

SEDUTA

DI MERCOLEDÌ 14 NOVEMBRE 1962

INTERROGATORIO

DELL'ING. PIERO GIUSTINIANI

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE DOSI

La seduta comincia alle 15,30.

PRESIDENTE — Onorevoli colleghi, la seduta odierna è dedicata all'audizione dell'ingegner Piero Giustiniani.

L'ingegner Giustiniani è l'amministratore delegato della Montecatini.

Ingegnere Giustiniani, la Commissione la ringrazia per la sua collaborazione. Do ora lettura dello schema generale delle domande.

1. — Potrebbe esporre in sintesi quali sono le prospettive per l'immediato futuro dell'industria chimica italiana e quali sono i settori per i quali si può prevedere un ulteriore sviluppo ?
2. — Quali ritiene siano i settori dell'industria chimica nei quali la concentrazione industriale è più forte e quali sono le ragioni di tale concentrazione ?
3. — Vi sono nell'industria chimica, elettro-chimica e nella produzione dei metalli diversi dal ferro (alluminio, zinco, piombo) alcune integrazioni verticali di notevole importanza. In che misura, secondo lei, esse giocano nel senso di limitare la concorrenza ?
4. — Ritiene che il controllo dei prezzi di alcuni prodotti chimici da parte del C. I. P. costituisca una remora alla libera concorrenza o viceversa ?
5. — La Montecatini, come gruppo e come consociate, partecipa ad alcune importanti intese e ha particolari accordi per la vendita dei suoi prodotti. Potrebbe indicare per quali prodotti ed i termini essenziali di tali intese ed accordi ?
6. — Ritiene che nell'industria chimica vi siano cause particolari che ostacolano una maggiore competitività sul mercato ?

Ingegnere Giustiniani, ella può ora rispondere alle domande dello schema generale, che le è stato comunicato, eventualmente svolgendo le altre considerazioni che riterrà opportune.

GIUSTINIANI — Quando ho letto il primo quesito, mi sono domandato se avrei potuto rispondere in sintesi, tanto vasto è il settore dell'industria chi-

mica e tanto, direi, vario, persino dal punto di vista sindacale, come del resto è provato anche dal fatto che l'espressione « industria chimica » è intesa diversamente da paese a paese, comprendendo in alcuni Stati certi settori che in altri fanno parte invece di differenti rami d'industria. Si tratta veramente di un complesso caleidoscopico che rende difficile il prospettare in una previsione globale gli sviluppi futuri.

Certo non è soltanto all'industria chimica che si può attribuire la definizione di complesso caleidoscopico: tale caratteristica si riscontra anche nell'industria meccanica; però, mentre quest'ultima è distinta in campi ben definiti (autoveicoli, macchine elettriche, macchine trasformatrici, macchine utensili, ecc.), nel settore dell'industria chimica queste distinzioni nette non esistono, anche per il carattere di permeabilità che si riscontra tra le varie manifestazioni attraverso le quali la sua attività si esplica.

Comunque mi proverò ugualmente a rispondere a questo quesito che è veramente interessante e prenderò le mosse da quello che è stato il recente passato dell'industria chimica in Italia, nel suo complesso.

Se si prende in esame il decennio degli anni cinquanta, si constata che l'industria chimica italiana ha compiuto in quel lasso di tempo un cammino veramente notevole. Infatti, facendo eguale a 100 l'indice del 1950, troviamo che, per quanto riguarda l'occupazione operaia, l'indice, alla fine del decennio, era giunto a 119 per l'industria manifatturiera in genere, mentre per l'industria chimica era salito a 136.

Anche per quanto riguarda la produzione si era verificato uno scarto notevole, essendo l'indice salito a 246 per l'industria manifatturiera in genere, mentre per l'industria chimica aveva raggiunto il valore di 384.

Particolarmente interessanti, infine, sono le cifre del movimento di importazione ed esportazione che, per quanto riguarda l'industria manifatturiera in generale, registravano, alla fine del decennio, per l'importazione l'indice 246 e per l'esportazione 257, mentre per l'industria chimica l'indice dell'importazione era salito a 280 e quello dell'esportazione addirittura a 625.

Tutti questi dati, riferiti all'indice del 1950 fatto eguale a 100, portano a riconoscere che è stato compiuto un balzo veramente notevole.

Si sarebbe tentati di trarre da questi dati una semplice estrapolazione per similitudine in ordine agli sviluppi futuri; ma prima ancora che mi venisse rivolto il quesito di cui mi sto occupando, avevo fatto compiere uno studio per il prossimo decennio da un nostro ufficio economico. Io non sono di quegli industriali che dicono di non volerne sapere degli economisti e ritengo invece che sia necessario conoscere l'opinione di tutti. Evidentemente, il fiuto dell'imprenditore deve poi esercitare una funzione di sintesi di tutti gli elementi di valutazione raccolti; ma in generale è bene basarsi su vasti elementi e quindi anche su quelli che siano frutto di elaborazioni degli economisti. Orbene, da questo studio, eseguito con un sistema che non starò qui ad illustrare, si può desumere che, supposto dell'ordine del 5 o 6 per cento il tasso di espansione medio del reddito nazionale, il tasso di sviluppo dell'industria chimica dovrebbe essere intorno al 10-11 per cento. Il che significa che il tasso di incremento della produttività dovrebbe essere

del 5 o del 6 per cento. Pertanto da questi studi e dalla considerazione del passato, si potrebbe essere indotti a sperare – per usare una espressione cautelativa – che le prospettive future per l'industria chimica siano interessanti e favorevoli.

A questo punto mi sia consentito di aggiungere alle considerazioni economiche anche quelle del tecnico. Io, infatti, sono non soltanto un amministratore, ma anche un tecnico, sia pure temperato e moderato dalle esigenze imprenditoriali, e non posso non accennare a quelli che, a mio modo di vedere, possono essere gli sviluppi di carattere tecnologico-industriale dell'industria chimica e, in modo particolare, dell'industria italiana.

Ho accennato al tasso di sviluppo. Evidentemente si tratta di un tasso di sviluppo medio che non può riferirsi omogeneamente, per l'accennata complessità dell'industria chimica, a tutti i settori. Vi saranno produzioni che segneranno il passo e magari regrediranno, mentre altre avranno uno sviluppo notevole. Se, per esempio, si considera la produzione dei prodotti chimici di base (acido solforico, alcali, ecc.) è ovvio prevedere che essa non compirà balzi notevoli, mentre quella di altri prodotti potrà giustificare il tasso di incremento medio, al quale ho fatto cenno.

Ritengo, dunque, secondo le mie valutazioni ed intuizioni di tecnico, che lo sviluppo preponderante dell'industria chimica in generale e di quella italiana in particolare si vada orientando verso la fabbricazione di nuove materie prime. L'industria chimica è già oggi essenzialmente tesa alla creazione di queste nuove materie, che – è bene chiarirlo – non sono destinate a soppiantare le vecchie, perché nulla nel campo delle produzioni, nell'epoca in cui viviamo, può essere eliminato. Le nuove materie prime che la chimica crea non sostituiranno cioè il legno, l'acciaio, la gomma ecc., ma contribuiranno, per fortuna dell'umanità, alla creazione di nuova ricchezza: e dico per fortuna dell'umanità perché, dato l'incremento dei consumi e dei consumatori, evidentemente le risorse che il vecchio mondo metteva a disposizione non sarebbero bastate a creare quello stato di benessere sempre maggiore che si vuole realizzare e si sta infatti realizzando a vantaggio di tutti i popoli.

All'industria chimica italiana credo che spetti in modo particolare questo compito perché proprio essa ha portato negli ultimi tempi un contributo sostanziale allo sviluppo, per così dire, creativo e di impostazione nuova, al quale ho accennato.

Sottolineo in modo particolare questo aspetto perché sono sicuro che è poco conosciuto nel nostro paese: direi anzi che è conosciuto molto di più all'estero. Il contributo che l'industria chimica italiana (e per industria chimica italiana intendo un blocco armonico e compatto di scienziati, tecnici, industriali e operai) ha recato a questo sviluppo e a questo nuovo indirizzo, ormai conosciuto in tutto il mondo, è veramente notevole e costituisce una conquista di grande portata per gli sviluppi che lascia prevedere. Tale contributo consiste nell'aver individuato una particolare struttura delle molecole e di aver trovato la possibilità di creare tale struttura in funzione delle esigenze a cui deve rispondere il prodotto finito. Ecco come intravedo l'orientamento futuro dell'industria chimica

italiana: nel moltiplicare questi studi e questi sforzi per la creazione di nuove materie; e voglio precisare che, parlando dell'industria chimica, non mi riferisco soltanto alla grande industria, ma anche alla media e alla piccola, perché mentre la grande industria ha il compito e la possibilità di creare materie prime e strumenti, la piccola e la media azienda hanno il compito formidabile di creare tutti quegli altri prodotti che condizionano l'applicazione di quelle materie, le quali dovranno essere poi trattate con prodotti additivi che si chiamano, volta a volta, stabilizzanti, plastificanti, acceleranti, ecc. Tutta questa successiva serie di lavorazioni costituirà un campo molto vasto ed importante per l'attività delle piccole e medie aziende. Questa previsione riguardo al futuro dell'industria chimica italiana potrà realizzarsi se il previsto sviluppo non verrà rallentato o impedito da strozzature: e dicendo strozzature intendo riferirmi alla caratteristica fondamentale dell'industria chimica che è costituita dalla rapidità di evoluzione dei procedimenti. Proprio per questo particolare carattere dell'industria chimica, che la porta a rinnovarsi incessantemente cercando sempre il meglio, essa ha bisogno di due fondamentali fattori: risorse umane e risorse materiali, ossia messa a disposizione di cervelli e braccia specializzati, da un lato; e di risorse materiali, dall'altro. Se questi fattori non faranno difetto e non vi saranno, quindi, strozzature, vedo accanto a quel tasso di sviluppo dell'11 per cento, a cui ho accennato dianzi, orizzonti luminosi per l'industria chimica.

Questo è quanto posso dire in risposta al primo quesito. Sono a disposizione per eventuali chiarimenti.

PRESIDENTE — Il secondo quesito è il seguente: « Quali ritiene siano i settori dell'industria chimica nei quali la concentrazione industriale è più forte e quali sono le ragioni di tale concentrazione? ».

GIUSTINIANI — Prima di rispondere a questo secondo quesito vorrei citare, col permesso dell'autore, beninteso, una caratteristica affermazione del banchiere tedesco Abs, abbastanza noto negli ambienti economici internazionali ed in quello tedesco in modo particolare. Orbene, Abs fu interrogato press'a poco su un analogo quesito. « Cosa pensa della concentrazione tedesca? » gli fu chiesto. Egli rispose, *grosso modo*, in questi termini: « Se voi mettete insieme le principali industrie tedesche, cioè le minerarie, le metallurgiche, le siderurgiche, le tessili, le meccaniche e le chimiche, difficilmente arriverete a raggiungere il movimento complessivo di quella grande impresa americana che si chiama *General Motors* ». A questa affermazione gli ascoltatori sorrisero perché la ritennero un motto di spirito, uno scherzo; ma il banchiere tedesco, che era documentatissimo, mise in fila le cifre e dimostrò che la sua affermazione era esatta.

Ho ricordato questo episodio, narratomi da Abs stesso in un mio recente viaggio in Germania, per dimostrare che, quando si parla di grande impresa, bisogna sempre riferirsi all'ambiente nel quale essa è chiamata ad operare. Evidentemente quando esisteva il comunello isolato, che formava quasi uno Stato a sé, un artigiano poteva essere considerato anche una grande impresa in rapporto alle esigenze che la sua attività doveva fronteggiare. È evidente peraltro che, crescendo lo spazio geografico, l'espressione « grande impresa » muta di significato e di dimensioni.

Ciò premesso, ritengo che l'individuazione della grande impresa non debba essere riferita a singoli settori di produzione, ma alle finalità e ai compiti che una impresa è chiamata ad assolvere. In questo senso, a mano a mano che la produzione cresce e si procede verso il consumo così detto di massa, la grande impresa diventa indispensabile non tanto in ragione del tonnellaggio che deve produrre, ma anche per tutta l'impostazione che deve darsi. E mi spiego. Finché la produzione è contenuta in limiti modesti, il ciclo produttivo può limitarsi alla trasformazione di una materia prima o di un intermedio in prodotto finito; ma, a mano a mano che il prodotto finale deve aumentare di importanza e diffondersi, intervengono i fenomeni concatenati della necessità di allargare i mercati, ridurre i prezzi di vendita e quindi quelli di costo: e nel costo si intendono compresi non solo il costo delle materie prime, della manodopera e delle energie, ma evidentemente anche l'incidenza del danaro-capitale.

In questi casi l'imprenditore che cosa fa? Comincia ad allargare il suo ciclo produttivo, rivolge cioè la propria attenzione alla materia prima o all'intermedio che prima venivano acquistati, e ciò anche per evitare le difficoltà che possono insorgere nel reperirli. E quando la materia prima è ad esempio una miscela di gas di idrocarburi, è possibile che in essa vi siano delle componenti che appaiano utilizzabili per altre produzioni. Ecco quindi che il campo di attività automaticamente si allarga e l'impresa prende una maggiore consistenza di quanto non avesse quando si occupava di una produzione limitata. Tutto ciò non per il fatto che essa debba produrre cento invece di cinquanta; ma proprio perché inserisce nel suo ciclo altre fabbricazioni. Lo stesso avviene quando, crescendo la pressione dei prezzi di vendita e dei costi, sorge la necessità di procedere a recuperi di sottoprodotti che invece, nel caso di produzione limitata, andavano dispersi e potevano eliminarsi senza danno per il processo produttivo. Ecco quindi come l'impresa cresce e come sorge la necessità di avere una grande impresa per grandi produzioni e grandi consumi di massa.

A mio avviso c'è poi un'altra ragione che condiziona la grande impresa chimica. Essa è costituita, oggi specialmente, dalla complessità di certi processi chimici e dalla complessità tecnologica della loro realizzazione. In questa nostra epoca chiunque può comprare un processo chimico, un impianto (esistono delle ditte che ne fanno commercio); ma, quanto alla realizzazione, all'esercizio sicuro ed anche redditizio di questi processi, se non si ha una organizzazione tecnologica ed industriale *ad hoc*, è veramente difficile, quando si tratta di procedimenti di una notevole complessità, poterli sviluppare con un rendimento soddisfacente. Si pensi che oggi si arriva a pressioni di 2 mila atmosfere, a temperature elevatissime con materiali speciali, per cui, se non si dispone di una organizzazione adeguata, che solo la grande impresa può avere, è difficile ottenere risultati soddisfacenti.

Questi sono, a mio avviso, i due fattori che condizionano la grande impresa nel mondo.

Sono invece piuttosto perplesso a dare l'importanza che taluni danno a due altri fattori, che possono, in aggiunta a quelli già indicati, condizionare la grande impresa.

Innanzitutto quello della ricerca. Indubbiamente la grande impresa può realizzare una attività di ricerca molto più consistente di quanto non possa fare una piccola o media impresa. Questa è una constatazione lapalissiana, sulla quale non vale nemmeno la pena di intrattenersi. Ma non credo che la media e la piccola impresa debbano essere lasciate fuori del campo delle ricerche. In verità non vedo perché non possa farsi in Italia ciò che vien fatto in altri paesi, nei quali le medie e piccole imprese mettono dei mezzi in comune per creare centri di ricerca e lo Stato contribuisce alla spesa in una certa misura. Io stesso, qualche tempo fa, ho pubblicamente sottolineato questo particolare aspetto del problema della ricerca, affermando che in Italia si potrebbero aumentare i mezzi attualmente a disposizione delle «stazioni sperimentali» che, adattate opportunamente, potrebbero diventare centri di ricerca per piccole e medie aziende. Perciò non sono del parere di coloro che fanno derivare la necessità di creare la grande impresa dal fatto che essa soltanto può svolgere adeguatamente la ricerca. La grande impresa può meglio delle medie e piccole imprese occuparsi delle ricerche di base; ma non è questa una ragione sufficiente a giustificare da sola la necessità della creazione della grande impresa.

L'altro fattore è costituito dalle risorse economiche. Anche questo secondo fattore, a mio parere, non è valido perché, fatte le proporzioni, le grandi imprese non hanno — io credo — mezzi maggiori per autosvilupparsi, rispetto a quelli di cui possono disporre le medie e piccole imprese, le quali, in proporzione al loro sviluppo, non possono non avere gli stessi mezzi che hanno le grandi. Questa mia affermazione, ben inteso, vale soltanto nel caso in cui ci si trovi in presenza di imprese che non abbiano particolari rendite di posizione o altre fonti di sviluppo; di imprese, cioè, che si sviluppino tenendo conto dell'interesse generale e quindi in equilibrio giusto.

Desidero infine sottolineare che la concezione della grande azienda dal punto di vista, diciamo così, industriale e tecnico non si riverbera fatalmente in una situazione analoga per quel che riflette i mercati di vendita, perché la flessibilità della reazione chimica permette di arrivare ad uno stesso prodotto attraverso procedimenti diversi e crea, quindi, i presupposti di quella concorrenza aspra che oggi esiste nel mondo nel campo dei prodotti chimici, nonostante l'esistenza delle grandi imprese.

Questa concorrenza molte volte (su questo particolare punto desidero richiamare l'attenzione) viene falsata da errate impostazioni contabili proprio per via di quei concatenamenti ai quali accennavo poco prima. Nell'industria chimica è molto frequente l'impostazione di costi congiunti. Vi sono dei prodotti che vengono fuori tutti insieme e non è possibile attribuire un valore distinto all'uno o all'altro; per ciascuno di essi risulta difficile impostare un costo esatto. Spesso la gente si sbaglia e crede di poter realizzare un prodotto ad un costo che poi si rivela non esatto; quando il prodotto arriva sul mercato provoca flessione dei prezzi di vendita non legittimata dai costi effettivi. Ho voluto accennare a questo fatto perché mi sembra molto importante.

PRESIDENTE — Passiamo al terzo quesito. Esso dice testualmente: « Vi sono nell'industria chimica, elettro-chimica e nella produzione dei metalli diversi dal

ferro (alluminio, zinco, piombo) alcune integrazioni verticali di notevole importanza. In che misura, secondo lei, esse giocano nel senso di limitare la concorrenza? ». Mi pare che nel campo dell'alluminio ella possa dirci delle cose molto interessanti.

GRUSTINIANI — Parlando della grande impresa, per quanto riguarda la parte chimica, ho già accennato ad integrazioni verticali riferendomi alle integrazioni di carattere tecnico.

C'è anche una integrazione che si va delineando in alcuni campi dell'industria chimica sulla quale ritornerò più tardi. Intanto risponderò alla domanda che riguarda in special modo l'alluminio, settore molto importante; ma vorrei prima sdrammatizzare la situazione dello zinco e del piombo.

In Italia attualmente si producono circa 50 mila tonnellate all'anno di piombo e l'integrazione verticale credo sia dell'ordine del 32-33 per cento. Infatti le 50 mila tonnellate annue vengono verticalizzate per fare all'incirca 10 mila tonnellate di laminati, 4 mila di pallini da caccia, 2 mila di ossidi. Come si vede, si tratta di una utilizzazione verticale relativa. Non bisogna però limitarsi, come dirò per lo zinco, al nostro mercato, in quanto ormai siamo nel quadro del M. E. C., la cui produzione è di 425 mila tonnellate all'anno. Quindi l'industria trasformatrice non verticalizzata che vuole comprare del piombo, può comprarlo dove vuole. Le quotazioni sono ufficiali e perciò non c'è pericolo che l'industria interna del piombo faccia pagare a più caro prezzo il metallo al trasformatore, ponendolo così in condizioni di inferiorità rispetto alla sua trasformazione verticale.

La stessa cosa può dirsi dello zinco.

La produzione italiana dello zinco è di 80 mila tonnellate all'anno e l'utilizzazione verticale è ancora minore di quella del piombo in quanto raggiunge la percentuale del 28 o 25 per cento, mentre la produzione di zinco del M. E. C. è di 725 mila tonnellate all'anno. Parlare quindi di situazione di inferiorità del trasformatore singolo rispetto alla verticalizzazione quando quel trasformatore può approvvigionarsi in un mercato come il M. E. C. nel quale si realizzano siffatte produzioni, mi pare fuor di luogo. Non vedo assolutamente quali possano essere, in rapporto alla concorrenza, le conseguenze di una verticalizzazione qual è quella indicata.

Per l'alluminio la cosa è un po' diversa. E mi spiego subito. Il piombo e lo zinco si trovano in una situazione piuttosto stabile e direi cristallizzata, considerata la loro anzianità; l'alluminio invece è un metallo giovane la cui produzione sta facendo balzi veramente notevoli. Si pensi che la produzione mondiale ha raggiunto i 4 milioni di tonnellate annue ed è in continuo sviluppo. I produttori cercano di portare il metallo dovunque, saltando le barriere create per proteggere i mercati e che del resto sono di efficacia molto limitata.

