

eddyburg

## I SATELLITI DI BASSOLINO

**D**AI 90 ALLOGGI, legittimi ma brutti [«uno schifo»], costruiti ai piedi di Monticchiello, in Vlal d'Orcia, è scoppiata quella bufera in Toscana. C'è da immaginarsi allora che cosa si scatenerà in Campania, ora che ci si è accorti che si costruiscono interi quartieri sotto gli occhi indifferenti del sindaco, su un territorio [quello di Casalnuovo di Napoli] che misura 7 chilometri quadrati. Certo, la Val d'Orcia è più bella di come è diventato l'antico agro della Campania Felix dopo decenni di malgoverno urbanistico. Certo, dalla Regione Toscana ci si aspetta di più, in tema di saggio governo del territorio, che dalla consorella meridionale. Ma nel malcostume urbanistico esplosivo nel napoletano è emerso qualcosa di più preoccupante: la questione della legalità.

Sono passate due settimane dalla denuncia della scoperta. Molti hanno pianto: gli incauti acquirenti degli alloggi, lo sciagurato imprenditore che aveva costruito convinto di poter facilmente ottenere il condono [che è come la croce di cavaliere di una volta: non si nega a nessuno che abbia un santo in Paradiso].

Fermi nel loro sorriso sono rimasti i responsabili diretti del governo del territorio e della vigilanza su di esso, il sindaco e la giunta. Stanno ancora là, con i loro funzionari, tutti al loro posto. Dal «governatorato» si minacciano sfracelli con l'impiego di sofisticate tecnologie: come ha ricordato Maria Pia Guermandi su eddyburg, Bassolino ha annunciato «l'impiego di sette satelliti, di cui due della Nasa, per monitorare dal cielo il territorio campano e impedire costruzioni abusive e mattanze ambientali. Sette satelliti per individuare 50 palazzi cresciuti fino al sesto piano e decine di villette a schiera? Le capacità oftalmiche degli amministratori campani sono davvero deboli».

In Italia esistono leggi rigorose per contrastare l'abuso: manca la legalità, cioè la consapevolezza profonda e la pratica quotidiana del rispetto delle norme comuni. In larghe porzioni d'Italia si è diffusa la convinzione che, se una norma contrasta con una esigenza sentita come dominante, il lavoro deve essere quello di scalzare, aggirarla, neutralizzarla. Non è questo, del resto, che è avvenuto a Ravello, per realizzare il famoso auditorium di Niemeyer?

Questa rubrica è a cura di Eddyburg, sito di dibattito sulla città promosso da Edoardo Salzano.

FAIR WATCH

## UNA ACTION DI CLASS. CONTRO WAL-MART

**W**AL-MART, il colosso mondiale della grande distribuzione, dovrà affrontare una causa legale per discriminazione salariale, dopo che un tribunale ha approvato l'avvio una «class action» [azione legale collettiva] sulla base di una denuncia presentata nel 2003 da una dipendente, Betty Dukes, che si appellò alla corte federale della California. Secondo la denuncia, le paghe riservate alle dipendenti sarebbero in media minori del 15 per cento rispetto ai colleghi maschi, benché la componente femminile all'interno del colosso statunitense rappresenti circa i due terzi dei lavoratori. Il giudice federale ha dato ragione alla dipendente della mega catena commerciale, confermando che ci sono le condizioni per intentare una «class action» contro Wal Mart. Secondo il giudice Martin Jenkins, infatti, esisterebbe «un'evidenza fattuale, statistica e aneddotica di prove che indicano un'effettiva politica aziendale sviluppata in direzione di una generale discriminazione verso i dipendenti di sesso femminile».

Se così fosse, il colosso della grande distribuzione Usa dovrebbe sborsare miliardi di dollari per rimborsare le proprie dipendenti: un colpo ancora più pesante rispetto a quello subito nel 2006, quando dovette versare 78 milioni di dollari di risarcimento per non aver pagato gli straordinari ai propri dipendenti in alcuni punti vendita della Pennsylvania.

La «class action» è la possibilità, per un avvocato o uno studio di avvocati, di promuovere una causa anche senza mandato specifico in rappresentanza di un gruppo molto numeroso di persone, ciascuna delle quali è stata danneggiata dalla stessa controparte. Una modalità molto praticata negli Stati Uniti, e che potrebbe avere una certa eco anche in Italia. Note sono le azioni intentate negli Stati Uniti contro i colossi del tabacco e le aziende petrolifere. Ora tocca anche a Wal Mart.

