

Telecom, sciopero per qualche euro e un lavoro decente

Oggi 4 ore di protesta per l'interruzione delle trattative sul premio di risultato

■ di Giampiero Rossi / Milano

PROTESTA Si fermano oggi per protestare i lavoratori del gruppo Telecom e della Telecontact per uno sciopero nazionale unitario proclamato da Slc-Cgil, Fistel-Cisl e Uilcom-uil. Con lo sciopero di 4 ore per Telecom e 2 ore per Telecontact, i sindacati

intendono rivendicare l'aumento del premio di risultato del 30% nel quadriennio, l'aumento di 2 euro sui ticket restaurant e, per quanto riguarda Telecontact, un aumento del part-time a 6 ore. Il braccio di ferro prosegue da diverse settimane, ma poi è stato indetto lo sciopero in seguito all'interruzione della trattativa con Telecom, dopo che l'azienda aveva manifestato la propria disponibilità a un aumento massimo del 10% dei diversi importi economici e dopo che i budget di spesa per il 2008 erano già stati approvati per poter aumentare l'occupazione in Telecontact. A quel punto la pro-

spettiva per i lavoratori del call center di Telecom era quella di poter finalmente raggiungere «un salario dignitoso». Dicono i sindacati delle telecomunicazioni. Secondo Slc, Fistel e Uilcom, «l'azienda deve tornare a investire sul lavoro di qualità e sulla buona occupazione, dimostrando con atti e fatti concreti il cambio di rotta del nuovo management che non può continuare a chiedere moderazione salariale ai lavoratori come i precedenti manager impegnati in operazioni finanziarie, perdendo di vista i reali obiettivi del gruppo». E ancora: «Telecom deve tornare a essere una grande azienda, dimostrando che vuole realmente valorizzare le proprie risorse migliori: i tecnici, i ricercatori, gli informatici, gli addetti ai servizi ai clienti». In sintesi, i sindacati rivendicano un aumento del premio di risultato del 30% nel quadri-

enio (contro la proposta aziendale del 10%) e di 2 euro sui ticket restaurant. È un passaggio delicato quello in cui cade questa protesta dei lavoratori di una delle più grandi aziende italiane. Dopo il cambio al vertice di Telecom tra i dipendenti domina un clima di grande e preoccupata attesa. «Bernabè ha impresso, almeno nelle intenzioni, una svolta più orientata agli aspetti industriali che a quelli finanziari - osserva il segretario generale della Slc Cgil, Emilio Miceli - e noi siamo convinti che questa fosse l'unica opzione possibile, perché quest'azienda è stata spremuta come un limone». Ora, però, anche il nuovo management è atteso alla prova dei fatti. «Ci devono convincere che stanno andando verso un potenziamento - aggiunge Miceli - questa è un'azienda che deve essere rimessa in moto, addirittura servirebbero nuove assunzioni, perché ci sono professionalità che sono venute a mancare». E poi c'è l'anomalia del divario tra stipendi ai lavoratori e manager ai dirigenti (compresi quelli che non conoscono la storia): «È una questione di decenza - dice il sindacalista - in Italia continuiamo ad avere i migliori compensi con le peggiori performance».



Foto di Antonio Calanni/Ap

Le scuse del manager per Waterloo

«Cari colleghi, credo che tutti voi siate a conoscenza della rappresentazione mediatica a cui sono stato esposto sul web e in televisione...». Inizia così la lettera di scuse di Luca Luciani ai dipendenti del gruppo Telecom Italia, dopo la gaffe in cui il top manager è incappato durante una conferenza aziendale. Luciani, per spronare i dipendenti a dare il massimo, aveva citato «il capolavoro» di Napoleone a Waterloo, dove l'imperatore francese subì in realtà la sua sconfitta definitiva. Il video dell'errore è finito su YouTube dando alla gaffe risonanza. «Mi rammarico per la gaffe in cui sono incorso e per il tono che, estrapolato dal contesto, anch'io trovo inopportuno e criticabile - scrive - è un errore che riconosco e del quale chiedo scusa a tutti voi». E si giustifica: «Quando si mette passione nelle cose che si fanno - spiega - a volte si sbaglia; e di passione per questa azienda io ne ho tanta». Il manager assicura di considerare l'incidente «una lezione di cui farò tesoro». «Oltre alle scuse - conclude - sento il dovere di ribadire che il mio unico obiettivo è quello di contribuire ai risultati della nostra azienda. Come sempre, insieme a tutti voi».