Orbene, il trasformatore di alluminio ha un interesse relativo a studiare e ad attuare nuove applicazioni perché, per lui, più concorrenza c'è, meglio è. Il produttore invece è costretto a concepire unità produttive di sempre maggior mole, in quanto la materia prima fondamentale, com'è noto, è l'energia elettrica e l'energia elettrica o la si produce in grande stile oppure il prezzo è tale da non permettere la produzione economica dell'alluminio. Infatti, per ogni chilo di alluminio oc-

corrono non meno di 16 chilovattore e se si è costretti a pagare cara l'energia, l'alluminio non si può fabbricare. Il produttore è quindi obbligato ad ampliare le dimensioni della sua unità produttiva per utilizzare una grande massa di energia a buon mercato, ed al tempo stesso si deve, in conseguenza, preoccupare di andare alla ricerca di sempre nuove utilizzazioni del metallo. Ecco che la verticalizzazione diventa necessaria per l'alluminio: e lo sarà sempre di più, senza giungere peraltro all'estremo limite di qualche produttore americano di cui ho sentito parlare in questi giorni, la *Reynold Metals*, la quale ha creato negli Stati Uniti una società, la *Eskimo Pies*, che si ripromette di venire in Italia per vendere gelati e cioccolata avvolti in stagnola di alluminio.

Questo è un tipico esempio di verticalizzazione esasperata, che io ho commentato ironicamente affermando che quella società, per completare il ciclo, dovrebbe anche fabbricare i consumatori dei gelati e della cioccolata. Si avrebbe allora un ciclo veramente integrale!

Da questo esempio risulta quanto i produttori si preoccupino di trovare nuove utilizzazioni di fronte alle quantità crescenti di alluminio che, per quanto vi siano applicazioni importanti come quelle fondamentali dei trasporti, dell'edilizia, degli imballaggi, dell'industria meccanica, ecc. sono ormai pesanti per il mercato. In Italia noi fummo dei pionieri quando nel 1938 facemmo dei tetti di alluminio e sembrò che il nostro fosse un atto di eccezionale fiducia in questo materiale, mentre oggi l'impiego dell'alluminio nell'edilizia è diventato un fatto normale; ma la spinta a trovare nuove utilizzazioni è ormai imposta dal peso continuo e crescente del metallo sul mercato. Da questa situazione — credo di poterlo affermare — deriverà una verticalizzazione sempre maggiore dell'alluminio, la quale sarà utile al consumatore perché permetterà, appunto, di sopperire a nuove esigenze che il trasformatore acquirente del metallo non avrebbe interesse, per conto suo, a soddisfare.

Nel parlare dianzi delle industrie chimiche creatrici di nuove materie prime, ho accennato al problema che per esse si presenta riguardo alle applicazioni e rilevo ora che tale problema si pone negli stessi termini che per l'alluminio. Infatti anche per le materie prime nuove l'industria chimica si trova nella necessità di ricercare sempre più estesi impieghi. Orbene, quando i trasformatori (in genere piuttosto inerti e amanti dell'equilibrio) non vedono requisiti positivi in queste materie nuove, sorge per l'industria chimica la necessità di essere anche industria manifatturiera. Mi spiego riferendomi, a titolo di esempio, al settore delle fibre sintetiche. Se ad un certo momento si crea una nuova fibra sintetica e il consumatore tessile non ne vuol sapere, può darsi che l'industria chimica sia indotta ad occuparsi essa stessa dell'applicazione della nuova fibra per dimostrare che risponde veramente a determinati requisiti.

PRESIDENTE — Anche se il consumatore tessile ne volesse sapere?

GIUSTINIANI — Se ne vuol sapere, tanto di guadagnato.

PRESIDENTE — Passiamo alla quarta domanda: «Ritiene che il controllo dei prezzi di alcuni prodotti chimici da parte del C. I. P. costituisca una remora alla libera concorrenza o viceversa?».

GIUSTINIANI — Qui sarò molto sintetico. Il controllo del C. I. P., che data approssimativamente dal 1945, deve essere considerato come un apportatore di prezzi concorrenziali, non un freno alla concorrenza. Infatti, mi pare che esso abbia rivolto la sua attenzione a prodotti di base, a fonti di energia, ad alcuni elementi fondamentali, a servizi necessari, ecc.

Questo mi sembra il campo nel quale ha espletato la propria attività. Ora, effettivamente, noi stessi imprenditori abbiamo potuto provare la severità delle indagini da parte del C. I. P., intese a fissare i prezzi. Io ricordo, per esempio, che nello stabilire il prezzo del superfosfato, aveva previsto l'incidenza della manodopera in misura tale che, moltiplicando il numero delle ore di lavoro per il numero dei quintali prodotti, si arrivava, sì e no, a mettere insieme 500 operai per tutta l'Italia e per tutta l'industria del superfosfato. Criteri dunque che possono definirsi rigidi applica il C. I. P., arrivando, per conseguenza, a prezzi concorrenziali. Direi che quelle del C. I. P. sono state operazioni intese a stabilire un principio di concorrenza, non un principio di non concorrenza, tenuto anche presente che quelli che esso fissa sono prezzi massimi, che non sono stati mai abbassati tranne che in alcuni casi, determinati da concorrenza più di carattere commerciale, che di carattere industriale.

PRESIDENTE — Passiamo alla domanda n. 5: «La Montecatini come gruppo e come consociate partecipa ad alcune importanti intese ed a particolari accordi per la vendita dei suoi prodotti. Potrebbe indicare per quali prodotti ed i termini essenziali di tali intese ed accordi?».

GIUSTINIANI — Quando ho letto questa domanda sono rimasto perplesso vedendovi la Montecatini qualificata come un'impresa che ha numerosi accordi. Poi ho creduto di capire. In realtà la Montecatini è un'organizzazione, mi si permetta di dirlo, a carattere eminentemente tecnico e, come tale, ha delle possibilità di rapporti e di accordi nel campo tecnico che possono fare nascere false interpretazioni di queste sue intese. Anche quando esse hanno riflessi commerciali, si scorge, se le si analizza a fondo, che hanno tutte un carattere eminentemente tecnico.

Noi abbiamo numerosi brevetti. Questi brevetti, come nell'industria chimica succede, atteso il suo carattere molto vasto, vario e interconessionale, interferiscono, anticipano parzialmente o derivano da brevetti che sono in tutto il mondo. Di qui, la necessità di arrivare ad intese nei diversi paesi con i detentori di brevetti o congiunti o derivati proprio per evitare quelle tristi controversie che sono note come vicende brevettuali e che portano a cause defatiganti con grande spreco di denaro e con risultati, ahimé, quasi sempre negativi. L'esperienza quotidiana ci ha infatti dimostrato che è molto meglio arrivare ad intese in questo campo e stabilire accordi di rispetto dei reciproci brevetti e quindi di territorio di attività. Dove esiste un brevetto dominante il titolare può inibire l'ingresso alla produzione e, in certe condizioni, anche al prodotto. Si tratta di temperare questa norma così drastica con intese che permettano una reciproca tolleranza e anche una reciproca attività. Ecco quindi come il volume degli accordi Montecatini, conosciuto nel mondo, possa aver fatto pensare che la Società abbia stipulato intese dirette invece a limitare questa o quella attività.

Credo di essere perfettamente nel vero affermando che questa è la ragione della diffusa convinzione di cui è traccia nella domanda rivolta. Ma bisogna dire che anche quando la Montecatini si occupa di questioni di carattere commerciale, la sua partecipazione ha sempre uno sfondo di carattere tecnico. Prendiamo ad esempio alcune manifestazioni che sono note in Italia (e anche altrove) perché sono state denunciate alla Comunità Europea. Noi abbiamo in Italia una società che si chiama S.E.I.F.A., la quale distribuisce i fertilizzanti di alcuni produttori soltanto, perché altri ne sono fuori: l'A.N.I.C., ad esempio, non ne fa parte. Perché abbiamo pensato di creare la S.E.I.F.A. ? Perché, francamente, siamo preoccupati tutti del basso livello del consumo dei fertilizzanti in Italia, che non è legittimato dai prezzi. In Olanda i prezzi sono superiori e proporzionalmente il consumo è maggiore. Si tratta di condizioni ecologiche, di caratteristica dei prodotti, di distribuzione, ecc. Con la S.E.I.F.A. si è cercato di razionalizzare questa attività, di incrementare la propaganda, di assistere maggiormente il coltivatore. Ecco il carattere tecnico al quale accennavo che si riscontra in questa partecipazione ad un'organizzazione che può pensarsi in funzione commerciale; ma vi sono altri casi.

C'è una società per lo sviluppo delle applicazioni elettrolitiche che si occupa dei derivati del cloro e della soda. Noi partecipiamo anche a tale organizzazione perché vi sono dei problemi di carattere tecnico che riguardano l'utilizzazione del cloro. Una volta era utilizzata soltanto la soda come prodotto principale e il cloro veniva buttato via. Sorse così questa organizzazione che si propose di trovare il modo di impiegare il cloro anziché disperderlo; e che questa organizzazione non sia diretta alla difesa della posizione commerciale lo dimostra il fatto che i prezzi dei derivati del cloro e della soda hanno subito una caduta dell'ordine del 40 o 38 per cento. Se si fosse trattato di una organizzazione a difesa della funzione commerciale, queste cadute non ci sarebbero state.

Potrei continuare ancora nell'elencazione: dall'Agenzia del solfuro di carbonio al Consorzio di fabbricanti di dinamite. Il Consorzio fabbricanti dinamite è stato creato per il fatto che non si può, per ragioni strettamente inerenti alle caratteristiche della dinamite stessa che è un esplosivo, distribuire il prodotto prontamente, senza le necessarie prescritte cautele, a chi ne fa richiesta. Quindi ci si è preoccupati di creare speciali depositi rispondenti alle caratteristiche stabilite dalla legge e posti sotto la sorveglianza di personale specializzato. I diversi produttori si sono messi insieme per creare in comune tale rete di depositi ed evitare così di dover costituire ognuno per proprio conto una siffatta rete. Ecco qui una ragione di carattere tecnico. Tutte queste impostazioni sono state create, ripeto, per valorizzare sempre più l'azione di carattere tecnico intesa a sviluppare il consumo. Tutti ci rendiamo conto di un fatto: che qualunque organizzazione si crei per difendere una posizione commerciale è un incitamento a far sorgere nuove concorrenze. Quindi, è molto meglio cercare di fare sviluppare i produttori che sono attualmente sul mercato con un equilibrio che faccia coincidere l'interesse del produttore con quello del consumatore e della collettività.

PRESIDENTE — Il quesito che le è stato posto è molto preciso. Ella ha parlato di intese che derivano soprattutto dal fatto che certi prodotti sono protetti da

brevetti. Qui si domanda se la Montecatini intesa non come un complesso ma come gruppo ad essa consociato, abbia accordi particolari per la vendita dei suoi prodotti.

Ella può escludere che ci siano accordi particolari di carattere commerciale per la vendita dei prodotti?

GIUSTINIANI — Esiste un accordo particolare nel campo delle fibre sintetiche e questo è stato lusinggiato dal presidente della Associazione fibre sintetiche in un *hearing*, non ricordo esattamente quando, nel quale è stata fatta esplicita menzione dell'accordo esistente per il filo e per il fiocco.

PRESIDENTE — Quale ne è la giustificazione?

GIUSTINIANI — La giustificazione è data dalla necessità di disciplinare il mercato e ciò su richiesta degli stessi utilizzatori della fibra. In presenza dell'anarchia che si veniva determinando a seguito di una disordinata attività, essi stessi chiesero una certa disciplina nella distribuzione, al che i produttori furono ben lieti di aderire creando tra loro questa intesa sia per stabilizzare il mercato, sia per corrispondere al desiderio degli utilizzatori.

PRESIDENTE — Aderenti a questa intesa sono tutti i produttori?

GIUSTINIANI — Sì, tutti i produttori di fibre sintetiche.

PRESIDENTE — Può citare altri casi?

GIUSTINIANI — Ho citato il caso della S. E. I. F. A. per i fertilizzanti, ho citato il caso del Consorzio dinamiti. Un altro organo di vendita (ma non si tratta di accordo di vendita) è l'Alluminio Società Anonima, una società che distribuisce l'alluminio di produzione della Montecatini e della S. A. V. A., il gruppo svizzero; ma è un puro ufficio di distribuzione e propaganda dell'alluminio senza un accordo di carattere commerciale.

PRESIDENTE — Passiamo alla domanda n. 6: «Ritiene che nell'industria chimica vi siano cause particolari che ostacolano una maggiore competitività sul mercato?».

GIUSTINIANI — Dovrei richiamarmi a questo proposito a cose già dette; ma penso che sia più semplice esaminare uno per uno i fattori che possono ostacolare la competitività. Innanzi tutto un fattore di carattere tecnico. Oggi con la diffusione della tecnica e della sua commercializzazione, la situazione si è radicalmente mutata. Noi stessi forniamo talvolta procedimenti a terzi, che magari sono nostri concorrenti; e comunque esistono società che sono state create espressamente per la vendita di procedimenti industriali chimici. Quindi le difficoltà che indubbiamente esistevano una volta sono ora enormemente diminuite. Ricordo che all'inizio della mia carriera consideravo il colosso germanico, la *I. G. Farben*, con un enorme rispetto perché mi sembrava irraggiungibile. Come si potrebbe — mi chiedevo — creare qualche cosa di analogo in Italia? Oggi questo tipo di difficoltà non esiste più. Si vedono realizzare notevoli complessi industriali senza questi ostacoli di carattere tecnico; che tali complessi siano poi vitali e siano perfetti e così efficienti come altri, è un'altra questione. Niente impedisce però oggi di creare una concorrenza dal punto di vista tecnico; e pertanto il fattore tecnico non è più una remora per la creazione della concorrenza.

Esaminerò ora l'altro fattore che potrebbe ostacolare la competitività: quello brevettuale che potrebbe, in teoria, sbarrare il cammino a concorrenti potenziali. Un esame obiettivo della situazione reale fa però cadere in pieno questo supposto ostacolo. Perché? Perché oggi il prodotto è difficilmente brevettato; quello che più comunemente è tutelato dal brevetto è il procedimento. Ma, come ho detto poco fa, lo stesso prodotto può essere realizzato con diversi procedimenti più o meno buoni. Quindi l'ostacolo brevettuale, a parte il fatto che si può anche comprare la licenza dal titolare del brevetto, non è una difficoltà, non rende impossibile l'esercizio della concorrenza.

Infine un altro fattore che può ostacolare la competitività è quello dei mezzi finanziari. Ciò che è accaduto nel nostro paese dal 1949 in poi dimostra il contrario: se c'è un campo nel quale si sono create imprese grandi, piccole e medie di tutti i generi, è proprio quello chimico. Quindi, è ampiamente dimostrato, a mio modo di vedere, che difficoltà di trovare i mezzi finanziari per creare questa competizione nel campo chimico non esistono. Anzi, ad un certo momento, ci si è messo persino lo Stato, nonostante le ripetute affermazioni che esso sarebbe intervenuto soltanto se fosse stata carente l'iniziativa privata, e si è messo a fare l'imprenditore privato anche là dove l'iniziativa privata non era carente. Quindi i mezzi finanziari non sono una difficoltà per creare la competizione.

E allora quali potrebbero essere le difficoltà capaci di ostacolare la competitività nell'industria chimica? Io non le vedo anche per quelle ragioni alle quali ho accennato poco fa e cioè: che oggi cura dell'imprenditore chimico serio è di evitare esagerazioni nella difesa delle proprie posizioni.

Ritengo, a titolo personale, che il compito dell'imprenditore chimico sia oggi veramente quello di creare sempre nuove produzioni idonee a soddisfare il consumo italiano e internazionale ed a condizioni tali da diffondere sempre maggiormente il prodotto, creando così una vera concorrenza: quella della qualità. Bisogna porre attenzione a non fare del prezzo di vendita un feticcio, per non correre il rischio di andare incontro a quegli inconvenienti che in questi giorni abbiamo riscontrato sotto la forma del formaggio grattugiato.

Posso dirvi che io ho dovuto lungamente lottare per impedire che il nostro paese diventasse il cestino di rifiuto di tutti i cascami delle materie plastiche che non venivano utilizzati nei paesi di origine. Tali cascami venivano venduti in Italia dove, con la fertilità di inventiva che è caratteristica della nostra gente, qualcuno li trasformava in articoli scadenti, che poi andavano per il mondo portando la dicitura « fatto in Italia » ed attribuivano così all'industria chimica del nostro paese la paternità di prodotti di pessima qualità. Bisogna stare quindi molto attenti a non trasformare, come dicevo, il prezzo di vendita in un feticcio. Dobbiamo aiutare il consumatore, garantendogli, nei limiti di un rispetto dei prezzi di sua convenienza, il fattore qualità.

Questo è ciò che dobbiamo fare, questo deve essere il compito dell'imprenditore serio.

PRESIDENTE — La ringrazio, ingegner Giustiniani, per la sua esposizione.

Gli onorevoli colleghi hanno ora facoltà di formulare domande integrative che sottoporro all'ingegner Giustiniani.

ADAMOLI — L'ingegner Giustiniani, riferendosi al C. I. P., ha affermato poco fa di riconoscere a questo organismo la funzione di stabilire prezzi concorrenziali e per quanto si riferisce a certe imprese ha attribuito a tale istituto soprattutto un carattere tecnico-operativo.

Ora c'è stato un momento nella vita del nostro paese, per quanto riguarda dei prodotti che interessano il gruppo al quale appartiene l'ingegner Giustiniani, e precisamente i fertilizzanti, in cui non mi pare che le cose siano andate così come egli le ha descritte.

C'è stato un momento in cui l'ingresso nel nostro mercato delle produzioni del nuovo stabilimento A. N. I. C. di Ravenna di concimi chimici ha causato notevoli ribassi. Anche la Montecatini e la Edison, allora, sono entrate in campo concorrenziale e si sono raggiunti ribassi persino dell'ordine di 1.600-1.800 lire al quintale. Ad un certo momento è accaduto qualcosa che può sembrare inspiegabile, ma che forse l'ingegner Giustiniani potrebbe aiutarci a capire, anche se un po' in ritardo. Il C. I. P. è intervenuto e quella situazione definita concorrenziale si è stabilizzata ad un livello di appena 150-280 lire al disotto del prezzo. Pare che l'E. N. I. si sia accordato con altri gruppi di produttori, è nata la S. E. I. F. A., il Consorzio per la vendita dei concimi chimici, per cui nel nostro paese, mentre prima si apriva una prospettiva di ribasso sensibile dei prezzi dei concimi (sul piano internazionale c'è ancora qualcosa da dire a questo proposito), il Consorzio di vendita e le intese hanno capovolto tutto questo andamento e si è avuta una situazione del tutto diversa che appare ancor più stridente quando la si raffiguri con i prezzi internazionali.

Ad esempio, il solfato ammonico viene venduto in Italia ad un certo prezzo, mentre all'estero viene venduto col 30-35 per cento di ribasso rispetto al prezzo nazionale.

Vuole l'ingegner Giustiniani spiegarci questa situazione così singolare? Come è possibile definire, tutto questo, aspetto concorrenziale? E soprattutto, come spiega lo scarto dai prezzi internazionali?

PRESIDENTE — Ella, ingegner Giustiniani, ha ascoltato le domande formulate dall'onorevole Adamoli. Ha facoltà di rispondere.

GIUSTINIANI — Innanzi tutto vorrei fare una rettifica. L'onorevole Adamoli diceva poco fa che il Consorzio per la vendita dei concimi chimici, ossia la S. E. I. F. A., è stato creato di recente. Devo dire che invece esso è stato costituito nel 1949 con un preciso scopo e non è quindi nato, per così dire, in funzione di quella circostanza alla quale l'onorevole Adamoli si è riferito.

Torno ora alla formazione dei prezzi da parte del C. I. P.

Il C. I. P. ha sempre indagato minuziosamente su quello che è il costo dei fertilizzanti ed ha svolto indagini, consacrate in volumi di pubblica ragione che ognuno può consultare, dalle quali si evince come effettivamente il beneficio lasciato al produttore consista in una modesta percentuale tenuto conto, ben inteso, dei fattori: interessi e ammortamento del capitale, che sono fattori di costo dai quali non si può prescindere. Concesso al produttore questo beneficio, evidentemente egli può benissimo rinunciarvi, come può rinunciare, ad un certo momento, anche all'interesse, all'ammortamento e persino al primo costo industriale.

Ciò, considerato che il prezzo stabilito dal C. I. P. ha il carattere di prezzo massimo, può essere fatto impunemente, ma soltanto per breve tempo, non solo dal produttore privato, ma anche da parte delle industrie di Stato cui l'onorevole Adamoli ha fatto riferimento. Poiché le industrie di Stato vengono sempre invitate a comportarsi come quelle private, cioè ad assicurarsi un beneficio economico, è evidente che, dopo una prima presa di contatto con il mercato, esse hanno constatato che veramente il prezzo del C. I. P. era quello che rispondeva ad un equilibrio economico soddisfacente per l'impianto. E mi spiego. Il costo del prodotto chimico, ed in modo particolare del fertilizzante, è soprattutto funzione del costo del denaro e degli impianti. La materia prima, ad esempio, in un quintale di solfato ammonico incide ben poco, mentre ciò che incide maggiormente è il costo degli impianti. Ora se l'impianto, e quindi il capitale, si valuta zero, il prezzo si può ridurre impunemente; ma se si deve tener conto di questi fattori, come l'industria privata deve fare, e come deve fare anche l'industria di Stato se vuole agire come quella privata, si deve ristabilire evidentemente l'equilibrio. Ho detto poco fa che ad un certo punto c'è stata una specie di *bagarre* dovuta più ad azioni commerciali che a impostazioni imprenditoriali. Quando l'A. N. I. C. è venuta sul mercato ha dovuto svolgere un'azione di sfondamento per prendere una certa posizione. Altrimenti, a parità di prezzo C. I. P., non si vede per quale motivo i consumatori avrebbero dovuto dare la preferenza all'A. N. I. C., visto che c'era una sovrapproduzione.

