I.

SEDUTA DI MERCOLEDI' 26 MAGGIO 1971

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE **SERVADEI**

PAGINA BIANCA

La seduta comincia alle 17,10.

PRESIDENTE. Nelle settimane passate alla nostra Commissione sono giunte preoccupate segnalazioni circa la situazione dell'industria italiana degli elettrodomestici, la quale ha svolto nel nostro paese, in un periodo abbastanza lungo, un'azione trainante. Le preoccupazioni espresse hanno riferimento a problemi di mercato interno ed internazionale, a situazioni sindacali particolarmente accentuate in determinate aziende, alla politica globale del settore in rapporto ad iniziative assunte e da assumere da parte della programmazione e a eventuali decisioni governative che forse interessano soltanto in parte il settore degli elettrodomestici: mi riferisco in particolare al problema della televisione a colori, problema che è di competenza primaria del Ministero delle poste e delle telecomunicazioni e quindi, in sede parlamentare, della X Commissione Trasporti, poste, marina mercantile.

La nostra Commissione si è fatta carico di queste segnalazioni; e poiché esse sono in parte contrastanti e contradditorie – crisi del settore o meno, saturazione del mercato interno o di quello esterno, opportunità di installare nuove industrie nel Mezzogiorno o meno – ha ritenuto opportuno, avvalendosi delle nuove disposizioni del Regolamento entrato in vigore il 1° maggio in questo ramo del Parlamento, di promuovere una indagine conoscitiva. Tale indagine che si articola in alcune audizioni già programmate: oggi un incontro con gli industriali del settore, domani uno con i rappresentanti delle forze sindacali, infine, a data ancora da destinarsi, due successivi incontri con il Ministro dell'industria, commercio e artigianato e con il Ministro del bilancio e della programmazione economica. Ovviamente, strada facendo, il numero delle audizioni potrebbe anche aumentare.

Alla fine la nostra Commissione tirerà le somme nel senso che stenderà una relazione che darà conto dei risultati acquisiti. Essa costituirà un importante e motivato parere di cui potrà valersi l'esecutivo e servirà in ogni caso come orientamento al futuro lavoro legislativo della Commissione in rapporto ai problemi di piano e a quelli che riguardano più specificamente il settore.

Ho fatto questa premessa per indicare l'ambito nel quale potrà svilupparsi il discorso nel corso di questo nostro incontro con la delegazione dell'ANIE, composta dal dottor Luigi Baggiani, Presidente dell'ANIE; dal dottor Mario Latis, vicepresidente dell'ANIE e presidente del gruppo elettrodomestici; dal ragionier Lamberto Mazza, presidente del gruppo Zanussi; dal commendatore Peppino Fumagalli, titolare della Candy; dal dottor Vittorio Merloni, titolare della società Merloni; dal dottor Vittorio Ponti, consigliere di amministrazione dell'IRE; dall'ingegner Vincenzo Crosti, direttore industriale dell'IRE; dall'ingegner Bruno Bonarini, segretario del gruppo elettrodomestici ANIE; e dal dottor Giovanni Battista Bozzola.

Porgo a tutti loro il vivo benvenuto e li ringrazio di aver voluto aderire a questa nostra iniziativa, con la quale vogliamo dare alla nostra Commissione ed al pubblico un efficace strumento di conoscenza e quindi un serio contributo politico generale. Ringrazio anche l'onorevole Sottosegretario di Stato Biagioni ed i suoi collaboratori, i quali ci assistono in questa audizione ed assicurano una continuità di presenza del Ministero dell'industria nell'intero svolgimento dell'iniziativa.

BAGGIANI, *Presidente dell'Associazione nazionale industrie elettriche ed elettroniche.* Signor Presidente, onorevoli deputati, desidero esprimere, nella mia qualità di presidente dell'ANIE, il più vivo e sincero apprezzamento dei costruttori di apparecchi domestici per l'iniziativa di codesta Commissione di procedere ad una indagine conoscitiva sulla situazione del settore. L'opportunità di tale indagine è particolarmente sentita dall'ANIE, che è da tempo testimone ed interprete dello stato di crescente difficoltà in cui operano le imprese del settore, e che non ha mancato, anche in occasioni recenti, di richiamare su tale situazione l'attenzione delle autorità competenti. Sono quindi lieto ed onorato dell'occasione che mi si presenta di formulare alcune considerazioni introduttive.

Ritengo anzitutto che, per un corretto inquadramento del settore al quale ci riferiamo, sia opportuna una precisazione preliminare. Si identificano abitualmente come « elettrodomestici » apparecchi di diverso tipo ed impiego, che vanno dagli apparecchi « bianchi » di cottura, refrigerazione e lavaggio, agli apparecchi di pulizia e manutenzione della casa, a tutta la gamma dei « piccoli elettrodomestici » complementari ed ausiliari. (La situazione dell'industria di questi ultimi apparecchi citati come è noto non è dissimile da quella dell'industria dei maggiori apparecchi cosiddetti « bianchi »). Nell'interpretazione più diffusa e convenzionale, tuttavia, gli elettrodomestici sono comunemente identificati come gli apparecchi « bianchi », quali i termici (fornello e cucina con forno), i dinamici (lavabiancheria, lavastoviglie) ed i refrigeranti (frigorifero ed, in minor misura, conservatore e congelatore per alimenti). È a questo specifico settore di apparecchi domestici che intendiamo riferirci nella nostra esposizione, sia perché riteniamo che tale sia effettivamente l'interpretazione data dalla Commissione al termine « elettrodomestici », sia perché si tratta della gamma di apparecchi la cui entità e la cui importanza sono di peso dominante nella configurazione dell'industria e del mercato del settore in esame.

È noto che la formazione e lo sviluppo di questo settore nel nostro paese sono un fenomeno ancora recente, non avendo esso precedenti nell'attività industriale italiana fino al 1950. È stato infatti all'inizio del « decennio '50 » che hanno incominciato a prendere corpo ed a svilupparsi alcune tipiche intuizioni imprenditoriali di *marketing*, sulla possibilità di produrre e vendere nel nostro paese tali prodotti, che fino ad allora erano disponibili, ed in quantità estremamente limitata, solo attraverso l'importazione da produttori stranieri.

Tali intuizioni imprenditoriali si possono, in sintesi, indicare in tre punti fondamentali: possibilità di un abbinamento della nostra nota esperienza nelle lavorazioni meccaniche con la nostra esperienza nelle specifiche produzioni e delle lavorazioni elettrotecniche (sulle quali è basata la produzione di apparecchi di lavaggio e refrigeranti); convenienza sociale di realizzare strutture produttive ad alta intensità di occupazione, come quelle tipiche delle lavorazioni meccaniche ed elettromeccaniche nella produzione dei citati apparecchi domestici; convinzione della possibilità di concepire e fabbricare apparecchi a livelli di costo – e quindi di prezzo – tali da soddisfare la domanda di tali prodotti, portandoli gradualmente dalla sfera dei prodotti di alto costo e di diffusione limitata a quella dei prodotti di prezzo accessibile alla generalità delle famiglie.

Quest'ultima intuizione ha coinciso con una analoga politica avviata anche in Europa, nell'immediato dopoguerra, dai produttori già affermati in questo settore, ed ha pure coinciso con le prospettive di avviamento e realizzazione del mercato comune europeo. Il fatto che alcuni produttori italiani, cumulando questa serie di intuizioni, abbiano decisamente avviato una produzione nazionale di questa gamma di apparecchi domestici, è quindi da considerarsi come un fatto di rilevante importanza nello sviluppo industriale italiano, nella creazione di un nuovo settore di mercato e nel notevole progresso realizzato, con la diffusione di questi apparecchi, nel livello di benessere di milioni di famiglie italiane.

Il periodo nel quale il settore ha avuto la sua maggiore diffusione coincide con il quindicennio 1955-1970. È soprattutto nella prima metà di questo quindicennio che i tassi di incremento della produzione nazionale di elettrodomestici ed i corrispondenti tassi di sviluppo del mercato segnano una progressione rapida ed ininterrotta, che trova riscontro solo nei corrispondenti sviluppi dell'automobile e del televisore. È pure all'inizio del decennio '60 che incomincia ad avviarsi un primo flusso di esportazioni, consentito sia dalla validità ormai acquisita dei prodotti, sia dalla progressiva riduzione delle barriere tariffarie tra i paesi del Mercato comune.

Di tale sviluppo, tre sono gli aspetti che meritano di essere particolarmente rilevati: 1) l'evoluzione tecnico-qualitativa dei prodotti, che ha introdotto criteri di effettiva innovazione nella concezione funzionale ed estetica, e li ha imposti all'attenzione europea come prodotti capaci di conciliare l'esigenza di adeguate prestazioni con un livello di buona qualità media, e soprattutto con un rapporto costi-prezzi tale da renderli veramente accessibili alla quasi totalità delle famiglie; 2) il sorgere di numerose aziende operanti nel settore, aventi diverse dimensioni e differenziate impostazioni nella politica delle gamme trattate; 3) la creazione di un apparato distributivo italiano comprendente non solo le funzioni di vendita, ma le importanti ed onerose funzioni di servizio di assistenza tecnica e ricambi, che ha imposto soprattutto alle maggiori aziende uno sforzo organizzativo e logistico di notevolissima entità.

In questa sede non interessa certamente il dettaglio di questa visione retrospettiva, ma essa è importante perché precede e spiega, in larga parte, i fenomeni ed i problemi attuali.

Nella seconda metà del periodo in esame, e cioè dopo il 1960, gli effetti dello sviluppo del settort, non solo in Italia, ma in tutta Europa, hanno incominciato ad apparire in tutta la loro entità, e contemporaneamente si è aperta la fase apertamente e direttamente competitiva fra l'industria italiana ed i concorrenti europei, su un mercato ormai avviato ad alti livelli di saturazione, con tutte le conseguenze che ciò comportava in termini di politiche di prodotto, di prezzi, di distribuzione.

Ritengo che sia utile, a questo punto, citare e compendiare alcuni dati significativi della consistenza, dello sviluppo e del ruolo del settore nell'economia italiana e nella nostra bilancia commerciale con l'estero. Si tratta di dati elaborati dall'ANIE, in parte con riferimento a fonti ufficiali, in parte con rilevazioni dirette presso i propri associati. Nel settore degli apparecchi domestici rappresentato dall'ANIE operano 132 grandi, medie e piccole industrie, le quali danno lavoro ad oltre 60.000 dipendenti. La produzione di apparecchi elettrodomestici e quella collaterale delle apparecchiature termodomestiche è stata per il triennio 1968-1970 la seguente:

per il 1968: 414,7 miliardi di lire;
per il 1968: 489 miliardi di lire;
per il 1970: 532,7 miliardi di lire;

L'incremento del fatturato dell'8,9 per cento per il 1970 rispetto al 1969 include un aumento medio dei prezzi del 5 per cento. Nello stesso periodo le esportazioni del settore sono state di 250, 282,3 e 303,8 rispettivamente, sempre in miliardi di lire, pari circa al 60 per cento della produzione. Sempre nel periodo in questione l'industria nazionale ha prodotto in numero di pezzi i seguenti principali apparecchi:

	1968	1969	1970
Frigoriferi domestici . .	4.387.000	5.002.000	5.247.000
Lavatrici . .	2.354.000	2.704.000	2.720.000
Cucine a gas .	1.395.000	1.775.000	1.680.000

Da quanto sopra, è evidente la riduzione del tasso di incremento verificatosi nel 1970.

Lo sviluppo del settore aveva creato, sia sul mercato nazionale e soprattutto sui mercati di esportazione, fiducia sulla capacità tecnica e nella concorrenzialità economica della industria italiana degli elettrodomestici. Questa fiducia rischia ora di essere definitivamente compromessa se non dovessero realizzarsi, tenendo conto che siamo in presenza di uno sviluppo tendenziale della capacità produttiva sempre meno coincidente con le tendenze di sviluppo della domanda globale, le condizioni essenziali di un armonico sviluppo industriale, e fra queste:

la definizione di un programma generale di sviluppo da parte del CIPE che permetta di valutare l'andamento futuro del mercato italiano, sia per ciò che riguarda i consumi, sia per ciò che riguarda lo sviluppo dei principali settori industriali, tra cui quello della edilizia, particolarmente legato al nostro mercato. In questo programma è di particolare importanza la definizione dei tempi e dei modi della riforma fiscale che influenzerà in misura rilevante il mercato interno;

la possibilità di valutare l'andamento nel tempo, dei costi di produzione e, quindi, dei prezzi di vendita, e di assicurare le date di consegna richieste dal mercato, soprattutto all'esportazione. Questa possibilità viene pregiudicata dal persistere della conflittualità permanente e da una insufficiente utilizzazione degli impianti. Occorre insomma evitare di compromettere la concorrenzialità italiana sui mercati esteri già seriamente ridottasi;

infine la possibilità di accedere al mercato finanziario a medio e a lungo termine a condizioni non eccessivamente onerose.

Ritengo, con queste informazioni generali, di aver assolto al mio compito introduttivo, e mentre resto a loro disposizione per ogni altro chiarimento in merito, ringrazio vivamente per la cortese attenzione, anche a nome di tutte le aziende aderenti alla nostra associazione e lascio ai delegati delle industrie qui presenti, e per primo al presidente del maggior complesso industriale del settore, il ragionier Mazza, il compito di illustrare più particolarmente la situazione del settore specifico ed i numerosi e complessi problemi del momento.

PRESIDENTE. Ringrazio il dottor Baggioni per la sua introduzione. Dò la parola al ragionier Mazza che svolgerà una relazione sulla situazione attuale del settore.

MAZZA, *Presidente del gruppo Zanussi.* Signor Presidente, onorevoli deputati, non è certo per ragioni formali che esprimo fin d'ora il più vivo ringraziamento per la convoca-

zione in questa sede e per l'interesse manifestato da codesta Commissione nei nostri confronti. Sono infatti particolarmente onorato di poter fornire dirette informazioni e precisazioni sulla situazione del nostro settore, e del gruppo industriale che rappresento, alla Commissione più direttamente qualificata ed impegnata nel trattare i problemi inerenti al nostro sistema industriale: e ritengo che i contatti tra mondo dell'industria e mondo della politica, che vengono a stabilirsi attraverso queste indagini conoscitive, siano certamente proficui per la nostra economia ed il nostro paese.

La mia esposizione consta di due parti: nella prima intendo fornire informazioni e commenti sulla situazione generale del settore e del mercato; nella seconda intendo fornire dati ed elementi di valutazione sul gruppo Zanussi. Per ragioni di brevità, mi consentano di fare diretto riferimento ai dati generali esposti in precedenza dal Presidente dell'ANIE, per esporre alcune considerazioni di merito sui fenomeni in esame.

Non è certamente sfuggito a codesta Commissione il fatto che la rapidità e l'intensità della diffusione degli apparecchi domestici in Italia ed in Europa appare, allo stato attuale, tanto più rilevante, se lo si compara con termini di riferimento relativamente recenti. All'inizio del « decennio 60 » si registrava, nei paesi della CEE, la presenza del frigorifero solo nel 36 per cento delle famiglie, mentre la presenza della lavabiancheria era di poco più del 31 per cento. Cinque anni dopo, nel 1965, tali percentuali erano già salite rispettivamente al 66 per cento ed al 47,4 per cento; nello stesso anno, la cucina con forno (a gas od elettrica) era presente nel 68 per cento delle famiglie della CEE.

Attualmente, la dotazione di questi apparecchi domestici nelle famiglie europee tocca circa l'84 per cento per i frigoriferi, va oltre il 66 per cento per le lavabiancheria, ed oltre l'83 per cento per le cucine, mentre il più recente prodotto del settore, il lavastoviglie, registra già apprezzabili indici di presenza (8 per cento in Italia, 4,5 per cento nel complesso della CEE).

Gli apparecchi domestici presentano dunque, per l'ampiezza della loro diffusione e per il loro specifico riferimento al nucleo familiare come unità-cliente, tutte le caratteristiche di un « consumo sociale », di rilevante importanza economica e di relativa indispensabilità, essendo ormai decisamente entrati nel novero di quelle attrezzature domestiche comunemente ritenute necessarie per un livello di vita soddisfacente: tanto è vero che un recente provvedimento di legge ha stabilito che tali apparecchi non potranno più essere pignorati, in quanto sono strumenti indispensabili e non beni voluttuari, modificando con ciò in senso estensivo l'articolo 514 del codice di procedura civile. Nel giro di qualche anno, spingendo le previsioni al triennio 1970-73, il *trend* di sviluppo degli elettrodomestici porterà certamente i frigoriferi a livelli di utenza del 90 per cento delle famiglie in Europa, mentre le lavatrici supereranno il 70 per cento, le cucine l'85 per cento e le lavastoviglie potranno avvicinarsi al primo traguardo del 10 per cento. Il mercato italiano, in particolare, si avvantaggia del fatto che il nostro paese è divenuto l'epicentro della produzione e della distribuzione degli elettrodomestici, e registra in questo settore le punte più avanzate di consumo, quasi sempre superiori alla media europea: si prevede che nel 1972 l'utenza del frigorifero interesserà circa il 90 per cento delle famiglie italiane, la lavatrice il 73 per cento, il lavastoviglie il 13 per cento, la cucina l'84 per cento.

