

# Il Messaggero

Concessionaria Renault

## AUTOEQUIPE

Via Tuscolana, 368 Tel. 067804741

Via Casilina (ang. G.R.A.) Tel. 062325901

Sabato aperto intera giornata

• "Terna" L. 1.800, in Umbria L. 1.300,  
in Piemonte L. 500

• Tandem con altri quotidiani (non acquistabili separatamente): nella Marche Il Messaggero + Corriere Adriatico L. 1.200. Nelle province di Brescia, Lecco e Lodi  
Il Messaggero + Quotidiano L. 1.500, la domenica con L'Espresso L. 1.800. Nel Molise: Il Messaggero L. 1.200 + Il Quotidiano del Molise L. 1.200.

ABB. ROST. LEGGE 662/96 ART. 2/19 ROMA

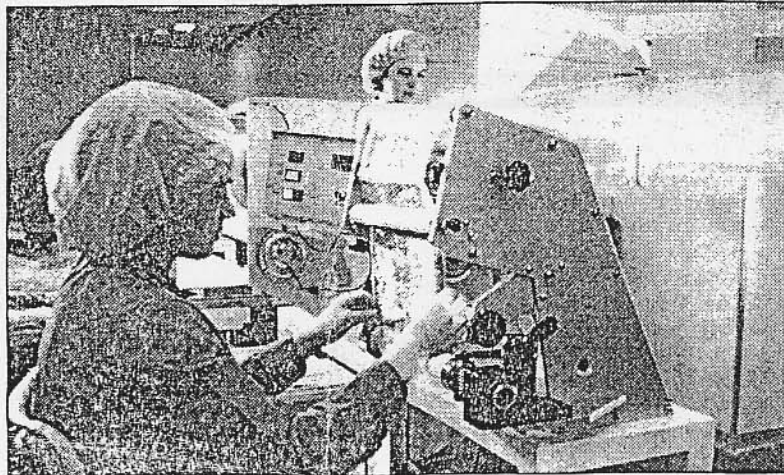
IL GIORNALE DEL MATTINO

INTERNET: [www.ilmessaggero.it](http://www.ilmessaggero.it)

GIOVEDÌ 2 SETTEMBRE 1995

## Il club dei "Super-500": ci sono solo le aziende europee che raddoppiano il numero dei dipendenti. Una è romana

di ALESSANDRO DI LELLIS



**A**VETE presente l'ultima incarnazione del capitalista cattivo? Non il "padrone" col sigaro e il cilindro, ma lo yuppie vestito all'ultima moda, quello che dal suo ufficio in cima a un grattacielo, a colpi di telefonate, compra e vende aziende, le seziona e le accorpa, con un solo scopo: tagliare posti di lavoro.

Ebbene, mettete da parte questo flash. Nella Ue dei venti milioni di disoccupati, nel gigante asfittico che ha creato l'euro ma non riesce a star dietro all'America, ci

CONTINUA A PAG. 2

I  
t  
s  
n  
le  
te  
sl  
n  
fi  
p  
st  
c  
b  
te  
n  
fi  
ir  
ir  
ti  
d  
d  
c  
—  
N

di ALESSANDRO DI LELLIS

sono imprese che corrono, si espandono, crescono. E, udite: assumono. In un mondo nel quale la formula magica sembra diventata «dovete scusarci, abbiamo ridotto il personale», esistono imprenditori che non solo aumentano il numero degli addetti, ma lo raddoppiano.

Si chiama "Europe 500": è la lista delle aziende che sono riuscite a moltiplicare per due i dipendenti in cinque anni. E' la Commissione europea a individuare le imprese più veloci. «Chi è stato una volta nella lista, resta nell'associazione; è un po' come aver partecipato ai Giochi Olimpici», dice Martin Schoeller, titolare di un'impresa di sistemi logistici e imballaggi e presidente della sezione tedesca, che da

sola rappresenta oltre un quinto del totale. Ma anche l'Italia non è messa male, in questo campionato dell'asunzione: ha cinquanta aziende del Club. Ci sono nomi noti, Alessi, Brioni, Gianni Versace Spa, Malaguti, Calzedonia, accanto agli sconosciuti. C'è molto Nord-Est, e questa non è una sorpresa. Ma ci sono anche il centro commerciale De Sandi di Bari, l'impresa di vigilanza Sipro di Roma, la Metalmeccanica Val di Sangro di Lanciano, la Turbo Air Spa di Fabriano, la Casalgrande di Civitacastellana.

Spiega Roberto Colombo, titolare del lanificio fondato dal padre Luigi a Borgose-

sia, 230 dipendenti con l'età media più bassa di tutto il Piemonte: «La lista è stata creata nei primi anni Novanta, per accogliere le aziende col più alto tasso di crescita per struttura, numero dei dipendenti e fatturato, senza acquisizioni. Questo club raccoglie per la maggior parte i nuovi industriali, quelli che creano lavoro. E che ora vogliono un canale di comunicazione con le istituzioni europee».

Sul piano continentale, quelle che vanno più forte sono le nuove realtà della telecomunicazione e dell'informatica, ma anche dei servizi. La catena spagnola "Telepizza", in pochi anni, ha superato i quindicimila dipen-

## Il club dei "Super-500"...

denti. Il tedesco Schoeller, che diciassette anni fa prese la direzione del marchio di famiglia (una fabbrica di casette di birra con 50 dipendenti e l'equivalente di quindici miliardi di lire di fatturato) e oggi è a capo di 1.500 persone con un fatturato di seicento miliardi di lire, ha idee precise. «Negli ultimi cinque anni, noi, i "Top Cinquecento", abbiamo creato in Europa quasi cinquecentomila posti di lavoro. Nello stesso periodo, la grande industria ha smantellato quasi seicentomila posti». La sua teoria: quando un imprenditore raggiunge grandi dimensioni, «diciamo 5 miliardi di marchi» (5.000 miliardi), la crescita

finisce col derivare soltanto da fusioni e acquisizioni. E' per questo che «tutta la discussione sulla lotta alla disoccupazione va condotta con noi, il Mittelstand, l'industria media e piccola». La ricetta di Schoeller: puntare, più che sul singolo prodotto, sulla creazione di una buona rete. E coinvolgere i dipendenti, pagando in azioni parte della loro retribuzione. Parole dirette al cancelliere Schroeder, aggrappato ad un Patto per il lavoro con la grande impresa, che però non ha dato risultati. Il cancelliere, rileva il quotidiano "Die Welt", finora ha snobbato le tesi dei "Top".

Dice Roberto Colombo, 40 anni, da 20 nel tessile, una laurea in Economia la-

sciata a metà: «Al lanificio abbiamo fatto una politica di promozione dei giovani, per motivarli. Ne abbiamo avviati al lavoro ben 150. Alcuni erano tossicodipendenti, ora hanno smesso e si sono fatti una famiglia, perché il lavoro matura l'individuo. Il quale può dare moltissimo all'industria, anche nell'epoca dell'alta tecnologia. Noi ci siamo rimboccati le maniche e ora stiamo costruendo uno stabilimento di 12 mila metri quadrati, a trenta chilometri dal Monte Rosa. Non abbiamo avuto aiuti da nessuno. Però lo Stato deve capire che il costo del lavoro va defiscalizzato. Non chiediamo di non pagare le tasse; ma chi reinveste gli utili fa un favore alla collettività». La sua proposta: sgravi a chi assume giovani impegnandosi a non licenziarli dopo dodici mesi.