ADAMOLI — Ma il livellamento è avvenuto in alto e non in basso.

GIUSTINIANI — Appunto. Se vi fosse stata una insufficiente produzione, l'A. N. I. C. avrebbe avuto i suoi consumatori a prezzo C. I. P. Non essendovi questa deficienza di produzione ma invece sovrapproduzione, ha dovuto farsi largo. Voglio dire che ha dovuto farsi largo non tanto l'A. N. I. C. quanto i suoi organi commerciali, i quali evidentemente hanno fatto astrazione da quello che era un equilibrio di carattere economico.

Il punto fondamentale sul quale abbiamo insistito (lasciamo ora da parte il prezzo che si pratica alla esportazione e sul quale ritornerò) è stato il paragone tra il nostro paese e gli altri paesi produttori di fertilizzanti (parlo di paesi produttori e non di paesi importatori) quali ad esempio l'Inghilterra, la Germania, la Francia, il Belgio e l'Olanda. Noi abbiamo sempre detto: volete considerare i prezzi che si praticano in questi paesi produttori? Se guardate a questi paesi troverete, infatti, che i loro prezzi sono sempre superiori a quelli italiani. Siamo sempre pronti a documentare questa affermazione. Tutto questo che cosa significa? Significa che i nostri costi di produzione sono almeno uguali, se non inferiori, a quelli di altri paesi e che l'equilibrio nostro è, diciamo, il più conveniente per il consumatore. Per quale ragione in Germania ed in Olanda devono avere prezzi maggiori dei nostri?

Ella, onorevole Adamoli, vede quindi che il nostro equilibrio produttivo era quello rispecchiato dal C. I. P.

Ella dice inoltre che i prezzi praticati alla esportazione sono inferiori a quelli praticati all'interno. Posso risponderle che questo accade non soltanto per i fertilizzanti, ma per tutti i prodotti. Se ella, ad esempio, fa un paragone

tra i prezzi interni praticati non solo in Italia ma in Inghilterra, in Germania, in Francia ecc., potrà constatare che in quei paesi il prezzo è maggiore di quello praticato nel nostro mercato interno. Ciononostante tutti i paesi che ho citato esportano a prezzi eguali ai nostri. Questo è fatale perché se si va in un paese straniero...

ADAMOLI — Questi prezzi sono remunerativi per la Montecatini?

GIUSTINIANI — Qui entra in giuoco la teoria del prezzo marginale. Quando in Italia si crea una produzione di 850 mila tonnellate all'anno a fronte di un consumo che è dell'ordine di 350 mila tonnellate, le soluzioni possono essere soltanto due: o si fanno stare fermi i tre quarti degli impianti o li si fa lavorare ad un costo marginale. Di qui non si scappa. Quando l'A. N. I. C. entrò in questo campo non mancammo di avvertire che si facesse attenzione a non creare una sovrapproduzione e a dosare la produzione sull'equilibrio dei prezzi e all'interno e all'esportazione; così facendo agimmo con la massima chiarezza. A mano a mano che la nostra attrezzatura produttiva si è perfezionata, abbiamo fatto notevoli sforzi, senza attendere l'arrivo dell'A. N. I. C., per andare incontro alle esigenze del mercato; ed infatti oggi vendiamo tutti e due allo stesso prezzo fissato dal C. I. P.

NATOLI — A proposito dei fertilizzanti, vorrei chiedere all'ingegner Giustiniani se in questo momento esista un'intesa sui prezzi tra la Montecatini e l'A. N. I. C.

PRESIDENTE — Ella, ingegner Giustiniani, ha ascoltato la domanda formulata dall'onorevole Natoli. Ha facoltà di rispondere.

GIUSTINIANI — No, noi rispettiamo il prezzo del C. I. P.

NATOLI — Non vi è un'intesa diretta?

GIUSTINIANI — Non vi è alcuna intesa diretta.

ADAMOLI — Essendo prezzi massimi, nessuno di voi fa un prezzo più basso?

GIUSTINIANI — Ho già detto, onorevole Adamoli, che ci troviamo in condizioni piuttosto tristi per via del prezzo fissato dal C. I. P., per cui vendere ad un prezzo ancora più basso sarebbe un atto veramente delittuoso dal punto di vista economico, visto che l'indagine svolta ha portato a questi prezzi.

NATOLI — Vorrei chiarire che ho rivolto all'ingegner Giustiniani questa precisa domanda perché già un esperto di problemi della produzione agricola ci aveva suggerito che sarebbe stato interessante avere precise informazioni circa un'intesa tra la Montecatini e l'A. N. I. C.

GIUSTINIANI — Tra l'A. N. I. C. e la Montecatini non esiste alcuna intesa.

NATOLI — Lo può smentire?

GIUSTINIANI — Lo smentisco assolutamente.

BUSETTO — Rimanendo nell'ambito dello stesso argomento, mi pare di trovare una contraddizione tra quanto ha affermato l'ingegner Giustiniani, rispondendo alla domanda del collega Adamoli, a proposito del periodo in cui l'A. N. I. C. è entrata nel mercato dei fertilizzanti, e l'asserita esistenza di una situazione di bassi consumi di fertilizzanti nel nostro paese. In relazione a questa situazione vorrei chiedere all'ingegner Giustiniani se esistano dei rapporti tra la Montecatini e la Federconsorzi in questo campo.

PRESIDENTE — Ella, ingegner Giustiniani, ha ascoltato la domanda formulata dall'onorevole Busetto. Ha facoltà di rispondere.

GIUSTINIANI — Sì. Noi abbiamo sempre avuto rapporti con la Federconsorzi, alla quale vendiamo una parte della nostra produzione. La Federconsorzi provvede poi a distribuirla ai consorzi agrari. Devo però precisare che l'azione di sfondamento non è stata fatta dall'A. N. I. C. Poco fa, parlando dell'A. N. I. C., ho fatto riferimento ai suoi organi commerciali periferici, i quali, come si sa, essendo venditori periferici, sono un po' abbandonati a se stessi, sicché possono facilmente commettere in un primo momento atti in contrasto con quella che può essere la difesa degli interessi legittimi. Questa situazione è durata per poco tempo perché subito essi si sono accorti che vendendo il concime ad un prezzo al di sotto del costo, le aziende sarebbero andate a finire piuttosto male.

SULOTTO — L'ingegner Giustiniani, nell'illustrare i dati di sviluppo degli ultimi dieci anni, ha sottolineato gli aspetti relativi alla produzione, alla esportazione, ma ha taciuto l'aspetto salariale. Su questa questione vorrei richiamare l'attenzione dell'ingegner Giustiniani. Se facciamo un rapporto tra lo sviluppo dell'occupazione operaia e la produzione, troviamo che in questi dieci anni la produzione per addetto è aumentata nel rapporto 100 : 282, secondo i dati che l'ingegnere ha ricordato.

Potrebbe spiegare perché il trattamento economico e salariale della Montecatini è sensibilmente inferiore a quello percepito dai lavoratori di gruppi simili? Per quale motivo i lavoratori della Montecatini hanno salari oscillanti tra le 55-60 mila lire, mentre quelli percepiti nelle altre aziende di tipo analogo sono notevolmente superiori, cosa che naturalmente determina un certo malumore tra i lavoratori del gruppo?

PRESIDENTE — Ella, ingegner Giustiniani, ha ascoltato la domanda formulata dall'onorevole Sulotto. Ha facoltà di rispondere.

GIUSTINIANI — Qui bisognerebbe addentrarsi in una disamina abbastanza approfondita sulla composizione del gruppo Montecatini. Ma non sono in questo momento in grado di farlo. Posso rispondere sommariamente però che il trattamento dei lavoratori chimici ha seguito, per quel che ci riguarda, lo sviluppo della produttività interna; ciò non soltanto come salario ma anche come provvidenze aggiuntive, cioè i cosiddetti « *fringe benefices* ». Per poter ritenere a mente tutte queste cifre dovrei essere un Pico della Mirandola.

PRESIDENTE — Ingegnere Giustiniani, a quanto vedo, ella parla senza l'aiuto di alcun appunto scritto.

GIUSTINIANI — Ho sempre fatto così. Leggere è molto facile; io desidero invece dare al mio dire un contenuto che corrisponda pienamente a quello che è a mia conoscenza.

SULOTTO — Ma su questa questione, ella non ricorda bene...

GIUSTINIANI — Si tratta di analisi veramente notevoli.

SULOTTO — Ella però non può smentire che si tratti di 55-60 mila lire al mese.

PRESIDENTE — Come ella sa, onorevole Sulotto, ci siamo riservati la possibilità di rivolgere in alcuni casi quesiti scritti all'interrogando, il quale avrà così modo di rispondere con esattezza.

GIUSTINIANI — Sarò lieto di poter dare una risposta scritta (1). Posso dire che il trattamento riservato dalla Montecatini all'operaio ed in genere al collaboratore è sempre improntato ad un criterio di collaborazione.

PRESIDENTE — Onorevole Sulotto, si potrà rivolgere per iscritto il quesito all'ingegner Giustiniani.

SULOTTO — Seconda domanda. In relazione allo sviluppo e soprattutto ai giudizi che l'ingegner Giustiniani ha dato sullo sviluppo del settore vorrei richiamare la sua attenzione in modo particolare su quello farmaceutico.

Nelle aziende farmaceutiche — ritengo di poter parlare con una certa cognizione di causa perché ho una conoscenza dettagliata della Farmitalia torinese — il grado di nocività è particolarmente elevato, considerato l'elevato grado di tossicità delle materie che gli operai manipolano nella produzione.

Moltissime sono le malattie professionali. Alla Farmitalia sono circa tredici e moltissimi sono i malesseri di carattere generale e particolare; tanto che ci sono norme di legge circa l'obbligo di visita dei lavoratori addetti a questi lavori.

Ora ella ci potrebbe dire, nel quadro dello sviluppo produttivo che prevede per il futuro, in che misura l'azienda conta di investire per la difesa della salute dei lavoratori? Perché se è giusto che debbono essere più ingenti i capitali in relazione all'aumento della produzione è altrettanto giusto che sia maggiormente difesa la salute degli operai. A noi risulta, sulla base di documenti, che l'età media dei lavoratori si aggira intorno ai 55 anni. E abbiamo anche il caso clamoroso dell'azienda di Novara dove per verificare la tossicità dell'ambiente si era ricorsi ad un canarino.

Questo sta a dimostrare che mentre si fanno notevoli investimenti per la produzione (ed è giusto), non si affronta in misura adeguata il problema della tutela della salute di chi lavora.

PRESIDENTE — Ella, ingegner Giustiniani, ha ascoltato la domanda formulata dall'onorevole Sulotto. Ha facoltà di rispondere.

GIUSTINIANI — Io personalmente ho fatto installare la televisione ad Avigliana nei locali dello stabilimento per la produzione degli esplosivi. E sono stato il primo nel mondo ad introdurre questa misura di sicurezza.

SULOTTO — Dopo gli scoppi e decine di morti!

GIUSTINIANI — Analoghi scoppi e decine di morti erano avvenuti in tutto il mondo. Per quanto riguarda il caso del canarino...

PRESIDENTE — Abbia la cortesia, ingegner Giustiniani, mi pare che la domanda dell'onorevole Sulotto non verta sull'argomento che le è stato posto.

GIUSTINIANI — Chiedo scusa, ma bisogna che io spieghi la questione del canarino. L'onorevole Sulotto presta troppa fede ai suoi giornali. Il fatto è che un operaio si era portato per conto proprio in fabbrica la gabbietta col canarino.

Ad ogni modo i nostri impianti, specialmente quelli nuovi, sono dotati di un'elevata aliquota di mezzi di protezione contro ogni genere di infortunio. Sarei lieto se qualche membro della Commissione volesse rendersene conto diretta-

(1) v. in Appendice, pag. 291, nota n. 1.

mente visitando gli stabilimenti di Brindisi. Naturalmente poniamo attenzione anche agli impianti di dieci o venti anni fa e cerchiamo di migliorarli. Ma è molto più facile realizzare questa sicurezza negli impianti nuovi usando tutte le provvidenze che sono suggerite dalla tecnica che non in quelli che sono stati costruiti venti anni fa. Nella Farmitalia ve ne sono alcuni nuovi dove tutto è stato messo in opera; ma ve ne sono di quelli che ricordano un po' a me stesso l'epoca in cui in qualità di primo direttore generale della Farmitalia, nel 1935, ho proceduto a trasformare gli impianti di Settimo Torinese.

CARCATERRA — Desidero rivolgere due domande che non sono specifiche all'argomento di questa sera ma connesse. Ecco la prima domanda: ritiene l'ingegner Giustiniani che l'attuale sistema in base al quale purtroppo la scuola non è nelle condizioni di procedere a delle indagini di ricerca, soprattutto di ricerca applicata, lasciando questo settore alle industrie, non sia esso stesso causa di insorgenza di monopoli o di situazioni di dominio?

La seconda domanda è la seguente: ritiene che la legislazione brevettuale attuale possa essere causa dell'insorgenza di situazioni monopolistiche o di dominio?

PRESIDENTE — Ella, ingegner Giustiniani, ha ascoltato le domande formulate dall'onorevole Carcaterra. Ha facoltà di rispondere.

GIUSTINIANI — Per quanto riguarda la scuola ed i problemi della ricerca applicata, direi che si dovrebbe evitare, nei limiti del possibile, di orientarsi verso la scuola. La scuola dovrebbe occuparsi soprattutto di ricerche fondamentali, di ricerche di base. Spetterebbe poi all'industria, alla grande industria con i mezzi di cui dispone, trarre da quei principi stabiliti dalla ricerca di base le varie applicazioni.

La legislazione brevettuale in Italia è purtroppo molto deficiente per il fatto che non esiste l'esame preventivo. Cioè una persona può brevettare qualunque cosa senza che sia effettuato alcun controllo. Spetta poi a chi detiene il brevetto precedente intentare una causa con tutte le conseguenze. E oggi siamo tutti tesi alla ricerca di un'impostazione europea che permetta di dare un brevetto europeo; e sono allo studio numerose proposte. Vi sono parecchie commissioni in vari enti, che in questo momento si occupano della legislazione brevettuale e cioè della possibilità di rilasciare un brevetto europeo previo esame del ritrovato.

La legislazione italiana anche per questa ragione è ferma, a parte il fatto specifico del brevetto farmaceutico, che non esiste. Esso è oggetto di un progetto di legge che peraltro prevede la brevettabilità soltanto del procedimento, e non del prodotto. Quanto alla possibilità che i brevetti italiani costituiscano una remora per lo sviluppo della concorrenza, innanzi tutto debbo escludere che la legislazione vigente possa costituire un ostacolo e in secondo luogo devo mettere in rilievo che in Italia abbiamo l'istituto della attuazione obbligatoria: in base al quale ogni brevetto, se entro tre anni dal deposito non viene attuato, diventa di pubblico dominio. Ecco che manca pertanto qualsiasi remora alla concorrenza.

MERENDA — Desidero fare una domanda che mi è sorta quando il collega Adamoli chiedeva i motivi per i quali i costi all'estero dei prodotti sono spesso inferiori a quelli italiani; l'ingegner Giustiniani ha detto che di fronte alla pro-

duzione di 850 mila tonnellate di fertilizzanti abbiamo un consumo interno di 350 mila tonnellate. Queste 500 mila tonnellate di differenza come vengono smaltite? Attraverso l'esportazione?

Inoltre, questa superproduzione nazionale viene venduta sottocosto o a prezzi inferiori? E in tal caso, ai fini di ovviare a questo lamentato basso consumo italiano, non sarebbe il caso di vendere in Italia a prezzi inferiori di quelli attuali?

PRESIDENTE — Ella, ingegner Giustiniani, ha ascoltato le domande formulate dall'onorevole Merenda. Ha facoltà di rispondere.

GIUSTINIANI — Qui occorre rispondere con considerazioni di carattere tecnico. Anche se in certe zone il concime venisse ceduto gratuitamente non verrebbe utilizzato, o non produrrebbe alcun effetto; ad esempio, dove manca l'acqua. Quando si paragonano i diversi livelli dei consumi tra un paese e l'altro si fa astrazione dalle varie situazioni che condizionano in modo differente l'impiego e l'efficacia dei fertilizzanti. Ad esempio in Olanda il consumo per i prati è notevole, ciò che non avviene in Italia; ma la differenza è dovuta al fatto che in Olanda i prati sono formati di graminacee, mentre in Italia vi sono leguminose, le quali fissano l'azoto dell'atmosfera, mentre le graminacee hanno bisogno di averlo attraverso la concimazione.

Quando dicevo che si dovrebbe cercare di incrementare i consumi, intendevo riferirmi piuttosto alla possibilità di impiegare i concimi in altre colture più adatte ad assorbirne una maggiore quantità; ma si tratta di uno sforzo che non dipende dal prezzo, bensì dalle caratteristiche tecniche. Ed infatti, anche diminuendo il prezzo, come è avvenuto in passato, non si verifica un aumento apprezzabile del consumo. E questo vale non soltanto per i concimi azotati. C'è stato un momento in cui la concorrenza tra i produttori internazionali di potassa ha portato i prezzi a livelli bassissimi; ebbene, il consumo dei concimi potassici non è aumentato neppure di un quintale.

MERENDA — Questo per quanto riguarda le difficoltà di ordine tecnico. Però non credo che questi esempi possano essere adottati come criteri di ordine generale. Vi sono anche di queste limitazioni, ma anche altre dipendenti un po' dalla non consuetudine all'uso dei concimi e un po' forse dalla inaccessibilità, in certi momenti, del prezzo.

GIUSTINIANI — Il problema principale è quello di aumentare il consumo dei concimi. Ho insistito presso i nostri tecnici perché facessero degli studi per cercare di aumentare il consumo analogamente a quanto si fa nel campo delle automobili. Ma fino ad ora non siamo stati fortunati.

NATOLI — Desidero rivolgere due domande. La prima è questa: mi pare che l'ingegner Giustiniani non abbia risposto compiutamente alla seconda domanda del questionario. La rileggo, per maggiore chiarezza: « Quali ritiene siano i settori dell'industria chimica nei quali la concentrazione industriale è più forte e quali sono le ragioni di tale concentrazione? ».

Mi sembra che l'ingegner Giustiniani abbia risposto compiutamente solo alla seconda parte della domanda, cioè egli ha spiegato quali sono le ragioni, a suo giudizio, per cui oggi vi è una tendenza molto pronunciata alla concentrazione

industriale, spiegando i motivi connessi alla dinamica della produzione e del mercato. E su ciò siamo d'accordo.

Ma credo che egli abbia sorvolato sulla prima parte e cioè quali sono i settori dell'industria chimica nei quali la concentrazione industriale è più forte.

La seconda domanda è la seguente: a proposito di intese, ella ha parlato dell'esistenza di un'intesa tra produttori di fibre sintetiche, intesa che sarebbe stata richiesta direttamente dai consumatori per una razionalizzazione del mercato. Questa intesa prevede accordi anche sui prezzi e sulle ripartizioni di quote di produzione?

PRESIDENTE — Ella, ingegner Giustiniani, ha ascoltato le domande formulate dall'onorevole Natoli. Ha facoltà di rispondere.

GIUSTINIANI — Rispondo alla prima domanda. Credo di aver sottolineato che più che di settore si debba parlare di grandi imprese per finalità e per compiti. Non credo che vi siano ragioni particolari perché in un settore vi siano grandi imprese più che in un altro. A seconda delle finalità che si debbono raggiungere in una produzione un settore vale l'altro. Nessuna difficoltà che un'impresa per la produzione di prodotti farmaceutici, ad esempio, diventi grande se deve assolvere compiti grandi. Non è che nel settore farmaceutico ci siano piccole imprese e nel settore dei coloranti grandi imprese. Non esiste un settore in cui vi sia una particolare ragione di concentrazione.

NATOLI — Veramente noi non domandavamo di conoscere le ragioni; domandavamo qual è oggi oggettivamente il grado di concentrazione nei diversi settori. Vorremmo sapere cioè dove la concentrazione è più forte.

GIUSTINIANI — Non saprei. In tutti i settori. Quelli in cui i processi chimici sono più complessi.

PRESIDENTE — Per esempio?

GIUSTINIANI — La petrolchimica. Un altro settore di concentrazione notevole è il campo degli elastomeri, le gomme che sono derivati della petrolchimica.

Per quanto riguarda la seconda domanda concernente le fibre sintetiche, c'è un listino di prezzi che è concordato fra i produttori e una razionalizzazione anche di produzione, tenuto conto che la fibra poliamidica non è tutta della stessa specie.

NATOLI — Quindi vi è un accordo per i prezzi e anche per la produzione?

GIUSTINIANI — C'è un listino, come un listino C. I. P., il quale è basato anche sulla necessità dell'esportazione; e vi è pure una ripartizione di attività in funzione delle caratteristiche della fibra.