In quanto bene di consumo durevole, gli elettrodomestici, avendo rapidamente conseguito un elevato livello di consumo, hanno nel contempo determinato una situazione di maturità e di relativa stagnazione del mercato, soprattutto se si tien conto del fatto che la durata media di « vita » di questi prodotti (cioè di loro efficienza in servizio) si stima sui 9-10 anni per il frigorifero, sui 6 anni per la lavatrice, sui 10 anni per la cucina con forno.

Tutti i dati fin qui citati sono ovviamente di nostra diretta fonte aziendale: come tali, possono in parte differire da dati citati da altre fonti, per diversità dei metodi di ricerca e di rilevazione. Ed è forse utile, a questo punto, formulare un breve inciso sui problemi di metodologia delle rilevazioni statistiche sul settore, che dispone di limitate fonti ufficiali (ad esempio per i dati sull'eximport), mentre i dati di vendita, di utenza, di distribuzione, sono necessariamente frutto di indagini e ricerche condotte separatamente dalle singole aziende. Nel nostro caso, ritengo tuttavia che l'ampiezza dei mezzi impiegati e la sistematicità delle indagini finora svolte diano sufficienti requisiti di attendibilità ai dati che ho citato.

Ritornando ora a considerare il profilo attuale del mercato italiano ed europeo, devo far rilevare che, in conseguenza della durata media di « vita » di questi prodotti – in precedenza citata – ci si trova ormai di fronte

ad un mercato che si avvia ad essere prevalentemente un mercato di sostituzione e non più di prima utenza, con tutte le conseguenze quantitative e qualitative di questa sua mutata fisionomia. Alcuni dati comprovano queste affermazioni. In Italia, le vendite di cucine hanno avuto un andamento lentamente crescente fino al 1968, con una media di 1,1-1,2 milioni di pezzi venduti ogni anno; dal 1969 in poi, tale media si è stabilizzata su circa 1 milione di unità vendute all'anno, e le previsioni fino al 1972 confermano tale tendenza. Sempre in Italia, le vendite di frigoriferi hanno toccato le loro punte massime tra il 1963 e il 1965 (1,2-1,3 milioni di frigoriferi venduti all'anno), mentre la media di vendita per il triennio 1970-72 è stimata all'incirca su 1 milione di unità. Anche le vendite delle lavatrici nel nostro paese stanno passando dalle punte di 1,3-1,4 milioni di unità degli anni scorsi (1967-68) all'attuale e futura quota stabilizzata intorno agli 1,2 milioni di unità.

Tutto concorre peraltro a far prevedere che, oltre il 1972, tali quote possano subire una ulteriore flessione, per effetto della entrata in utenza, in questi ultimi anni, di apparecchi elettrodomestici che per livello qualitativo e quindi per durabilità, sono superiori a quelli in precedenza immessi sul mercato. Le tecnologie più avanzate, i nuovi materiali impiegati, la semplificazione dei prodotti rendono gli attuali elettrodomestici più durevoli dei precedenti, in concomitanza con il crescente adeguamento dei servizi di assistenza tecnica e ricambi, da parte delle imprese costruttrici più qualificate.

Anche nell'insieme dei paesi della CEE (Italia compresa) i dati concordano nel dimostrare l'ormai raggiunta maturità del mercato. Le vendite di cucine, che registravano incrementi annui di 300-350 mila unità fino al 1969, tendono a stabilizzarsi nelle previsioni fino al 1972, senza ulteriori incrementi, sul livello medio di 4,5 milioni di unità. I frigoriferi registrano incrementi decrescenti dal 1968, anno in cui toccarono la punta massima di quasi mezzo milione di unità di incremento, toccando il livello dei 5 milioni di unità vendute: da tale data in poi, gli incrementi annuali sono minimi. Le lavatrici, in quanto prodotto più recente, risentono di una maggiore dinamica, ma anche le vendite di tali apparecchi hanno registrato, sul mercato della CEE, una flessione negli anni 1968-70, e le previsioni al 1972 sono di stabilizzazione su valori medi di 4,8 milioni di unità vendute annualmente (per inciso, va ricordato che l'utenza della lavatrice – sia lavabiancheria che lavastoviglie – è condizionata, più degli altri prodotti, dalla presenza di spazio e di impianti idrici nell'ambiente domestico). Se si esamina complessivamente il mercato europeo (paesi CEE-EFTA) si ha un'ulteriore conferma della prospettiva di una stagnazione del mercato, nonostante che tra i paesi EFTA si trovino paesi come l'Austria, il Portogallo, la Finlandia, che registrano ancora bassi livelli di consumo di elettrodomestici, ma il cui peso sul mercato totale è molto limitato.

Complessivamente, quindi, il mercato dei paesi CEE-EFTA appare, per il prossimo biennio, stabilizzato su quantitativi di vendita intorno ai 7 milioni di cucine, ai 7,6 milioni di frigoriferi, ai 6,3 milioni di lavatrici. In particolare in Italia, risulta dalle nostre più recenti indagini di mercato che gli acquisti per sostituzione di un elettrodomestico già impiegato nell'utenza familiare incidono ormai, sul totale delle vendite, per il 40 per cento per i frigoriferi, per il 37-40 per cento per le cucine, per il 27-30 per cento per le lavatrici. A questo fattore di rallentamento del mercato si aggiunga che, come risulta da indagini recenti e come è comprovato dalla esperienza comune, la famiglia italiana è più propensa all'acquisto di beni « ostentativi » come l'automobile, in alternativa a beni funzionali ed ormai da tempo non più ostentativi quali gli elettrodomestici. Le stesse indagini confermano che, nell'acquisto di sostituzione di un apparecchio domestico, in caso di scelte alternative, la precedenza è stata finora quasi sempre data al televisore, rispetto agli elettrodomestici « bianchi » che stiamo qui esaminando.

L'aspetto più preoccupante del fenomeno è tuttavia costituito dal divario che riteniamo cominci a verificarsi tra la capacità produttiva globale e l'andamento della domanda globale. Va premesso, a tale riguardo, che la produzione di apparecchi domestici in Europa presenta ovviamente degli andamenti diversificati, nel tempo, rispetto a quelli delle vendite, sia per il diverso comportamento delle industrie rispetto al mercato, sia perché figurano come produttori altri paesi non compresi abitualmente nelle statistiche dei consumi, come la Spagna e la Jugoslavia. È tuttavia sintomatico, ed insieme preoccupante, il fatto che il *trend* generale dell'offerta non solo non coincida con quello della domanda, ma risulti in netto e progressivo incremento. La produzione di cucine nei paesi della CEE, ad esempio, è passata da 4,3 milioni di unità prodotte nel 1965 a 5,3 milioni nel 1969; è sti-

mata ad oltre 6 milioni nel 1970, con ulteriore incremento previsto a 6,5 milioni di unità nel 1972. Anche la produzione di frigoriferi, nel l'ambito della CEE, è passata da 5,3 milioni di unità nel 1965 a 7,4 milioni di unità nel 1969, e dovrebbe toccare gli 8,3 milioni nel 1972. Per le lavatrici, l'incremento è da 4,1 milioni di unità nel 1965 a 5,4 milioni nel 1969, con previsioni di incremento a circa 6,4 milioni di unità produttive nel 1972. Se poi si considerano gli andamenti produttivi consuntivi e previsti fino al 1972 anche per i Paesi EFTA, le previsioni di capacità produtitva potenziale europea nei prosimi anni passano ad un totale di circa 9 milioni all'anno di cucine, di oltre 10 milioni di frigoriferi, di 7,5 milioni di lavabiancheria e di 1,7 milioni di lavastoviglie.

Particolarmente significativo è infine l'affacciarsi sul mercato di nuovi produttori già citati quali la Spagna e la Jugoslavia, con quote non certo trascurabili di produzione locale, a prezzi per molti aspetti competitivi, frutto di possibili e inevitabili manovre di *dumping*.

L'incidenza rilevante della produzione italiana sul totale della produzione europea è espressa da una quota superiore al 30 per cento per le cucine, ed intorno al 48 per cento per i frigoriferi, al 36-37 per cento per le lavabiancheria, al 43 per cento per le lavastoviglie. Questo notevolissimo apporto alla produzione europea, se da un lato conferisce apprezzabili vantaggi all'industria italiana degli elettrodomestici, d'altro lato attribuisce un peso determinante di responsabilità europea, e non solo nazionale, alle sue scelte produttive ed alle sue politiche di sviluppo.

L'esame della situazione generale del settore non sarebbe però completo se non si facsse un cenno anche della struttura interna del settore e del grado di concentrazione della produzione. È stato giustamente e da più parti rilevato che il settore degli apparecchi domestici incomincia a presentare, sotto il profilo industriale, caratteri marcatamente oligopolistici, almeno per i frigoriferi e le lavatrici: per questi due prodotti, non più di 12 imprese, in Europa, forniscono circa il 60 per cento (frigoriferi) ed il 65 per cento (lavatrici) della produzione della CEE (nel settore delle cucine la concentrazione è minore, intorno al 35 per cento del totale, per la presenza e la prevalenza numerica di piccole e medie imprese produttri).

La posizione dell'industria italiana, tuttavia, se rapportata al fenomeno della concentrazione produttiva in Europa, è ben lontana da quelle posizioni di « monopolio » che vengono superficialmente contestate a molte delle principali imprese del settore. Se è vero che la produzione globale dell'industria italiana ha, come detto in precedenza, una rilevante incidenza sul totale della produzione europea, è anche vero che l'apporto delle singole imprese a questo totale risulta ovviamente di ben più limitata entità. Il gruppo Zanussi, ad esempio, pur essendo la maggiore fonte produttiva europea del settore, fornisce un apporto al totale della produzione europea del 16 per cento per i frigoriferi, del 15 per cento per le cucine, del 16 per cento per le lavabiancheria e del 12 per cento per le lavastoviglie, secondo dati di stima per l'anno in corso.

Direttamente legato al grado di concentrazione industriale della produzione del settore è peraltro anche il grado di sviluppo e di efficienza dell'apparato distributivo, con tutta la rete di « servizi » che vi è connessa. La competitività tra le imprese europee operanti in questo settore è perciò duplice: vi è una competitività a livello commerciale, che riguarda i canali distributivi adottati, la estensione e l'efficienza dei servizi post-vendita, la disponibilità ed i criteri d'impiego dei mezzi promozionali e pubblicitari, i livelli dei prezzi agli importatori, ai rivenditori ed al pubblico, ed il grado di influenza, anche sotto questo aspetto, delle « economie di scala » nella struttura e nella gestione commerciale; e vi è una competitività a livello industriale, che riguarda i prodotti, i processi di fabbricazione, i livelli di costo ed il grado di influenza delle « economie di scala » nella gestione industriale.

Ovviamente queste affermazioni non sono dimostrabili con dati generalizzati. Le comparazioni inter-aziendali e inter-mercati sono possibili solo con riferimento ad aziende e situazioni specifiche. Noi stessi incontriamo rilevanti difficoltà nel procedere a queste comparazioni, anche perché vi è un elemento di fondamentale importanza da tenere in considerazione. Tale elemento può sintetizzarsi nei seguenti termini: mentre l'industria italiana degli apparecchi domestici è nata e si è sviluppata in imprese specializzate, che su originarie lavorazioni meccaniche hanno innestato lavorazioni e produzioni elettrotecniche, le maggiori industrie europee di elettrodomestici hanno trattato e trattano tuttora questi prodotti solo come una branca, e non sempre la più importante, delle loro attività produttive. Bastino alcuni riferimenti: mentre le maggiori imprese

italiane del settore producono soltanto apparecchi domestici, imprese come la Siemens, la Bosch e la AEG in Germania, o il gruppo Thomson-Houston-Brandt in Francia producono elettrodomestici in alcuni stabilimenti di una particolare « divisione » del gruppo, che è prevalentemente un gruppo elettromeccanico ed elettronico, fin dalle sue origini.

Ora, se la specializzazione di prodotto delle imprese italiane può conferire certi vantaggi, non sono da sottovalutare i vantaggi delle produzioni di elettrodomestici di questi grandi gruppi stranieri, che possono contare su risorse finanziarie non comparabili con le nostre, che beneficiano di strutture centralizzate di ricerca, di *marketing*, di organizzazione, e, che possono, quindi, meglio e più a lungo sostenere avverse condizioni congiunturali e di mercato, disponendo del supporto loro fornito dall'appartenenza ad un grande gruppo, operante su scala internazionale. A maggior ragione, ciò va rilevato per le filiali europee di gruppi americani, che pur non avendo finora conseguito apprezzabili risultati, per la sostanziale estraneità delle loro politiche di prodotto e di prezzi rispetto alla mentalità del mercato europeo, dispongono di una capacità di resistenza e di penetrazione a lungo termine che non va sottovalutata, specialmente da parte dell'industria italiana del settore.

Spero di aver dato, con questa somma di dati e di indicazioni, un quadro sufficientemente informativo della situazione attuale del settore, inserito nel quadro generale dell'industria e del mercato europeo. Tra le conclusioni che se ne devono logicamente trarre, alcune sono di speciale importanza, e richiedono, a mio avviso, una precisa puntualizzazione:

1) Nel corso di questi ultimi anni, la crescita continua delle capacità produttive italiane ed il rapido raggiungimento di livelli di alta saturazione sul mercato interno hanno imposto la ricerca e l'attuazione di sbocchi all'esportazione per gli elettrodomestici italiani. Tali sbocchi rappresentano ormai una componente pari, se non superiore al 60 per cento del fatturato del settore, come è stato dimostrato dai dati forniti dal Presidente dell'ANIE nella sua relazione introduttiva. È con ciò dimostrato e confermato che la componente dell'esportazione ha un peso decisivo nella vita del settore: se non fosse possibile mantenere e sviluppare tale componente, vi sarebbe la drammatica alternativa di una massiccia disoccupazione, per effetto della contrazione dei programmi produttivi del settore; tornerebbe cioè a proporsi la drammatica alternativa tra l'esportare prodotti o l'esportare mano d'opera.

2) All'interno della componente della esportazione, ha un peso rilevante la voce « terzisti », cioè la fornitura di prodotti finiti a committenti esteri, che hanno trasferito in Italia la loro produzione, effettuata da varie imprese del nostro settore, per conto e con marchio di tali committenti. È difficile stimare quanto incida tale particolare forma di esportazione sul totale dell'esportazione di apparecchi « bianchi », ma si può attendibilmente ritenere che essa ne rappresenti il 35-40 per cento. Si tratta naturalmente di una media generale, che varia notevolmente da azienda ad azienda. Tale fenomeno, se da un lato può prestarsi a positive considerazioni sul grado di affermazione della nostra industria e sulla rinuncia di importanti concorrenti stranieri a proseguire direttamente nell'attività produttiva in questo settore, d'altro lato può avere anche significati non del tutto positivi: non solo perché queste forniture vengono, in molti casi, effettuate a livelli di ricavo del tutto marginali, ma anche perché implicano il trasferimento, sulle imprese italiane del settore, dell'onere e del rischio di investimenti per adeguamento e rinnovo tecnologico degli impianti, che le imprese straniere non intendono evidentemente sostenere in un settore ormai non suscettibile di ulteriori sviluppi né di tassi apprezzabili di redditività. In sostanza, nonostante i rilevanti successi incontrati anche all'estero dagli apparecchi domestici italiani, dobbiamo riconoscere che si tratta di prodotti relativamente « poveri », a bassa redditività, il che spiega il graduale abbandono di queste produzioni da parte di grandi gruppi europei.

3) L'esportazione degli elettrodomestici italiani, sia che avvenga in forma diretta, sia che avvenga con le predette forniture ai « terzisti », è soggetta a tutti i vincoli e gli oneri di una normativa in materia di sicurezza e prestazioni, che è ancora lontana dall'uniformità. In molti casi, singole norme nazionali vengono anzi impiegate come espediente per erigere barriere tecniche all'entrata di prodotti italiani, quando questa assuma dimensioni considerevoli. Ora, l'adeguamento alle varie norme nazionali ed alle norme internazionali impone ai costruttori dei notevoli costi di differenziazione, sia in sede di progettazione che in sede di fabbricazione e di successiva certificazione dei pro-

dotti, che non sempre si possono interamente recuperare nella formulazione dei prezzi di vendita. Lo stesso onere dei costi di differenziazione vale anche nel caso delle forniture a « terzisti », che di regola richiedono gamme di prodotti e di modelli rispondenti a loro precise richieste strutturali ed estetiche. Anche sotto questo aspetto, quindi, l'esportazione italiana incontra notevoli difficoltà d'ordine operativo ed economico, che si traducono, nella gestione industriale, in una crescente complessità dei processi di programmazione e di gestione delle scorte.

4) L'evoluzione dei prodotti del settore nel decorso quindicennio ha portato i prodotti stessi ad un livello di maturità tecnica, funzionale ed estetica, oltre il quale è difficile intravedere, a breve termine, nuovi rilevanti sviluppi. Per evitare la « stagnazione » del prodotto e per corrispondere ad una domanda qualitativamente sempre più evoluta, occorre perciò impostare ed attuare una consistente ricerca innovativa sui materiali, sui processi di fabbricazione, sui princìpi stessi su cui si basano le attuali tecniche di cottura, di refrigerazione, di lavaggio. Tale ricerca innovativa dovrebbe peraltro estendersi anche alle indagini di mercato e alle tecniche di distribuzione e di vendita, che in larga parte sono correlate, date le attuali caratteristiche del mercato, alla dinamica ed al comportamento della domanda. È evidente che le possibilità di questa ricerca, in funzione di un nuovo e rilevante « salto di qualità » per l'industria italiana degli apparecchi domestici, sono legate alla disponibilità di ingenti mezzi finanziari; ed è altresì evidente che tale disponibilità si connette con le dimensioni delle imprese, con le loro capacità di pianificare a lungo termine, con i loro rapporti e legami tecnico-scientifici su scala internazionale.