Zanussi conferma 800 posti in meno

L'azienda illustra il piano per l'Italia I sindacati si rivolgono al governo

■ / Milano

TAGLI Indietro non si torna: i tagli ci saranno eccome. Nello stabilimento Electrolux di Susegana entro il 2009 vi saranno 350 lavoratori in meno e il numero

di frigoriferi prodotti scenderà da 1.045 a 945 mila pezzi. E questo sono soltanto alcuni dei numeri previsti nel piano di ristrutturazione che l'azienda ha esposto ieri alle organizzazioni sindacali.

In Italia, per il gruppo svedese - così hanno riferito i sindacati - la diminuzione di forza lavoro dovrebbe essere di circa 800 unità (su un totale di 8.000 dipendenti), comprendendo la chiusura dello stabilimento di Scandicci (in provincia di Firenze) contro la quale è già scattata da tempo la protesta dei lavoratori. A Susegana le linee di produzione passerebbero da nove a cinque e si libererebbe uno spazio di 50.000 metri quadrati. L'organizzazione del lavoro dovrebbe quindi essere convertita tutta su orari a due turni, circostanza che dovrebbe portare l'utilizzo delle linee dal 72% attuale all'85%. I lavoratori dello stabilimento trevigiano, in sostanza, dovrebbero ridursi a circa 1.150 unità.

La riduzione dei costi fissi sul sistema del freddo a cui punta Electrolux - fa sapere poi la stessa azienda - con il progetto di ristrutturazione è pari a 11 milioni di euro, su una base attuale di 37 milioni. E il modello prospettato ieri ai sindacati sarebbe

«l'unico» che consentirebbe il mantenimento della produzione di frigoriferi in Italia grazie a un aumento di redditività previsto in 6,3 punti in un anno. Secondo le stime della multinazionale, infatti, questo indicatore sarebbe oggi negativo (-2,6%, calcolando Susegana e Scandicci) e dovrebbe raggiungere il 3,7% a regime, dopo la riorganizzazione. Questo si dovrebbe ottenere anche grazie al potenziamento della produzione di frigoriferi da incasso che è il segmento che consente i maggiori margini e che è diretto ai mercati ieri alle organizzazioni sindacali. In Italia, per il gruppo svedese - così hanno riferito i sindacati - la diminuzione di forza lavoro dovrebbe essere di circa 800 unità (su un totale di 8.000 dipendenti), comprendendo la chiusura dello stabilimento di Scandicci (in provincia di Firenze) contro la quale è già scattata da tempo la protesta dei lavoratori. A Susegana le linee di produzione passerebbero da nove a cinque e si libererebbe uno spazio di 50.000 metri quadrati. L'organizzazione del lavoro dovrebbe quindi essere convertita tutta su orari a due turni, circostanza che dovrebbe portare l'utilizzo delle linee dal 72% attuale all'85%. I lavoratori dello stabilimento trevigiano, in sostanza, dovrebbero ridursi a circa 1.150 unità. La riduzione dei costi fissi sul sistema del freddo a cui punta Electrolux - fa sapere poi la stessa azienda - con il progetto di ristrutturazione è pari a 11 milioni di euro, su una base attuale di 37 milioni. E il modello prospettato ieri ai sindacati sarebbe

Nuova governance per Coop Adriatica

Seguito il modello delle società quotate, ma il consiglio di amministrazione resterà a 30 membri