GIOLITTI — Vorrei fare tre domande. La prima è più pertinente all'oggetto della nostra inchiesta. Ritene, l'ingegner Giustiniani, che sia elevato il margine di capacità produttiva inutilizzata specialmente al livello della grande impresa nel settore chimico? E nel caso che ciò fosse, non ritiene che questo costituisca di per sé una remora all'entrata di nuove imprese e, quindi, allo sviluppo della concorrenza nel settore?

PRESIDENTE — Ella, ingegner Giustiniani, ha ascoltato la domanda formulata dall'onorevole Giolitti. Ha facoltà di rispondere.

GIUSTINIANI — Sì, credo che esista una supercapacità notevole e che questo fatto ponga dei problemi gravi per l'utilizzazione della produzione; problemi che

saranno risolti proprio con il peso che deriva all'economia dalla esistenza di questa sovrapproduzione. In realtà in qualche settore esiste un margine inutilizzato dovuto alla mancata richiesta.

GIOLITTI — La seconda domanda investe un problema più generale. L'ingegner Giustiniani ci ha parlato del fenomeno rilevante di obsolescenza tecnica nel settore chimico. Questo comporta un rilevante tasso di investimenti e anche di ammortamenti. Può dirci, come ordine di grandezza percentuale, approssimativamente, quale è la copertura di questi investimenti che si ottiene rispettivamente con autofinanziamenti, con ricorso al credito bancario, con ricorso ad emissioni di titoli azionari ed obbligazionari? E, specificando ulteriormente questa domanda, di fronte a tali esigenze, ritiene che la tendenza attuale (e anche tradizionale) all'espansione della presenza dello Stato sul mercato finanziario possa costituire una difficoltà al reperimento dei mezzi per nuovi investimenti? E, nel caso dell'autofinanziamento, ritiene che la pressione esercitata dai lavoratori per gli aumenti salariali possa creare difficoltà o possa invece determinare maggiori consumi e, quindi, essere un fattore di espansione e di utilizzazione anche di quella famosa capacità produttiva in parte non utilizzata?

PRESIDENTE — Ella, ingegner Giustiniani, ha ascoltato le domande formulate dall'onorevole Giolitti. Ha facoltà di rispondere.

GIUSTINIANI — La sua domanda è quasi una intervista; tuttavia cercherò di risponderle sinteticamente.

Fino ad oggi la misura dell'autofinanziamento si poteva considerare fra il 40 ed il 50 per cento; attualmente è molto minore, imponendo il ricorso a risorse esterne che di solito vengono ripartite per metà in capitale e per metà in crediti a lunga scadenza. Così presso a poco si configura la situazione.

Per quanto ha riflesso alla incidenza dei salari, bisogna dire che qui deve intervenire il senso dell'equilibrio. Se ad un certo momento si può pensare di aumentare i salari anche per aumentare il potere di acquisto e quindi i consumi, bisogna al tempo stesso evitare di creare una eccessiva incidenza sui costi in relazione a quelli che possono essere anche gli sviluppi sul piano internazionale; voglio dire in relazione al mantenimento della competitività sui mercati al di fuori dell'Italia. Questa è l'impostazione; ma noi siamo del parere che sia opportuno potenziare le capacità di acquisto e quindi aumentare i salari.

GIOLITTI — E per quanto riguarda la presenza dello Stato sul mercato finanziario?

GIUSTINIANI — Ho l'impressione che lo Stato si renda conto dell'opportunità di lasciare più spazio alla ricerca di capitali da parte dell'industria.

GIOLITTI — Non ritiene che vi sia incompatibilità?

GIUSTINIANI — Non c'è incompatibilità. Certo bisognerebbe che il rapporto fosse minore, cioè che fosse lasciata più possibilità al reperimento di capitali da parte dell'industria privata, soprattutto di quella chimica, per le esigenze alle quali abbiamo accennato di comune accordo.

GIOLITTI — Un'ultima domanda che richiede una risposta rapida, anche se il problema è grosso.

Di fronte alle prospettive di sviluppo anche impetuoso del settore chimico nel prossimo decennio, ritiene l'ingegner Giustiniani che un intervento dello Stato nella politica economica, in termini di programmazione e quindi anche, in una certa misura, di controllo sulla destinazione degli investimenti, possa costituire un fattore di stimolo e di regolazione appunto programmatica di questo sviluppo che spontaneamente già si prevede possa e debba avvenire?

PRESIDENTE — Ella, ingegner Giustiniani, ha ascoltato la domanda formulata dall'onorevole Giolitti. Ha facoltà di rispondere.

GIUSTINIANI — Onorevole Giolitti, con la premessa dell'economia di mercato, io sono un fautore della programmazione. In altri termini ritengo opportuna una programmazione indicativa ed elastica.

BUSETTO — Ho appreso una notizia che mi ha colpito. Per il regime di concessione dello sfruttamento di giacimenti minerari, lo Stato percepisce dalla Montecatini l'irrisoria cifra di 200 lire per ettaro.

Risponde a verità?

GIUSTINIANI — A quali miniere si riferisce, onorevole Busetto?

BUSETTO — Io ho indicato il settore. Questo è stato portato come caso limite.

GIUSTINIANI — Ci sono tariffe normali stabilite dalla legge nel settore delle concessioni minerarie. Quindi noi paghiamo ciò che stabilisce la legge. Comunque su questo particolare quesito potrò dare una risposta scritta.

PRESIDENTE — Onorevole Busetto, su questa particolare domanda, potrà ricevere una risposta scritta da parte dell'ingegner Giustiniani.

GIUSTINIANI — Noi, ripeto, paghiamo i canoni stabiliti dalla legge.

Se mi permette, onorevole Busetto, parla di idrocarburi? Perché, come loro sanno, per gli idrocarburi oltre al canone paghiamo anche la *royalty*.

BUSETTO — Non è il caso degli idrocarburi, ingegner Giustiniani.

GIUSTINIANI — Allora per le miniere potrò precisare il canone previsto dalla legge (1).

BUSETTO — L'ingegner Giustiniani, che finora ha dimostrato di possedere una memoria ottima nel fornirci qui tutta una serie di dati sulla produzione e soprattutto sulla previsione dei tassi di sviluppo dell'industria chimica italiana, può dirci quale è stato il volume di investimenti che la Montecatini ha effettuato negli ultimi dieci anni e la composizione di questi investimenti dal punto di vista del reperimento dei mezzi finanziari, ossia la percentuale corrispondente all'apporto dato dagli azionisti, quella derivante dall'autofinanziamento e quella corrispondente al capitale raccolto attraverso il mercato finanziario?

PRESIDENTE — Ella, ingegner Giustiniani, ha ascoltato la domanda formulata dall'onorevole Busetto. Ha facoltà di rispondere.

GIUSTINIANI — Noi abbiamo investito (questo lo posso dire perché si tratta di un dato ormai noto a tutti) negli ultimi tre anni e precisamente nel 1960, 1961 e 1962 quasi 250 miliardi. Se ci riferiamo al 1950 dobbiamo andare al di là di 400 miliardi. L'autofinanziamento però incide sempre in misura inferiore.

(1) v. in Appendice, pag. 291, nota n. 2.

Oggi siamo ad una percentuale inferiore al 40 per cento e per il resto ci barcameniamo fra aumento di capitale e credito a lungo e medio termine.

SCHIRATTI — L'ingegner Giustiniani, rispondendo al terzo quesito, ci ha detto che la quantità di energia elettrica consumata per un chilogrammo di alluminio è di 16 chilovattore.

GIUSTINIANI — Questo dato si riferisce al metallo, onorevole Schiratti; poi c'è anche quello relativo all'allumina...

SCHIRATTI — L'ingegner Giustiniani è in condizione di poterci dire quale sia l'incidenza dell'energia consumata per lo zinco ed il piombo? E soprattutto, ritiene che il produttore privato di energia elettrica (da domani, con l'approvazione della legge sull'« Enel » questo non si verificherà più) sia in grado di fornire tale energia a prezzo conveniente e per il consumatore e per il produttore?

PRESIDENTE — Ella, ingegner Giustiniani, ha ascoltato le domande formulate dall'onorevole Schiratti. Ha facoltà di rispondere.

GIUSTINIANI — Le rispondo subito, onorevole Schiratti. Il prezzo economico del chilovattora, proprio oggi che sarebbe necessario per lo sviluppo dell'industria elettrochimica, non esiste più nel nostro paese.

SCHIRATTI — Non esiste più?

GIUSTINIANI — No, non esiste più. Il prezzo economico dovrebbe essere non più di 2 lire a chilovattora. Infatti bisogna tener conto della concorrenza dei futuri impianti in Africa dove il chilovattora idraulico costerà anche al di sotto delle 2 lire.

SCHIRATTI — Allora non potremo far niente?

GIUSTINIANI — Certo, se non ci saranno sovvenzioni ed aiuti. L'industria elettrochimica nel nostro continente a fronte di quella che sarà l'industria elettrochimica nei continenti che dispongono di risorse idrauliche è in condizione di inferiorità. Tutto si può accomodare. Si può produrre un chilovattora termico e graduare l'ammortamento della installazione termica in 30 anni. Si avrà così una incidenza dell'interesse e dell'ammortamento di minore rilievo, ma si avrà, per contro, il consumo del combustibile che è sempre notevole. Non è possibile però arrivare ad un prezzo competitivo del chilovattora africano, degli impianti del Volta ad esempio.

SCHIRATTI — Quale è l'incidenza dell'energia per quanto riguarda la produzione dello zinco e del piombo?

GIUSTINIANI — Il piombo non si ottiene per via elettrolitica e quindi il consumo di energia non incide notevolmente. È il combustibile che incide sul costo del piombo. Per quanto riguarda lo zinco, il consumo di energia è molto minore di quello dell'alluminio, la terza parte.

ORLANDI — Attraverso la domanda dell'onorevole Schiratti la discussione è venuta a sfociare nel settore dell'energia.

L'ingegner Giustiniani ha anticipato le preoccupazioni in particolare per la concorrenza del chilovattora africano. Ma indipendentemente da queste preoccupazioni (la domanda non è strettamente pertinente, ma marginale; tuttavia il giudizio di un capitano d'industria ha una indubbia rilevanza) per quanto riguarda il provvedimento che sta per diventare legge, quello cioè sull'energia

elettrica, quale influenza ritiene che la nazionalizzazione potrà avere sulla produzione e sugli investimenti nel settore chimico?

PRESIDENTE — Ella, ingegner Giustiniani, ha ascoltato la domanda formulata dall'onorevole Orlandi. Ha facoltà di rispondere.

BUSETTO — Ma la Montecatini è la più grande società produttrice di energia elettrica!

GIUSTINIANI — La domanda è pertinente perché ritengo che le grandi produzioni elettro-chimiche saranno sempre autoprodottrici di energia. Infatti, il giorno in cui si delineasse la notevole importanza del fattore energia elettrica per una determinata produzione, sarà lo stesso produttore a costruirsi una centrale elettrica nelle vicinanze della propria industria. Del resto in pratica ciò avviene anche nei complessi non elettro-chimici. Noi a Brindisi abbiamo costruito una centrale per alimentare il complesso petrolchimico che produce un miliardo di chilovattore all'anno.

SCHIRATTI — È una installazione economica?

GIUSTINIANI — Sì, è economica perché in quella unità noi abbiamo una raffineria che fornisce combustibile destinato poi a finire alle installazioni che devono produrre vapore per scopi chimici. Questo vapore viene prodotto ad alta pressione e disteso poi a bassa pressione per l'utilizzazione: il salto di pressione si trasforma in energia elettrica di recupero.

BUSETTO — La domanda che ha posto l'onorevole Orlandi mi sembra abbastanza interessante. Mentre l'autoproduzione termo-elettrica può giustificarsi, come giustifica lei, ingegner Giustiniani, quella idroelettrica?

GIUSTINIANI — L'autoproduzione idroelettrica è stata concepita proprio per favorire alcune produzioni elettro-chimiche. Quando nel 1924 decidemmo di produrre l'azoto da idrogeno elettrolitico, una delle condizioni essenziali era proprio quella di avere energia a buon mercato. Noi conseguimmo l'intento installando le macchine a corrente continua direttamente in centrale. Quindi non c'era neanche la trasformazione; c'era la turbina che faceva girare la macchina a corrente continua, la quale alimentava la cella elettrolitica. Questa era l'impostazione elettrolitica dell'azoto.

SCHIRATTI — In conclusione, l'autoproduttore produce a minor costo!

PRESIDENTE — Non vi sono altri deputati che chiedono di sottoporre domande all'ingegner Giustiniani.

Ringrazio di nuovo, a nome della Commissione, l'ingegner Piero Giustiniani.

APPENDICE
ALL'INTERROGATORIO DELL'ING. PIERO GIUSTINIANI

PAGINA BIANCA

1º) Posso e devo, innanzitutto, escludere che le retribuzioni corrisposte agli operai del gruppo Montecatini oscillino fra le 55.000 e le 60.000 lire mensili; e d'altra parte, non ritengo sia il caso di soffermarsi a considerare in particolare la situazione dei singoli settori merceologici nei quali si articola la multiforme attività del gruppo e le differenziazioni di trattamento previste per le varie zone. Basterà invece - io credo - mettere in rilievo che, anche avendo riguardo ai soli minimi contrattuali, la retribuzione, ad esempio, dell'operaio qualificato addetto alle lavorazioni chimiche a Milano, è superiore alle cifre indicate, raggiungendo un totale di lire 62.915 mensili, tenuto conto, ovviamente, del rateo di gratifica natalizia e della incidenza delle varie indennità.

Questo dato si riferisce - ripeto - ai minimi contrattuali. Ma il trattamento fatto dal gruppo Montecatini ai propri operai supera del 30-40 per cento i minimi contrattuali: ed infatti a fronte dell'accennata retribuzione di lire 62.915 mensili, si ha, di fatto, nella fabbrica di Linate per l'operaio qualificato di lavorazione una retribuzione media che si aggira sulle lire 87.500 mensili.

Devo aggiungere che le retribuzioni sono rimaste invariate anche dopo che l'orario di lavoro, con accordo aziendale, è stato portato, per i turnisti, a 44 ore settimanali, il che comporta, ovviamente, una integrazione salariale del 9,09 per cento.

Ciò precisato circa il trattamento usato dal gruppo Montecatini agli operai sotto lo stretto profilo economico, non posso esimermi dal mettere in evidenza le varie provvidenze assistenziali che sono in atto e che vanno dall'addestramento professionale alle pensioni integrative aziendali; dalle colonie per i figli dei lavoratori alla casa di soggiorno di Seiano riservata agli stessi lavoratori; dai « Cral » aziendali alle case per il personale; dall'azionariato operaio ai comitati antinfortunistici: provvidenze tutte la cui semplice elencazione dà la misura della ampiezza delle iniziative realizzate dal gruppo per elevare le condizioni materiali e morali del proprio personale, per proteggerne l'integrità fisica e per migliorare le capacità professionali.

2º) La legislazione vigente prescrive che, per ogni ettaro di superficie compreso entro i limiti di una concessione mineraria, il concessionario debba corrispondere allo Stato un canone annuo di lire 400. Tale misura è stata stabilita di recente (legge 21 dicembre 1961, n. 1501), mentre in precedenza, a norma del decreto legislativo 7 gennaio 1947, n. 24 (articolo 4) e della legge 21 gennaio 1949, n. 8 (articolo 1) il canone era di 200 lire annue per ogni ettaro di superficie.

Disposizioni diverse hanno vigore in Sicilia. La legge regionale 1º ottobre 1956, n. 54, che disciplina la ricerca e la coltivazione delle sostanze minerali nella regione, fissa infatti in lire 1.000 per ogni ettaro di superficie la misura del canone annuo dovuto all'Amministrazione regionale dal titolare di una concessione mineraria e prevede altresì la eventuale partecipazione della regione ai profitti dell'impresa in misura da determinarsi, considerando peraltro la pos-

sibilità che tale partecipazione sia sostituita da un canone annuo (articoli 33 e 25 lettera *g*) della legge citata).

Alle norme predette si uniforma la nostra Società, come sarà facile controllare rivolgendosi agli uffici ministeriali sia del Governo centrale che di quello regionale.

SEDUTA

DI MERCOLEDÌ 14 NOVEMBRE 1962

(seguito)

INTERROGATORIO

DEL DOTT. ALDO BORLETTI DI AROSIO

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE DOSI

PRESIDENTE — Onorevoli colleghi, la nostra seduta prosegue con l'audizione del dottor Aldo Borletti di Arosio.

Il dottor Borletti è il Presidente della Rinascente-« Upim ».

Dottor Borletti, la Commissione la ringrazia per la sua collaborazione.

Do ora lettura dello schema generale delle domande.

1. — Quale è, secondo il suo punto di vista, la funzione dei grandi magazzini di vendita come la Rinascente-« Upim », « Standa », ecc ?
2. — Ella ritiene che, dal punto di vista delle condizioni del mercato, l'esistenza di grandi complessi di vendita stimoli la concorrenza dei commercianti al dettaglio ?
3. — L'affermazione sul piano delle vendite delle grandi aziende si fonda prevalentemente sulla pubblicità, sui prezzi più bassi di vendita o sulla possibilità di offrire all'acquirente una gran varietà di merci diverse che consente il rifornimento istantaneo di più generi ?
4. — Esistono impedimenti legali di un certo rilievo all'apertura di nuovi magazzini di vendita ?
5. — L'Italia è uno dei paesi in cui il numero dei grandi magazzini di vendita è ancora molto esiguo. Ella ritiene auspicabile una estensione di negozi del genere ?
6. — I costi di distribuzione per i grandi magazzini in quale rapporto stanno con i costi medi di distribuzione esistenti per le altre aziende commerciali al minuto ?
7. — In che misura i grandi magazzini, quali acquirenti di elevate quantità di prodotti industriali, possono impedire accordi fra i produttori in materia di prezzi e ripartizione territoriale del mercato ?

Dottor Borletti, ella può ora rispondere alle domande dello schema generale, che le è stato comunicato, eventualmente svolgendo le altre considerazioni che riterrà opportune.

BORLETTI — A mio avviso la funzione dei grandi magazzini è duplice. Si esplica infatti verso il consumatore, nel senso che cerca di individuare e soddisfare i suoi bisogni, i suoi gusti e le sue propensioni con l'offerta di una gamma vastissima di prodotti, e verso il produttore, nel senso che cerca di indirizzarlo sulla base di quelle che sono le indicazioni risultanti dai gusti e dai bisogni dei consumatori. In quest'ultima particolare funzione gli effetti si manifestano, non solo sul consumo interno, ma anche in ulteriori incentivi alle esportazioni nazionali.

Abbiamo avuto mille esempi di suggerimenti dati ai nostri fornitori che in seguito si sono tradotti in ottime e numerose produzioni che hanno infatti conseguito un brillante esito anche sui mercati d'esportazione.

La giustificazione dei grandi magazzini sul piano economico e sociale risiede appunto nel contributo che queste grandi organizzazioni danno al miglioramento qualitativo della merce, attraverso la collaborazione con i fornitori, all'abbassamento dei prezzi, conseguentemente ai forti quantitativi che esse devono acquistare per le loro catene di distribuzione ed anche in considerazione del fatto che generalmente gli acquisti vengono effettuati — nella quasi totalità — direttamente alla fonte, senza intermediari e senza passaggi che ne aggraverebbero i costi.

Penso però che sia opportuno fare una precisazione.

Generalmente, parlando di grandi magazzini, si fa una certa confusione. In questa definizione si comprendono cioè sia i grandi magazzini veri e propri, sia i magazzini a prezzo unico, sia i supermercati, che sono tipiche e distinte forme organizzative del commercio.

Se mi è permesso, signor Presidente, vorrei leggere le definizioni, approvate anche all'estero da associazioni internazionali dei grandi magazzini, di queste tre forme organizzative del commercio. Ciò perché molte volte sui giornali si fa una grande confusione la quale si rivela dannosa al nostro sviluppo.

Le tre definizioni sono le seguenti:

Il « grande magazzino » è un'unità di vendita al dettaglio che raggruppa, in assortimenti organizzati, un'ampia e completa offerta degli articoli dell'abbigliamento, dell'arredamento, delle merci varie di più largo e diffuso consumo e fornisce una gamma di servizi accessori (questa è la caratteristica principale dei grandi magazzini) il cui costo può essere conglobato nel prezzo dei beni venduti o recuperati separatamente da essi.

Il « magazzino a prezzo unico », invece, è un'unità di vendita che, attraverso la gestione unitaria od il collegamento di più magazzini uniformemente attrezzati, vende al dettaglio merce di diversa specie e soggetta a domanda diffusa e costante con un unico sistema di presentazione, basato sulla preselezione dell'articolo e secondo un'organizzazione di scale di prezzi ben definiti e limitati in ampiezza di articoli ed escursione di valore. Per dare un esempio pratico, il grande magazzino a prezzo unico ha generalmente un assortimento che va dai 5 ai 7 mila articoli; il grande magazzino ha parecchie decine di migliaia di articoli e supera i 60-70 mila per arrivare, nei grossi complessi esteri soprattutto, ad oltre 200 mila articoli.

Il « supermercato » è un'unità a conduzione singola o collegata, estesa su di una superficie di vendita non inferiore ai 400 metri quadri, che presenta un assortimento includente tutti i prodotti alimentari di normale e diffusa domanda — integrato da un limitato numero di articoli non alimentari di più corrente consumo — che l'acquirente sceglie e preleva liberamente da sé, pagandone il prezzo all'uscita.