5) In parallelo con il processo di consolidamento e sviluppo del settore, e soprattutto con le operazioni di intese, fusioni e concentrazioni che si sono verificate in questi ultimi anni in Italia, si è registrato un clima di crescente tensione nei rapporti sindacali nelle imprese del settore: tensione che in pratica, dal 1969 ad oggi, si è tradotta in una « conflittualità permanente », su basi rivendicative e con forme di lotta sostanzialmente non dissimili da azienda a azienda. Le organizzazioni sindacali dei lavoratori hanno in effetti individuato l'industria degli elettrodomestici come uno dei settori su cui concentrare la loro pressione, muovendo da interpretazioni e valutazioni di mercato e di dati di gestione che tendono a presentare il settore come particolarmente redditizio e quindi aggredibile sia sotto il profilo economico che sotto quello organizzativo, in funzione degli obbiettivi sindacali.

La descrizione della situazione e delle prospettive del settore che, sia pure in termini del tutto sintetici, ho cercato di documentare, costituisce già, di per sé, una motivata risposta in merito. Di tale risposta, due componenti meritano però di essere ripetute e confermate in modo estremamente preciso:

a) è vero che nel decennio 1958-1968 la industria italiana degli elettrodomestici ha realizzato continui incrementi di sviluppo ed ha operato in condizioni di costante redditività: ma tali condizioni sono state generalmente utilizzate per conseguire, attraverso l'autofinanziamento, quegli sviluppi tecnologici e dimensionali, senza dei quali oggi non esisterebbe l'industria italiana degli elettrodomestici e non si sarebbero create decine di migliaia di posti di lavoro in tale settore;

b) nel triennio 1969-1971 si è andato delineando sempre più nettamente (ed oggi si manifesta in termini estremamente preoccupanti) un « punto di svolta » nel mercato e quindi dell'attività industriale del settore, proprio nel momento in cui esso dovrebbe disporre di ingenti risorse per adeguarsi alle esigenze della competitività internazionale ed alla minaccia di ritorno della concorrenza straniera; la conflittualità sindacale viene quindi ad inserirsi in una fase che è ad un tempo congiunturale e strutturale, minacciando di dissestare pesantemente la già difficile efficienza delle aziende e quindi la loro capacità di mantenere i livelli di mercato europeo, che sono la condizione indispensabile per la loro stessa sopravvivenza.

Queste affermazioni possono essere ampiamente sorrette e documentate da riferimenti precisi a singole situazioni aziendali. Ritengo perciò di poter ora affrontare la seconda parte di questa relazione, trattando della situazioni e dei problemi di uno dei principali protagonisti di questo settore, e cioè del gruppo Zanussi, che ho qui l'onore di rappresentare quale presidente della Società per azioni Industrie A. Zanussi con sede in Pordenone, e quale responsabile del gruppo di aziende che ad essa fanno capo.

Ritengo opportuno sintetizzare la mia esposizione in merito, in tre punti principali: una breve descrizione del profilo di sviluppo

della Zanussi fino al 1968; una precisazione sulla nostra politica industriale e commerciale nel triennio 1968-70; una indicazione della situazione e dei problemi attuali del gruppo Zanussi, che sono per molti aspetti significativi della situazione generale di tutto il settore. Ritengo quindi utile premettere all'esposizione dei problemi attuali un brevissimo profilo storico delle Industrie Zanussi, perché tale profilo contiene le premesse di molte delle operazioni e degli sviluppi più recenti.

La storia della Zanussi, negli anni dal 1950 al 1960, non è sostanzialmente dissimile da quella di altre imprese del settore. Da una « matrice » iniziale di lavorazioni meccaniche (riparazione e produzione, in modeste quantità, di cucine a legna), l'azienda era passata, dal 1945 al 1950, alla produzione di fornelli e cucine a gas, assumendo la dimensione di piccola ma efficiente azienda industriale. Da questa esperienza iniziale di produzioni meccaniche la Zanussi ha avviato e sviluppato, a partire dal 1950, la produzione di frigoriferi, in parte motivata dalla necessità di disporre di un prodotto compensativo rispetto alla stagionalità delle cucine a legna ed a gas, ma in più larga parte motivata da una ragionata convinzione della possibilità di soddisfare una domanda potenziale, con criteri innovativi nel prodotto e nei sistemi di produzione. La stessa convinzione ha indotto l'azienda, tra il 1957 e il 1958, ad affrontare la produzione di un terzo apparecchio domestico, la lavatrice, di complessità tecnica superiore ai precedenti, ma ancor più suscettibile di innovazioni, come ha dimostrato il rapido sviluppo di tale prodotto ed il successo che esso ha ottenuto sul mercato.

Alla fine del « decennio '50 », la Zanussi disponeva quindi della gamma completa degli apparecchi – base per l'attrezzatura domestica: fornello e cucina, frigorifero, lavatrice. Nel contempo, l'azienda operava, con apprezzabili risultati, anche nel settore dei « grandi impianti », cioè delle apparecchiature di cottura, lavaggio e refrigerazione per alberghi e collettività. Questo sviluppo aveva portato l'azienda, dalle poche decine di dipendenti nel 1945, ad un migliaio di dipendenti nel 1955, ed a circa tremila dipendenti nel 1960.

A questo punto, l'azienda aveva già conseguito una dimensione industriale rilevante nel suo settore, che le imponeva di programmare e proporsi degli obbiettivi ben precisi per il suo futuro. Tali obbiettivi, formulati all'inizio del « decennio '60 », si possono così sintetizzare:

procedere ad uno sviluppo verticale delle lavorazioni, divenendo auto-produttrice di componenti e semilavorati, la cui produzione interna venisse resa conveniente dalle dimensioni quantitative delle produzioni di apparecchiature finite, nonché rispetto alle difficoltà di approvvigionamento di taluni componenti sul mercato interno;

assumere direttamente l'iniziativa, la organizzazione e il controllo della distribuzione in Italia, per svolgere una precisa politica di marca, di prezzi, di gestione dei servizi post-vendita;

affrontare decisamente l'esportazione dei propri prodotti, in funzione sia delle previsioni di rapida saturazione del nostro mercato interno, sia della possibilità di entrare ormai in diretto confronto con i prodotti della concorrenza europea più qualificata.

Queste decisioni-chiave costituiscono il movente e la spiegazione dello sviluppo veramente eccezionale che l'azienda ha avuto nel periodo 1960-1968, e che può essere sintetizzato nei seguenti dati:

5.000 dipendenti nel 1963, 6.800 nel 1965, 9.000 nel 1967, oltre 12.000 nel 1968;

un indice di fatturato che, su base 100 nel 1963, passava a 125 nel 1965, a 180 nel 1967, a 250 nel 1968;

una percentuale di quota di esportazione sul totale delle vendite che già nel 1963 toccava il 25 per cento, per passere al 35 per cento nel 1965 ed al 38 per cento nel 1968.

Alla fine del 1968, la Zanussi poteva affermare di aver collocato sul mercato italiano ed estero, in oltre 50 anni di attività (ma praticamente in meno di un ventennio di gestione su scala industriale), oltre 2 milioni e mezzo di fornelli e cucine a gas, quasi 3 milioni di frigoriferi, oltre un milione di lavatrici. Nel contempo, si era avviato un processo di diversificazione di sviluppo, con lo scorporo dell'attività nel settore dei « grandi impianti » in una azienda autonoma, e con l'avvio di una produzione su scala industriale di apparecchi televisivi, che costituiva l'inizio di ingresso della Zanussi anche nel settore dell'elettronica.

Il 1968 segna l'inizio di una terza fase nella storia e nello sviluppo della Zanussi, per due diverse ragioni. La prima è la scomparsa dell'ingegner Lino Zanussi, l'imprenditore che era stato l'artefice e il protagonista degli sviluppi e dei successi fino allora conseguiti, ed alla cui memoria desidero rendere, in questa sede, un reverente omaggio.

La seconda è l'inizio di una nuova e diversa strategia aziendale, le cui grandi linee erano state definite ed avviate dallo stesso ingegner Zanussi, e costituiscono la chiave di spiegazione dei fatti recenti e della nostra situazione attuale.

Tale nuova strategia aziendale si può esprimere, con l'indispensabile sinteticità, in tre punti essenziali:

1) La constatazione che ci si stava avviando verso un livello di capacità produttiva globale, in Italia ed in Europa, tale da rendere sconsigliabile la creazione di ulteriori capacità produttive, che sarebbero risultate in eccesso rispetto alla domanda globale del mercato. Di qui l'obbiettivo della Zanussi di ampliare ulteriormenle le sue dimensioni, non tanto con la creazione di nuove unità produttive, quanto con l'acquisizione e l'aggregazione di capacità già esistenti. Va precisato che tale ulteriore ampliamento di dimensioni era richiesto non gà da ambizioni di gigantismo industriale o da intendimenti monopolistici, ma da precise ragioni di politiche di prodotti, di costi, di mercato, che avrò modo in seguito di chiarire e precisare.

2) La convenienza, in ogni caso, di una pausa nello sviluppo degli insediamenti e delle attività industriali nella zona del Pordenonese, nella quale la Zanussi poteva vantare di aver dato soluzione ad un secolare problema di occupazione delle forze di lavoro disponibili, in alternativa alla tradizionale soluzione dell'emigrazione: ma proprio questa soluzione aveva creato una situazione di sostanziale equilibrio nel rapporto tra domanda ed offerta di lavoro, che era socialmente ed economicamente opportuno non alterare.

3) La necessità di disporre di dimensioni, capacità produttive e quote di mercato tali da poter decisamente inserirsi tra le aziende di livello europeo, e da poter avviare e spingere a fondo l'indispensabile processo di « internazionalizzazione » della attività dell'azienda, già di fatto operante sia con l'incremento dell'esportazione, che con i rapporti di rilevante entità in corso con clienti « terzisti » europei.

I primi due punti stanno alla base delle operazioni condotte, tra il 1968 e il 1970, dalle Industrie Zanussi con l'acquisizione delle aziende Becchi di Forlì, Stice di Firenze e Castor di Torino. Tale acquisizione ha avuto peraltro un movente corrispettivo da parte delle suddette aziende, alle quali urgeva una soluzione in termini di sopravvivenza. Si trattava infatti di aziende di dimensione media rispetto al settore italiano, ma decisamente piccola rispetto al settore europeo; di aziende che non potevano proseguire nella politica di trattare tutta la gamma degli apparecchi domestici, con produzioni fornite parzialmente da terzi, disponendo di quote di mercato inferiori al limite di sopravvivenza autonoma; di aziende che non potevano nemmeno puntare sulla netta specializzazione su un solo prodotto, per tutti i rischi che comportava e comporta la gestione di una azienda monoprodotto.

Si aggiungano le difficoltà finanziarie e le carenze di *management* in alcune di esse, e la loro imposibilità di sostenere oneri crescenti di distribuzione e di servizi post-vendita su volumi di fatturato di limitata entità. La politica della Zanussi di acquisire capacità produttive già esistenti ha perciò largamente coinciso, in questi casi, con la ricerca, da parte delle suddette aziende, di un inserimento in una più vasta dimensione aziendale e di mercato, nella quale beneficiare di economie di grande scala, soprattutto nel campo degli approvvigionamenti, della razionalizzazione delle tecnologie, della ricerca e della progettazione, della distribuzione e dei servizi.

Considerazioni molto diverse devono essere fatte per la più recente acquisizione della Zoppas di Conegliano e, con essa, della Triplex di Milano-Solaro. È noto che la società Zoppas, pur avendo registrato, fino al 1965 sviluppi industriali e di mercato non dissimili, sul piano qualitativo, da quelli conseguiti dalla Zanussi, era rimasta, dopo il 1965, in una situazione di relativo immobilismo, alla quale aveva fatto seguito la discutibile acquisizione della società Triplex e quindi l'inzio di un progressivo aggravamento delle condizioni di gestione, che avevano seriamente compromesso l'equilibrio economico aziendale: fino a che, verso la metà dello scorso anno, si era profilata una situazione finanziaria dell'azienda ormai prossima al dissesto. Tale situazione presentava, nella prospettiva della cessazione di attività dell'azienda, pesantisime conseguenze sociali per la zona di Conegliano, nonché conseguenze politiche per la grave perdita di prestigio che avrebbe subìto all'estero l'industria italiana degli elettrodomestici.

A fronte di tale situazione, vi erano due sole alternative: o l'intervento massiccio del capitale straniero, che avrebbe trasferito altrove i centri decisionali di questa importante azienda (tra le prime cinque del settore in

Italia), oppure l'intervento diretto di una azienda italiana. A tale intervento la Zanussi è stata da più parti fortemente sollecitata, ed ha ritenuto di dovere non sottrarsi al pur pesante onere che comportava questa operazione, al fine di contribuire decisamente alla sopravvivenza e alla continuità della Zoppas, di impedire il suo passaggio in mani straniere, e di difendersi da eventuali contraccolpi negativi che per la stessa Zanussi avrebbe provocato il tracollo della Zoppas.

L'acquisizione della Zoppas ha peraltro comportato anche quella della società Triplex, in condizioni finanziarie, di gestione e di organizzazione industriale e commerciale estremamente gravi, che ci hanno imposto una serie di drastici interventi per evitare quella che sarebbe stata un'operazione altrimenti necessaria, quale la chiusura di questa azienda.

Devo perciò chiaramente precisare che mentre le operazioni effettuate nei confronti delle società Becchi, Stice e Castor rientravano in un piano preordinato di sviluppo della Zanussi, l'operazione Zoppas-Triplex ha avuto carattere di emergenza, essendo stata per molti aspetti determinata da circostanze e situazioni estranee alle nostre previsioni ed ai nostri obiettivi di sviluppo. È un onere che ci siamo responsabilmente addossati e che ci proponiamo di sostenere nel modo più adeguato, ma che ci ha riproposto in termini nuovi e diversi tutta la dimensione e la strutturazione del gruppo Zanussi nel settore degli apparecchi domestici.

Venendo ora al terzo punto in precedenza indicato, quello della politica di « internazionalizzazione » del gruppo Zanussi, posso precisare che questa politica è stata avviata, e si va tuttora attuando, secondo queste direttrici principali:

a) creazione di attività industriali all'estero: è il caso della consociata spagnola « Ibelsa », a capitale misto italo-spagnolo, per la produzione e la vendita di elettrodomestici, su licenza Zanussi, in un mercato in fase di notevole sviluppo, ma sostanzialmente precluso alle nostre esportazioni di prodotti finiti per l'elevatezza dei dazi doganali ed il regime di contingentamento delle importazioni; è pure il caso delle trattative in corso con l'impresa Jugoslava « Rade Konçar », per la costituzione di un'impresa comune Zanussi-Konçar per la produzione di elettrodomestici in Jugoslavia, quale premessa suscettibile di futuri sviluppi per la nostra penetrazione sui mercati dell'est europeo;

b) cessione del nostro *know-how* industriale all'estero: è il caso dei Paesi del « terzo mondo », che sono in gran parte preclusi all'importazione di nostri prodotti finiti, e intendono invece industrializzarsi con l'acquisizione di licenze di fabbricazione di nostri prodotti; (licenze che comportano la fornitura, da parte Zanussi, di progetti di stabilimenti completi o di linee di montaggio di parti staccate da noi fornite, con nostra diretta assistenza tecnica e, in qualche caso, anche con nostra partecipazione finanziaria);

c) acquisizione di *partners* stranieri nella nostra attività industriale: è il caso del nostro accordo con la AEG tedesca, che prevede una partecipazione, sia pure di minoranza, della AEG nella nostra produzione di elettrodomestici, da attuarsi in una società comune alla quale la Zanussi dovrebbe apportare la sua attuale capacità produttiva in questo specifico settore.

Desidero precisare con chiarezza il movente fondamentale di questo nostro accordo con l'AEG. Poiché il nostro *partner* tedesco è uno dei nostri clienti « terzisti » più importanti, ed attinge rilevanti quantità di produzione, con il suo marchio, presso i nostri stabilimenti, ci è sembrato logico convenire una sua diretta partecipazione all'onere finanziario dei continui investimenti di adeguamento, di rinnovo e di efficienza tecnologica che la nostra produzione richiede, soprattutto per far fronte a gamme di prodotti particolarmente differenziate. Inoltre tale accordo ha lo scopo di rendere più vincolante e stabile il rapporto con questo particolare cliente, e di creare le premesse per una eventuale attività comune nel campo della ricerca innovativa, cui ho già accennato in precedenza, e per la quale la collaborazione internazionale è, per l'industria italiana, un fattore positivo di importanza determinante.

Dopo aver brevemente indicato gli obbiettivi di questa terza fase di sviluppo, che è tuttora in corso, desidero ora riassumere le caratteristiche principali del gruppo Zanussi, alla data attuale. Il gruppo Zanussi è un complesso di aziende, di cui la capogruppo è la Società per azioni Industrie A. Zanussi. L'attività preponderante del gruppo è la produzione e la vendita di apparecchi domestici, ma fanno parte del gruppo anche aziende e stabilimenti operanti in settori diversificati.

