al lavoro minorile e imponendo forti restrizioni sui prodotti chimici o dannosi all'ambiente. H&M promuove, inoltre, numerose iniziative umanitarie nei Paesi in via di sviluppo, dalla riduzione del lavoro straordinario nelle fabbriche cinesi, alla costruzione di scuole in Turchia.

A questa offensiva svedese fa eco Mango: secondo Gruppo spagnolo, dopo Zara, nelle esportazioni di abbigliamento. Giunta ad un fatturato di 980 milioni di euro, l'in-

segna di Barcellona possiede 646 negozi in 40 Paesi. A questi se ne sono aggiunti di recente tre italiani, Roma, Bologna e Sanremo: boutique che hanno reso l'1% del fatturato globale della griffe. Ma entro fine mese, in una concomitanza tutt'altro che casuale con le sfilate di Milano Moda Donna al via il 26 settembre, Mango accenderà le sue vetrine pilota nella «capitale della moda», in via Torino. Nella strada dello shopping conveniente, l'imprenditore Walter Meghnagi ha riconvertito con un investimento di 4 milioni di euro l'ex Cinema Vip in uno store su due piani. Totale: 1.000 metri quadrati dove ogni donna potrà vestirsi da capo a piedi - spendendo dai 12 euro per una maglietta ai 59 euro per una giacca. Entro il 2005 Meghnagi vuole espandersi nell'hinterland meneghino, aprendo punti vendita Mango nei centri commerciali in costruzione a Novate e a Sesto San Giovanni.

Come Zara, anche questa etichetta ha costruito la sua fortuna sulla rapidità produttiva, mettendo in vetrina collezioni all'ultimo grido confezionate un mese prima (laddove quelle degli stilisti sono studiate con un anno di anticipo) e riassortendo l'offerta con ben 12 flash annuali. «In tal modo - spiega Meghnagi - Mango sta al passo con l'incalzare sempre più rapido delle mode. E se Zara punta solo alle vendite, noi pensiamo anche all'immagine, pianificando - a differenza del nostro concorrente - campagne pubblicitarie».

Sta di fatto che il mercato attuale premia essenzialmente il prezzo equo. «In questo momento di crisi mondiale - prosegue Meghnagi - c'è una nuova tipologia di consumatore più esigente ma con meno soldi». Una domanda meno ricca ma più sapiente, la cui risposta esatta è il pop-à-porter, che sta traducendo in moda il fenomeno Ikea.

In questo scenario si affaccia GAS, inaugurando, il 25 settembre a Milano in corso di Porta Ticinese, il proprio punto vendita di abbigliamento giovane. Il Gruppo di Claudio Grotto, con un fatturato di 130 milioni di euro e tre boutique in Italia, ha registrato nell'ultimo anno una crescita del 30%. E adesso punta a fare concorrenza ai giganti, utilizzando come testimonial Valentino Rossi.

Insomma, il mondo della moda è in piena rivoluzione. Anche perché il prezzo sostenibile è diventato il nuovo status symbol intelligente e insidia persino la fascia più alta della moda extra lusso.

DIFFERENT.



www.radio101.it

new