

Il premier si limita alle battute: risolverò tutto. Manifestazione di protesta a Roma. Sciopero il 5 marzo. L'azienda attende i fondi da Tremonti

Il «talento» di Berlusconi aggrava la crisi Alitalia

Bianca Di Giovanni

ROMA L'appello accorato dei vertici Alitalia non è bastato. Per la compagnia di bandiera ieri a Palazzo Chigi non si è andati oltre lo slogan a effetto del premier. «Per fortuna di Alitalia c'è il signor Silvio Berlusconi - ha detto - che impiegherà tutto il suo talento per risolvere un problema che altri non hanno saputo risolvere». Sono almeno 26 mesi che alla Magliana aspettano di vedere quel talento. E intanto le dieci sigle sindacali del comparto annunciano lo sciopero generale per il 5 marzo, «per dare un segnale al governo» sulla necessità di intervenire sul piano Alitalia e sulla crisi del trasporto aereo, «con interventi di sistema».

Eppure all'amministratore delegato Francesco Mengozzi, che vede ritardare sempre di più l'attuazione del suo piano, ieri sarebbe bastata una parola sugli ammortizzatori sociali da estendere al settore per non gettare nel vuoto i 1.500 esuberanti annunciati (oltre ai 1.300 «esternalizzati»). Misure da finanziare magari con quei 180

miliardi di vecchie lire «concessi» dall'Ue all'indomani dell'11 settembre 2001 (parliamo di oltre due anni fa) e mai arrivati nelle casse della compagnia. Ma è Giulio Tremonti a tenere i cordoni della borsa, e finora il titolare del Tesoro non pare molto ben disposto nei confronti di un manager che la Lega vorrebbe almeno ridimensionare (in favore del neopresidente Giuseppe Bonomi targato Lega), se non addirittura estromettere. Così, mentre i conti sprofondano nel «profondo rosso» (ieri una voce, poi smentiva, parlava di ricavi passeggeri in calo a gennaio di 35 milioni rispetto allo stesso periodo del 2003 e di 100 milioni di scostamento rispetto al budget) e la conflittualità sindacale schizza a livelli record, su Alitalia si consuma l'ennesimo braccio di ferro politico. Con tanto di voci ricorrenti su un secondo, terzo o quarto piano alternativo a quello di Mengozzi tutto puntato su Air France: alleanza con Iberia (cioè British Airways) o con Lufthansa, si mormora nei corridoi. Oppure cordata tutta italiana. Pare che Mengozzi, per evitare di restare stritolato, si sia presentato a Palazzo Chigi con un aut-aut cristallino: o si accetta il mio piano, oppure sono pronto

IL PIANO DI RIASSETTO			
Le previsioni sui conti Alitalia (dati in milioni di euro)			
Alitalia	2004	2005	2006
Valore della produzione	4.958	5.291	5.700
Costo del lavoro	1.108	1.073	1.100
Margine operativo lordo	349	621	775
Risultato operativo	-29	222	359
Ebitdar sui ricavi	9,5%	14,4%	16,1%
Debiti finanziari netti	1.591	1.397	994
Mezzi propri	1.231	1.328	1.563
Rapporto debt/equity	1,29	1,05	0,63

Fonte: Alitalia, piano Industriale 2004-2006 P&G Infograph

ad andarmene. Sulla risposta ricevuta c'è nebbia fitta. «Ma queste sul piano sono solo voci - dichiara Luigi Martini, deputato di An - Non esiste nessun piano alternativo, altrimenti mentre lo mettiamo giù Alitalia è già fallita. Nessun cervello ne ha prodotto un altro». Ma Air France rischia di fagocitarci, asserisce la Lega. «Certo, ma con la Francia è possibile un accordo a largo raggio - continua Martini - sull'Alenia, sull'Airbus, sui sistemi satellitari. In agenda ci sono molte voci che possono contribuire a produrre un'intesa equa». Sta proprio qui il punto: bisogna tessere una tela diplomatica di cui ancora non si legge la trama. Intanto Air France procede sulla strada del «matrimonio» con Klm.

Ai sindacati sul piede di guerra non bastano semplici ammortizzatori. Tanto più che «su 538 milioni di risparmi previsti dal piano, solo 60 riguardano il costo del lavoro», osserva Roberto Scotti della Filt-Cgil. Per loro è il piano mengozzi l'ostacolo da rimuovere per far partire una vera trattativa: questo il messaggio dei sindacati che solo per «bon ton» non arrivano a chiedere esplicitamente la testa dell'amministratore delegato.

Fiat, Demel cambia l'organizzazione

Primo incontro con i manager auto. Morchio: lavorare per il rilancio

Massimo Burzio

TORINO Il gruppo Fiat, e la Fiat Auto in particolare, hanno nel 2004 un obiettivo primario: «perseguire con vigore e determinazione nella piena attuazione del piano di rilancio attraverso il coinvolgimento di tutti nelle azioni di risanamento già avviate».