Nel settore dei già citati « grandi impianti » operano la Zanussi Grandi Impianti società per azioni, la Zoppas Grandi Cucine società per azioni, e complementariamente la società Italiana Macchine Distribuzione (IMD) di Bergamo. Nel settore dell'elettronica, due

nostri stabilimenti, a Pordenone ed a Campoformido, producono televisori, radio, registratori, ed apparecchiature televisive per impiego professionale e industriale; stiamo inoltre preparandoci ad entrare, con peso adeguato, nel settore delle video-cassette e nella TV a colori, non appena sarà finalmente definita la scelta del sistema. Nel settore delle produzioni complementari ed ausiliarie, disponiamo di stabilimenti, ubicati in varie località del Friuli e del Veneto, per la produzione di componenti elettromeccanici, metallurgici e plastici, prevalentemente impiegati nella fabbricazione di apparecchi domestici, ma utilizzati anche, in minor misura, dagli altri settori citati.

Limitandoci tuttavia al settore degli elettrodomestici che oggi fa capo alle società Zanussi, Zoppas e Triplex, alcuni parametri possono fornire un'idea della dimensione e dell'importanza di questo settore. Su un totale di dipendenti del gruppo Zanussi, al 31 dicembre 1970, di oltre 30.000 unità, gli addetti al settore apparecchi domestici (prodotti finiti, produzioni complementari ed ausiliarie, organizzazione commerciale e di servizi) assomamno a 25.150 unità. Ciò corrisponde ad una massa salariale erogata che è assommata per il 1970, ad oltre 65 miliardi: il costo complessivo del lavoro impiegato nel settore rappresenta una percentuale intorno al 30 per cento sul fatturato, con variazioni anche sensibili fra Zanussi e Zoppas, dato il diverso grado di integrazione verticale delle produzioni. Su un fatturato totale del gruppo di 237 miliardi di lire (consuntivo 1970), il settore degli elettrodomestici ha dato un apporto intorno ai 200 miliardi. Tradotto in termini di percentuali di mercato, questo significa che il gruppo Zanussi detiene attualmente, sul mercato italiano, quote di vendita che vanno dal 25 per cento nelle lavastoviglie al 38 per cento nei frigoriferi, ad oltre il 40 per cento nelle lavatrici ed al 45 per cento nelle cucine. Su scala europea, le suddette percentuali sono valutabili in termini di produzione, più che di vendita, per le obbiettive difficoltà di valutazioni analitiche di mercato: sono le percentuali che ho già citato nella prima parte della mia esposizione, e che confermano la posizione rilevante, ma ben lontana da una situazione « monopolistica » del nostro gruppo sul mercato europeo.

La ripartizione delle nostre vendite è attualmente del 48 per cento sul mercato interno, e del 52 per cento sui mercati esteri. Le nostre vendite all'estero si ripartiscono, a loro volta, in un 62 per cento di esportazione diretta, e in un 38 per cento di forniture ai « terzisti », già più volte citati. Desidero qui sottolineare che le nostre esportazioni dirette, con nostri marchi, vengono effettuate, nei paesi europei, attraverso società commerciali da noi direttamente controllate, che operano quindi come nostre filiali, e che sono in numero di 10 per i marchi Zanussi e di 4 per i marchi Zoppas.

La creazione, l'avviamento ed il sostegno dell'attività di queste società-filiali implicano rilevanti oneri finanziari che affrontiamo come un investimento necessario ad assicurarci una presenza permanente sui mercati della CEE e sui più importanti mercati dei paesi dell'EFTA; abbiamo infatti necessità di perseguire, in questa fase iniziale, un diretto controllo dei canali distributivi all'estero, per orientare le nostre politiche di prodotto, di prezzi, di azioni promozionali e pubblicitarie, che valgano ,ad introdurre stabilmente i nostri prodotti su questi mercati.

Queste ultime considerazioni si collegano ad un problema di portata più generale, riguardante le connessioni tra gestione commerciale e gestione industriale dei prodotti. Per sostenere sul mercato interno le politiche di marche nostre originarie ed acquisite (Rex, Naonis, Zoppas, Triplex, Becchi, Castor, Stice ed altre marche minori), e per affermare i nostri prodotti sui mercati esteri con i nostri marchi o con i marchi dei « terzisti », dobbiamo operare una sistematica differenziazione dei prodotti stessi. Tale differenziazione inizia dalla progettazione e si sviluppa negli approvvigionamenti di materiali e componenti, nella programmazione della produzione, nei processi di fabbricazione, nella gestione dei magazzini e nel movimento logistico dei prodotti.

Tutto ciò comporta dei rilevantissimi oneri di gestione, ma soprattutto una efficiente organizzazione interna ed una regolarità di svolgimento dei programmi produttivi che dal 1969 ad oggi non ci è stata più consentita dalle vicende sindacali nel nostro settore, come pure in quelli dei nostri fornitori.

Devo far qui rilevare che dopo aver subito, nel corso del 1968, la perdita di 630.000 ore di lavoro per scioperi e agitazioni, la Zanussi ha subito nel 1969 una perdita di 2.500.000 ore. Anche nel corso del 1970 si è registrata una perdita di circa 280.000 ore; mentre già nel primo quadrimestre di quest'anno abbiamo dovuto subire, nel complesso del gruppo Zanussi-Zoppas, per la nota vertenza in corso, la perdita di oltre 1.700.000 ore di lavoro. Alla gravità di tali perdite è da aggiungere il dis-

sesto organizzativo che esse comportano: dissesto che da un lato ha gravemente compromesso l'esecuzione dei nostri programmi di vendita sul mercato interno, dall'altro ha reso i nostri clienti stranieri sempre più diffidenti e sfiduciati nei confronti della regolarità e tempestività delle consegne dei nostri prodotti, giungendo, in molti casi, a dilazionare, sospendere o disdire gli ordini di fornitura.

Non per questo rinunciamo tuttavia a formulare ed a cercare di attuare, nei limiti consentiti dalle presenti difficoltà, i nostri programmi di ristrutturazione del gruppo del settore degli apparecchi domestici. Tali programmi, almeno per quanto riguarda il breve-medio termine del prossimo triennio, si possono compendiare in alcuni punti essenziali:

1) riesame organico dell'intera capacità produttiva del gruppo, con redistribuzione di tali capacità negli stabilimenti delle due aziende Zanussi-Zoppas, puntando, in alcuni casi, alla formula degli stabilimenti specializzati su un solo prodotto. Tale formula, che potrebbe essere criticabile se considerata isolatamente, ha una sua logica sia nella convenienza di spingere a fondo i vantaggi tecnico-economici della specializzazione degli stabilimenti mono-prodotto, sia nella semplificazione della programmazione, degli approvvigionamenti e del movimento dei prodotti finiti. Ritengo sia, del resto, di intuitiva evidenza l'onerosità e la non convenienza del mantenimento di più gamme e linee di prodotto su singoli stabilimenti, la cui capacità produttiva ed i cui servizi tecnici vanno invece concentrati su una produzione specializzata, con prevedibili risultati positivi anche in termini di livelli di qualità della produzione stessa.

2) ristrutturazione delle reti di vendita in Italia ed all'estero, mantenendo differenziati, fin dove possibile e conveniente, i canali di vendita per singoli marchi, ma concentrando ed unificando la rete di servizi, che costituisce per molti aspetti un onere superiore a quello della gestione delle vendite. L'assistenza tecnica, le riparazioni, le forniture di ricambi comporterebbero, se frazionate in più organizzazioni, una dispersione di mezzi e di tempi che intendiamo assolutamente evitare. Per queste ragioni, l'unificazione della rete di servizi post-vendita Zanussi e Zoppas è un'esigenza che si impone e che ci proponiamo di realizzare gradualmente ma decisamente;

3) razionalizzazione delle politiche di prodotto, per ridurre al minimo i costi superflui di differenziazione e per unificare al massimo i materiali ed i componenti impiegati nei prodotti. È questo un tpico aspetto delle « economie di scala » che possono essere conseguite con le attuali dimensioni del gruppo Zanussi, ma che richiedono una riorganizzazione dei criteri di progettazione e di industrializzazione dei prodotti, anche e soprattutto in funzione della riduzione dei costi di produzione: riduzione che diviene sempre più difficile conseguire, e che tuttavia rappresenta una delle non molte risposte che ci è possibile tentare di dare al crescente aggravio dei costi del lavoro e delle spese generali;

4) proseguimento dell'opera di qualificazione della nostra organizzazione di vendita in Italia, in modo da fornire al consumatore un adeguato affidamento sulla scelta del prodotto più conveniente, sul prezzo del prodotto stesso (è qui il caso di citare la nostra campagna « prezzo pulito » tuttora in corso per il marchio Rex) e sulle garanzie di installazione e assistenza iniziale dell'apparecchio da parte del rivenditore; nel contempo, rafforzamento delle nostre organizzazioni di vendita all'estero, puntando, anche in questo caso, sull'integrazione delle reti di vendita Zanussi-Zoppas, e sulla affidabilità del nostro prodotto, in quanto prodotto italiano, presso la difficile clientela straniera;

5) potenziamento e sviluppo della nostra attività di ricerca innovativa, per l'evoluzione sia dei prodotti che delle tecnologie, in modo da prevenire i pericoli dell'obsolescenza tecnica commerciale delle nostre produzioni, da far fronte al possibile ritorno della concorrenza straniera, e da sviluppare attraverso l'innovazione, le nostre quote di mercato e con ciò i nostri margini di sicurezza e le nostre garanzie di continuità. Tale impegno nella ricerca dovrà peraltro estendersi anche a possibili obbiettivi di sviluppo diversificato su nuovi settori e nuovi prodotti, dati i limiti già rilevati ad ulteriori sviluppi nel settore degli elettromestici « bianchi ».

È ovvio che questi cinque primari obbiettivi che ho elencato hanno in comune un'esigenza ed una condizione: la savlaguardia dei livelli di occupazione nel gruppo Zanussi, nello specifico settore degli apparecchi domestici. Il consolidamento ed il mantenimento dei livelli di occupazione è peraltro condizionato non solo dalla nostra capacità di conseguimento dei predetti obbiettivi, ma anche da fattori che in parte sfuggono al nostro diretto controllo: tali sono l'incremento continuo dei livelli di costo, le vicende congiunturali dell'economia italiana ed europea, la ten-

denza alla conflittualità sindacale permanente che provoca irregolarità e discontinuità nei nostri programmi produttivi e ci fa operare in condizioni di crescente incertezza.

Non è seriamente possibile gestire una produzione che ormai, nel nostro gruppo, assomma complessivamente a 4.800.000 apparecchiature all'anno, senza disporre di un grado sufficiente di certezza sulla disponibilità di ore di lavoro, sui livelli di costo, sulla continuità e regolarità dell'attività produttiva. La stessa programmazione degli investimenti per il prossimo triennio, della quale mi riservo di fornire eventualmente i dettagli, e che prevede comunque un valore globale di circa 30 miliardi di investimenti per rinnovi e adeguamenti tecnologici in tutti gli stabilimenti del gruppo per il settore in esame, è una programmazione che deve assumere come certi alcuni parametri fondamentali di riferimento, pur ammettendo l'esistenza di alcune « variabili indipendenti » nel nostro sistema economico e sociale.

Soltanto alle suddette condizioni ci è quindi possibile dare garanzia di mantenimento dei livelli di occupazione, assicurare la continuità dell'attività di produzione e salvaguardare la nostra dimensione ed il nostro livello europeo. Nel contempo, avvertiamo l'utilità, anzi l'esigenza di inquadrare i nostri obbiettivi nell'ambito di una attendibile programmazione dello sviluppo economico nazionale, che tenga in adeguata considerazione il peso ed i problemi dell'industria degli apparecchi domestici come un bene di « consumo sociale ». Fino ad ora, tale esigenza non ha trovato adeguato riscontro: ma confido che proprio l'incontro odierno possa costituire una valida premessa allo stabilirsi di adeguate correlazioni tra i problemi del nostro settore e quelli più generali della politica economica nel nostro paese.

Con tale fiducia, ringrazio l'onorevole signor Presidente e gli onorevoli membri della Commissione per la cortese attenzione con cui hanno seguito la mia esposizione. Essa presenta certamente molte lacune, dovute soprattutto all'esigenza di sintetizzare. Anche per questo, rimango a loro completa disposizione per i chiarimenti e le precisazioni che intendessero richiedermi, sperando di poter dare, in tal modo, un contributo alla migliore conoscenza del gruppo Zanussi ed alla comprensione dei problemi e della situazione in cui esso opera.

PRESIDENTE. Dichiaro aperta la discussione sulle due relazioni.

LEPRE. Dalle relazioni fatte dal presidente dell'ANIE e dal ragionier Mazza, credo di aver capito che per il settore elettrodomestico il mercato è giunto al limite di saturazione per cui si è passati al mercato di sostituzione per una evidente contrazione della domanda. In questo quadro come si pensa, perlomeno, di mantenere gli attuali livelli di occupazione? Se è valido il discorso del presidente dell'ANIE, creare attività collaterali all'estero in un momento di difficoltà di collocamento nel mercato, non può forse risultare di ulteriore pregiudizio alla politica di mantenimento dei posti occupativi all'interno del territorio nazionale?

BAGGIANI. Nella relazione del ragionier Mazza credo siano state indicate quali sono le condizioni che dovranno essere rispettate per poter risolvere questo problema che non solo per il gruppo Zanussi ma per tutto il settore rappresenta uno degli obiettivi fondamentali, cioè quello di mantenere i livelli occupazionali attuali. Vi sono condizioni che il ragionier Mazza ha esplicitato in quattro o cinque punti primari che, riassumendo queste condizioni, sono la base sulla quale si possono mantenere i livelli attuali di occupazione.

MAZZA. Voglio fare una distinzione nella risposta, non come settore, ma come gruppo Zanussi. Ci sono accenni e riferimenti ad investimenti esteri che la Zanussi avrebbe fatto in Spagna e in Jugoslavia. Già ho detto quali sono le condizioni per le quali la Zanussi possa garantire il suo livello di occupazione, perché la sua politica instaurata da dieci anni a questa parte, va nella direzione di sostituire le produzioni altrui con la nostra. Siamo cioè partiti dal concetto che in Italia siamo ricchi soprattutto di braccia, per cui l'alternativa era o esportare la manodopera o i manufatti. Abbiamo scelto la seconda strada: e sotto questo aspetto riteniamo di poter dare un sufficiente grado di sicurezza, nella misura in cui è possibile avere un clima tranquillo per poter operare secondo canoni prescritti dalla condizione industriale, potendo così incrementare la nostra produzione e collocarla in sostituzione della produzione straniera, a prescindere dall'andamento del mercato.

Veniamo agli investimenti fatti in Spagna e in Jugoslavia. Per quanto riguarda la prima esistono dei contingenti di licenze di importazione che non vengono date da anni. L'industria è protetta ed inoltre vi sono dazi doganali del cinquanta-sessanta per cento, che rendono impossibile esportare la nostra produzio-

ne in Spagna. Poiché tuttavia vedevamo la possibilità di una integrazione della Spagna – in tempi più o meno lunghi – nel Mercato comune europeo, abbiamo preferito avere un inserimento attraverso il nostro *marketing* in loco, per poter domani integrarlo con il nostro. Tengo a precisare che se la mano d'opera spagnola ha un costo minore di quella italiana, ha anche un minore livello di produttività, tanto è vero che il prodotto spagnolo, per essere esportato, dovrebbe superare notevoli barriere di prezzo.

Gli investimenti che stiamo esaminando per la Jugoslavia – e che speriamo poter portare a termine – hanno l'esclusivo motivo di usare la Jugoslavia come ponte verso l'est, che a noi è precluso. Oggi non possiamo fare esportazioni di prodotti, possiamo soltanto fornire stabilimenti all'est. Noi però non riteniamo di essere pronti per poter fare questa operazione. Quindi avremmo interesse a fornire prodotti. Alla Jugoslavia è previsto di far fare soltanto alcuni modelli di prodotti, che necessariamente per poter essere commercializzati hanno bisogno di essere integrati con modelli di nostra produzione. È quindi attraverso questa formula che possiamo fare delle esportazioni verso l'est della nostra produzione.

ERMINERO. Mi pare che sia stato fatto chiaramente intendere come le linee dell'attuale produzione a livello di Mercato europeo svelano una accentuata presenza di saturazione della domanda, della risposta all'offerta. Le previsioni fatte per il 1972 modificano, accentuandolo, questo rapporto a livello europeo fra la domanda e l'offerta. Ora, mi pare che il quadro non sia roseo, stando alla situazione reale della produzione. Per quanto riguarda la ricerca, vorrei sapere se è vero che la Zanussi spende lo 0,50 per cento rispetto all'industria straniera concorrente. D'altra parte, si è detto che le industrie francesi e tedesche sono soprattutto delle industrie elettromeccaniche e quindi hanno un ciclo completamente verticalizzato e completo. L'accordo con la AEG tedesca potrebbe – data la scarsa incidenza della ricerca nel gruppo Zanussi proprio nel settore dell'elettromeccanica che è quello per il quale sono stati stabiliti tali accordi – accentuare i processi di verticalizzazione della produzione interna delle singole aziende?

Per quanto riguarda l'aspetto innovativo, è stato fatto accenno alla televisione a colori, alle video-cassette, e la realizzazione della prima potrebbe essere prossima. Il problema è più complesso: vengono ritenuti questi due momenti sufficienti per creare un nuovo mercato che possa far cadere il pessimismo delle previsioni circa l'offerta la risposta ad essa?