■ di Antonella Cardone

CONSIGLIERI indipendenti nei principali snodi del sistema di governo, comitati di controllo anche per le nomine e le retribuzioni, un nuovo direttore generale a

capo del core business: Coop Adriatica riforma la sua governance con l'obiettivo di raggiungere una maggiore separazione di poteri e avere un consiglio di amministrazione più forte e responsabile, dotato anche - è la principale novità - di strumenti tipici delle società quotate. Dopo il caso Unipol-Bnl e seguendo le indicazioni della Legacoop che invocava per i suoi gran-

di associati una riforma della dislocazione dei poteri aziendali di modo da non incorrere più nelle degenerazioni possibili quando si accentrano troppe leve di comando in una mano sola, la coop di distribuzione bolognese ha affidato ai giuristi Francesco Vella e Pier Luigi Morara il compito di redarre un piano di riforma, che sarà avviato nel corso dell'anno. Punto centrale della nuova governance del colosso cooperativo con 987mila soci e fatturati che sfiorano i due miliardi l'anno, sarà il corpo (30 elementi) consiglio di amministrazione, composto da 14 membri eletti dai soci-consumatori, 13 scelti dall'assemblea tra professionisti e cooperatori e da 3 consiglieri indipendenti, senza cioè ruoli operativi nel mondo cooperati-

vo. Gli indipendenti avranno un ruolo chiave perché, spiega Morara, «avranno capacità tecniche specifiche che permetteranno di valutare con competenza le proposte operative del management: sebbene siano in numero esiguo rispetto al complesso del cda, saranno dislocati negli snodi centrali del sistema di governo», ossia nei comitati di controllo, compreso quello per le nomine e le remunerazioni che valuterà la «sobrietà» degli stipendi dei dirigenti. Inoltre affianco al presidente, di cui viene valorizzato il ruolo di indirizzo e garanzia, sarà introdotta la figura del direttore generale, manager esterno al consiglio di amministrazione che seguirà lo sviluppo del core business della cooperativa. «Vogliamo assicurare - spiega il

presidente di Adriatica Gilberto Coffari - efficienza e trasparenza negli assetti di governo, controllare meglio la nostra organizzazione e l'attività delle partecipate e, insieme, mantenere una autentica e concreta natura mutualistica». Aldo Soldi, presidente dell'Ancc (associazione delle coop di consumo) insiste su un altro punto: «Cresciamo in fretta, e avremmo sempre più bisogno di manager provenienti dall'esterno, non perché i cooperatori non siano in grado di gestire grandi imprese, ma perché servono apporti tecnici puntuali: allora c'è il problema di far capire loro la diversità della forma cooperativa, perché i nuovi dirigenti devono essere prima di tutto dei cooperatori, quindi non pensare solo agli obiettivi a breve termine del loro mandato».



Aldo Soldi

BREVI

Veicoli commerciali

A marzo mercato in crescita

Le marche nazionali oltre il 50%

A marzo le consegne dei veicoli commerciali con portata fino a 3,5 tonnellate hanno superato le 23.400 unità (+3,3% rispetto allo stesso mese del 2007). Il bilancio del primo trimestre si è chiuso con quasi 65mila consegne (+11%). Le marche nazionali, con quasi 12.500 veicoli, hanno registrato un incremento del 3% e una quota del 52,9%.

Enac

I sindacati proclamano

lo stato di agitazione

I sindacati dell'Enac hanno proclamato lo stato di agitazione «con lo scopo di evitare l'ulteriore aggravarsi di problemi relativi alla organizzazione del lavoro e alla conseguente ricaduta sull'espletamento dei delicati compiti istituzionali attribuiti» all'ente.

Gardaland

Prevista per il 2008

una crescita a due cifre

Gardaland stima per il 2008 una crescita del fatturato a due cifre rispetto ai 106 milioni registrati nel 2007. Gardaland fa parte di Merlin Entertainments, al 2° posto al mondo come operatore dei parchi divertimento, con 30 milioni di visitatori in 12 differenti, 13 mila dipendenti e un fatturato di 800 milioni di euro.