Queste sono le tre caratteristiche, diverse formule, che comunemente vengono racchiuse nell'unico termine di grandi magazzini.

Nel caso del magazzino a prezzo unico (per il supermercato la regola non è sempre fissa), quando si tratta di una organizzazione a filiali multiple, viene offerto al consumatore il vantaggio del prezzo unico e fisso indifferentemente al punto dove è ubicato il magazzino, lontano o vicino alla fonte di produzione. Per cui, soprattutto nelle regioni più depresse, più lontane dalle fonti di produzione, si risente un maggiore beneficio. Noi manteniamo a Siracusa lo stesso prezzo che a Bolzano e a Milano. Questa è una caratteristica non solo del magazzino a prezzo unico ma anche del grande magazzino.

Ecco la funzione calmieratrice che ancora maggiormente si fa sentire attraverso questi magazzini a carattere più popolare.

PRESIDENTE — Passiamo alla seconda domanda: « Ella ritiene che dal punto di vista delle condizioni del mercato, l'esistenza di grandi complessi di vendita stimoli la concorrenza dei commercianti al dettaglio? ».

BORLETTI — Penso di poter rispondere senz'altro affermativamente. Abbiamo potuto esperire più volte controlli e ricerche per determinare gli effetti di una nostra apertura anche in piccoli centri. Qualche anno fa abbiamo aperto un nostro negozio a Campobasso con qualche ostilità da parte delle autorità locali e con molte da parte dei commercianti, che arrivarono anche a minacce personali nei miei riguardi. Abbiamo aperto ed il magazzino ha avuto un grande successo. Qualche giorno prima dell'apertura i prezzi di quasi tutti i negozi hanno segnato ribassi fino al 20 per cento, prezzi che hanno dovuto ulteriormente attenuarsi perché i nostri erano ancora inferiori. A distanza di due anni in tutta la piazza dove è sorto il nostro magazzino non c'era un negozio che non avesse modificato, abbellito, migliorato la propria attrezzatura, perfezionato, selezionato, ampliato e specializzato il proprio assortimento, in modo da evitare la concorrenza diretta con gli assortimenti del nostro magazzino che, come ho detto prima, ha un assortimento limitato a poche migliaia di articoli. E credo anche — non posso affermarlo con certezza — che gli affari siano migliorati in tutta la zona poiché il grande magazzino o il magazzino a prezzo unico costituiscono un centro di attrazione anche per le persone che vivono in periferia.

Quindi, ritengo senz'altro che l'esistenza di grandi complessi di vendita vivifichi la concorrenza anziché ucciderla, come a volte qualcuno sostiene con eccessiva superficialità. Logicamente i grandi magazzini sono di nocumento a coloro che non sanno reagire, non sanno attrezzarsi, non sanno perfezionare i loro sistemi di vendita, i loro assortimenti, per controbattere la concorrenza di un grosso emporio. Però, generalmente, i negozi che sanno condurre corretta-

mente i loro affari ne risentono un grande vantaggio in quanto il grande magazzino crea, come ho detto, un centro di attrazione molto più forte che non un gruppo di negozi anche specializzati.

PRESIDENTE — Questa esperienza ha avuto luogo solo a Campobasso o potrebbe citare anche altri centri ?

BORLETTI — No. Si tratta di un'esperienza che noi abbiamo potuto controllare particolarmente a Campobasso attraverso periodiche ricerche di mercato. Ultimamente, tuttavia, ne abbiamo fatta un'altra a Sampierdarena, con lo stesso risultato positivo.

In generale troviamo maggiori resistenze negli esercenti soprattutto nel sud dove il rifornimento della merce passa attraverso numerosi intermediari e dove quindi, non per esosità di questi ultimi ma perché essi sono poco attrezzati, i prezzi sono spesso più alti che altrove.

PRESIDENTE — Passiamo alla terza domanda: « L'affermazione sul piano delle vendite delle grandi aziende si fonda prevalentemente sulla pubblicità, sui prezzi più bassi di vendita o sulla possibilità di offrire all'acquirente una grande varietà di merci diverse che consente il rifornimento istantaneo di più generi ? ».

BORLETTI — È difficile stabilire una priorità. È difficile cioè determinare quali siano le cause che maggiormente concorrono all'affermazione dei grandi magazzini. Influiscono molti elementi ed in modo particolare, per il magazzino a prezzo unico, i più bassi prezzi, la forte concentrazione degli assortimenti, assai ridotti nel numero degli articoli, ma capaci di soddisfare il consumatore in gran parte delle sue scelte: dalla profumeria più semplice agli articoli tessili di più largo consumo. Per questi motivi le grandi organizzazioni hanno la possibilità di comperare ingenti quantitativi di merce e quindi di ottenere il prezzo più basso. Questo senza dubbio è uno tra gli elementi determinanti. Un altro elemento è costituito dalla pubblicità che per la verità nei magazzini a prezzo unico è molto limitata, anche per poter contenere il più possibile il costo di distribuzione. La pubblicità invece nei grandi magazzini è più elevata, pur non raggiungendo percentuali tali da spostare il prezzo dell'articolo. Si tratta di percentuali molto diverse da quelle adottate in altri paesi quali l'Inghilterra e soprattutto l'America del nord. Ciò dipende dal fatto che la concorrenza tra i grandi magazzini è da noi ancora molto limitata e quindi non si sente la necessità, né vi sono le premesse, per puntare su questo fattore in maniera più rilevante.

Per quanto riguarda il settore degli alimentari, il successo dei supermercati è determinato dal prezzo e dalla vastità dell'assortimento. Noi abbiamo infatti constatato che vi è una correlazione più che proporzionale tra la estensione dell'assortimento ed il realizzato in termini di vendita. Ciò anche per le mutate condizioni nelle quali si trova oggi il consumatore che in questo modo può recarsi in un solo posto per fare gli acquisti relativi al suo intero fabbisogno domestico.

PRESIDENTE — Ella ha avuto modo di constatare che questo interesse a frequentare i grandi magazzini è più sviluppato nel sud o nel nord ?

BORLETTI — È difficile dirlo. Noi abbiamo avuto delle esperienze in Sicilia - parlo dei grandi magazzini - che ci hanno molto soddisfatto. Un grande ma-

gazzino aperto tre anni fa a Catania è stato immediatamente accolto dal pubblico catanese molto più facilmente di un bellissimo magazzino che abbiamo aperto a Genova. Per altro il successo del grande magazzino a Milano è pieno e completo.

Nel magazzino a prezzo unico il successo nel sud è quasi immediato nel senso che il pubblico apprezza immediatamente soprattutto la convenienza dei prezzi ed accoglie positivamente anche la formula diversa di vendita, perché è una formula non di colloqui con il commesso ma di scelta autonoma e spontanea della merce che viene presentata sui banchi.

Non posso parlare di nostre esperienze particolari di supermercato nel sud perché non ne abbiamo. Il nostro sviluppo in questo settore è per ora circoscritto a Milano, Genova e Roma. Inoltre il supermercato ha una ulteriore importante caratteristica che rende ancora più accentuata la libera scelta della merce: la formula del pagamento, che avviene solo all'uscita dal negozio. È, insomma, l'applicazione integrale del *self service*. Anche questa esperienza è stata subito accolta facilmente dal pubblico italiano e soprattutto dal pubblico giovane. Il pubblico anziano ha tempi di adattamento più lenti, mentre i giovani hanno accolto immediatamente questa formula più di quanto non avvenga presso le nostre consorelle all'estero.

PRESIDENTE — Passiamo alla quarta domanda: «Esistono impedimenti legali di un certo rilievo all'apertura di nuovi magazzini di vendita? E, più particolarmente, esistono impedimenti all'applicazione delle disposizioni in materia?».

BORLETTI — L'accesso alla professione commerciale in Italia, per quanto riguarda i grandi magazzini, è disciplinato da un regio decreto del 1926, mentre per i magazzini a prezzo unico ed i supermercati la disciplina è dettata dalla famosa legge del 1938. Ella giustamente, onorevole Presidente, ha precisato che si tratta di vedere non già se esistano impedimenti legali istituzionali ma se esistano impedimenti all'applicazione di determinate leggi.

Indubbiamente noi siamo in continuo conflitto con le autorità locali, le quali, specie per i magazzini a prezzo unico ed i supermercati, sentiti i pareri delle giunte camerali, non sempre accettano le nostre domande e ciò, molto spesso, anche per ragioni locali contingenti. In questo senso quello che è di grave danno per noi risiede soprattutto nella lentezza con cui vengono esperiti i ricorsi, sia nostri, attraverso i dinieghi di autorizzazione, sia di terzi, avversi alla concessione di nostre licenze. Poi ci sono altre limitazioni. Per esempio, quando la licenza è concessa il magazzino dovrebbe essere aperto entro il termine molto breve di 6 mesi. Questo tecnicamente è impossibile perché molte volte si tratta ancora di costruire lo stabile. Nè possiamo costruirlo prima non avendo il permesso di aprire il negozio. Si tratta spesso dell'impossibilità di concludere contratti di affitto senza avere la sicurezza dell'apertura perché corriamo il rischio di pagare l'affitto a vuoto e di non poter iniziare la gestione del magazzino.

Tutti questi impedimenti creano un grave danno al nostro gruppo ed a tutti i distributori in generale, anche se in questo momento particolare si verifica una certa maggiore larghezza nella concessione delle licenze. D'altronde ritengo sarebbe necessario arrivare, non dico violentemente, ma quanto meno gradual-

mente, ad una liberalizzazione completa dell'accesso alla professione commerciale, anche in previsione di quella che può essere l'attuazione concreta degli accordi del Trattato di Roma. L'Italia è l'unico paese del M. E. C. che ha dei vincoli o delle limitazioni all'accesso delle attività commerciali. Tutti gli altri paesi sono liberi. Solo in Francia mi pare si richieda la « patente » con la quale si dimostra di avere assolto ai propri doveri fiscali. Ora, se noi limitiamo lo sviluppo delle attività commerciali facilitando, quando entrerà in funzione in pieno il Mercato Comune, l'avvento delle organizzazioni straniere, c'è da temere, non solo la concorrenza di certi organismi esteri (che noi dobbiamo essere pronti ad affrontare e se non li sapremo affrontare peggio per noi), ma indubbiamente anche conseguenze più negative. Infatti, tutte le organizzazioni straniere spingeranno per vendere le proprie merci, le merci prodotte nei loro paesi, in Italia.

A questo proposito è interessante vedere quello che sta succedendo in America, dove ho potuto notare un vivo interesse da parte di quelle grosse organizzazioni distributive — soprattutto da parte della *Sears Roebuck*, che vende qualcosa come 5 miliardi di dollari all'anno — nei confronti del mercato italiano. Gli americani fanno questo ragionamento: noi potremo forse difficilmente combattere contro la produzione europea; quando il Mercato Comune sarà una unità efficiente ed efficace potremo quindi difficilmente esportare merce nostra in Europa. Allora creiamo delle reti di distribuzione in Europa per vendervi poi le nostre merci. Ed essi si stanno attrezzando in Germania ed in Francia e stanno pensando molto seriamente anche all'Italia.

PRESIDENTE — Questa eventualità, a suo giudizio, si sta profilando sin d'ora ?

BORLETTI — Si sta profilando sin d'ora e mi risulta che in Germania stanno già prendendo delle iniziative. Ho avuto modo di incontrarmi con alcuni dirigenti della grande ditta americana di cui ho parlato prima. Con essi avevo parlato in precedenza sia l'anno scorso, sia due anni fa.

In quelle occasioni mi avevano escluso qualsiasi interessamento per il mercato europeo. Ora non hanno fatto che parlare dell'Italia. Quindi, essi stanno certamente studiando il mercato italiano. E non solo le organizzazioni americane che sono le più temibili, per la loro enorme potenza, ma anche quelle tedesche, belghe, svizzere sono fonte di preoccupazione. Si tratta di organizzazioni che hanno veramente l'obiettivo di venire in Italia per esportare con questo accorgimento i loro prodotti.

Vorrei, a questo riguardo, fornire dei dati che mi sembrano abbastanza interessanti ed eloquenti. Le vendite dei grandi magazzini in Italia, rispetto ai consumi totali privati, rappresentano l'1,98 per cento, contro il 18,40 per cento della Germania, il 12 per cento della Francia, il 15 per cento dell'Olanda, il 59 per cento dell'Inghilterra, il 19 per cento del Belgio.

PRESIDENTE — Passiamo alla domanda numero 6: « I costi di distribuzione per i grandi magazzini in quale rapporto stanno con i costi medi di distribuzione esistenti per le altre aziende commerciali al minuto ? ».

BORLETTI — È difficile rispondere a questa domanda perché la struttura dei grandi magazzini, come del resto di tutte le forme distributive, è talmente varia da non consentire una facile valutazione a questo riguardo, anche perché

il dettaglio italiano è un dettaglio tipicamente a conduzione familiare. Comunque sono in grado di precisare che il costo di distribuzione è rappresentato per oltre il 60 per cento dal costo del personale. Noi sappiamo che in media il dettaglio italiano ha 2,2 addetti per ogni unità di vendita. Ma bisogna tener presente che si tratta di solito di unità di vendita a carattere familiare dove il coadiuvante o il commesso non sempre viene pagato come dovrebbe. E quindi è difficile fare un confronto, sia pure di massima, fra grande e piccolo dettaglio, perché sia dal punto di vista fiscale che sindacale le grandi aziende di distribuzione sono maggiormente vincolate al rispetto di determinate leggi, in confronto al piccolo commercio tradizionale in cui, per diversi motivi di struttura, è più alta la possibilità di evasione e di scantonamento. Un altro punto è quello riguardante l'imposta generale sull'entrata e l'imposta di consumo per le quali vi è certamente una forte possibilità di evasione nel piccolo commercio.

Per tutti questi motivi il costo di distribuzione relativo può essere addirittura più gravoso nelle grandi imprese che non nel dettaglio tradizionale. Il prezzo di vendita però è sempre minore per il fatto che il costo della merce all'origine, per i motivi che ho detto prima in relazione alle grandi quantità trattate, è sempre inferiore.

PRESIDENTE — È possibile conoscere il rapporto esistente tra entità della vendita e il numero dei dipendenti che lavorano nei grandi magazzini in Italia e all'estero? Ad esempio, per ogni cento milioni di vendite quante persone occorrono?

BORLETTI — In Italia, per i grandi magazzini si pensa che ad ogni addetto possano corrispondere 9 o 10 milioni di vendite, mentre in genere nel commercio tradizionale non si arriva ai 5 milioni.

PRESIDENTE — Quindi l'incidenza sarebbe della metà.

BORLETTI — Ma è un'incidenza relativa perché l'addetto al commercio al minuto costa meno del nostro, per i motivi che ho già detto.

PRESIDENTE — Da ciò allora si dovrebbe desumere che la differenza è ancora maggiore.

Passiamo ora alla domanda numero 7: « In che misura i grandi magazzini, quali acquirenti di elevate quantità di prodotti industriali, possono avere impedito accordi fra i produttori in materia di prezzi e ripartizione territoriale del mercato? ».

BORLETTI — Il grande magazzino deve godere della più ampia libertà di azione sul mercato, quindi è contrario a qualsiasi limitazione sia territoriale, in quanto noi compriamo al centro ma vendiamo in tutta Italia ad un prezzo uguale, sia di scelta perché dobbiamo avere una completa libertà nei riguardi di tutte le fonti di produzione. Generalmente ci indirizziamo verso i medi produttori perché possiamo più agevolmente indirizzarli verso espressioni che ci interessano riuscendo talvolta a realizzare una funzione di rottura a taciti accordi di prezzo che possono essersi autodeterminati in qualche settore.

Farò un esempio: ad un certo punto subivamo i prezzi imposti degli elettrodomestici da parte dei fabbricanti. Non riuscendo ad attenuare questa imposizione, abbiamo creato una nostra marca, con la quale siamo stati i primi in Ita-

lia a rompere il prezzo del mercato dei frigoriferi, perché il nostro prezzo era del 20-25 per cento inferiore ai più bassi correnti sul mercato.

L'anno successivo tutte le fabbriche si sono adeguate ai nostri livelli.

PRESIDENTE — I prezzi dei frigoriferi in precedenza erano stati allineati secondo intese intervenute tra i fabbricanti ?

BORLETTI — Non erano delle intese, ma logicamente ogni produttore temeva di esporsi alle conseguenze di mal calcolate reazioni del mercato e quindi preferiva concentrare i propri sforzi sul piano dell'effetto pubblicitario.

I nostri frigoriferi, realizzati con la collaborazione di nostri fornitori, non erano caricati da questa fortissima pubblicità.

PRESIDENTE — Questo giustifica la differenza di prezzo ?

BORLETTI — Sì.

PRESIDENTE — Quindi c'era un costo di pubblicità pari al 20 per cento del prezzo ?

BORLETTI — Non so se corrispondesse al 20 per cento del prezzo, ma comunque è certo che si trattava di un notevole onere.

MERENDA — C'era quindi un allineamento di fatto.

PRESIDENTE — Quando si è verificato tutto questo ?

BORLETTI — Abbiamo iniziato questa campagna 4 anni fa con i frigoriferi; poi siamo passati ai televisori ed oggi siamo i primi a vendere il televisore al di sotto di 60 mila lire. Abbiamo inoltre continuato questa campagna con le cucine a gas, quelle a liquigas, con le radio ed i grammofoni, cioè anche in quei campi in cui il prezzo neppure di fatto era imposto dai produttori. Noi vedevamo che con questo mezzo potevamo vendere un articolo molto più a buon mercato, evitando appunto le grosse spese di pubblicità.

Un'altra ragione consiste nel fatto che, come noi dobbiamo rispettare tutte le regole del gioco nel campo sindacale, nei rapporti con i nostri dipendenti, così avevamo il dovere di rispettare il prezzo di vendita imposto dal fabbricante. Tutto questo avveniva mentre il piccolo negoziante applicava sconti indiscriminati senza che nessuno potesse controllarlo così facilmente come era possibile controllare noi. Lo abbiamo fatto anche per nostra difesa.

PRESIDENTE — La ringrazio, dottor Borletti, della sua esposizione. Gli onorevoli colleghi hanno ora facoltà di formulare domande integrative che sottoporro al dottor Borletti.

SULOTTO — Due brevissime domande.

È noto che in Italia il costo di distribuzione è notevolmente elevato, specie se lo raffrontiamo con quello degli altri paesi. Potrebbe dirci, dottor Borletti, sul totale prezzo di vendita dei prodotti alimentari ed industriali, in che misura incidono il costo di produzione ed il costo di distribuzione ?

PRESIDENTE — Ella, dottor Borletti, ha ascoltato la domanda formulata dall'onorevole Sulotto. Ha facoltà di rispondere.

BORLETTI — Onorevole Sulotto, varia da articolo ad articolo. Posso però in parte contraddire la sua affermazione in base alla quale il costo di distribuzione in Italia sarebbe più alto che negli altri paesi. Nei grandi magazzini e nei magazzini a prezzo unico noi applichiamo delle percentuali di ricarico che sono

le più basse d'Europa. Questo è confermato dal confronto con gli altri magazzini europei ed anche extraeuropei. In gruppi intercontinentali, dove facciamo le richieste in comune, dove scegliamo la merce attraverso i vari assortimenti ed adottiamo determinate formule, possiamo riscontrare che la nostra percentuale di ricarico è la più bassa in Europa.

Posso dare anche alcune cifre. Il ricarico lordo su vendita, relativamente ai grandi magazzini, è in ogni caso al di sotto del 30 per cento, cioè 100 prezzo di vendita per 70 di costo. Il ricarico americano si aggira dal 36 al 45 per cento.

PRESIDENTE — Questo dato vale come media per tutti gli articoli?

BORLETTI — Sì, come media per tutti gli articoli. Logicamente esistono articoli, come quelli di esclusiva che noi ricerchiamo su altri mercati, i quali pur potendo dare un ricarico maggiore, permettono tuttavia di essere venduti in forte concorrenza. Per quanto riguarda gli alimentari, il ricarico è ancora più basso perché si aggira in media sul 17-18 per cento. Anche questo ricarico raffrontato a quello delle organizzazioni estere è di qualche punto più basso, pur avendo quelle organizzazioni, nel settore alimentare, un ricarico minore rispetto a quello delle merci varie e di altri prodotti.

Quindi, nel campo dei costi di distribuzione, noi siamo veramente al limite più basso. Devo precisare però che potevamo esserlo fino a ieri, quando cioè il costo del nostro personale, che ripeto rappresenta il 65-70 per cento di tutte le nostre spese, e quello degli affitti, erano piuttosto limitati. In questi ultimi 3 anni abbiamo avuto un aumento del 42 per cento del costo del personale ed un notevole aumento di spese per affitti. Finora siamo riusciti a contenere i prezzi aumentando il volume delle vendite; non sappiamo però fino a quando potremo continuare in questo modo. Voglio dire che oggi il nostro costo di distribuzione è più basso rispetto a quello di altri paesi ma non sappiamo che cosa avverrà fra qualche anno se i tassi di incremento degli affitti e degli oneri del personale continueranno a svilupparsi con l'intensità di questi ultimi anni.

SULOTTO — La seconda domanda è la seguente: esistono accordi, taciti o palesi, tra i vari gruppi che gestiscono questi grandi magazzini, sia per quanto riguarda la fissazione del prezzo, sia per quanto riguarda l'eventuale ripartizione dei mercati?