MAZZA. Non credo. A mio parere non ci sarà nessuna influenza, diciamo una scarsa influenza sotto questo aspetto. In ogni caso, se ci riferiamo all'insieme del mercato europeo, constatiamo che mentre nel mercato italiano vi è una diminuzione di domanda del trenta per cento, nel mercato estero la media di diminuzione è invece del dieci per cento. Quindi la media ponderata (tenendo conto del rapporto 60/40 tra esportazioni e vendite sul mercato interno) porta ad avere il 18 per cento di riduzione al livello CEE. Poiché c'era una spinta incrementativa delle capacità produttive, abbiamo un indice di capacità produttiva 120, a fronte di un indice 82 di contrazione della domanda. Questo divario è troppo forte per poter essere compensato dall'avvento della televisione a colori. Noi abbiamo lo stabilimento per la produzione di televisori a più alta capacità produttiva italiana, ma, al livello europeo siamo ancora tra i minori. Questa capacità produttiva non è utilizzata perché c'è una flessione di mercato del 50 per cento, in questo specifico settore, determinata dal mancato avvento della televisione a colori. L'utente, già fornito di televisore, in attesa appunto della televisione a colori, non acquista i nuovi televisori in commercio.

BAGGIANI. Circa la televisione a colori bisognerebbe dire molto di più. Ma poiché l'onorevole Presidente ha detto all'inizio che il problema della televisione a colori è di competenza primaria del Ministero delle poste e delle telecomunicazioni e quindi della X Commissione trasporti, poste e marina mercantile, ritengo che non sia questa la sede per fare un lungo discorso sulla televisione a colori. Ritorno quindi all'argomento degli elettrodomestici. Il ragionier Mazza, a proposito della capacità produttiva, ha detto che oggi si può calcolare una capacità produttiva 120 rispetto ad una capacità produttiva 100 del 1970. Sono in corso degli investimenti e degli ampliamenti di attività che non possono essere fermati. Non è che oggi si attui un allargamento della capacità produttiva in previsione di un allargamento di mercato, bensì si realizza inevitabilmente un allargamento della capacità produttiva perché si devono portare a compimento investimenti che saranno completati a brevissima scadenza. Quindi, per il 1971, si avrà questa situazione non cer-

tamente rosea: un aumento della capacità produttiva determinata dagli investimenti e dai programmi già in corso e una flessione della domanda nei termini e nella misura già indicata sia sul mercato nazionale che su quello estero.

MASCHIELLA. Quali effetti può avere sulla congiuntura, per quanto riguarda le esportazioni, la rivalutazione del marco e di altre monete europee e quale effetto negativo può avere questa stessa rivalutazione nel campo delle importazioni delle materie prime? In che misura si è esercitata la penetrazione del mercato straniero in tutti i settori e in particolare in quello degli elettrodomestici? In che misura si è esercitata l'esportazione di capitale per la creazione di attività di gruppi italiani all'estero nel settore?

Il giornale economico *24 Ore* del 16 marzo dà un giudizio abbastanza roseo della situazione. Esso afferma che le difficoltà sono esclusivamente congiunturali e non strutturali e che le uniche difficoltà serie sono due: una è la mancata previsione di grossi finanziamenti per le diversificazioni industriali e per nuovi impianti e l'altra è quella della conflittualità permanente. Voi invece pensate che ci si trovi di fronte ad una crisi più seria del settore. In questo caso, non pensate che tale crisi derivi da fatti che stanno a monte come, ad esempio, da un decollo e da uno sviluppo disordinato del settore, o dalle mancate spese nel settore che è un settore di ricchezza differita? Non credete che le difficoltà reali derivino da questi fatti e non invece dalla conflittualità? E la continua denuncia di questa conflittualità, che sostanzialmente riguarda gli aumenti salariali, non vi trova in contraddizione in un settore in cui le vendite si possono effettuare solo se esiste un sistema di salari elevati? L'adeguatezza dell'industria al mercato interno dipende quindi anche dalle lotte dei lavoratori; del resto le lotte operaie non ci sono solo in Italia ma in tutti i paesi del Mercato comune.

PONTI, *Consigliere d'amministrazione dell'IRE*. Rispondo ad alcune domande. È stato qui accennato al problema della rivalutazione della moneta. Della rivalutazione cioè del fiorino, del marco, dello scellino austriaco e del franco svizzero. Eliminiamo subito l'Olanda che non è un paese produttore. La rivalutazione del fiorino è stata solamente favorevole. Vediamo il caso del mercato tedesco (la Germania è il più grosso produttore di elettrodomestici dopo l'Italia); evidentemente una sua rivalutazione è direttamente favorevole alle nostre esportazioni verso la Germania ed è anche favorevole in senso indiretto perché la produzione tedesca, qualora venisse esportata verso altri paesi, costerebbe di più. Si potrebbe solamente avere come conseguenza indiretta per l'abbassarsi del tono della domanda sul mercato interno tedesco. Per quanto riguarda la Svizzera, il mercato è estremamente piccolo; l'Austria è un mercato abbastanza interessante e la rivalutazione dello scellino non ha avuto solo riflessi positivi sulle nostre esportazioni. Per quanto riguarda l'importazione di materie prime e componenti, dipende dalla misura degli acquisti. Occorre ricordare che i più grossi gruppi, Zanussi, Ignis, IRE, sono molto verticalizzati ed importano solo materie prime.

La partecipazione del capitale straniero in Italia. È stato domandato se di talune industrie italiane che appartengono a gruppi stranieri, alcuni gruppi americani ne detengono la maggioranza. Forse si fa riferimento al caso della mia società – la Ignis – dove esiste una partecipazione di capitale straniero, quello della Philips. Vorrei solo rilevare che nella combinazione Ignis-IRE, la Philips partecipa attraverso capitale della Philips italiana; essa ha investito e partecipa nella IRE nella misura del cinquanta per cento. Quindi la Ignis rimane al cento per cento una società italiana ed appartiene ai vecchi azionisti; mentre l'apparato industriale, che prima apparteneva esclusivamente alla famiglia Borghi, appartiene ora per il cinquanta per cento ai vecchi azionisti e per il cinquanta per cento alla Philips italiana. La nuova società mista si chiama appunto IRE. Quale sia il capitale straniero che partecipa ad altre aziende del settore, oltre ad alcune partecipazioni americane in aziende piccole o medie, non ho elementi per precisare, anche se sono previste operazioni future.

MAZZA. L'operazione con la AEG tedesca comporta un'acquisizione, da parte AEG, del 25,01 per cento del pacchetto azionario della società Zanussi produttrice di elettrodomestici, solo per la parte industriale. La minoranza del 25,01 per cento – detto per inciso – ha un significato: in Germania esiste una legge che consente a coloro che hanno una partecipazione al di sopra del venticinque per cento di introdurre anche queste partecipazioni nel proprio bilancio consolidato.

MASCHIELLA. E il settore dell'elettronica?

MAZZA. Nessuna partecipazione per noi della Zanussi. Neanche negli altri settori industriali, oltre all'elettronica dei grandi impianti e della distribuzione automatica, nessuna partecipazione per il momento.

PONTI. Potrei dire alcune cose sul problema della esportazione dei capitali italiani per investimenti all'estero. L'IRE ha delle partecipazioni industriali in industrie similari a quelle che citava Mazza. Abbiamo una partecipazione industriale in Spagna e in Grecia. Inoltre abbiamo allo studio un'operazione con una società jugoslava, che è una delle più importanti che operano nel settore. È un'operazione che stiamo studiando nonostante vi siano gravi problemi di ordine pratico. La partecipazione in Spagna risale al 1959: è stata inizialmente un affare molto piccolo, incominciato con un capitale molto basso, di circa cento milioni che si è poi autofinanziato attraverso i profitti delle attività produttive e di vendita sul solo mercato interno spagnolo. La fabbrica è infatti esclusivamente destinata alla produzione di apparecchi destinati al mercato spagnolo a motivo dell'impossibilità di importare in Spagna prodotti finiti, a causa dell'elevata incidenza dei dazi doganali. D'altra parte il consumo interno spagnolo è estremamente interessante perché assorbe una quantità intorno ai settecento-ottocento mila frigoriferi. In Grecia la nostra partecipazione è di minoranza, mentre in Jugoslavia, con accordi particolari, si può far sì che la nostra industria partecipi nella misura ammessa del 20 per cento del capitale.

MAZZA. Per quanto riguarda la Spagna, il gruppo Zanussi controlla la Ibelsa con una forte minoranza. La partecipazione è stata ampliamente coperta dall'incasso delle *royalties* e dei diritti di licenza, più il trasferimento degli utili. Per quanto riguarda la Jugoslavia, siamo in attesa di stabilire qualcosa. Per il momento abbiamo dato in affitto dei macchinari e abbiamo concesso la licenza contenente un *know-how* che deve essere ancora pagato. La nostra eventuale partecipazione consisterebbe nel trasferimento in proprio dei macchinari più il diritto di licenza.

PONTI. In merito al problema se l'attuale situazione abbia natura congiunturale o strutturale, il ragionier Mazza ha detto che, confrontando le possibilità degli impianti già installati con la domanda attuale e prevedibile nei prossimi anni in Italia ed in Europa, avremo un grosso margine di sottoccupazione degli impianti. Lei si chiede se questo non derivi da fatti che stanno a monte e da una mancanza o scarsità di previsione. A nostro modo di vedere l'aver provveduto a realizzare questa potenzialità installata di impianti, è stato per noi lo strumento essenziale per giungere ad una partecipazione importante e duratura sui mercati all'estero. Si dovrebbe discutere soprattutto di questo. Il problema cioè è di discutere non solo della situazione del mercato interno ma anche di quella esistente sui mercati esteri. Riteniamo che le difficoltà del settore non derivino da situazioni strutturali per l'eccesso di capacità produttiva degli impianti: questi ci hanno permesso quella competitività di prezzo senza la quale non saremmo mai arrivati a partecipare al mercato europeo in quella percentuale che ora abbiamo.

MASCHIELLA. Stiamo scontando il tipo di sviluppo avutosi intorno al 1960: uno sviluppo senza programmazione.

PONTI. Le nostre industrie sono state in grado, in termini di organizzazione, di progettazione, di sviluppo del prodotto, di tecnologia, di studi, di acquistare una posizione importante sul mercato e questo si è raggiunto non senza programmazione.

MASCHIELLA. Circa il mercato estero bisogna tener conto della situazione favorevole in cui ci siamo trovati.

PONTI. Consideri che il Giappone produce 4 milioni di frigoriferi collocati tutti all'interno e quindi in situazione di mercato interno molto favorevole, ma non esporta molto. Siamo uno dei pochi esempi di industria elettromeccanica che ha fondato il suo successo sulla capacità di imporre un prodotto ed una qualità all'estero e su questo ha fondato la gran parte del proprio successo.

MAZZA. Ancora a proposito del problema degli investimenti, desidero precisare che gli investimenti che sono stati fatti nel settore, sono stati integrali. Lo dimostra il fatto che, per esempio, la Zanussi da un inizio che ho detto molto modesto, oggi ha settantacinque miliardi di capitale. Per quanto riguarda gli investimenti negli negli anni più recenti si consideri che nel 1970 abbiamo attuato venti miliardi di investimenti per il nostro settore mentre nel 1969 abbiamo investito otto miliardi. Questo giustifica, nei fatti, l'aumento della capacità produttiva.

Per quanto riguarda l'indice dell'investimento *pro capite*, è da mettere in evidenza che dal 1966 al 1969 abbiamo avuto un investimento *pro capite* di 4,4 milioni; nel 1970 l'investimento *pro capite* è di sei milioni e seicento mila lire.

FREGONESE. Può dare lo stesso dato anche per la Zoppas, prima dell'assorbimento?

MAZZA. Credo che nella misura del possibile abbia fatto il suo dovere. C'è un altro punto da aggiungere: dal 1968 ad oggi noi abbiamo avuto un costo superiore del lavoro fino al trentuno per cento; e nel 1970 il costo del lavoro è aumentato del 75 per cento. Dal 1968 ad oggi la differenza del costo del lavoro – non dobbiamo parlare di salari perché aziendalmente dobbiamo considerare il costo globale – fra noi e la Germania è irrilevante. E c'è da tenere presente il problema che il potere d'acquisto in Germania è inferiore e la vita costa di più. Facendo quindi una valutazione d'insieme, il costo del lavoro in Italia diventa relativamente superiore a quello della Germania.

PONTI. Alla IRE il costo orario del lavoro è di 1620 lire.

MAZZA. Tali parametri tuttavia non tengono conto degli ulteriori aumenti. Non dimentichiamo che c'è un aumento contrattuale quest'anno e ne abbiamo un altro per il prossimo. Insisto dunque su questo elemento, a mio giudizio determinante: noi siamo convinti che qualora avessimo la possibilità di programmare in maniera ordinata – almeno con sei mesi di anticipo, considerando che abbiamo cinque mila diversificazioni di prodotti – potremmo essere sensibilmente competitivi rispetto ai tedeschi.

MIOTTI CARLI AMALIA. Ringrazio innanzitutto il presidente dell'ANIE ingegner Baggiani, il ragionier Mazza e i loro collaboratori perché ci hanno dato la possibilità di avere una veduta complessiva in un momento così difficile della vita economica e del settore elettrodomestico in particolare. Vorrei fare una domanda al ragionier Mazza: nel quadro del programma della Zanussi, si parlava di orientamenti verso la specializzazione, la qualità, la razionalizzazione, l'economia del costo, il miglioramento dell'opera di qualificazione del prodotto; ed ancora del rafforzamento del mercato estero potenziando lo sviluppo tecnico innovativo. Vorrei chiedere: quando si parla di concentrazione, di unificazione della rete di servizio, cosa si vuole significare? La riduzione delle direzioni generali e la riduzione quindi di personale impiegato?

MAZZA. Nessuna riduzione dei livelli occupazionali. Il servizio di assistenza tecnica è quell'organismo che viene chiamato dall'utente per farsi riparare l'apparecchio. Avere una rete Zanussi od una Zoppas significava avere due tecnici specialisti per lo stesso tipo di apparecchiatura. Unificare significa avere una sola assistenza tecnica, avendo come risultato di snellire l'organizzazione e ridurre il costo della riparazione.

SCIANATICO. Noi sappiamo che il settore degli elettrodomestici è un settore ad altissima occupazione, mentre dall'altra parte, gli investimenti *pro capite* per le aziende non sono eccessivi.

Pur rispettando le tecnologie che il settore permette, vorrei chiedere qual'è la presenza nel Mezzogiorno del settore degli elettrodomestici e quale possibilità ci sono per il futuro e quale incidenza abbia il costo dei trasporti.

Le notizie apprese oggi non sono molto confortanti. Data l'importanza, a livello internazionale, del settore, credo che le nuove tecniche di cottura e lavaggio potranno incidere non poco per il futuro. Un altro campo di cui si può interessare l'industria degli elettrodomestici, è quello relativo ai condizionatori d'aria; soprattutto bisognerebbe considerare la eventuale applicazione di tali apparecchi all'automobile: in questo modo si potrà fare affidamento su un volume notevole di lavoro.

BAGGIANI. Vorrei fare una precisazione sul primo punto: bisogna fare una distinzione tra Mezzogiorno e zona depressa. Un'altra osservazione è quella riguardante la televisione a colori. È stato detto che questa non risolverebbe il problema: è necessario precisare che essa può non risolvere il problema della Zanussi così come non risolve il problema di altre aziende che non producono televisori. Piuttosto, bisogna vedere quali effetti potrebbe avere sul settore industriale radiotelevisivo.

MAZZA. Debbo far osservare che i prodotti degli impianti siderurgici del sud sono per noi di scarso interesse. La lamiera costa meno all'estero che in Italia, per cui siamo spinti ad importare lamiere. Per quanto riguarda la Zanussi, è da sottolineare che essa opera in una zona altamente depressa e c'è già una spinta ragionale per far rientrare la

emigrazione. Nei confronti del Mezzogiorno non c'è nessuna possibilità di sviluppo industriale per il settore elettrodomestico. La Zanussi può fare qualcosa di questo tipo nel settore dell'elettronica.

HELFER. Si è affermato che si è passati da una situazione artigianale, ad una occupazione di sessantamila operai con un investimento *pro capite* variabile fino a sei milioni seicentomila lire nel 1970. Ciò corrisponde ad un cumulo di investimenti cospicui che sarebbero stati realizzati quasi unicamente attraverso l'autofinanziamento. Questo mi fa presumere che ci sia stato anche un finanziamento pubblico. Sono in grado i signori presenti di dire a quanto ammonta il finanziamento pubblico e quando è iniziato?

In secondo luogo vorrei sapere come è stato chiuso o si pensa di chiudere il bilancio 1970 da parte dei vari gruuppi aderenti all'ANIE.