FARMACEUTICA

Novartis punta sulle lenti a contatto e acquista Alcon da Nestlé

■ Novartis, il secondo produttore farmaceutico svizzero, punta sulle lenti a contatto e sborsa l'equivalente di circa undici miliardi di dollari per rilevare da Nestlé il 25% di Alcon, con la possibilità di salire fino al 77% pagando complessivamente 39 miliardi di dollari. Come conseguenza di questa mossa, peraltro, Novartis ha perso la valutazione di tripla A da parte di Standard & Poor's, che l'ha declassata di tre livelli, fino a AA-. Novartis pagherà 143,18 dollari per ogni azione. Alcon è specializzata nella produzione di lenti a contatto e di trattamenti per la cura del glaucoma, un business che attrae sempre di più le multinazionali far-

maceutiche in considerazione del progressivo invecchiamento della popolazione mondiale. L'operazione apporterà come dote a Novartis circa 5,6 miliardi di dollari di ricavi, in un momento in cui il gruppo svizzero è in sofferenza a causa della concorrenza dei prodotti generici. Alcon era stata comprata da Nestlé nel 1977 per circa 275 milioni di dollari in quanto il gruppo svizzero aveva intenzione di espandere la sua presenza sul mercato statunitense, diversificando rispetto al tradizionale core business dell'alimentare. La quota di mercato appannaggio di Alcon nel settore dei trattamenti oculistici è del 22%.

La grande distribuzione promette di battere il caro-prezzi

Iniziativa di Federdistribuzione: da maggio a dicembre offerta di prodotti con forti sconti in 13.000 punti vendita

■ / Milano

La grande distribuzione lancia una raffica di promozioni contro il caro-prezzi che tormenta le famiglie italiane, non solo per i continui aumenti delle tariffe, ma anche per l'ondata di rincari che hanno subito negli ultimi mesi i listini dei prodotti alimentari. I supermercati hanno deciso di attrezzarsi, con una campagna che dal primo maggio prossimo fino a dicembre assicurerà la presenza di un prodotto fortemente scontato tra tutti quelli che formano la base della spesa alimentare degli italiani. «Andava fatto qualcosa, andava dato un segnale» ha spiegato Federdistribuzione, l'associazione aderente a Confcommercio che raggruppa tutti i principali marchi italiani e stranieri che operano in Italia, esclusi i grandi gruppi di natura cooperativa (ovvero la Coop). I prodotti che avranno almeno una proposta scontata tra il 10 e il 40% saranno: merendine, biscotti, frollini, latte Uht, yogurt, caffè, pasta di semola, pasta all'uovo, riso, pomodori passati, polpa o pelati, formaggi, salumi, olio extravergine d'oliva, acqua minerale, bevande gassate o non gassate, vino, detersivi in

polvere o liquidi, carta igienica. «Puntiamo sulle promozioni perché è l'unico vero strumento per la salvaguardia del potere d'acquisto delle famiglie» ha affermato il presidente di Federdistribuzione, Paolo Barberini. L'iniziativa coinvolgerà complessivamente oltre 13mila punti vendita, coprendo tutte le regioni, e sarà segnalata ai consumatori attraverso una adeguata comunicazione all'interno dei punti vendita. L'associazione di categoria - che raggruppa catene di supermercati e ipermercati come Auchan-Sma, Carrefour (Gs), Esselunga, Il Gigante, Unes, Pam - chiede anche un contratto na-

zionale di settore che possa soddisfare le esigenze della grande distribuzione, come aperture domenicali e serali. «Da anni facciamo già da cuscinetto tra gli aumenti della produzione e quelli, molto più contenuti, proposti ai consumatori» hanno puntualizzato. Secondo dati Federdistribuzione, tra il 2003 e il 2007 i prezzi di tariffe e servizi in Italia sono aumentati del 17,8%, l'inflazione media è stata dell'8,2%, mentre i prodotti confezionati alimentari venduti da supermercati e ipermercati hanno registrato un incremento limitato all'1,8%.

«È un segnale molto positivo ed è una via concreta per contrastare il rialzo dell'inflazione» ha commentato il garante per la sorveglianza dei prezzi, Antonio Lirio. «La grande distribuzione mostra di adottare gli impegni che abbiamo sempre chiesto durante gli incontri con le filiere produttive e distributive per affrontare il nodo del caro-vita» ha ribadito Mister Prezzi, ricordando che l'iniziativa si aggiunge ad altre già partite sia a livello nazionale che locale, ma che in più ha dalla sua la forza dell'ampiezza territoriale, perché toccherà 13 mila punti vendita, e del numero dei prodotti coinvolti».