PRESIDENTE — Ella, dottor Borletti, ha ascoltato la domanda formulata dall'onorevole Sulotto. Ha facoltà di rispondere.

BORLETTI — Non esistono accordi nella maniera più assoluta. Si tratta di organizzazioni del tutto autonome che non hanno nessun legame finanziario ed organizzativo e che, dal punto di vista commerciale, sono su di un piano assolutamente concorrenziale. Il presidente di una delle nostre dirette concorrenti, è mio zio; tuttavia posso assicurare che nessun legame finanziario ed organizzativo o commerciale esiste tra le due aziende ed i rapporti sono sul piano dell'assoluta competitività. Infatti molte volte noi siamo sulla medesima piazza in città come Milano, Roma, Bologna, ecc.

PRESIDENTE — Non esiste intesa neanche per la scelta delle piazze?

BORLETTI — Per la verità, signor Presidente, c'era stata un'intesa fino a 7-8 anni fa. All'inizio, infatti, quando le piazze faticavano a sopportare più di due

magazzini, ce le suddividevamo. Tutto questo si faceva solamente per evitare una concorrenza tra di noi presso le autorità locali nella corsa all'accaparramento delle licenze.

ADAMOLI — Abbiamo letto di intese che sarebbero in corso nell'ambito del M. E. C. per i grandi magazzini. Mi pare, del resto, che lo stesso dottor Borletti abbia parlato di « associate ». È esatto tutto questo? E non può pesare sul libero gioco di mercato?

PRESIDENTE — Ella, dottor Borletti, ha ascoltato la domanda formulata dall'onorevole Adamoli. Ha facoltà di rispondere.

BORLETTI — È esatto. Si tratta però di intese che non limitano l'azione concorrenziale delle aziende. Da 10 anni circa noi siamo legati ad un gruppo intercontinentale di grandi magazzini, il quale ha appunto carattere prettamente commerciale nel senso che opera per facilitare ai membri gli acquisti nei diversi mercati. Faccio un esempio: noi italiani compriamo in Francia attraverso il *Printemps*, in Svizzera attraverso la *Jelmoli*, in Germania attraverso l'organizzazione *Karstadt*. Questo perché logicamente le suddette organizzazioni hanno del loro mercato una conoscenza molto più profonda di quella che mai potremmo avere noi, a meno di non voler affrontare costi eccessivi ed ingiustificati, proprio in considerazione della relativa limitatezza degli acquisti che effettuiamo in quei paesi.

ADAMOLI — Ella esclude che si tratti di intese che investono catene di vendita?

BORLETTI — Lo escludo. Aggiungo anzi che nello scorso anno la *Innovation* di Bruxelles, membro dell'associazione di cui ho detto, ha aperto dei magazzini a Parigi proprio vicino a *Printemps* e quindi in concorrenza diretta con una consorella della stessa associazione.

ADAMOLI — Chiedo inoltre al dottor Borletti se i grandi magazzini abbiano accordi ed intese particolari con le industrie italiane per la fornitura dei magazzini o se il gruppo stesso sia collegato in modo diretto con partecipazioni rilevanti in industrie che producono beni che poi vengono collocati sul mercato attraverso la vendita nei grandi magazzini.

BORLETTI — Noi abbiamo una sola partecipazione industriale di maggioranza in un'industria di confezioni per signora. Si tratta di un'industria creata da noi in seguito alla trasformazione di un laboratorio che prima era semplicemente uno strumento accessorio alla nostra attività di vendita.

Questa è l'unica partecipazione industriale della nostra azienda. Ricordo che mio padre, quando fondò la Rinascente 45 anni fa, incluse nel consiglio di amministrazione alcuni grandi industriali; dopo qualche anno, tuttavia, il consiglio di amministrazione fu ricostituito con uomini estranei ai grandi complessi dell'industria manifatturiera, in quanto logicamente essi premevano perché i loro articoli fossero prescelti.

ADAMOLI — Abbiamo già chiesto al presidente della Confcommercio chiarimenti sul fenomeno crescente della famosa forbice tra prezzi all'ingrosso e prezzi al minuto. D'accordo, secondo quanto ella afferma, che la presenza dei grandi magazzini in Italia è ancora irrilevante rispetto a quella che si è manifestata all'estero; però essa c'è, si sta svolgendo, sta aumentando. Nonostante ciò, l'indice

del costo della vita, soprattutto per quei generi che interessano il mercato dei grandi magazzini, continua ad aumentare.

Ella, dottor Borletti, ha citato poco fa il caso di Genova. Io sono genovese e so bene quale sia stato, finora, il limite di presa sui consumatori della nuova sede della Rinascente a Genova, proprio per la questione dei prezzi. Mi permetto di portare l'opinione dell'uomo della strada, perché non ho approfondito il problema.

Come si spiega allora questo fenomeno per cui in realtà non si vede riflessa sui prezzi la migliore organizzazione delle vendite?

BORLETTI — Come dicevo poco fa, onorevole Adamoli, soprattutto in questi ultimi due o tre anni noi abbiamo dovuto subire un aggravio fortissimo dei costi di distribuzione. I prezzi sono aumentati sensibilmente (ad eccezione di alcuni articoli) anche all'origine, perché c'è stato un aumento soprattutto del costo del personale, meno sentito nell'industria dove l'incidenza unitaria è minore e molto sentito nel nostro settore dove rappresenta il 70 per cento circa delle nostre spese. Quindi, abbiamo dovuto aggiornare determinati prezzi quando il costo degli articoli all'origine è aumentato: tutto quello che c'è caduto direttamente addosso abbiamo potuto contenerlo attraverso un più ampio volume di vendite e quindi con un incremento di produttività. Non sappiamo se potremo però continuare ancora perché, solo in quest'anno, abbiamo avuto il 22 per cento di aumento nel costo del lavoro. Poter recuperare questo aggravio con un incremento di produttività, significherebbe aumentare il volume delle vendite del 10-15 per cento anche nei vecchi magazzini. Ma tutto questo non è possibile perché alcuni di essi sono arrivati al punto massimo di saturazione.

PRESIDENTE — A questo riguardo vorrei fare la seguente domanda: in questi ultimi due o tre mesi l'andamento delle vendite come ha proceduto rispetto ai corrispondenti mesi dello scorso anno?

BORLETTI — Ha proceduto bene. Abbiamo avuto un mese di agosto piuttosto debole (cosa non del tutto spiegabile con la forte affluenza dei turisti in Italia); si è avuta una sensibile ripresa in settembre ed un consolidamento in ottobre. Noi prevediamo che anche novembre dia dei buoni risultati. Certo non è stato un anno brillantissimo soprattutto per ragioni climatiche.

ADAMOLI — L'affermazione del dottor Borletti sulla funzione calmieratrice dei grandi magazzini non mi pare confermata neppure da quello che egli ha affermato in questo momento.

BORLETTI — È confermata, onorevole Adamoli. Forse mi sono espresso male. Infatti, noi svolgiamo una funzione calmieratrice soprattutto attraverso i magazzini a prezzo unico. Ho citato a questo proposito l'esempio di Campobasso.

BIAGGI — Ella ha affermato, dottor Borletti, che non esiste alcun accordo tra i grandi magazzini e le società né in ordine al prezzo, né in ordine alla distribuzione dei mercati.

Poiché ha manifestato la possibilità che le grandi società americane riescano ad entrare nel nostro mercato, ne potrebbe derivare che avessero a vendere esclusivamente o quasi prodotti fabbricati in America. Ad un certo momento quindi

una rete di distribuzione di questo tipo, non solo potrebbe bloccare i prezzi, ma potrebbe anche controllare gran parte del settore produttivo.

Vorrei chiedere anche un'altra cosa. Ella ha affermato poco fa che la sua organizzazione è riuscita a far calare i prezzi dei frigoriferi e dei televisori. Ciò è stato ottenuto con stabilimenti propri o prendendo contatti con produttori già esistenti?

PRESIDENTE — Ella, dottor Borletti, ha ascoltato le domande formulate dall'onorevole Biaggi. Ha facoltà di rispondere.

BORLETTI — Prendendo contatti con i produttori.

BIAGGI — Quindi nessuno, di regola, ha creato catene di produzione a lato dei grandi magazzini?

BORLETTI — Raramente.

BIAGGI — Se questo avvenisse, penso che potrebbe diventare un altro modo per stabilizzare i prezzi di una determinata azienda.

BORLETTI — Anche in America, però, dove lo sviluppo dei grandi magazzini è immenso rispetto all'Italia e ne ho avuto conferma durante il mio recente viaggio in quel paese, generalmente il commerciante non produce. Direi che è contro lo spirito nostro e la nostra funzione. Noi abbiamo dovuto impiantare lo stabilimento di confezioni per signora che, ripeto, è stato la naturale trasformazione di un vecchio e piccolo laboratorio, solo perché non esisteva un'industria seria in questo campo in Italia, sicché dovevamo dipendere dall'estero. Abbiamo iniziato questa produzione nel 1936-37 quando era difficilissimo importare, soprattutto dalla Germania e dall'Olanda. Essendosi sviluppato ed avendo dato buoni risultati, oggi siamo in condizione di poter esportare il 20-30 per cento della nostra produzione proprio in quei paesi che una volta erano nostri fornitori.

BIAGGI — Cosa può dirci rispetto alle dimensioni della popolazione per quanto riguarda il mercato richiesto da un grande magazzino?

BORLETTI — A questo proposito posso risponderle che noi non pensiamo che un grande magazzino in Italia possa attualmente essere aperto in una città al di sotto dei 200 mila abitanti. Domani sarà forse possibile, mentre ieri lo era di meno.

BIAGGI — Anche se ne esiste un altro?

BORLETTI — In genere non ne esistono.

BIAGGI — Ma se domani esistessero, non sarebbe possibile aprire un nuovo magazzino in una città di 200 mila abitanti?

BORLETTI — Se l'evoluzione del reddito continuerà, come è avvenuto in quest'anno, sarà possibile. Noi fino a 5 anni fa consideravamo una città di 100-200 mila abitanti come l'unica capace di sostenere un magazzino a prezzo unico; oggi abbiamo aperto magazzini in città con 50 mila abitanti. L'anno scorso abbiamo inaugurato un nostro magazzino ad Oristano che è una città con appena 25 mila abitanti.

BIAGGI — Comunque, a suo parere la possibilità che si crei una situazione di dominio da parte del magazzino che arriva per primo sulla piazza, è limitata.

BORLETTI — Nei piccoli centri è limitata.

BIAGGI — Il concetto del prezzo unico è indipendente dalla località in cui viene aperto il magazzino?

BORLETTI — Esattamente. Noi ad Oristano vendiamo allo stesso prezzo di Milano.

BIAGGI — Per la verità, a me è stato detto che anche a Roma tra il centro e la periferia esistono variazioni di prezzo.

BORLETTI — No, non è esatto. Oltretutto sarebbe complicato amministrativamente.

PRESIDENTE — Ci sarà forse una distribuzione di articoli che tiene conto dei gusti e delle possibilità della popolazione.

BORLETTI — Questo è logico. È evidente che ad Oristano non vendiamo sali da bagno, però i prezzi praticati ad Oristano sono identici a quelli vigenti in tutta Italia. Questo lo posso garantire.

PRESIDENTE — Non vi sono altri deputati che chiedono di sottoporre domande al dottor Borletti.

Ringrazio di nuovo, a nome della Commissione, il dottor Aldo Borletti.

PAGINA BIANCA

SEDUTA

DI MERCOLEDÌ 14 NOVEMBRE 1962

(seguito)

INTERROGATORIO

DEL DOTT. GIUSEPPE LURAGHI

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE DOSI

PRESIDENTE — Onorevoli colleghi, la nostra seduta prosegue con l'audizione del dottor Giuseppe Luraghi.

Il dottor Luraghi è il Presidente dell'Alfa Romeo.

Dottor Luraghi, la Commissione la ringrazia per la sua collaborazione.

Do ora lettura dello schema generale delle domande.

1. — Su quali manifestazioni dirette o indirette delle limitazioni alla concorrenza nel settore della produzione automobilistica fermerebbe maggiormente la sua attenzione e quali secondo lei sono le cause di maggior rilievo che ostacolano la concorrenza? Fenomeni di concentrazione industriale, accordi settoriali o di gruppo, politiche aziendali, ecc.?
2. — Potrebbe indicare, limitatamente all'Alfa Romeo che lei dirige, quali sono i fattori che giocano maggiormente a favore della libera concorrenza?
3. — Nel caso che le limitazioni dipendano da concentrazioni industriali, ella ritiene che ciò sia una conseguenza del particolare sviluppo del mercato italiano, oppure di cause connesse direttamente con la struttura tecnico-produttiva di alcune industrie?
4. — L'Alfa Romeo ha un accordo di produzione con una azienda estera; può dirci in quale misura accordi di tal genere operano sul piano della concorrenza nel mercato dell'automobile?
5. — L'Alfa Romeo, fra le aziende che operavano già nell'anteguerra, ha visto accrescersi la produzione in termini relativi più di quanto sia avvenuto per le altre imprese. Ella ritiene che un ulteriore aumento di peso dell'azienda sul mercato sia possibile?
6. — Data la sua lunga esperienza nel settore meccanico, può fornire alla Commissione l'indicazione dei settori meccanici in cui la concorrenza è più attiva ed i settori in cui è fortemente ostacolata? Può individuare le cause dei fenomeni in questione?
7. — Sul piano del commercio di esportazione quali sono gli ostacoli maggiori alla concorrenza dei prodotti meccanici italiani sui mercati esteri: insufficienze delle tecniche produttive, costi troppo elevati e deficienza di produzioni su larga scala, dazi protettivi dei paesi terzi, ecc.?

Dottor Luraghi, ella può ora rispondere alle domande dello schema generale, che le è stato comunicato, eventualmente svolgendo le altre considerazioni che riterrà opportune.

LURAGHI — Nel settore dell'industria automobilistica non mi consta che esistano in Italia manifestazioni dirette a limitare la concorrenza in aziende che non appartengano ad uno stesso gruppo, totalmente o parzialmente.

Dal punto di vista teorico quindi ogni azienda è libera di stabilire i modelli che desidera immettere sul mercato e di fissare i prezzi che intende far pagare alla clientela. Difficoltà pratiche, cioè non derivanti da accordi o da intese, esistono invece per un fattore indiretto che direi un fattore tipico, storico del nostro paese. Esso consiste nella parte preponderante che ha sempre avuto nella industria automobilistica italiana un determinato gruppo aziendale. In Francia, dove da molto tempo esiste una quantità di fabbriche automobilistiche, ma soprattutto quattro di importanza rilevante, ed in altri paesi, la situazione è diversa. Darò alcune cifre che chiariranno il mio concetto. In Francia la *Renault* ha coperto nel 1961 il 31,4 per cento del mercato di autovetture, la *Citroën* il 25,3 per cento, la *Simca* il 20,4 per cento, la *Peugeot* il 19,6 per cento. In Germania esistono pure quattro forti produttori: la *Volkswagen* che sempre nel 1961 ha coperto il 46 per cento circa del mercato di autovetture, la *Opel* che ha coperto quasi il 19 per cento, la *Daimler-Benz-Auto Union* il 13 per cento, la *Ford* il 12,5 per cento. In Gran Bretagna le prime quattro fabbriche sono le seguenti: la *Ford* che ha coperto il 32,8 per cento del mercato di autovetture, l'*Austin* 18,9 per cento, la *Morris* 12,4 per cento, la *Hilman* 8,8 per cento, la *Vauxhall* 8,5 per cento del mercato interno.

La struttura dell'industria automobilistica in mercati dove esiste questa suddivisione, è molto diversa da quella esistente in Italia dove la situazione è la seguente. Da alcuni dati riferiti ad anni determinati, perché la storia di questi anni è importante. 1940: la Fiat aveva l'89 per cento del mercato; la Lancia il 9,4 per cento; l'Alfa Romeo lo 0,5 per cento. Un decennio dopo, 1950: Fiat 94 per cento; Lancia 5,4 per cento; Alfa Romeo 0,3 per cento. 1961: Fiat 81,7 per cento; Lancia 3,9 per cento; Alfa Romeo 8,2 per cento.

Anche la produzione di altre fabbriche minori è andata aumentando in questi ultimissimi tempi. Però sono aumentate le produzioni di aziende di montaggio più che di fabbricazione diretta.

PRESIDENTE — I dati che lei ci ha forniti non potrebbero essere utilmente integrati anche da quelli relativi alla esportazione? Ella crede che ci sarebbero spostamenti sensibili in percentuale?

LURAGHI — Direi che la parte della Fiat è largamente preponderante anche nell'esportazione. L'Italia esporta attualmente grosso modo attorno al 32 o 33 per cento della propria produzione e la Fiat è certamente al massimo di questa percentuale.

PRESIDENTE — Potrebbe indicare, limitatamente all'Alfa Romeo, che lei dirige, quali sono i fattori che giocano maggiormente a favore della libera concorrenza?

LURAGHI — I fattori sono di varia natura. Un fattore di carattere generale è senza dubbio il seguente: il fatto che l'Alfa Romeo costruisca automobili con ca-

ratteristiche speciali, fa sì che la libera concorrenza non soltanto in Italia ma anche all'estero rappresenti uno stimolo tecnico necessario per ogni ulteriore miglioramento. Ritengo che questo pungolo sia estremamente utile anche per una concorrenza aperta sotto l'aspetto commerciale. Poiché si tratta di vetture con caratteristiche speciali, la libera scelta del cliente è fondamentale: guai se ci fosse una limitazione.

Ma vorrei adesso porre l'accento su un punto essenziale che deve procurare la libera concorrenza all'Alfa Romeo. Si tratta della necessità, vitale per l'Alfa Romeo e in genere per le piccole fabbriche italiane, che vi sia parità di prezzi e di condizioni per quanto riguarda i mezzi di produzione e soprattutto le materie prime e gli accessori. Occorre notare infatti che le fabbriche di grandi dimensioni (e non mi riferisco soltanto alle differenze esistenti all'estero in questo campo), per quanto riguarda i prezzi, godono di condizioni migliori di quelle delle piccole fabbriche. Questo evidentemente è un fatto normale; però occorre considerare che la situazione italiana, anche a causa dell'accentramento produttivo di cui ho già fatto cenno, ha creato una verticalità industriale e una serie di collegamenti con le industrie accessoristiche e di componenti tale che praticamente si è determinato un notevole vantaggio a favore di chi questa situazione ha nei confronti di chi questa situazione non ha.

Quindi, questo aspetto della libera concorrenza è assolutamente fondamentale per la vita dell'Alfa Romeo. E questo, direi, è l'aspetto o uno degli aspetti più positivi per noi della apertura del Mercato Comune, perché riteniamo che il libero accesso alle industrie di parti e di accessori degli altri paesi, dove lo sviluppo di queste industrie è molto più sparso e suddiviso, darà anche a noi la possibilità di ottenere gli stessi prezzi dei nostri concorrenti.

Non so se corro il rischio di scivolare in una digressione, ma ritengo opportuno precisare che da molto tempo mi è stato ripetutamente domandato perché l'Alfa Romeo che è un'industria di Stato, produce un ridotto numero di vetture di carattere speciale invece di produrre masse di vetture a carattere economico e popolare.

Ovviamente, io vorrei poter dare a questa domanda una risposta diversa da quella che sono costretto a dare, se voglio che la mia risposta sia obiettiva e valida.

Bisogna ricordare che l'Alfa Romeo un tempo era quasi esclusivamente una fabbrica di motori di aviazione. Anzi, a questo proposito mi permetterò di fornire alcune cifre.

Nel 1945 l'Alfa Romeo produsse tre vetture; nel 1950 ne produsse 325. Occorre anche ricordare che gli stabilimenti furono totalmente distrutti e che sia a Pomigliano d'Arco che al Portello, nei pressi di Milano, era stato fatto il deserto. Così, la fine della guerra ha trovato l'Alfa Romeo con gli stabilimenti totalmente distrutti e senza un solo cliente, perché, come ho detto, il cliente dell'Alfa Romeo era stata l'aeronautica militare. Perciò si è dovuto costruire da zero, da una situazione che non contava su una storia automobilistica, né su una qualunque clientela. Soltanto il lancio della « 1900 » prima, e della « Giulietta » poi, hanno portato l'Alfa Romeo sul piano di una media industria automobilistica, anche se la sua vita è stata sempre estremamente dura.

Tre anni fa l'Alfa Romeo ha potuto avere assicurati i fondi per la ricostruzione di Pomigliano, e dirò in seguito come si giunse anche alla costruzione di un nuovo stabilimento ad Arese, nelle vicinanze di Milano, in quanto lo stabilimento del Portello è largamente superato e non in grado di rimanere al passo in fatto di tecnica coi migliori produttori di vetture, anche della nostra stessa categoria.

PRESIDENTE — Passiamo ora alla domanda numero 3: « Nel caso che le limitazioni dipendano da concentrazioni industriali, ella ritiene che ciò sia una conseguenza del particolare sviluppo del mercato italiano, oppure di cause connesse direttamente con la struttura tecnico-produttiva di alcune industrie? ».

LURAGHI — Esiste sicuramente una questione di fondo che è di carattere generale e non riguarda soltanto l'Italia, e consiste nel fatto che l'industria automobilistica è un'industria di grande produzione in serie, nella quale i maggiori risultati economici si ottengono con le grandissime dimensioni d'impresa.