Si è parlato di un rapporto di domanda e offerta assolutamente negativo, ma il rappresentante della Zanussi ha affermato che prevede, per i prossimi tre anni, investimenti per trenta miliardi contro i venti del '70 e i sei o otto del '69. Forse questi trenta miliardi di investimento corrispondono a investimenti di conversione di qualche settore di produzione. Ma il punto fondamentale è quello dell'avvenire di questa industria, soprattutto in rapporto al materiale umano impiegato. Se le prospettive che ci sono state esposte sono vere, c'è veramente da essere molto preoccupati. Siamo al limite della compatibilità, ci è stato detto, ed anche al limite della saturazione. La domanda è questa: se non è ipotizzabile un'azione sovranazionale con accordi stabili fra noi e le industrie estere, attraverso una programmazione non più nazionale ma addirittura stabilendo un piano internazionale che preveda magari il blocco dello svilupupo di questo settore produttivo; se questa ipotesi non è pensabile, ricollegandomi a quanto detto dal Presidente dell'ANIE, vorrei chiedere ai rappresentanti di tutte le aziende che sono qui rappresentate, se si trovano oggi nella condizione di andare avanti da soli, oppure hanno bisogno, ed in quale misura, di interventi agevolati del credito, e di altri interventi dello Stato. Vorrei anche riprendere la domanda proposta dall'onorevole Maschiella a proposito della conflittualità ed alla quale non è stata data una risposta.

BAGGIANI. Per quanto riguarda il problema degli investimenti pubblici che sono stati richiesti in questo settore, credo che il ragionier Mazza abbia chiarito questo problema.

MAZZA. Vorrei chiedere all'onorevole Helfer se con « finanziamenti pubblici » intende « finanziamenti dello Stato ».

HELFER. Intendo gli interventi pubblici per agevolare i nuovi investimenti realizzati.

MASCHIELLA. Quindi si tratta di crediti agevolati.

PONTI. I finanziamenti a tasso agevolato, provenienti dalla legge n. 623 oppure da altri provvedimenti similari, che la Ignis-IRE ha ricevuto, ammontano alla somma di sei miliardi e 170 milioni. Il dieci, dodici per cento, quindi, di tutto il capitale investito dalla Ignis-IRE, considerando che noi siamo l'unico complesso industriale del settore che ha anche una fabbrica a Napoli, con mille e duecento dipendenti, oltre che a Siena e a Trento.

MAZZA. La Zanussi ha attualmente tre miliardi e mezzo di finanziamenti agevolati. Poi ci sono altri dieci miliardi provenienti dalla legge per il Vajont per le esigenze della zona industriale creata appunto per la zona di Maniago, ma si tratta di crediti in attesa di erogazione da più di un anno.

HELFER. Il rapporto con gli investimenti globali è quindi inferiore rispetto a quello della Ignis?

MAZZA. Percentualmente per noi questi finanziamenti rappresentano il dieci per cento di tutti gli investimenti.

MERLONI, *Titolare della società Merloni*. Per noi questi crediti rappresentano il ventidue, ventitré per cento dei capitali investiti. Per quanto riguarda la domanda sui bilanci: noi abbiamo praticamente chiuso in pareggio e questo, considerata l'annata 1970 particolarmente difficile, è già un successo.

PONTI. Sfortunatamente il nostro gruppo chiude in perdita, per un importo pari a circa il due per cento sulla cifra globale. In termini di valore assoluto la perdita – e vi prego di partecipare al nostro dolore – è stata di due miliardi e mezzo.

MAZZA. Per la Zanussi c'è un utile di 170 milioni circa; per la Zoppas c'è una per-

dita in parte prevista di 12 miliardi. Vorrei precisare che la perdita contiene tre miliardi di ammortamento. Nell'arco di due anni, la gestione dovrebbe essere risanata.

MERLONI. La maggior parte degli investimenti in corso, sia per noi che per molte altre aziende, è stata stimolata dalla necessità di incrementare la produttività in conseguenza dell'aumento dei salari verificatosi negli ultimi anni. È auspicabile che gli investimenti continuino: solo così si può sperare che la nostra industria resti competitiva sul mercato europeo. Salvo gli investimenti già programmati, che è impossibile fermare, non mi risulta che vi siano altri grossi investimenti in fase di partenza.

MAZZA. La Zanussi ha dichiarato che per il prossimo triennio conta di effettuare trenta miliardi di investimenti determinati da un miglioramento delle condizioni ambientali, da un miglioramento della tecnologia e da altri fattori come quello dell'eliminazione del terzo turno. Non sono delle scelte, ma sono degli obblighi, delle necessità.

Il MEC è una realtà politica più che economica: i protagonisti della economia devono trovare nel loro ambito un tessuto connettivo che li porti a fare questo discorso dell'armonizzazione dell'industria in senso europeo. Si sta veramente realizzando – e credo che nei prossimi anni avremo il culmine di questa realizzazione – un'integrazione produttiva di collaborazione che ci potrà permettere di realizzare successivamente una programmazione di tipo europeo.

HELFER. In che cosa consiste la conflittualità all'interno della Zanussi?

MAZZA. Le richieste sindacali vertono su 21 punti: c'è una sommatoria di richieste che porta necessariamente ad una lievitazione dei costi. Noi non intendiamo nemmeno discutere quanto sia questo costo: abbiamo il presupposto base che non possiamo accettare nessuna lievitazione di costi. Ci sono tre elementi qualificanti della vertenza, che sono ritenuti tali anche dai lavoratori e dai sindacati stessi. Essi sono, il problema della salute, dell'occupazione e dell'attività sindacale. Su questi tre punti siamo pronti a discutere e a giungere ad un accordo, per tutti gli altri non siamo disposti perché non possiamo incrementare i costi. Credo, obiettivamente, che la Zanussi non abbia mai fatto tanta opera di diffusione della sua posizione circa la vertenza, illustrando a tutti i livelli quale è la situazione della azienda. Questo è stato motivo di dissenso da parte dei sindacati perché la Zanussi si è trovata in una posizione negativa rispetto agli aumenti salariali. Ma le condizioni non sono tali da consentire un aumento dei costi.

In passato, la Zanussi ha avuto un dialogo abbastanza aperto, tanto che eravamo indicati come gli industriali di sinistra. Si agiva in questa maniera perché si riteneva che il dialogo fosse il metodo migliore per ottenere certi risultati. Nell'autunno caldo, la Zanussi ha offerto ai sindacati tutto quello che sarebbe poi risultato dalla conclusione della vertenza, senza aver bisogno di scioperare.

Un altro episodio: la questione delle gabbie salariali. La Zanussi prese contro le « gabbie » una decisa posizione, dando un *ultimatum* alla Confindustria: un caso quasi unico nell'industria italiana. Noi infatti dicemmo che se entro quindici giorni la Confindustria non avesse preso una decisione noi avremmo agito di nostra iniziativa: cosa che abbiamo fatto. Vorrei poi alla fine della riunione distribuire una lettera aperta che la Zanussi ha inviato sia alle maestranze sia all'opinione pubbblica in risposta ad un manifesto dei sindacati che aveva come titolo *La Zanussi deve cedere*: questo è un sistema al quale invece la Zanussi non cede.

TOCCO. Mi permetterei di dire che al di là del richiamo alle fortune del settore e della capacità imprenditoriale bisognerebbe ricordare che questo settore ha fruito di una dilatazione dei consumi particolarmente vivace. Quindi, quando oggi si dice che siamo in presenza di uno strumento produttivo pronto a dare una certa quantità di beni di consumo, ci si dovrebbe rammaricare di questo e lamentare la mancanza della programmazione. Perché, evidentemente, se è vero che lo Stato ha il dovere di fare la programmazione, altrettanto dovreste fare voi industriali del settore. Vorrei sapere se si intravede la possibilità di una programmazione globale attraverso la quale allargare i consumi al punto di garantire l'assorbimento di questo *surplus* che oggi si presenta sul mercato; a me comunque sembra che domandare oggi allo Stato di programmare tutto il panorama economico fino appunto a consentire l'assorbimento di questo *surplus* sia domandare un po' troppo. Se a questo puntano gli industriali del settore la mia idea è che rimarranno delusi. Ci vuole, è vero, uno sviluppo organico, una programmazione, dei

prezzi stabiliti, dei crediti agevolati; ma è allora giusto arrivare alla esportazione del prodotto nella misura del settanta per cento? È giusto quindi definire felice una situazione di questo genere, dove il settanta per cento del prodotto viene esportato e soltanto il trenta per cento rimane al consumo interno? Noi dobbiamo invertire questa linea di tendenza allargando i consumi del paese. Affidarsi alle esportazioni può riservare sorprese grosse ad opera dei paesi nei quali esportiamo. C'è o no nella linea operativa degli industriali, una ipotesi di questo genere?

È stato citato qui il fatto della diversa elasticità dei prodotti di elettrodomestici stranieri in quanto legati a produzioni settorialmente più articolate: per cui è successo che un settore specializzato come quello italiano ha potuto dare scacco matto a queste industrie straniere per un certo tempo. Stiamo arrivando però al momento in cui questo rapporto si rovescia; ed allora non sarebbe il caso di correggere questa linea di sviluppo così assolutamente specializzata? Cioè, non sarebbe il caso di pensare ad una maggiore articolazione settoriale che vada verso i condizionatori d'aria, per esempio, ed altri prodotti di questo tipo, arrivando ad un allargamento del settore fino a toccare campi oggi del tutto lontani quale quello dell'elettronica?

Oltre a questa maggiore articolazione, a questo allargamento del mercato interno, a me sembra soprattutto necessario intavolare con le masse lavoratrici un dialogo diverso da quello del passato. Non credono gli industriali che questo sia capitale agli effetti di una maggiore produttività senza la quale il settore è destinato a fare acqua entro breve tempo?

Inoltre, vorrei sapere qual'è la situazione in tema di esportazioni di elettrodomestici nei confronti dell'Africa.

BAGGIANI. Voglio limitarmi alla penultima domanda. L'esportare il 60 per cento della propria produzione può darsi che sia stato, per alcune circostanze, non una scelta, ma un obbligo: cioè, arrivati a un certo punto, si è visto che il mercato interno non ha più consentito l'assorbimento della produzione per cui si è forzata l'esportazione. Lei ha detto che la percentuale del 60 per cento di esportazione è pericolosa perché può essere sottoposta alle vicende di situazioni esterne. È vero, ma c'è anche un altro aspetto da considerare: quello della ripartizione del rischio. Questa esportazione non viene fatta verso un solo paese, ma verso molti paesi per cui bisogna essere proprio sfortunati perché si determini una grossa recessione in più paesi contemporaneamente. Quindi la ripartizione del rischio mi pare una garanzia sufficiente contro grossi pericoli dell'esportazione. Inoltre bisogna anche considerare l'apporto che questo settore ha dato alla bilancia commerciale.

Per quanto riguarda la diversificazione, la sua domanda è molto interessante: lei ha chiesto se conviene rimanere specializzati soltanto in un settore oppure allargare la propria sfera di azione anche in altri settori. È evidente che ci sono vantaggi e svantaggi. Mi pare che il ragionier Mazza lo abbia esposto chiaramente. La specializzazione comporta una maggiore competitività rispetto a quella che si può avere con una diversificazione. Basti pensare che grandissime aziende hanno iniziato la loro produzione di elettrodomestici, a fianco della loro produzione di base, e poi l'hanno dovuta abbandonare: valga per tutti l'esempio della FIAT. Le aziende estere che hanno finora considerato il settore elettrodomestico come un settore marginale, sono sempre state battute dall'industria italiana che si è invece specializzata in questo campo. Bisogna andare molto cauti nell'auspicare che questa industria abbandoni la sua specializzazione per un'attività diversa.

Per quanto riguarda la Zanussi, l'attività relativa all'elettronica e in particolar modo alla televisione rappresenta, sul totale della attività del settore, una percentuale molto bassa.

PONTI. Per quanto riguarda la diversificazione, onorevole Tocco, desidero precisare che la nostra più grande preoccupazione, per il momento, è appunto quella di mantenere il livello attuale di occupazione. Per questo abbiamo spinto la verticalizzazione dell'azienda a livelli eccezionali; abbiamo, cioè, cercato di fabbricare nuovi prodotti. Ad esempio, siamo l'unica, fra le grandi aziende, che produca in Italia dei congelatori destinati esclusivamente a soddisfare la domanda dei mercati esteri. Inoltre siamo entrati nel campo della elettronica, anche se con ritardo rispetto alla Zanussi, e stiamo ora interessandoci di altri prodotti. Abbiamo intrapreso tutte queste attività non per avere più dipendenti, bensì per occupare quei dipendenti che sono via via resi liberi.

Per quanto riguarda il dialogo con i lavoratori, quanto lei dice è molto importante. Il terzo turno lo abbiamo quasi abolito completamente e questo ci è costato una massa d'investimenti veramente eccezionale: vi sono stati investimenti per otto miliardi nel solo 1970.

Addirittura noi vogliamo ove possibile ritornare alla giornata a turno unico. Siamo ben disposti al dialogo con gli operai sui problemi normativi che sono quelli di più facile soluzione. Quelli economici infatti sono più difficili.

MAZZA. L'onorevole Tocco sostiene che non è molto piacevole avere un rapporto delle esportazioni da sessanta-settanta per cento, come è spiacevole avere dei lavoratori che vanno all'estero. Tra i due mali dobbiamo scegliere il minore. La maggior parte delle nostre esportazioni viene fatta nel Mercato comune europeo: questa è una realtà. Nel corso della nostra attività, alla Zanussi e nelle altre aziende, abbiamo avuto un risultato invero eccezionale per quanto riguarda la rete di distribuzione, avendo collocato nelle maggiori città estere di vendita dei nostri prodotti dei centri di distribuzione. Questo servirà a spingere ancora più avanti le nostre vendite in direzione dei paesi del Mercato comune. Il mercato italiano è invece delimitato e non può essere più spinto.

TOCCO. Ma io volevo riferirmi al fatturato, non alle percentuali.

MAZZA. Il consumo italiano non può salire più di così. Si parlava prima dei condizionatori d'aria. Tuttavia, dopo studi approfonditi, abbiamo stabilito che il mercato italiano non può ricevere globalmente, più di settecento-ottocento mila pezzi, un quantitativo ingiustificato per qualsiasi produzione industriale. Solo le industrie minori li potrebbero produrre: la grande industria non può agire su questa scala. Punteremo a diversificare ancora e a potenziare il settore della distribuzione automatica per l'avvenire. E con questi prodotti già ci stiamo inserendo, con grande sforzo e fatica, nel campo nazionale ed internazionale. C'è però anche la questione che noi abbiamo una insufficienza di mezzi da destinare alla ricerca. E tutto il problema della diversificazione dei prodotti chiede notevoli mezzi per effettuare gli studi e gli esperimenti necessari. Noi non possiamo fare salti nel buio.

PONTI. Per quanto riguarda l'esportazione ed i rapporti con i paesi del terzo mondo, la nostra idea è di installare sul posto delle unità per il montaggio di componenti. Occorre dire che dove si è potuto vendere anche un solo frigorifero noi e la Zanussi siamo andati ed abbiamo venduto: così continueremo a fare. Occorre non dimenticare che un fattore caratteristico di questi mercati è la instabilità che rende incerta l'esportazione. Alcuni dei grossi consumatori di componenti fra i paesi extraeuropei sono il Sud Africa e l'Australia. Per quanto riguarda il mercato del nord Africa, questo è estremamente instabile e non ci si può basare su di esso per l'esportazione di prodotti finiti. Potremmo forse incrementare l'esportazione di parti staccate.

DE POLI. Vorrei porre una domanda circa il futuro dei contatti con i sindacati e sulla continuità della programmazione. Mi sembra che questo problema non possa essere risolto volontariamente da nessuna delle due parti: occorre anche la ricerca di strumenti nuovi di dialogo e di contatto. Questi strumenti devono far sì che i livelli del giudizio si incontrino. Non sempre il sindacato locale è in grado di valutare tutti i dati del settore. Forse occorrerebbero maggiori contatti con le centrali sindacali; non solo: sarebbero necessari anche contatti di livello europeo. Io considererei allora l'opportunità della creazione di un ufficio che assicuri contatti continuativi, scambio di dati, possibilità di soluzioni sulle prospettive politiche da affrontare. Vorrei quindi sapere se nella programmazione della vostra attività non pensate ad uno strumento che consenta il raggiungimento di questo linguaggio comune con i sindacati.

BAGGIANI. La ricerca dei dati di confronto dei costi del lavoro fra i diversi paesi è un grosso problema. C'è, è vero, l'Ufficio internazionale del lavoro di Ginevra che elabora a questo riguardo le statistiche e calcola i costi del lavoro, ma occorrerebbe che questa organizzazione si mettesse in diretto collegamento con aziende similari dei diversi paesi; solo facendo un confronto fra aziende dello stesso settore che abbiano produzione analoga e dimensioni pressoché equivalenti si possono ottenere risultati attendibili. Le posso dire che, se per il settore degli elettrodomestici è stata indicata una equivalenza di costo fra industria italiana e industria tedesca mentre per certi altri settori, per esempio quello del grosso macchinario elettrico, è stato fatto un confronto dettagliatissimo fra una azienda che opera in Italia ed un'altra azienda, appartenente allo stesso gruppo e perfettamente similare, che opera in Germania. Da tale confronto è risultato che il costo del lavoro è maggiore in Italia che in Germania. Facendo un confronto di costi di lavoro si deve tener conto non solo dei dati ufficiali dei contratti di lavoro

e di tutti gli oneri che gravano sul salario, ma anche di tutti gli altri elementi accessori (feste infrasettimanali, mensa, assistenze varie, ecc.) che contribuiscono, e in modo sensibile, a formare il costo del lavoro.

La conflittualità porta ad un aggravio di costo che deriva dal disordine a cui è sottoposta la produzione e che non può essere qualificata. Credo che sia facilmente ammissibile il fatto che gli scioperi articolati (per esempio: un'ora di lavoro ed un'ora di sciopero) portano a degli aggravi di costo che certamente riducono la produttività di una azienda.