Rubrica a cura di Fairwatch, informazione sulle politiche liberiste e sui sud del mondo. [www.faircoop.it/fairwatch.htm](http://www.faircoop.it/fairwatch.htm)

SETTIMANA AL SOLE DI GERARDO MARLETTO

## FASTWEB PERDE, I SUOI CAPI GUADAGNANO

**P**ROBABILMENTE molti lettori di Carta conoscono Fastweb. È la seconda compagnia di telecomunicazioni in Italia ed è nota anche per essersi costruita una propria rete di fibra ottica, oggi lunga 22 mila chilometri. Un investimento in parte inutile, dato che, grazie a nuovi sviluppi tecnologici, i suoi concorrenti sono ormai in grado di offrire servizi «a banda larga» anche sul tradizionale cavo telefonico. Sarà stato anche per questo che l'azienda non ha mai goduto di ottima salute: da quando è nata, alla fine del 1999, non ha infatti mai generato un utile e il suo titolo azionario è passato dalla quotazione originaria di 160 euro a quella attuale di 45. Fastweb si è inoltre caratterizzata negli ultimi anni per una qualche opacità nelle comunicazioni al mercato finanziario. Dal 2004 l'azienda preannuncia il raggiungimento del pareggio, sempre smentito dai successivi bilanci ufficiali. Alla fine del 2005 Silvio Scaglia, fondatore dell'azienda, annuncia che venderà la sua quota del 25 per cento; all'inizio del 2007 prima smentisce la notizia e pochi giorni dopo vende il 6,5 per cento a Unicredit. Vi sono poi anche vicende giudiziarie altrettanto mal gestite: Scaglia prima nega il coinvolgimento in un'azione giudiziaria su presunte fatturazioni gonfiate e poi ammette di essere indagato. In questo quadro, stupisce gli analisti finanziari – e anche il sempre cauto Sole24Ore – la decisione di distribuire per il secondo anno di seguito un maxi-dividendo agli azionisti. Stiamo parlando di 600 milioni di euro, ripartiti tra la fine del 2006 e l'inizio del 2007. Il tutto è ancora più paradossale se si tiene conto che solo due anni fa Fastweb raccolse 800 milioni di euro sul mercato azionario, grazie ad un aumento di capitale. È difficile trovare una ragione plausibile della decisione di restituire agli azionisti quasi per intero lo stesso importo; specialmente per un'azienda ad alta tecnologia che avrebbe bisogno di continuare a investire. Ancora più stridente il guadagno che trarranno dall'operazione sia Silvio Scaglia sia Stefano Parisi, attuale amministratore delegato. Il primo, essendo ancora il principale azionista, si metterà in tasca tra il 2006 e il 2007 oltre 130 milioni di euro; il secondo aveva avuto l'accortezza di far legare la sua retribuzione proprio – guarda un po' – alla distribuzione di dividendi. [Notizie tratte dall'articolo di Simone Filippetti, pubblicato nella rubrica «Finanza creativa» del Sole24Ore del 18 febbraio]

COM DI CARLO GUBITOSA

## L'EUROPA DELLO SPOT SUBDOLO E SELVAGGIO

**C**HI SALVERÀ le nostre menti dagli attacchi della pubblicità? Di sicuro non sarà il Parlamento europeo, che lo scorso 13 dicembre ha emanato una direttiva sui servizi audiovisivi che attualizza la direttiva «Tv senza frontiere» del 1989. È un testo ambiguo, nel quale gli alti principi della cultura e del pluralismo si mescolano a pratiche più tolleranti verso la pubblicità occulta e l'affollamento dei palinsesti. Non ci saranno limiti giornalieri alla quantità di messaggi pubblicitari, ma solo un vincolo sull'intervallo minimo tra un'interruzione e l'altra, che nel caso di programmi per bambini è pari a trenta minuti. Le telepromozioni non saranno conteggiate nei tetti pubblicitari, e il «product placement», ovvero la presenza visibile di prodotti commerciali in-

seriti in un programma televisivo, sarà possibile all'interno di opere cinematografiche, film e serie per la tv e trasmissioni sportive, aggiungendo un bel carico di pubblicità occulta a questa deregulation. Secondo Altroconsumo, la situazione italiana era già preoccupante anche prima di questa direttiva: la pubblicità alimentare fa la parte del leone sull'insieme dei prodotti e servizi pubblicitari: più del 25 per cento di tutti i messaggi pubblicitari trasmessi nei più comuni orari di ascolto tv dei bambini. Tra gli spot alimentari, al primo posto, con il 20 per cento sul totale, biscotti e merendine, alimenti ricchi di grassi e zuccheri.

Come sempre, i fortissimi interessi in campo hanno trasformato questa emergenza sociale in un problema per gli addetti ai lavo-

ri. Alle critiche balbettate timidamente dal ministro Gentiloni, si sono aggiunte quelle dell'europarlamentare Umberto Guidoni [Pdc], che ha definito questa direttiva come una «liberalizzazione selvaggia del mercato pubblicitario a danno di consumatori e minori». «Con questo voto possiamo rimuovere lo svantaggio competitivo delle produzioni europee rispetto a quelle americane»: a parlare è Ruth Hieronymi, la relatrice della Direttiva, che a Strasburgo milita nel gruppo del Partito popolare europeo: «Contemporaneamente, favoriamo più trasparenza e diamo più informazioni al telespettatore che, generalmente, non è al corrente della pratica del 'product placement'», ha aggiunto Hieronymi. In breve: ti frego, ma almeno te lo dico.



Vorremmo che tutto l'archivio della RAI fosse sempre disponibile gratuitamente via internet  
In questo modo ognuno di noi potrebbe scegliere da solo cosa vedere e quando

Hotbird 7a - 13° est - Transponder 18 - Frequenza: 11.541,03 - FEQ: 5/6 Polarizzazione Verticale - Symbol rate: 22.000 Mbauds  
SKY: canale 916