

Postalmarket, così finisce un'impresa

La proprietà chiude l'ultimo stabilimento
Senza lavoro i 140 dipendenti rimasti

di Giampiero Rossi / Milano

FUORI CATALOGO Questa volta è finita davvero. Postalmarket non c'è più. Lo storico marchio delle vendite per corrispondenza scompare dalla scena, sopraffatto non tanto dall'avvento di internet e di tutte le nuove forme di commercio, quanto da una scellerata e velleitaria rapidità imprenditoriale.

Dopo un calvario durato una dozzina d'anni, la pietra tombale è stata posta dal gruppo Bernardi, società friulana della grande distribuzione di abbigliamento, che ha cercato di utilizzare Postalmarket come testa d'ariete per ben altri business e che ora può lucrare abbondantemente su una speculazione immobiliare. L'ultimo ostacolo erano quei 140 dipendenti reduci da una progressiva falcidia di posti di lavoro avviata dalla precedente proprietà. Ma nessuno si è commosso, ai vertici della Bernardi: la società ha comunicato ai sindacati la chiusura dello stabilimento di Peschiera Borromeo (Milano) e ha offerto di recuperare soltanto 25 lavoratori in cambio del licenziamento di tutti gli altri. «E secondo loro avremmo pure dovuto ringraziarli», commenta sarcastico Federico Antonelli, sindacalista della Filcams

Cgil di Milano che da anni si batte per tutelare i dipendenti della Postalmarket. Del resto il vecchio catalogo che fino a pochi lustri addietro faceva praticamente parte degli arredi domestici di mezza Italia navigava in cattive acque già alla fine degli anni novanta. Allora il proprietario era Eugenio Filograna, che lo utilizzò per promuovere la propria candidatura parlamentare nelle liste di Forza Italia e che dopo l'avventura politica finì in manette per bancarotta. Nel 2003 entrò in scena il gruppo Bernardi. Sembra l'opportunità che i lavoratori e i sindacati attendevano, ma quasi subito saltò fuori il trucco: la società friulana, infatti, si propone come cavaliere bianco per Postalmarket, ma in cambio chiede alla regio-

Un calvario durato dodici anni tra imprenditori velleitari e proprietari attenti solo alle speculazioni

ne Lombardia di convertire un'area non edificabile in centro commerciale. Un ricatto giocato sulla pelle dei lavoratori, denunciano i sindacati.

In ogni caso, al prezzo di un doloroso accordo sulla cassa integrazione, Postalmarket passa sotto il controllo della Bernardi, che rimette in circolazione i cataloghi e, nel 2005, stringe un'alleanza con la francese Redoute, leader europeo delle vendite per corrispondenza. Già, perché mentre in Italia si parla di un settore ormai morto, nel resto del mondo c'è che fa soldi a palate con questo vecchio sistema. Anche il matrimonio con i francesi dura poco e si arriva alla situazione attuale con la decisione della Bernardi di interrompere la pubblicazione dei cataloghi e di chiudere definitivamente lo stabilimento di Peschiera Borromeo. I sindacati trattano per salvare il salvabile, ma la proprietà ha le idee chiare: vuole sbarazzarsi del fardello Postalmarket per poter mettere in vendita l'immobile alle porte di Milano portando a casa una bella plusvalenza: 35 milioni di euro per uno stabilimento pagato 10 milioni tra le proteste della banca Antonveneta che vantava ipoteche su quell'immobile. E in più si tiene in mano il marchio Postalmarket. Non si sa mai.

«Le iniziative di gruppi come Mediaset, Rcs e molti altri in Europa e nel mondo dimostrano che le nuove tecnologie, a partire da Internet, possono rilanciare le vendite per corrispondenza - commenta amareggiato Federico Antonelli - ma questa è l'imprenditoria italiana: nessuna innovazione nelle idee ma grande attenzione alle speculazioni».