MAZZA. Sono senz'altro d'accordo con la proposta che tende a mettere le parti contraenti in condizione di conoscere il problema a fondo. Credo che una delle questioni fondamentali di conflitto sia la disparità di conoscenza e di maturità di una parte rispetto all'altra. I sindacati danno per scontato che la azienda fornisca sempre dati non corrispondenti al vero. I sindacati credevano che questa vertenza poteva dare loro dei risultati positivi. La vertenza fu preparata verso il settembre 1970, e in quel momento non c'erano ancora i sintomi che li hanno poi indotti a riflettere su di essa, per quanto la Zanussi avesse avuto dei colloqui periodici con i sindacati, durante i quali aveva reso loro noti gli obiettivi, le possibilità e le caratteristiche dell'azienda inserita nell'andamento del settore. La mia meraviglia deriva appunto dal fatto che queste previsioni di congiuntura sfavorevole erano già state esposte ai sindacati. Sono perfettamente d'accordo sul fatto di trovare un ente al di sopra delle parti che dia dei giudizi obiettivi su calcoli di carattere scientifico.

BODRATO. Mi pare che dalle relazioni e dalla discussione che c'è stata emerga che, al di là delle difficoltà congiunturali collegate alle questioni sindacali, il settore degli elettrodomestici si trovi in una situazione di stagnazione della domanda di mercato per cui il problema fondamentale è quello commerciale. Qual'è l'incidenza – in un settore che esporta una così alta quota di produzione – dei costi commerciali su quelli complessivi ?

Se è vero che la domanda di elettrodomestici è stagnante, non sarebbe meglio per le industrie operanti in questo campo inserirsi in attività collaterali ?

La realizzazione di nuovi impianti all'estero è in qualche modo collegata con la capacità di intervento delle industrie italiane ?

MERLONI. Questo è un dato non uguale per tutte le aziende. Le grandi aziende sono avvantaggiate, su questo punto, dalla minore incidenza dei costi commerciali. Direi che una incidenza media del 15 per cento è una percentuale abbastanza ragionevole per il settore. Per le aziende piccole l'incidenza è più alta. Più bassi sono i costi commerciali per i prodotti destinati all'esportazione, sia per le filiali di società italiane all'estero che per la vendita per conto terzi. In quest'ultimo caso in Italia vengono conteggiate solo le spese di spedizione e trasporto mentre tutti i costi commerciali sono a carico o delle filiali di società italiane all'estero o di importatori terzisti.

PONTI. I costi di distribuzione calcolati dalla nostra impresa sono assai alti, tenendo conto che abbiamo reti distributive all'estero dirette, con società commerciali, depositi e filiali di nostra proprietà al fine di partecipare al mercato nel modo più continuativo. Le spese di distribuzione in Italia assommano al 20-22 per cento, all'estero intorno al 20-25 per cento. Per quanto riguarda il problema delle forniture a paesi non industrializzati, noi abbiamo sempre sviluppato questa attività, fornendo anche il macchinario, ed altri beni strumentali oltre che il *know-how*: in Grecia ad esempio abbiamo fornito macchine, stampi e componenti, per un miliardo e duecento milioni di macchinario. Ci sono poi le iniziative con le quali cerchiamo di stabilire su questi mercati un rapporto continuativo attraverso forniture di componenti tecnicamente difficili da produrre sul posto.

BODRATO. La tendenziale stagnazione della domanda di elettrodomestici – anche per non ripercorrere la funesta parabola di altre industrie – non vi spinge a passare ad altre attività ?

CROSTI, *Direttore industriale dell'IRE*. Nel quadro dell'accordo per la costituzione dell'IRE con la Philips ci siamo garantiti lo accesso e lo sfruttamento dei centri studi che la Philips Olanda dispone in Europa (Drachten, Eindhoven, Parigi, Londra, Acquisgrana). Come sapete la Philips Olanda, unitamente ad altre industrie inglesi e tedesche, investono grandi capitali nella ricerca. È grazie all'apparato tecnico dei centri studi della Philips che i centri studi della IRE potranno preparare studi per avviare nuovi prodotti nel futuro. Va fatto presente d'altra parte che, messo a punto uno studio, interviene di norma un periodo di un anno, un anno e mezzo,

prima che tale studio possa diventare una produzione a livello industriale.

La IRE ha come propria politica industriale la diversificazione dei propri prodotti, ciò vuol dire avviare in produzione anche prodotti che non rientrano completamente nel settore degli elettrodomestici, e ciò viene fatto per poter garantire sempre la massima occupazione alle fabbriche.

MERLONI. Vogliamo diversificare i nostri prodotti; ad esempio vogliamo specializzarci nella produzione di cucine in blocco. Per il futuro pensiamo ad un blocco unico per la cucina ed il bagno, separati da una parete, offrendo una parte già organizzata per la casa.

ALESI. Ringrazio per la risposta che sarà data alle mie domande: vorrei fermarmi un momento sulla produttività. Quale è allo stato attuale nel settore degli elettrodomestici la utilizzazione degli impianti sotto il profilo della produttività, sia nel senso della produzione generale sia in ordine alla possibilità di utilizzare in altro modo tali impianti? Un altro dato: quale influenza ha per le esportazioni la mancanza di una normativa di assicurazione e prevenzione uguale a quella degli altri paesi dove si esporta?

MAZZA. L'indice della produttività in Zanussi è il seguente: nel 1966 abbiamo un indice 100; nel 1967 di 105; nel 1968: 102, nel 1969: 90; nel 1970: 96. È previsto per il 1971 un indice 90 che potrebbe ancora scendere. Ripeto il dato già espresso nella mia relazione: non c'è possibilità di incremento all'estero, salvo affrontare nuovi paesi del « terzo mondo », con caratteristiche particolari. Abbiamo solo delle possibilità, per quanto riguarda la Zanussi, se si realizzeranno condizioni soddisfacenti essenziali all'organizzazione del lavoro, di sostituire la produzione italiana alla produzione estera.

Qui è necessario che ci sia, sia a livello tecnico che a livello politico, un interessamento per portare un grosso contributo all'unificazione delle norme tecniche che consentirebbe all'industria italiana di avere una forte riduzione dei costi.

Noi ci auguriamo che le autorità italiane a livello di Mercato comune, favoriscano questo processo.

BAGGIANI. A questo proposito, desidero far presente che in sede comunitaria esiste l'organismo che deve provvedere alla unificazione e normalizzazione delle norme, ma esso lavora con notevole lentezza. Mi permetto di dire che l'associazione che ho l'onore di presiedere fa continuamente pressione per sbloccare queste situazioni.

CHINELLO. La cifra del 60-70 per cento relativa all'esportazione, secondo me dimostra due cose che del resto sono state riconosciute da tutti. Una è la povertà o la relativa povertà del mercato interno; l'altra, il fatto che sul mercato internazionale questo settore industriale ha beneficiato dell'esistenza d'un fattore determinante: i bassi salari. Il discorso politico da fare è questo: oggi siamo in presenza di un dato storico e sociale nuovo di cui non ho visto traccia nelle relazioni introduttive. Esso sta a dimostrare: 1) che gli operai italiani non accettano più i bassi salari di una volta; 2) che non accettano la subordinazione della dinamica salariale alla dinamica della produttività; 3) che vogliono rompere il rapporto, finora esistito in senso negativo, fra dinamica salariale e dinamica della produttività. Questo è senza dubbio un dato obiettivo.

Il fattore costo del lavoro e, più in generale, organizzazione del lavoro, era considerato un dato invariabile. Avete fatto tutte le analisi di mercato e non avete capito che in Italia andava maturando una nuova realtà sociale. Oggi non si accettano più i livelli salariali bassi, la monetizzazione della riduzione dell'orario di lavoro e gli ambienti nocivi.

Voi comprate la materia prima a quel dato prezzo, programmate tutto, ma volete che un unico punto rimanga invariabile, quello relativo ai costi della produzione.

Il salto tecnologico è dovuto a due fattori: la concorrenza internazionale o europea e la condizione obiettiva creata dalla lotta operaia. Se non risolvete il problema della conflittualità operando sul livello tecnologico, andrete incontro a condizioni ben più gravi. È finito il tempo in cui solo voi dirigevate la barca: dal 1968 nelle fabbriche non comandate più solamente voi. Questa contraddizione, secondo me, bisogna risolverla istituendo un nuovo tipo di organizzazione di lavoro. Su questi temi desidereremmo una risposta sul piano politico piuttosto che su un piano di puro aziendalismo: siete in grado di tenere conto di questo processo? Se non lo siete, andate incontro ad una contraddizione sempre più grave che peserà sul vostro settore e su tutta l'economia italiana.

BAGGIANI. La domanda posta dall'onorevole Chinello è talmente importante che mi

trovo in imbarazzo a stabilire chi deve rispondere: cominciamo con il commendator Fumagalli.

FUMAGALLI, *Titolare della società Candy*. Lei dice onorevole Chinello, che se il nostro settore ha avuto dei successi nel passato questo è dovuto in via determinante ai salari bassi. Non posso accettare questa dichiarazione; se così fosse tutti i settori dell'industria italiana sarebbero stati avvantaggiati e sarebbero arrivati alla nostra posizione. È vero invece che attorno al 1950-1960 abbiamo indirizzato il nostro settore verso una produzione di avanguardia, creando dei modelli di macchine che in tutta Europa non erano ancora molto conosciuti. Da allora, coraggiosamente abbiamo cominciato ad impostare delle produzioni sempre più grosse distribuendo anche all'estero macchine automatiche sempre più moderne. Queste macchine sono nate in Italia specialmente ad opera della Candy ed hanno permesso alle nostre industrie di introdursi nei vari mercati. Le paghe contenute possono aver facilitato questa introduzione, però, quello che è stato determinante in quel momento, è stato il cervello, l'idea di buttarsi su un prodotto estremamente avanzato da proporre a tutti i paesi europei.

BAGGIANI. Mi permetto sottolineare ancora una volta la differenza, che del resto è ovvia, fra salari e costo del lavoro. Quando si dice che fino a pochi anni fa, nel 1968, il salario degli operai italiani era di gran lunga inferiore...

CHINELLO. Ma io parlavo del 1962.

BAGGIANI. Va bene parliamo del 1962; dobbiamo comunque e sempre fare i conti con gli oneri sociali di cui sono gravate le retribuzioni italiane e che sono un risultato della legislazione italiana; perciò, ripeto, bisogna sempre parlare di costo del lavoro e non solamente di livello dei salari. Se si considera che – come è stato detto – l'incidenza del costo del lavoro sul valore del prodotto era, nel settore degli elettrodomestici, circa del 20 per cento, anche ammettendo che il costo del lavoro in Italia nel 1962 fosse inferiore per esempio del 20 per cento rispetto alla Germania – il che, assicuro, non è assolutamente vero – ne viene di conseguenza una differenza in meno sul prezzo del prodotto dell'ordine del 4 per cento.

Mi permetto affermare che non può essere stata questa ragione sufficiente a determinare la conquista da parte dell'industria italiana dei più importanti mercati europei ed anche extra europei. La ragione vera del successo sono state la qualità tecnicamente superiore del prodotto (tanto come progettazione che come esecuzione) e l'organizzazione tecnologicamente molto avanzata della produzione. Fumagalli ha già parlato di tutti e due gli aspetti ed al riguardo mi permetto aggiungere un ricordo personale. Nel 1968 ebbi il piacere di andare alla Fiera di Hannover, in rappresentanza dell'Associazione, dove tenni una conferenza stampa. Un giornalista tedesco mi chiese di spiegare il successo grandioso dell'esportazione degli elettrodomestici italiani. Risposi che le ragioni erano la capacità di progettazione di apparecchi tecnicamente avanzati e l'aver creato stabilimenti modernissimi ad alta meccanizzazione che consentivano di realizzare prezzi più bassi di quelli dell'industria tedesca vincolata ancora a metodi produttivi da considerarsi arretrati. Invitai in quella occasione la stampa e l'industria tedesca a fare una visita ai moderni stabilimenti dell'industria italiana: pochi mesi dopo venne una delegazione, visitò gli stabilimenti e restò completamente convinta di quanto io avevo affermato.

PONTI. Vorrei sviluppare un momento quello che ha detto il nostro presidente. Quando la materia prima rappresenta il 65 per cento del valore totale del prodotto, il 10 per cento è riferito alle spese di carattere generale ed il valore della manodopera incide per il 25 per cento, non si può spiegare un successo clamoroso di tali prodotti solamente in termini di basso costo della manodopera. Fra i tanti fattori, quello che va sottolineato particolarmente è la capacità degli imprenditori di aver fatto nuovi investimenti e di fornire prodotti di qualità. La Comunità economica europea ha fatto due inchieste sul nostro settore; in tutte e due i casi, dopo che erano stati esaminati i documenti delle aziende interessate, ha riconosciuto che il problema dei salari non poteva costituire il motivo essenziale del successo. L'avrà in parte favorito ed aiutato. Ora noi siamo tutti sufficientemente responsabili; prendiamo atto che le tensioni sociali esistono e che le dobbiamo programmare anche nei loro termini economici. Quello che non accettiamo è l'aggettivo permanente che viene aggiunto al concetto di conflittualità. Avevamo firmato un accordo in aprile e tre settimane dopo questo viene contestato. Il ragionier Mazza ha detto chiaramente due cose: non possiamo accettare la conflittualità permanente,

dobbiamo avere un periodo di tempo durante il quale poter programmare con un minimo di sicurezza, un periodo indispensabile nel quale si possono fornire i nostri prodotti alla clientela estera con un minimo di affidamento sul piano dei prezzi e della consegna. Noi dobbiamo garantire una serietà di comportamento agli acquirenti dei mercati esteri i quali sono già prevenuti contro di noi. Per programmi industriali occorrono tempi tecnici non solo lunghi ma sicuri. Questo non vuol dire che rifiutiamo la conflittualità intesa come dialogo o dinamica dei rapporti imprenditori-dipendenti; abbiamo però bisogno di tempi tecnici definiti per la programmazione economica.

MAZZA. Non vorrei che si pensasse che non riconosciamo il giusto merito dei lavoratori per le realizzazioni compiute. Anche i lavoratori hanno dato il loro contributo per ottenere questi risultati. Si parla di inizio storico di bassi salari, ma questo rientra nella normale evoluzione dell'industria. Mi sembra un non-senso dire che stiamo perdendo la competitività perché abbiamo perduto i bassi salari. Noi abbiamo lo stesso la competitività, anche se i salari si sono rialzati, per effetto degli investimenti, della tecnologia e degli stabilimenti più avanzati.

Si è parlato di condizioni ambientali: non c'è nessun stabilimento al mondo che abbia le nostre condizioni ambientali. Quattro o cinque anni fa una commissione francese è venuta a verificare se facevamo prezzi *dumping* per le nostre cucine. Non appena entrata nelle nostre fabbriche, non ha voluto saper più niente: è stato sufficiente vederle. Siamo in contatto con un grosso gruppo americano che sta progettando nuovi stabilimenti. I suoi tecnici sono venuti a vedere i nostri stabilimenti. Questa impresa americana ha rinunziato a produrre i nostri prodotti e ci ha chiesto un accordo integrativo per la sua produzione.

Per quanto riguarda il salto tecnologico che si esige da parte dei lavoratori, non siamo alieni dall'esaminarlo; quello che rifiutiamo in maniera assoluta è che prima si scioperi e poi si discuta. L'industria deve necessariamente programmare con anni di anticipo per poter realizzare una determinata politica: come è possibile, quindi, fare un salto dall'oggi a domani per avere tutto e subito?

Per quanto riguarda la responsabilità di cui ha parlato l'onorevole Chinello, debbo dire che non abbiamo alcun timore: siamo talmente dentro il mare che se piove non abbiamo paura.

BAGGIANI. Circa la perdita della competitività, mi permetto di sottolineare un altro fattore: l'influenza che ha su di essa il rispetto o meno del termne di consegna. Esso è un aspetto non direttamente economico, ma di importanza talvolta determinante. Sappiamo purtroppo di grosse aziende italiane che hanno perso grossissime forniture per l'incertezza del rispetto dei termini di consegna.

ZAMBERLETTI. Siamo di fronte ad una crisi congiunturale o ad una crisi strutturale? Siamo cioè di fronte ad una crisi in cui l'adeguamento della domanda all'offerta può essere manovrata attraverso meccanismi di breve respiro oppure no?

Tutto il discorso fatto sulla lavorazione per conto terzi dimostra una certa incapacità dell'industria straniera ad avere una struttura flessibile. Questo tipo di accordi, a parte le considerazioni sulla ricerca di nuove tecnologie, è importante. Si connette al discorso sulla crisi di struttura del settore: è evidente che la forcella si divarica, e non tanto perché il sessanta per cento della produzione destinato alle esportazioni è più sensibile alle instabilità di carattere economico dei paesi destinatari. La divaricazione avviene piuttosto fra la potenzialità produttiva e la potenzialità di assorbimento del mercato che ormai si avvia alla saturazione. Inoltre io non credo molto nell'aumento del valore delle esportazioni nei confronti del terzo mondo, sarebbe questo un equivoco grave nel quale si cadrebbe come vi sono caduti altri settori come quello dell'automobile. I paesi sottosviluppati che si affacciano alla scena politica vogliono infatti gestire autonomamente il processo di sviluppo.