A ribadirlo, ieri, è stato Giuseppe Morchio, l'amministratore delegato del gruppo torinese, incontrando i 600 dirigenti mondiali della Fiat Auto. Nel corso dell'annuale riunione dei vertici del Lingotto con i manager del settore auto, prima Umberto Agnelli e poi Morchio hanno ulteriormente chiarito quali saranno le priorità dell'anno appena iniziato. Sotto le volte della mitica antica Officina 61 di Mirafiori, presidente e ad della capogruppo hanno detto chiaramente cosa si attendono dai primi livelli aziendali per fare sì che prima la Fiat Spa (già nel 2004) e poi la Fiat Auto (2005) e dopo anni di conti in rosso possano raggiungere il pareggio nei conti.

Ieri a Mirafiori, inoltre, Herbert Demel ha incontrato per la prima volta tutti assieme i suoi collaboratori di primo livello e ha subito ricordato «l'importanza del sostegno e delle risorse ricevute dalla capogruppo» che a suo parere sono state (ed evidentemente lo saranno anche nel 2004) «fondamentali per portare i marchi Fiat, Lancia e Alfa Romeo al pieno riconoscimento del loro valore sui mercati». Senza la scelta fatta da Agnelli e Morchio di puntare sulla missione autoveicoli, senza le iniezioni di denaro derivanti dalle dismissioni (senza dimenticare il prestito convertendo delle banche), la rinascita del settore auto sarebbe stato ancora molto lontano e più difficile. Il 2004, comunque, secondo Demel dovrà servire per mettere in atto una ulteriore «serie di azioni per il rilancio dei marchi e dei prodotti e di conseguenza per un ritorno al successo nei tempi e nei modi indicati dal piano Morchio».

Ai manager di Fiat Auto ieri è stata anche annunciata la nascita di una nuova struttura centrale,



«Market & Network Coordination», che avrà il compito di sviluppare la rete commerciale e delineare le strategie distributive di lungo periodo sui principali mercati europei e che da quanto si apprende attendono direttamente all'amministratore delegato. La Fiat, insomma, cerca di ottimizzare le sue attività marketing sui principali paesi in cui è presente.

A due anni dalla nascita delle Business Unit, poi, Demel ha anche annunciato di aver apportato un miglioramento al sistema del loro funzionamento accrescendo quello che l'ad ha definito «il livello di presidio trasversale sui processi fondamentali dell'engineering, manufacturing, qualità e sviluppo rete». Maggiori sinergie aziendali, dunque tra le Business Unit ma a anche un'armonizzazione dei metodi operativi per far sì che queste strutture, una sorta di

varie aziende nell'azienda, possano «concentrarsi sulla clientela e sul prodotto».

La riunione di ieri a Mirafiori è stata anche la prima di una serie di importanti impegni che attendono nelle prossime settimane i vertici Fiat. Il 27 febbraio, infatti, ci sarà al Lingotto un cda per esaminare i risultati dell'ultimo trimestre e dell'intero esercizio 2003. Pochi giorni dopo, il 2 marzo Demel sarà al Salone di Ginevra dove Fiat Auto farà debuttare tre prime mondiali: la nuova Multipla, la monovolume Lancia Musa e l'Alfa Romeo Crosswagon oltre ad un prototipo di city car, la «Trepùno». Sempre in Svizzera, poi, dovrebbe tenersi e proprio nei giorni del salone, anche uno steering committee con GM e cioè il tradizionale incontro semestrale sull'avanzamento dell'alleanza e delle attività comuni.

Herbert Demel
l'amministratore
delegato
di Fiat auto
Ansa

federmeccanica

Questi operai guadagnano troppo

ROMA L'industria metalmeccanica ha chiuso anche il 2003 con dati negativi: la produzione è calata (-2,1%), l'occupazione nella grande industria è scesa del 3,1%, la cassa integrazione straordinaria è stata un valanga con il +225%. Dati parziali che tratteggiano una situazione piuttosto difficile, un miglioramento è atteso per quest'anno, ma con tutta la cautela del caso. Le imprese si impoveriscono, hanno spiegato ieri il direttore generale Roberto Bigliari e gli uomini del suo staff: i lavoratori invece a sentire Federmeccanica se la passerebbero benone. L'associazione

infatti contesta che ci sia una perdita di potere d'acquisto delle retribuzioni, «di scientifico e di omogeneo c'è poco e niente» nelle analisi di chi lo sostiene. È stato infatti spiegato che le retribuzioni contrattuali sono aumentate nel biennio 2001-2003 del 5,5% a fronte di prezzi al consumo cresciuti del 5%. Non solo: per un dipendente al terzo livello la retribuzione è cresciuta del 6,2%, se poi ha avuto anche uno scatto di anzianità, allora il suo stipendio pesa l'8,5% in più. Sono in crescita anche le retribuzioni di fatto. A questo si aggiunge che secondo i conti di Federmeccanica l'entrata in vigore del primo modulo della riforma fiscale ha portato «una significativa riduzione delle tasse per i redditi più bassi»: gli operai di terzo livello pagherebbero cioè il 2% di tasse in meno. Il dato è contestato da altre elaborazioni, quelle della Cgil ad esempio, che mettono piuttosto l'accento sulla mancata restituzione del drenaggio fiscale che sul reddito di un metalmeccanico di terzo livello pesa solo per quest'anno l'1,5%.