Casey Stoner sulla Ducati con cui ha vinto il gran premio della Cina. Foto di Greg Baker/Agf

Ducati vola in Borsa dopo i successi in pista

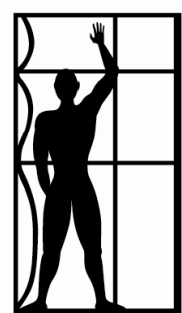
di Antonella Cardone

Adriano, Bruno e Marcello Ducati nel 1946 avrebbero certo strabuzzato gli occhi se qualcuno avesse predetto che il pronipote del loro Cucciolo, piccolo motore ausiliario per biciclette, nel nuovo secolo avrebbe dato da mangiare la polvere alle moto dei più grandi produttori mondiali del settore. E a Tokio si sarebbero fatti una bella risata a sentire che quella minuscola fabbrica nel cuore di Bologna, lì, dall'altra parte del mondo, sarebbe un giorno stata capace di umiliare l'orgoglio nazionale. E invece quel giorno è arrivato, e la Ducati ha messo in saccoccia la quarta vittoria del MotoGP con la sua Desmosedici Gp7.

E, giusto per chiarire anche al mondo economico di che pasta sono fatti questi bolognesi, col più 0,13% registrato ieri in Borsa, il valore del titolo Ducati è arrivato a crescere in un anno del 110,24%. Si macinano ritmi da capogiro anche su piazza Affari, insomma, un piccolo miracolo che si spiega così: «Siamo un pacchetto perfetto. In pista gli avversari sono industrie pesanti, noi siamo solo artigiani. Ma noi che ci lavoriamo abbiamo passione. Uniamo business e passione», racconta Leo Di Michelangelo, 56 anni, da 35 in Ducati, uno dei 1.043 dipendenti orgogliosi della tribù che tra pistoni e ottani fa grande l'Italia. Nel resto del mondo tutti rimangono a bocca aperta a sapere che queste

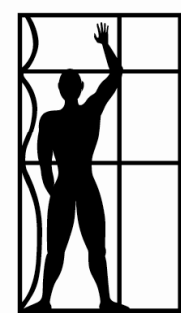
prodezze vengono da una fabbrica che, presa per intero, starebbe bella comoda nello sgabuzzino dell'officina di manopole della Honda. La differenza, in numeri, è da paradosso: 31.193 le moto prodotte nel 2006 dai bolognesi, più di 10 milioni quelle dei giapponesi. E ancora, 35 tecnici italiani contro i tremila della Honda, un fatturato che per la Ducati supera appena i 304 milioni di euro, e che per i nipponici è nell'ordine dei 70 miliardi. Ci vorranno secoli a colmare la distanza, ma la strada è tracciata: ci si aspetta l'annuncio di un trimestrale d'oro dal prossimo Cda, che, sempre presieduto da Federico Minoli, dovrebbe eleggere un nuovo amministratore delegato, Gabriele Del Torchio. Il suo nome è gradito alla famiglia Bonomi che da un anno detiene il 29,82% del pacchetto azionario, acquistato dal Texas Pacific Group, che era entrato nel '96 riuscendo a risanare l'azienda. A loro si affianca il 60,39% di azionariato diffuso, che assieme alle vittorie in pista, festeggia anche le vittorie in Borsa.

Un futuro da progettare e costruire insieme



CTC
CONSORZIO TOSCANO COSTRUZIONI

CONSORZIO DELLE COOPERATIVE DI COSTRUZIONE - PROGETTAZIONE E SERVIZI



I nostri servizi:

Project Financing - Global Service e Facility Management - Programmi complessi di riqualificazione urbana



società cooperativa a responsabilità limitata aderente alla lega nazionale delle cooperative e mutue **legacoop**

Via Lorenzo il Magnifico N° 10, 50129 Firenze - Tel. 055 489492 Fax 055 489502 - E-mail ctc@ctc-coop.it - Sito Web www.ctc-coop.it