Negli Stati Uniti il primo posto fra tutte le aziende di qualunque tipo (dati che si desumono dalle solite classifiche annuali pubblicate) è tenuto dalla *General Motors*, con la spaventosa cifra di più di 11 miliardi di dollari di fatturato annuo; il terzo posto è tenuto dalla *Ford*, anche se come è noto le aziende chimiche ed elettriche negli Stati Uniti sono enormi. In Germania la *Volkswagen* ha nettamente il primo posto rispetto a tutte le altre industrie, mentre il terzo posto per la cifra fatturata è tenuto dalla *Daimler-Benz*. In Italia la Fiat, come tutti sanno, detiene il primo posto. In Inghilterra, dove l'industria è assai più suddivisa, il quarto posto è tenuto dalla *British Motors*. Ciò deriva dalla necessità della strutturazione di questo tipo di industria, che richiede ingentissimi investimenti e quindi deve assumere dimensioni grandissime.

Alla formazione di queste strutture si è giunti attraverso una formidabile lotta di selezione, attraverso una quantità di concentramenti aziendali, di accordi di ogni genere e con la eliminazione di determinati concorrenti non validi. In America questo processo è stato violento; un po' meno violento lo è stato in Inghilterra e in Germania. In Francia sono stati tentati accordi perfino a carattere ufficiale. Ad un certo punto il Ministero dell'industria francese cercò un accordo tra alcune fabbriche, onde pervenire ad una specie di disciplina del mercato in base ad una suddivisione delle cilindrato per marca. Ma la cosa non poté concretarsi perché è impossibile limitare l'attività delle aziende produttrici a cilindrato determinate quando questo elemento è in continua evoluzione.

Ho voluto dire questo per dare un esempio di come il problema della riunione degli sforzi e dei mezzi sia sentito ovunque. Questo problema è assai importante per la ripartizione delle spese generali su una serie di modelli; per la ripartizione delle spese di impianto e di ricerca; per la possibilità di razionalizzare la produzione e quindi di abbassare i costi. Quando poi si riesce a riunire gli sforzi anche sul piano dell'organizzazione commerciale, si può giungere al cliente con una completa gamma di tipi, con l'assistenza, con i pezzi di ricambio, realizzando dei vantaggi fortissimi rispetto ai produttori che non sono in grado di fornire tutti questi servizi.

Quindi occorre riconoscere che al fondo di questo problema esiste un'imposizione strutturale per il raggiungimento dei migliori risultati.

In Italia la eccezionale preponderanza di una azienda, come si è detto prima, è dunque basata su ragioni tecniche. Ma ragioni specifiche di carattere storico, fra cui in primo luogo la forte protezione doganale, l'autarchia e la guerra, hanno fortemente facilitato il formarsi di una particolare situazione.

Vorrei concludere insomma che in Italia si sono determinate situazioni particolari che avevano sullo sfondo un fatto fondamentalmente tecnico di valore generale.

Vorrei aggiungere che, a mio avviso, in futuro questo movimento di accordi per la razionalizzazione degli impianti dovrà fatalmente accentuarsi se l'industria europea vorrà sopravvivere. A questo proposito ricordo che esiste un famoso recente studio dell'Associazione bancaria francese, secondo il quale fra 10 anni delle 46 fabbriche attualmente esistenti in Europa dovrebbero rimanerne in vita soltanto una decina; le altre dovrebbero scomparire o concentrarsi. Non so se alla Commissione interessi l'opinione mia su questo studio.

Non credo che questa possa essere considerata una previsione attendibile in quanto essa è basata su considerazioni di carattere teorico e sull'esempio americano che non credo si possa riportare tale e quale in Europa. La differenziazione dei modelli europei è un fatto storico, ma un fatto storico che ha anche delle basi di carattere tecnico e psicologico estremamente importanti. Gli europei amano distinguersi più di quanto non usino fare gli americani. Tipico poi è l'esempio italiano.

Esistono inoltre ragioni di carattere geografico altrettanto fondamentali. In Europa esistono situazioni orografiche e caratteristiche di reti stradali estremamente diverse di quelle americane. Voglio dire che la differenziazione di modelli non è una questione soltanto psicologica, ma risponde a necessità obiettive. C'è poi un fatto assolutamente fondamentale e determinante, anche se molto spesso trascurato. L'industria europea esporta approssimativamente il 43-45 per cento della propria produzione mentre gli Stati Uniti d'America esportano soltanto il 5-6 per cento. Esportare in tutto il mondo vuol dire adattarsi ad una serie di circostanze estremamente diverse (mentalità, tipi di strade, caratteristiche di carico, ecc.). Quindi l'industria europea è molto differenziata anche per tutti questi motivi che riguardano la sua posizione nel mondo.

Ritengo che quella marea di uniformizzazione propria dei metodi americani qui non abbia a riprodursi, almeno in una forma così spinta e per qualche tempo. Del resto vediamo che le stesse fabbriche americane stabilitesi in Europa con loro stabilimenti (*General Motors* e *Ford* hanno stabilimenti in Inghilterra ed in Germania) in realtà non solo hanno creato modelli europei ma li hanno moltiplicati, cioè a dire non hanno fatto quello che è abituale in America.

La *Ford* tedesca, tanto per dirne una, presenta sei modelli diversi al pubblico; il che vuol dire che anche le fabbriche americane in Europa hanno bisogno di una spinta differenziazione e devono quindi affrontare produzioni con serie più ridotte e meno uniformi di quelle abituali negli Stati Uniti. Infine penso che le fabbriche europee che hanno la capacità tecnica di creare modelli che rispondono a deter-

minate esigenze, e che abbiano la possibilità di produrli a condizioni di mercato normale, non dovrebbero scomparire.

PRESIDENTE — Questo è chiaro nei riguardi della produzione americana, ma è meno chiaro nei riguardi di una produzione americana in Italia che voglia produrre tipi adatti al mercato europeo.

Ella dice, dottor Luraghi, di non credere alla previsione della riduzione delle fabbriche da 46 a 10. Ma se le fabbriche americane in Italia o in Europa in genere cominciano a produrre tipi analoghi a quelli che attualmente sono in uso in Italia, perché più adatti alle nostre strade e alla conformazione orografica, evidentemente si aprono per loro possibilità maggiori di quelle che finora hanno avuto.

LURAGHI — E infatti su questo basano la loro offensiva. Alla nostra esportazione piuttosto poco intelligente e poco ben preparata (mi riferisco in generale alla esportazione europea) negli Stati Uniti d'America, gli americani hanno risposto in due modi: innanzitutto con la produzione nel loro stesso territorio dei *compact-cars*, cioè di vetture leggermente più piccole e comunque più economiche che dovevano battere le vetture europee; in secondo luogo hanno portato la loro offensiva nel cuore stesso del nostro continente. Infatti essi hanno potenziato la *Ford* inglese e quella tedesca nonché l'*Opel* e la *Vauxhall* producendo tipi europei; vetture europee sotto i due aspetti, di vetture per il mercato europeo e di vetture adatte per l'esportazione, considerato che le case madri non riescono a fare esportazione.

PRESIDENTE — È una esportazione già servita dai produttori europei?

LURAGHI — Largamente servita, anzi si può dire esclusivamente servita dagli europei perché per l'esportazione, in generale, pochi sono i paesi che accettano le vetture di tipo americano. La economica vettura europea ha molto più successo. In generale si tratta di paesi poveri nei quali i consumi di benzina hanno importanza, oppure di paesi dove esistono difficoltà in fatto di reti stradali alle quali le vetture europee evidentemente si adattano meglio.

Quindi è vero, come ella dice, che gli americani hanno portato le loro produzioni in Europa e qui le rafforzano. Però bisogna tener conto che anche loro in questo modo diventano produttori europei e quindi soggetti alle stesse regole europee. Non si può dire che questi industriali producano sulla base americana perché qui essi trovano le nostre medesime condizioni, i nostri stessi prezzi, le stesse materie prime e le stesse restrizioni di manodopera. Soprattutto in Germania, dove attualmente lo sviluppo dell'industria automobilistica è bloccato, come possibilità di aumento della produzione, per mancanza di manodopera. Anche gli americani sono costretti a moltiplicare i modelli e perciò vorranno uscire dalla loro tipica mentalità.

PRESIDENTE — Queste fabbriche hanno notevoli mezzi finanziari?

LURAGHI — Senza dubbio. Ripeto che si tratta però di fabbriche che sono fatte sulla nostra dimensione e non su quella americana. Credo che la difesa da queste fabbriche sia molto più facile che non quella che dovremmo affrontare se fossimo costretti a produrre modelli americani.

PRESIDENTE — Passiamo alla quarta domanda. Essa dice testualmente: «L'Alfa Romeo ha un accordo di produzione con un'azienda estera; può dirci

in quale misura accordi di tal genere operano sul piano della concorrenza nel mercato dell'automobile? ».

LURAGHI — L'Alfa Romeo ha con la *Renault* francese accordi che sono di carattere industriale e commerciale. Gli accordi di carattere industriale riguardano il montaggio a Milano e a Pomigliano d'Arco di vetture del tipo « *Dauphine* » e « *R 4* ». A Pomigliano d'Arco vengono prodotti anche motori *Diesel* per autocarri *Renault*, ossia motori che vengono prodotti in Italia e poi esportati in Francia.

Gli accordi di carattere commerciale sono invece di natura un po' diversa. L'organizzazione italiana dell'Alfa Romeo vende in Italia le vetture « *Dauphine* », ed attraverso una società mista paritetica vende le altre vetture di produzione *Renault* e la « *R 4* »; corrispondentemente una società mista paritetica francese vende le vetture Alfa Romeo in Francia.

Vorrei far rilevare alcuni punti di questi accordi che mi sembrano interessanti.

Un fondamentale, interessantissimo punto, a mio avviso, è che noi con questo sistema abbiamo creato la prima fabbrica automobilistica di un certo riguardo nel Mezzogiorno d'Italia (non mi consta che esista un'altra confrontabile attività automobilistica di carattere industriale nell'Italia meridionale). Abbiamo creato a Pomigliano d'Arco l'impianto più moderno esistente attualmente in Europa per la produzione in serie di motori *Diesel* sulla base di macchinari automatizzati. Quindi questi accordi da un punto di vista industriale hanno costituito per noi un formidabile aiuto a risolvere il problema dello stabilimento di Pomigliano d'Arco, dove su queste attività abbiamo potuto innestare altre. Abbiamo anche potuto trasferire da Milano a Pomigliano la produzione di tutti gli autoveicoli industriali di nostra produzione.

Per quanto riguarda la situazione commerciale, naturalmente abbiamo fortemente rafforzato le nostre possibilità, perché abbiamo potuto dare ai nostri commissionari, oltre che alle nostre filiali, una vasta gamma di tipi da offrire alla clientela. Tutto questo ci ha permesso di ridurre fortemente le spese generali di vendita ed inoltre ci ha dato la possibilità di avvicinare una quantità di clienti che altrimenti non avremmo potuto mai avvicinare. Evidentemente il cliente della « *R 4* » e della « *Dauphine* » è un potenziale cliente successivo della « *Giulietta* ».

Con questo tipo di accordi abbiamo potuto poi espanderci sul mercato francese utilizzando una rete di distribuzione come quella della *Renault*, la quale evidentemente è di primissimo ordine.

Se mi è permesso, aggiungo una valutazione personale di questi problemi. Ritengo che queste formule di accordi, di integrazione e di collaborazione che lasciano totalmente liberi i singoli componenti nella loro attività presente e futura (non esiste alcun accordo con la *Renault* circa la limitazione di tipi, di prezzi o altro) rappresentino la difesa più valida che può avere l'Europa contro il famoso attacco degli Stati Uniti d'America. Non vedo nella storia, nei tipi e nelle caratteristiche delle fabbriche europee grosse possibilità di concentrazione. Ci saranno delle concentrazioni aziendali, sono in corso delle concentrazioni, ma ritengo sia estremamente più facile per la mentalità europea ricorrere ad integrazioni ed accordi di questa natura, piuttosto che a vere e proprie unificazioni di

fabbriche. Ciò anche perché nessuno dei paesi vorrà sacrificarsi totalmente a favore del concorrente estero.

Vorrei aggiungere che questo tipo di accordi, soprattutto se avrà applicazione il recente *Trade Expansion Bill* del presidente Kennedy, con le forti riduzioni doganali che dovrebbero partire da un 50 per cento per poi arrivare alla loro totale abolizione, a cominciare dall'industria automobilistica, a mio avviso potrà rappresentare un'arma di difesa degli europei in quanto mentre un forte aumento delle vendite delle grosse vetture americane in Europa è poco probabile, un aumento delle vendite europee nel nuovo continente, sembra più facile. Ma penso che gli europei non vorranno più andare in ordine sparso e malamente come sono andati finora sul mercato americano, che è un mercato difficilissimo e costosissimo sotto tutti i riguardi, ma vorranno associare gli sforzi per andare in America con organizzazioni di vendita integrate molto più efficienti. Penso cioè che vorranno in un certo senso controbattere l'azione dei fabbricanti americani con una azione commerciale combinata negli Stati Uniti. Qualche volta l'offensiva è da considerare il modo migliore per difendersi.

PRESIDENTE — Passiamo alla quinta domanda che è la seguente: « L'Alfa Romeo, tra le aziende che operavano già nell'anteguerra, ha visto accrescersi la produzione in termini relativi più di quanto sia avvenuto per le altre imprese. Ella ritiene che un ulteriore aumento di peso dell'azienda sul mercato sia possibile? ».

Ella dovrebbe rispondere alla seconda parte della domanda perché alla prima mi pare abbia già dato una risposta precisa.

La percentuale che lei ha citato è dell'8,2 per cento?

LURAGHI — Esattamente.

PRESIDENTE — Riferita al 1961?

LURAGHI — Si riferisce appunto alle immatricolazioni relative al 1961.

PRESIDENTE — Si fa riferimento soltanto a vetture Alfa Romeo?

LURAGHI — Sì, soltanto a vetture Alfa Romeo.

Posso citare a questo proposito una serie di cifre che può fare un certo effetto. Nel 1940 l'Alfa Romeo produsse 103 vetture, nel 1945, tre; nel 1947 trecento-settantaquattro; nel 1950, trecentoventicinque; nel 1951, milletrecento; nel 1952, quattromilaquattrocento; nel 1956, undicimila, nel 1957, sedicimila; nel 1958, ventimila; nel 1961, cinquantasettemila.

PRESIDENTE — La sesta domanda è la seguente: « Data la sua lunga esperienza nel settore meccanico, può fornire alla Commissione l'indicazione dei settori meccanici in cui la concorrenza è più attiva ed i settori in cui è fortemente ostacolata? Può individuare le cause dei fenomeni in questione? ».

Qui dovrebbe uscire dall'orizzonte Alfa Romeo per spaziare nell'intero settore meccanico.

LURAGHI — Dovrei fare anzitutto una premessa. Nel settore meccanico in generale si verifica una situazione contraria a quella che si verifica nell'industria automobilistica. Voglio dire che in esso si verifica un eccesso di suddivisione. Le industrie meccaniche italiane — ad eccezione della Fiat e di poche altre — sono di dimensioni ridotte per varie ragioni di carattere storico. Una delle ra-

gioni consiste nel fatto che noi siamo arrivati all'industria meccanica più tardi di quanto non siamo arrivati ad esempio all'industria tessile. Soprattutto siamo arrivati molto tardi all'industria di produzione di mezzi meccanici di riproduzione, cioè di beni strumentali, ad eccezione di qualche settore, come quello elettromeccanico. Ma il fattore determinante mi pare sia stato questo: che la maggior parte delle nostre industrie, è sorta come filiazione di società straniere, le quali a suo tempo hanno posto dei limiti allo sviluppo di queste loro succursali. Qualche volta l'origine risale a filiazioni di vendita, poi arrivate ad una attività produttiva, naturalmente limitata all'orizzonte del mercato italiano: i promotori non volevano crearsi negli italiani dei concorrenti sui mercati esteri.

Questo fenomeno è andato via via scomparendo col tempo o è andato attenuandosi, perché queste filiazioni italiane hanno finito col prendere autonomia, si sono create una loro tecnica, e si sono trovate in concorrenza tra di loro. Per esempio, nel campo dell'industria delle macchine elettriche, grosse e piccole, che sono numerose in Italia, si tratta in quasi tutti i casi di filiazioni di grandi società svizzere o americane o tedesche.

Credo che si possa concludere affermando che l'industria meccanica italiana è troppo suddivisa, nel senso che i benefici che molto spesso si hanno con la concentrazione produttiva, in Italia non si verificano. Naturalmente questo porta ad una inferiorità nei confronti di determinati elementi, per esempio nei confronti dei costi di produzione; la impossibilità di meccanizzare alcune lavorazioni per la eccessiva limitatezza delle serie; la impossibilità di sostenere una concorrenza a carattere internazionale.

Vorrei aggiungere che la situazione è molto migliorata anche se ancora adesso l'industria meccanica italiana, soprattutto in certi settori, è alla ricerca delle tecniche straniere. Io, da italiano e da uomo che crede nelle possibilità e nelle capacità degli ingegneri italiani, trovo che è eccessivo questo ricorso alla tecnica straniera, evidentemente in mancanza di una tecnica che si sia potuta formare in Italia.

E qui ritorna l'eterno discorso che bisognerebbe che la ricerca scientifica in Italia si spingesse di più: una ricerca scientifica diretta, non soggetta ad altri.

Settori in cui la concorrenza è più attiva? Dato quello che ho detto, se ne potrebbero citare in grande quantità: costruzione di macchine elettriche grandi e piccole, elettrodomestici, radiotelevisione, macchine utensili, macchine tessili; tutti campi che sono largamente concorrenziali, anche troppo.

Se si volesse guardare all'aspetto contrario della situazione, bisognerebbe dire che esso è molto limitato. Vi è un settore, per esempio, dove un'azienda è riuscita con una notevole capacità tecnica, con una notevole forza propulsiva, a prendere una posizione dominante, acquistando altre aziende e creandosi praticamente una posizione di predominio nel mondo.

PRESIDENTE — Potrebbe dare un'indicazione più precisa?

LURAGHI — Là Olivetti: e credo che la cosa vada a tutto suo onore, perché è una società benemerita che ha saputo creare una tecnica che ha portato addirittura negli Stati Uniti dove ha acquistato una società americana, facendo fare alla industria italiana un notevole passo in avanti e anche una bella figura sul

piano del prestigio. Naturalmente questa azienda ha contemporaneamente creato una situazione di limitata concorrenza nel nostro paese.

Altri settori, ma ristretti, sono: il settore delle costruzioni aeronautiche e il settore navale. E ciò per la mancanza di un mercato. Una situazione particolare è quella dell'industria a partecipazione statale, specialmente per quanto riguarda le industrie meccaniche I.R.I. Industrie venute dalla guerra, rimaste sulle spalle del paese in quanto tutte le società, finita la guerra, si sono trovate a terra. Ora, cosa hanno dovuto fare l'I.R.I., la Finmeccanica, ecc. ? Hanno dovuto organizzare, razionalizzare queste aziende; quindi praticamente hanno dovuto limitare l'elemento concorrenza esistente tra di loro. C'erano, ad esempio, quattro fabbriche di trattori nello stesso gruppo e tutte facevano trattori, perché prima costruivano carri armati. L'attuazione di questo necessario principio di razionalizzazione ha creato una situazione particolare nel gruppo.

PRESIDENTE — Sul piano del commercio di esportazione quali sono gli ostacoli maggiori alla concorrenza dei prodotti meccanici italiani sui mercati esteri: insufficienze delle tecniche produttive, costi troppo elevati e deficienza di produzioni su larga scala, dazi protettivi dei paesi terzi, ecc. ?

LURAGHI — Prima ho parlato di talune ragioni che rendono in alcuni settori l'esportazione difficile; mi sono riferito alle fabbriche italiane filiazioni di fabbriche straniere e che quindi non possono esportare. Escluderei, in linea di principio, che le difficoltà dell'esportazione si possano imputare a mancanza di capacità tecnica. Un'altra delle cause di difficoltà è la dimensione aziendale che non permette costi concorrenziali in moltissime occasioni. Il fatto poi che in Italia molto spesso le materie prime e alcuni prodotti accessori costino di più di quanto avvenga in mercati più vasti, determina un'altra difficoltà di produrre a costi concorrenziali, sul piano internazionale.

Mi pare che allo stato attuale della nostra organizzazione economica, politica e sociale, si possa affermare abbastanza facilmente che l'esportazione risulta tanto più facile quanto meglio si sta nel proprio paese. Cioè, dato che l'esportazione normalmente risulta una vendita a costi marginali, là dove ci sono mercati interni particolarmente opulenti con tutta evidenza l'esportazione risulta facilitata.