Sentenza del tribunale del lavoro di Palermo: «Nell'ambito del conflitto sindacale è giusto ridicolizzare la controparte»

«Prendere in giro il padrone è un diritto»

Giampiero Rossi

MILANO Nella vostra azienda è in atto un conflitto sindacale con i dirigenti? Ebbene, lavoratori e sindacalisti, avete tutto il diritto di prendere pesantemente in giro i vostri interlocutori. Parola di giudice.

È una sentenza che fa giurisprudenza, ma fa anche sorridere, quella emessa dal Tribunale del lavoro di Palermo in seguito al ricorso di un lavoratore (nonché delegato sindacale della UilTucs) che era stato licenziato dall'Ipermercato Auchan del capoluogo siciliano. Al centro del drastico provvedimento aziendale c'era, tra le altre circostanze contestate al dipendente-sindacalista, il contenuto di alcuni volantini che irridevano decisamente il management. Certo, ci sono andati pesanti i rap-

presentanti dei lavoratori dell'Auchan palermitana, visto che in quei fogli che simulavano un'edizione di un giornale locale presentavano in forma satirica l'organigramma aziendale alla stregua della struttura di «Cosa nostra», con tanto di «cupola», «capi dei mandamenti», «omini, ominicchi e quaquaracchà», irridendo così alcuni dirigenti.

All'azienda tutto ciò è parso «gravemente diffamatorio, ingiurioso e offensivo». Ma il giudice Gianfranco Pignataro è giunto a conclusioni decisamente diverse: «La scelta della forma satirica da un lato e il contesto del conflitto sindacale dall'altro - si legge nella sua sentenza - prevedono (verrebbe da dire, impongono) l'utilizzo di un linguaggio dai toni forti e graffianti ed il ricorso ad immagini volutamente esagerate e beffarde che tendono a ridicolizzare il destinatario della critica». Insomma, secondo il giudice, durante una fase di lotta, i

sindacalisti non solo hanno tutto il diritto, ma in un certo senso anche il dovere di sbeffeggiare la controparte aziendale. Quindi quel volantino, conclude la sentenza, rientra «per la forma e per il contenuto nel diritto di critica». Risultato: lavoratore reintegrato e Auchan condannata al risarcimento. «Emerge una filosofia aziendale che non tollera alcuna critica - commenta il segretario generale della UilTucs di Palermo, Pietro La Torre - una lunga teoria di querele e di azioni realizzate con il solo scopo di ottenere questo obiettivo trovano ora una prima, clamorosa battuta d'arresto, che consiglierebbe all'impresa di abbassare i toni e discutere nel merito la soluzione dei problemi nel rispetto dei reciproci ruoli».

E intanto, con la sentenza Auchan un nuovo inno si diffonde nel mondo del lavoro: sindacalisti di tutta Italia, sfottete pure le vostre controparti.

NAUTICA

Nel 2003 fatturato in crescita del 12,5%

La nautica italiana anche nel 2003 si è confermata ai vertici mondiali del settore, con un fatturato di 1.560 milioni di euro (+12,5%). Rispetto al 2002 la produzione ha registrato un rallentamento: da +12,5% a +10%. La buona prestazione è in larga parte dovuta alla produzione di fascia alta: dal 1999 al 2003, l'order book mondiale è cresciuto del 70%, quello italiano del 154%.

PRATO

In calo del 9,5% l'export del tessile

Il comparto tessile-abbigliamento del distretto di Prato ha registrato, nel 2003, una ulteriore flessione di export e fatturato rispetto al 2002. E quanto emerge dai dati resi noti alla vigilia di PratoExpo, in programma a Firenze dal 19 al 21 febbraio. In particolare, per la produzione si registra un calo del 7% del fatturato, mentre per l'export il calo è quantificato nel 9,5%.

MARIELLA BURANI

Acquistato il 100% della Don Gil

Mariella Burani Fashion Group ha comprato dalla Palmers Textile Ag il 100% della Don Gil GmbH, società che distribuisce beni di lusso in Austria attraverso 37 negozi. Il prezzo pagato è di 5,5 milioni di euro, poco più del patrimonio netto. Nell'esercizio appena concluso, la Don Gil ha generato 52,4 milioni di ricavi e 1 milione di utile lordo. I debiti ammontano a 6 milioni.

MERLONI

Successo della Fiom alla Rsu di Gaifana

La Fiom ha ottenuto una significativa affermazione nel rinnovo della Rsu alla Antonio Merloni di Gaifana (Perugia). La Fim-Cisl aveva 10 delegati contro i 4 della Fiom. Adesso la Fim, con 636 voti, ottiene 8 delegati mentre la lista Fiom, ha ottenuto il miglior risultato di sempre ricevendo 410 voti e 6 delegati. Alla Uilm-Uil, infine, sono andati 46 voti e un delegato.

dal 21 febbraio in edicola

con **l'Unità** a €2.20 in più
**NO
LIMITS**

Informazione, cultura e sport senza barriere


Il mensile rivolto alla disabilità