Ma ci sono parecchie altre ragioni per l'Italia di inferiorità nei confronti di altri paesi. Una causa, che non è soltanto interna, è data dal fatto che a differenza di quanto avviene, ad esempio, in Inghilterra e in Francia, noi non possiamo contare su mercati coloniali od ex coloniali, mercati solitamente vasti e facili. Un altro fattore che è molto trascurato, ma che pure nell'industria meccanica è molto importante, è costituito dalle forniture all'esercito. Vi sono alcune industrie meccaniche che contano su grosse forniture all'esercito, nei paesi in cui gli eserciti sono forti e dispendiosi. Se Dio vuole in Italia non siamo in questa situazione; tuttavia è un fatto che la nostra industria meccanica non può contare su queste forniture. Chi produce aëroplani per le forze armate, o produce carri armati o sommergibili, evidentemente dispone di una situazione di costi su serie continuate che assicurano un vantaggio rispetto a chi non può contare su un tal genere di lavoro. Si tratta di un fattore di cui bisogna tener conto. Però la difficoltà maggiore all'esportazione italiana di mezzi meccanici è dovuta alla mancanza di un'organiz-

zazione adeguata in conseguenza della recente formazione di questa nostra industria. Gli italiani hanno cominciato a costruire persé, poi per l'estero. E quando andiamo all'estero a dire che facciamo macchine per centrali elettriche, che fabbrichiamo macchine utensili ed impianti complessi, fino a poco tempo fa in molti paesi ci guardavano con una faccia piuttosto sorpresa, perché ritenevano che fossimo fabbricanti solo di tessuti e non certo di turbine o di presse meccaniche e cose di questo genere.

Quindi la ragione storica è chiara, però il fatto esiste. E la mancanza di organizzazione è duplice: esiste una insufficienza ufficiale in quanto i nostri addetti commerciali, i nostri uffici commerciali non sono all'altezza di appoggiare grosse vendite di beni strumentali che rappresentano la parte più importante del possibile lavoro. E poi esiste una insufficienza da parte delle nostre stesse aziende che non hanno i mezzi per mantenere all'estero vaste organizzazioni commerciali.

Quando andiamo per il mondo a partecipare a gare importanti, guardiamo con invidia le missioni numerosissime tedesche o giapponesi. I giapponesi in particolare vanno a frotte là dove noi andiamo con due tecnici al massimo per discutere gare estremamente difficili.

Questa mancanza di organizzazione porta ad un altro fatto estremamente importante, e cioè che noi compriamo male all'estero. Le operazioni di acquisto si svolgono indipendentemente da quelle di vendita. Compriamo ad esempio minerali, cotone, ecc., in paesi che non comprano nulla dalla nostra industria meccanica.

Vi sono altri paesi che invece non si comportano in questo modo. Un caso tipico lo abbiamo visto recentemente nel Sud Africa. Il Giappone che è entrato in rapporti commerciali con questo Stato, ha provveduto ad armonizzare gli acquisti con le vendite. Ha comprato minerale di ferro nel Sud Africa, però ha venduto a quello Stato un certo numero di macchine.

PRESIDENTE — Ma questo non determina il formarsi di prezzi artificiali?

LURAGHI — Forse. Però osservo che soprattutto per questi paesi che hanno grossi problemi di esportazione, oltre che di importazione (perché pagano l'importazione con l'esportazione) esportare significa vivere. Ovviamente in tal modo i prezzi sono un po' artificiali, ma quasi sempre accade che si fa una valutazione complessiva dei fattori dare ed avere. Non si tratta di listini teorici di prezzi da osservare, ma di un fatto fondamentale per l'economia di un paese. E noi avremmo possibilità maggiori se riuscissimo ad armonizzare meglio la nostra azione commerciale.

PRESIDENTE — La ringrazio, dottor Luraghi, della sua esposizione. Gli onorevoli colleghi hanno ora facoltà di formulare domande integrative che sottoporro al dottor Luraghi.

SULOTTO — Vorrei riprendere, onorevole Presidente, un discorso a carattere generale. Ad un certo punto della sua esposizione, il dottor Luraghi, sia in relazione alla situazione attuale, sia in relazione al momento in cui scatterà in tutta la sua ampiezza il Trattato di Roma, ha sottolineato alcune preoccupazioni. Però nel complesso egli vede l'avvenire con un certo ottimismo.

Ora noi sappiamo, in relazione a dati statistici pubblicati, che mentre nel passato l'importazione di vetture straniere era un fatto marginale, oggi sta di-

ventando un fatto di rilievo che si svilupperà sempre di più e quindi è da supporre che ci sarà una maggiore presenza in Italia di macchine straniere.

D'altra parte, il dottor Luraghi ha ricordato che in Germania si stanno organizzando due grandi colossi, la *General Motors* e la *Ford*, e anche in Italia pare ci sia qualche cosa del genere per quanto riguarda la zona di Trieste.

La mia domanda è questa: la Fiat, questo accentramento storico, così come lo ha ricordato il dottor Luraghi, per generosità nei confronti di una concorrente, (ma in fondo si è trattato di una specie di torre d'avorio nella quale la Fiat ha potuto svilupparsi valendosi anche di esenzioni di dazi doganali ed altro), la Fiat — dicevo — ha una potenza finanziaria tale per cui ad un certo punto ed in una certa misura è in grado di combattere sia sul piano dei prezzi, sia sul piano degli investimenti. Tenendo conto di quanto ha detto il dottor Luraghi e cioè che il problema della differenziazione dei modelli comporterà degli investimenti e anche in considerazione non soltanto della obsolescenza delle macchine ma anche della variazione dei gusti, vi è da pensare che la Fiat potrà godere di posizioni di rendita. E, del resto, lo stesso professor Valletta non ha negato, almeno come possibilità, che si arrivi a qualche cartellizzazione in campo internazionale e a qualche successiva ripartizione dei mercati.

L'Alfa Romeo, secondo quanto ha detto il dottor Luraghi, ha incontrato serie difficoltà: per esempio, sette od otto anni fa venne respinto un progetto per la costruzione di una vettura popolare. Vorrei che il dottor Luraghi fosse più preciso a questo riguardo. Da chi venne bocciato il progetto? Per quali motivi?

Egli ci ha detto che soltanto tre anni fa sono stati reperiti i fondi per la costruzione dello stabilimento nell'Italia meridionale. Di fronte a questa nuova situazione, in che modo l'Alfa Romeo pensa di poterla fronteggiare, tenendo conto che da una parte vi è questo colosso e dall'altra vi è l'azienda che il dottor Luraghi dirige con un costo unitario che è circa il doppio di quello della Fiat? Quali sono le previsioni che il dottor Luraghi è in grado di fare in relazione a questa situazione e quali sono i provvedimenti che egli ritiene necessari per poter, non soltanto essere presente, ma anche svilupparsi secondo le prospettive indicate in precedenza?

PRESIDENTE — Ella, dottor Luraghi, ha ascoltato le domande formulate dall'onorevole Sulotto. Ha facoltà di rispondere.

LURAGHI — Debbo dire innanzitutto che io sono convinto della possibilità di vita e di sviluppo anche per l'Alfa Romeo, pur muovendosi questa impresa in un mercato dominato dalla Fiat. Questo convincimento è basato su un punto a cui ho fatto prima un fugace cenno. E cioè sul fatto che esiste una clientela differenziata anche nel campo automobilistico, come in tanti altri campi. L'Alfa Romeo si trova al di fuori di quelle costruzioni che noi usiamo chiamare a chilo. La Fiat invece — non mi riferisco a tipi di vettura speciali che essa pure costruisce — basa la sua attività su una grossa produzione tipicamente concorrenziale nei confronti dei grandi produttori tedeschi, francesi ed inglesi.

L'Alfa Romeo, nella piramide dei consumatori, non trova i suoi clienti alla base, che senza dubbio è la più vasta ma che è formata dagli acquirenti che pa-

gano meno. L'Alfa Romeo non vende automobili a chilo, ma a chilo più qualcosa: qualcosa che risponde ad esigenze maggiori e di carattere particolare.

Noi vediamo che con l'aumentare del livello di vita, sia in Italia che all'estero, si è venuta a creare una gamma sempre più vasta di clienti disposti a pagare di più, pur di ottenere determinate prestazioni dalle loro autovetture. È una base, questa, che va estendendosi. In altri termini l'automobilista diventa più esigente e non si accontenta della comune automobile.

Esiste inoltre un altro fattore che mi sembra fondamentale. Con l'estendersi dell'uso dell'automobile, inteso come mezzo di trasporto per lunghi percorsi (è noto che in Italia la maggior parte dei turisti stranieri arriva con l'automobile), con l'estendersi delle reti autostradali non solo in Italia ma in altri paesi, mi pare che l'uso di vetture con caratteristiche rispondenti alle nuove necessità sia assicurato. I mercati si qualificano sempre di più.

Su questo baso il mio convincimento che l'Alfa Romeo abbia una sua funzione, purché essa sia in condizioni di rispondere tecnicamente ed economicamente, entro limiti ragionevoli, a queste esigenze. Devo dire che sotto questo punto di vista noi stiamo guardando al M. E. C. col convincimento di avere un grosso vantaggio dalla sua applicazione per il fatto che andremo ad acquisire un tipo di clientela di livello economico molto più elevato di quello italiano. In altri termini nei paesi del M. E. C. — come del resto si è verificato negli Stati Uniti, malgrado le difficoltà già dette — noi troveremo un settore vasto di clientela qualificata. Per queste considerazioni mi pare che non si possa considerare il mercato automobilistico, ad un unico livello: come tanti altri esso è invece un mercato a piramide, che copre esigenze diverse, e perciò richiede vetture con requisiti diversi. L'Alfa Romeo ha una sua esperienza. Esistono tipi di vetture la cui fabbricazione richiede una massiccia mole di investimenti mentre per altri tipi quello che più conta è la preparazione tecnica, la quale si raggiunge attraverso una serie di esperienze difficili e costosissime.

Io sono affezionato alla società che mi è stata affidata, e devo dire che l'Alfa Romeo ha una qualifica tecnica di primissimo ordine, riconosciuta forse più all'estero che in Italia. Ritengo perciò che non sarà possibile a tanti altri fare le medesime vetture che facciamo noi. Naturalmente noi abbiamo scelto un determinato settore di vetture, quelle speciali, che quando vengono tentate dai produttori di massa, vengono costruite per ragioni di prestigio, per motivi di lotta commerciale. Ma non si tratta di vetture qualificate. Esistono alcune case, come la *Mercedes Benz*, che fanno vetture di lusso; la Lancia in Italia si è avviata su questa strada. Noi abbiamo scelto un'altra strada: quella delle prestazioni meccaniche particolarmente elevate.

ADAMOLI — Ella ha affermato poco fa, dottor Luraghi, che l'Alfa Romeo avrebbe dovuto fare una produzione diversa. Non mi pare che nel passato si sia manifestata da parte della sua società la volontà di fare altre produzioni oltre quella sua tipica. Forse non si è riusciti?

PRESIDENTE — Ella, dottor Luraghi, ha ascoltato la domanda formulata dall'onorevole Adamoli. Ha facoltà di rispondere.

LURAGHI — Come lei avrà notato, onorevole Adamoli, io ho affermato che avremmo fatto un'altra fabbrica. L'Alfa Romeo della quale sto parlando deve essere intesa come un'impresa che dovrebbe continuare a svolgersi, a mio avviso, proprio con la mentalità tecnica Alfa Romeo. L'altra impostazione avrebbe costituito un salto nella produzione tipica di altre industrie. In altri termini, sotto la pressione del convincimento che ad un certo momento un'industria automobilista di Stato dovesse affrontare questo problema, pensavamo di affrontarlo completamente al di fuori della nostra tradizionale organizzazione, tanto che non avremmo forse neanche dato il nome di Alfa Romeo al nuovo tipo di vettura, per ragioni di carattere commerciale. Solo in questo caso avremmo potuto creare in base alla tecnica del chilo, cioè la tecnica che richiede investimenti massicci per produzioni altamente automatizzate. Si trattava di un sogno e di una aspirazione estremamente ambiziosa — bisogna riconoscerlo — perché battere la Fiat o per lo meno inserirsi a fianco della Fiat non sarebbe stato certamente facile.

Probabilmente queste sono state le considerazioni che, insieme con altre (non lo escludo), hanno fatto bocciare l'idea.

Ella, onorevole Sulotto, ha fatto accenno anche ad un costo doppio dell'Alfa Romeo rispetto alla Fiat. A questo proposito posso rispondere che noi non siamo nelle condizioni di avere costi doppi degli altri; se così fosse, dovremmo chiudere i battenti. Le vetture popolari si vendono *grosso modo* sulle mille lire al chilo e le nostre, invece, vengono vendute da poco meno di 1300 alle 1400 lire al chilo. Ma se facciamo una valutazione della qualità e ci riferiamo, per esempio, alle lire-cavallo, vediamo che noi, in sostanza, vendiamo ad un prezzo inferiore rispetto ad altri. In altri termini vendiamo un prodotto che anche come prezzo corrisponde perfettamente alle sue caratteristiche speciali.

SULOTTO — Quindi lei, dottor Luraghi, nei fatti si adatta ad una certa situazione del mercato e vede l'avvenire dell'Alfa Romeo in quel determinato settore. L'Alfa Romeo, in altri termini, non ha più nessuna intenzione di affrontare la produzione di automobili di massa?

PRESIDENTE — Ella, dottor Luraghi, ha ascoltato la domanda formulata dall'onorevole Sulotto. Ha facoltà di rispondere.

LURAGHI — Posso risponderle che ciò sarebbe possibile solo quando si trovasse la possibilità di un finanziamento che ammonterebbe a molte centinaia di miliardi. Bisogna considerare che la situazione europea di mercato è molto diversa di quella che era 7 od 8 anni fa. Oggi si dovrebbero fare i conti anche con la *General Motors* e la *Ford*. Come vede, la situazione è molto cambiata. Ricordo d'altra parte gli accordi con la *Renault* per il montaggio a Pomigliano della vettura popolare « R 4 ».

PRESIDENTE — Mi pare che alla domanda posta dall'onorevole Sulotto lei, dottore, abbia dato in sintesi la seguente risposta. L'Alfa Romeo ha una sua caratterizzazione, una sua impostazione ed una sua tradizione che costituiscono un patrimonio da usare come tale. Quindi è giusto che essa costruisca macchine che rispondano a questa caratterizzazione; ciò non vuol dire però che lo Stato, attraverso qualche sua azienda, possa anche aggiungersi alla produzione delle

macchine piccole da destinarsi ai consumatori meno abbienti. Su questa opportunità mi pare che il dottor Luraghi pienamente consenta.

Sarebbe stato però un errore alterare tutto l'indirizzo di una società orientata verso una determinata produzione per dirigerla verso un'altra produzione con dei risultati che probabilmente potevano anche essere non buoni.

Mi pare che questo sia il pensiero del dottor Luraghi in risposta alla domanda formulata dall'onorevole Sulotto.

ADAMOLI — Al professor Valletta abbiamo chiesto se vi erano accordi fra la Fiat e le industrie di Stato, soprattutto per quanto riguarda la produzione di un certo tipo di lamiere. Il professor Valletta ha confermato che esistono questi accordi che investono anche la politica dei prezzi.

Ora, una politica di integrazione nel gruppo I. R. I. nei confronti anche della produzione automobilistica esiste? Ad esempio, quando lei, dottor Luraghi, ha parlato delle grandi difficoltà che ha incontrato per le operazioni di finanziamento, bisogna ricordare che nel gruppo I. R. I. esistono le più grandi banche italiane. Esiste nessun contatto, nessuna politica di integrazione sul piano dei prezzi e sul piano dei finanziamenti?

PRESIDENTE — Ella, dottor Luraghi, ha ascoltato la domanda formulata dall'onorevole Adamoli. Ha facoltà di rispondere.

LURAGHI — Cominciamo dalla coda della domanda, che è la più dolorosa: i finanziamenti. Evidentemente dalle banche I. R. I. noi siamo trattati come tutti gli altri clienti; le banche non fanno finanziamenti per gli impianti, ma finanziano semmai un determinato giro d'affari. Noi non abbiamo assolutamente alcun vantaggio.

Devo dire che quando l'Alfa Romeo si trovava in una situazione piuttosto precaria, le banche la trattavano forse peggio di come avrebbero trattato altri clienti.

I finanziamenti dovrebbero essere fatti dall'I. R. I. attraverso le sue finanziarie. Ma evidentemente l'I. R. I. (e mi riferisco ai tempi passati) aveva problemi di carattere più pressante: la siderurgia, l'elettricità ed un'altra quantità di iniziative. E forse non credeva molto a questa iniziativa automobilistica.

Per quel che riguarda le materie prime devo dire che la politica di gruppo dell'I. R. I. risponde a impostazioni sulle quali non credo che sia il caso che io mi pronunci. Essa è rivolta normalmente a non concedere vantaggi nell'interno del gruppo.

PRESIDENTE — Il professor Petrilli sarà ascoltato la settimana prossima. Ritengo perciò che gli argomenti concernenti l'I. R. I. debbano essere lasciati da parte.

ADAMOLI — Bisogna vedere come questa politica è applicata nelle aziende I. R. I.

LURAGHI — È applicata esattamente a condizioni di parità con gli altri; ma se la Fiat ha la possibilità di comperare 10 o 50 volte di più di quello che compriamo noi, è evidente che ha possibilità diverse e premi di ritiro diversi da noi, in quanto offre condizioni per i fornitori molto più interessanti di quelle che possiamo offrire noi.

Comunque in conseguenza dello sviluppo della produzione, il fabbisogno dei materiali siderurgici dell'Alfa Romeo è pervenuto ad un livello tale per cui noi acquistiamo il lamierino dalla Finsider (ma non tutto, perché la Finsider non produce tutti i tipi che ci occorrono) sulla base delle migliori condizioni consentite. Non conosco la formula Fiat.

GIOLITTI — Mi limiterò a porre soltanto due domande molto semplici perché ciò che volevo dire è stato già detto dai colleghi che mi hanno preceduto.

Il dottor Luraghi ha parlato dell'importanza che rivestono, ai fini di una riduzione dei costi generali, le forniture allo Stato, specialmente quelle consistenti. A questo riguardo, vorrei chiedere all'esperienza del dottor Luraghi se le industrie pubbliche in Italia, operanti nel settore meccanico, vengono generalmente considerate su di un piano di superiorità, inferiorità o parità rispetto a quelle private.

PRESIDENTE — Ella, dottor Luraghi, ha ascoltato la domanda formulata dall'onorevole Giolitti. Ha facoltà di rispondere.

LURAGHI — Dovrei dire a condizioni di parità. Condizioni di parità che possono voler dire (non è un bisticcio di parole) di inferiorità.

GIOLITTI — Quindi tutto questo avviene per ragioni obiettive?

LURAGHI — Sì, per ragioni obiettive e tecniche.

GIOLITTI — La seconda domanda riprende un tema pure molto importante, accennato dal dottor Luraghi, quello della ricerca scientifica.

A questo riguardo, vorrei sapere se egli ritiene soddisfacente la situazione per quanto riguarda le attività di promozione, di organizzazione ed anche di finanziamento della ricerca scientifica applicata nel settore pubblico dell'industria meccanica.

PRESIDENTE — Ella, dottor Luraghi, ha ascoltato la domanda formulata dall'onorevole Giolitti. Ha facoltà di rispondere.

LURAGHI — Forse anche qui devo fare un richiamo di carattere storico che, per quel che riguarda l'industria meccanica di Stato, evidentemente ha sempre molta importanza.

L'industria meccanica di Stato, come tutti sanno, deriva dall'industria meccanica di guerra che, finito il conflitto, ovviamente si trovò economicamente e finanziariamente in condizioni veramente disastrose. Per questo motivo essa fu abbandonata dai vecchi proprietari e si dovette così improvvisare una nuova industria meccanica che avesse qualcosa di valido. Ma non si disponeva in generale di un corpo tecnico preparato. Si disponeva di ottimi ingegneri costruttori di carri armati, di cannoni, di sommergibili, di navi e di aeroplani da guerra, cioè di un corpo di tecnici molto validi sotto questo punto di vista, ma che evidentemente non era preparato ad una trasformazione dell'industria meccanica di guerra in una industria economica. Tutto ciò per ragioni evidenti ed in particolare per il fatto che lo Stato normalmente è un ottimo ma, allo stesso tempo, un pessimo cliente.

Questo corpo di tecnici era piuttosto abituato ad una determinata soluzione dei problemi.

Si è dovuto improvvisare perché la guerra non era finita da molto tempo, con notevoli sbandamenti per queste aziende, ognuna delle quali era andata per proprio conto. Esse furono riunite nel gruppo Finmeccanica. Successivamente si sono verificati altri sbandamenti ed è stato creato il F. I. M. M. per altre aziende, mentre altre ancora sono andate a finire nel gruppo Breda. In tutto questo procedimento c'è stata quindi una notevole mancanza di unità. Tutto questo non ha certo facilitato la possibilità interna di creare uffici di ricerche, come forse la potenza del gruppo avrebbe potuto suggerire.

Debbo dire però che si è cercato di sopperirvi in questi ultimi anni. Un campo nel quale si è fatto molto bene ad esempio è quello della siderurgia, dove sono stati creati parecchi istituti di ricerca.

Per quanto riguarda la meccanica bisogna dire che un conto è costruire motori elettrici od automobili o macchine tessili o vagoni ferroviari e un conto è costruire ad esempio lenti per occhiali. Si determina una differenziazione enorme nel gruppo, una somma di funzioni estremamente diverse. Così le aziende che hanno più ragione di fare la propria ricerca se la fanno da sé.

Per esempio per quanto riguarda l'Alfa Romeo i laboratori sono a carattere aziendale.

PRESIDENTE — Non vi sono altri deputati che chiedono di sottoporre domande al dottor Luraghi.

Ringrazio di nuovo, a nome della Commissione, il dottor Giuseppe Luraghi.

La seduta termina alle 20.

PAGINA BIANCA