Vorrei inoltre sapere se le organizzazioni sindacali con le quali avete affrontato il discorso sono sensibili al problema della riconversione che in prospettiva il settore deve affrontare. Il momento diventa ultimativo: ed allora bisogna affrontare il problema della ricerca e degli studi in funzione non tanto dell'adeguamento delle esportazioni, quanto della tecnologia avanzata. Il discorso su questo tipo di programmazione è stato forse cominciato con i sindacati, ma non in modo chiaro; esso si nasconde dietro il discorso sul carattere congiunturale della crisi. Ma questo è un periodo di sfida coraggiosa: è il momento del passaggio da una struttura industriale

media ad una industria moderna e più avanzata di quella straniera. In questo quadro colloco il discorso sul mondo e sull'organizzazione del lavoro. Io credo che non bisogna nascondere il discorso sul mondo e sull'organizzazione del lavoro, cioè l'aspetto strutturale della crisi perché altrimenti rischiamo di precipitare tutti nell'equivoco delle brevissime difficoltà di mercato senza vedere l'obiettivo di fondo.

MARMUGI. La conflittualità permanente di cui si parla tanto e che darebbe tanto fastidio alla programmazione, è un dato oggettivo dell'industria moderna: occorre comprendere il nuovo rapporto fra opera e tecnologia; e il sindacato ha fatto grandi passi avanti in questo senso.

ZAMBERLETTI. Bisogna passare ad una discussione seria su questo elemento dello sviluppo futuro. La domanda è: c'è un rapporto fra imprenditori e sindacati sul problema della riconversione strutturale del settore, che è l'unico che possa avere domani uno sbocco ?

MAZZA. Vorrei dare una precisazione sulla differenza fra congiuntura e struttura. Le due cose sono separate. La congiuntura riguarda il mercato momentaneo, un elemento temporaneo in tempi brevi o lunghi. Non dipende da noi, anche se si tratta di problemi dei quali dobbiamo tenere conto nella elaborazione della politica aziendale. Comunque non ci sono possibilità di sviluppo futuro, non c'è spazio per ulteriori unità produttive; e qui è necessario l'intervento della programmazione, perché l'incremento delle unità produttive non fa altro che accentuare la crisi delle aziende esistenti. La struttura: qui è una questione di costi. Sia chiaro che non diamo la colpa a nessuno. Ho messo in evidenza l'indice del costo del lavoro dal 1968 al 1970 e l'incremento del 1970. Il tutto è avvenuto in tempi così brevi che ora abbiamo veramente bisogno di un tempo sufficiente per riassorbire questi costi.

ZAMBERLETTI. Ma la crisi strutturale non deriva da problemi di costo del settore: è l'impossibilità di lungo periodo di adeguare l'offerta alla domanda del mercato.

MAZZA. Oggi come oggi il problema della congiuntura ci impedisce di programmare. Quando sarà passata questa congiuntura – sempre che se ne creino le premesse – allora sorge il problema...

ZAMBERLETTI. Ma v'è una contraddizione tra domanda del mercato che tende ad essere saturo ed un'offerta che si vuole continuare.

MAZZA. Abbiamo detto che il mercato italiano nei primi quattro mesi dell'anno ha avuto una congiuntura sfavorevole del meno trenta per cento: sarà quindi difficile, se non impossibile, ripetere il livello di vendita dell'anno scorso.

ZAMBERLETTI. Per voi il tasso di ricambio assorbe tutta la potenzialità attuale del settore.

MAZZA. No. C'è un incremento dell'attività produttiva che viene destinato all'estero. In realtà non esiste sul mercato un potenziale di incremento della domanda. Ho già detto che il centro produttivo europeo è l'Italia. L'aspetto strutturale va diviso in due parti. Una parte di esso è determinato dalla lievitazione dei costi, che ci costringe a ristrutturare la nostra organizzazione del lavoro.

ZAMBERLETTI. Avete un'offerta superiore alla domanda, indipendentemente dal valore del costo. Questo apre un problema congiunturale.

PONTI. Si sta parlando di domanda, quindi di mercato. È certo che esiste sia un aspetto congiunturale che strutturale anche nei problemi di mercato. C'è un aspetto strutturale nel mercato quando la domanda si stabilizza e diventa, quasi esclusivamente, una domanda di sostituzione; in tal caso l'incremento aggiuntivo della domanda, ogni anno, è meno importante che l'incremento di sostituzione. C'è un aspetto congiunturale nell'attuale situazione di mercato particolarmente grave nel mercato italiano ed in alcuni mercati europei. Quindi, in sintesi, si deve dire che c'è un problema strutturale; a questo si aggiunge un problema di carattere congiunturale che aggrava il primo.

La capacità produttiva esistente è in grado di evadere gli ordini e di soddisfare con i propri prodotti la domanda attuale e dei prossimi anni. La capacità potenziale installata è già sottoccupata a causa delle difficoltà sopraddette. Se nascessero nuovi impianti produttivi diretti ad incrementare la capacità installata,

non sapremmo cosa fare per mantenere un grado di occupazione accettabile ed occupare l'attuale livello di manodopera.

PRESIDENTE. Ho sentito dire che il Comitato interministeriale della programmazione economica avrebbe autorizzato la realizzazione di certi nuovi impianti di una certa consistenza, nel nostro paese. Vi risulta che questo si sta verificando? Si è stabilito un rapporto dialettico fra voi e il pubblico potere?

BIAGIONI, *Sottosegretario di Stato per l'industria, il commercio e l'artigianato.* In merito a quanto il Presidente ha detto, posso informare che c'è un impegno della Indesit a costruire uno stabilimento a Caserta.

MAZZA. Siamo a conoscenza di questa operazione Indesit, anche se lo abbiamo saputo dalla stampa. Desidero porre in evidenza che l'investimento di 60 miliardi, rappresenta il 50 per cento della capacità produttiva della Zanussi, il che significa due milioni e mezzo di apparecchiature. Mi domando dove si vuole arrivare. Un altro elemento importante è questo: l'Indesit è nota perché ha una sua distribuzione, sia in Italia che all'estero, solamente col proprio marchio. Se vuole espandere le sue vendite all'estero, deve farlo rifornendo dei « terzisti », ma questa politica la si realizza dopo anni di lavoro, non la si improvvisa: e tutti coloro che sono appetibili come clienti « terzisti » sono già impegnati con altre industrie italiane e straniere.

MARMUGI. Questo investimento del quale parla l'onorevole Biagioni è stato veramente già disposto dagli organi di governo oppure deve ancora essere approvato?

BIAGIONI, *Sottosegretario di Stato per la industria, il commercio e l'artigianato.* Il finanziamento doveva venire dal Comitato per il credito.

MARMUGI. La potenzialità esistente è capace di sopperire largamente alla domanda del mercato interno e di quello europeo: ed allora un nuovo investimento di questi tipo sembra convincente?

BIAGIONI, *Sottosegretario di Stato per la industria, il commercio e l'artigianato.* Il Presidente della Commissione potrà informarsi e dire il suo pensiero nell'ulteriore corso di questa indagine conoscitiva. Desidero precisare intanto che l'Indesit voleva costruire un anno fa in Piemonte questo stabilimento, ed esattamente a Cuneo. Ci fu quindi una presa di posizione del CIPE che chiese all'Indesit di costruire lo stabilimento al sud. Fu poi concordata la localizzazione nei dintorni di Caserta.

PONTI. Desidero precisare e chiarire che per costruire gli stabilimenti dei quali si parla, a Caserta, non occorrono un miliardo o due di investimenti, bensì 60 miliardi, pur ripartiti in un piano di otto anni.

Desidero far notare che il CIPE ha autorizzato tali investimenti senza aver sentito né l'ANIE, né i singoli imprenditori del settore, nè i sindacati.

MAZZA. La Indesit ha quaranta miliardi di fatturato. Tuttavia credo che l'Indesit sarebbe ben contenta, con questo investimento, di triplicare il fatturato della società ed arrivare ai 120 miliardi. Il tutto, però, nelle condizioni di mercato che ho detto, non vedo come sarebbe materialmente possibile.

PRESIDENTE. Se non vi sono altre domande della Commissione, vorrei ringraziare innanzitutto lei, signor Presidente ed i componenti la delegazione, l'onorevole Sottosegretario Biagioni ed i suoi collaboratori per la opportunità che ci è stata fornita di fare un discorso estremamente franco e costruttivo.

BAGGIANI. Siamo noi che ringraziamo lei, signor Presidente, l'onorevole Sottosegretario Biagioni e gli onorevoli deputati presenti per l'attenzione che con la loro numerosa presenza hanno voluto dimostrare per i nostri problemi, e per la cordialità con la quale si è svolta questa nostra riunione.

La seduta termina alle 21,30.

ALLEGATI

PAGINA BIANCA

Nota aggiuntiva alla relazione svolta dal ragionier L. Mazza, Presidente delle Industrie Zanussi, dinanzi alla Commissione industria della Camera dei Deputati.

Le constatazioni fatte sulla presente situazione del mercato degli apparecchi domestici e le previsioni sull'evoluzione a breve-medio termine, poggiano su un corredo di dati statistici che ovviamente costituiscono la base ed il parametro di giudizio della validità delle nostre affermazioni.

Indagini di mercato sui livelli di consumo degli apparecchi domestici, le cui risultanze vengono rese pubbliche, sono effettuate in Italia con regolarità periodica dalla Banca d'Italia; con minore regolarità dall'ENEL e dalla RAI-TV; occasionalmente, da enti aziendali o privati, quali l'Italsider, il *Reader's Digest*, la SVP, eccetera. Ciascuna di tali indagini segue metodologie molto diverse, pervenendo a risultati non comparabili e per molti aspetti non attendibili. Le indagini condotte sistematicamente, da anni, a cura delle Industrie Zanussi per determinare i livelli di saturazione degli apparecchi domestici sul mercato italiano, trovano una apprezzabile rispondenza soltanto nelle risultanze della più attendibile fra tali indagini, quella effettuata periodicamente dalla Banca d'Italia in connessione con la ricerca « Risparmio e struttura della ricchezza delle famiglie italiane ». La più recente di tali ricerche è stata effettuata nel 1970 ed i dati inerenti al grado di saturazione delle apparecchiature domestiche, pubblicati nel 1971, fanno riferimento alla data fine marzo 1970, benché l'indagine complessiva si riferisca al 1969.

Le indagini aziendali Zanussi e quella della Banca d'Italia sono sostanzialmente concordanti; leggere differenze sono da imputare a diversità di carattere metodologico. Infatti, alla data del 30 marzo 1970 i dati relativi alla saturazione esposti nella relazione della Banca d'Italia, con riferimento alla totalità delle famiglie italiane, risultavano essere i seguenti, per categoria di prodotto:

frigoriferi	76,3 per cento;
lavatrici	52,6 per cento;
televisori	75,8 per cento;
lavastoviglie . . .	5,7 per cento.

I dati aziendali Zanussi con riferimento alla stessa data ed alla totalità delle famiglie italiane, risultavano essere:

frigoriferi	78,0 per cento;
lavatrici	52,0 per cento;
televisori	76,6 per cento;
lavastoviglie . . .	5,7 per cento.

Le differenze dei dati Zanussi rispetto alla rilevazione effettuata dalla Banca d'Italia risultano quindi:

frigoriferi . . .	— 1,7 per cento;
lavatrici	+ 0,6 per cento;
televisori . . .	— 0,8 per cento;
lavastoviglie . .	+ 0,3 per cento;

È peraltro da rilevare un elemento statistico di basilare importanza: i dati raffrontati sono sempre riferiti al totale statistico delle famiglie italiane, non al totale potenziale di mercato, che è sensibilmente inferiore al totale statistico, poiché dalle rilevazioni dell'ISTAT risulta che almeno il 3 per cento delle famiglie italiane manca di allacciamento all'energia elettrica, ed almeno il 20 per cento è privo di acqua corrente in casa.

Tali nuclei familiari sono perciò esclusi dalla possibilità di utenza degli apparecchi in esame.

Il totale delle famiglie che costituiscono un effettivo potenziale di mercato va, in conseguenza, ridimensionato; proporzionalmente, i livelli di saturazione al 1970 risultano, secondo i dati aziendali Zanussi, così modificati:

frigoriferi	82,0 per cento;
lavatrici	61,2 per cento;
televisori	80,6 per cento;
lavastoviglie . . .	6,3 per cento.

Sempre per quanto concerne l'aspetto metodologico, è da sottolineare che le indagini aziendali Zanussi vengono effettuate utilizzando un campione di 15.000 casi nel corso di 3 quadrimestri, mentre l'indagine della Banca d'Italia si è limitata – almeno nell'edizione più recente – a 3.355 casi. Il numero dei punti di campionamento dell'indagine aziendale risulta essere elevato e certamente superiore a quello utilizzato per l'indagine della Banca d'Italia. Inoltre, come esplicitamente segnalato nella relazione della Banca d'Italia, il campione dà luogo a distorsioni dovute alle modalità di individuazione delle famiglie e ad interviste non portate a termine per assenza, rifiuto od altro motivo. A tali distorsioni si ovvia invece regolarmente nella indagine aziendale, ripristinando attraverso interventi di tipo casuale l'integrità del campione e, sempre con interventi dello stesso tipo, correggendo le distorsioni dovute alle modalità di individuazione delle famiglie. Il margine di errore dell'indagine aziendale Zanussi risulta quindi contenuto entro limiti ristretti: ± 1 per cento.

Si ricorda ancora la diversa finalità della indagine effettuata dalla Banca d'Italia, che mira a cogliere aspetti qualitativi anziché strettamente quantitativi della distribuzione della ricchezza delle famiglie italiane.

Delle altre indagini citate all'inizio non è infine il caso di precisare in dettaglio le grandi differenze metodologiche, che rendono i risultati di esse non comparabili fra loro, ed ancor meno comparabili con quelli delle indagini aziendali Zanussi, che per sistematicità e ampiezza di svolgimento sono attualmente quanto di più avanzato possa offrire in Italia la ricerca di mercato nello specifico settore degli apparecchi domestici.

Promemoria dell'ANIE sulla televisione a colori e sulla situazione attuale dell'industria elettronica italiana

L'industria elettronica italiana incontra oggi notevoli difficoltà precipuamente per l'immobilismo che ha caratterizzato gli organi governativi sulla questione della televisione a colori rinviando a data indeterminata l'inizio del servizio sottovalutando le conseguenze di una tale condotta.

La mancata « apertura » al colore, in sintesi si concreta nei seguenti punti negativi.

a) Il produttore italiano si trova ad operare in un mercato interno stazionario (indice di saturazione reale elevatissimo 83 per cento con oltre 12.500.000 utenze) e perciò ampiamente sfruttato e difficile.

Vendite in Italia TV b/n.

1967	1968	1969	Previsioni 1970
1.270.000	1.220.000	1.270.000	1.300.000

b) Il produttore italiano, di fronte ad una situazione interna « chiusa » ha rivolto, nelle ultime stagioni, i suoi sforzi verso il mercato d'esportazione, come risulta dalla seguente tabellina (numero pezzi esportati).

1967	1968	1969	Previsioni 1970
130.000	290.000	420.000	650.000

Le esportazioni, però, avvengono verso paesi in cui c'è già la televisione a colori, e quindi sono rivolte a mercati in rapida contrazione. Inoltre, l'esportazione del prodotto italiano si rivela senza eccezioni, scarsamente remunerativa dal momento che va a coprire le fasce di prodotto più povere delle gamme estere per cui si sostiene unicamente in virtù di un pezzo tirato al limite.

L'incertezza del mercato interno, nonché le scarse prospettive a medio termine di quello d'esportazione (entrambi i mercati sono destinati a contrarsi) non sono certo elementi che incoraggiano gli imprenditori a rinnovare

ed aggiornare le proprie tecniche produttive e gli impianti.

c) La mancanza di una domanda interna di televisione a colori, ostacola in maniera determinante la ricerca nel campo dei componenti e delle tecnologie elettroniche avanzate, per cui sta continuamente aumentando quel *gap* tecnologico che separa il nostro paese ed altri tipo Germania, Olanda nel MEC o Inghilterra, Svezia nell'EFTA, in cui la ricerca e lo sviluppo nell'elettronica (in particolare componenti) è incoraggiata al massimo.

È evidente come la mancanza di una produzione interna di apparecchi di alto contenuto tecnologico, come appunto televisori a colori, e quindi il supporto di un mercato con un determinato fatturato (giro di affari), limiti lo sviluppo dei componenti specifici anche per altri tipi di apparecchiature di sicuro ed ampio avvenire (il mondo delle videocassette, dell'automazione, eccetera). Proseguendo su questa strada, i produttori nazionali saranno inevitabilmente condizionati nei costi dell'industria straniera più avanzata e perciò più competitiva.

d) Ogni ritardo che interverrà nell'inizio del « colore » non farà che aggravare la situazione accennata. È inevitabile che, con l'inizio delle trasmissioni a colori, si registrerà una forte importazione che non potrà essere frenata per la impreparazione dell'industria nazionale. È da prevedersi inoltre un forte *deficit* nella bilancia dei pagamenti (gli apparecchi per il colore sono ad elevato valore unitario: circa 280.000 lire all'importatore). Tale situazione è destinata ovviamente ad aggravarsi col passare del tempo.

Al quadro brevemente tracciato ed a conferma di esso, si aggiunga lo stato vacillante di molte industrie nazionali. È recente il passaggio a gruppi stranieri di industrie quali la Phonola (Philips), Minerva (Grundig), Uranya e si parla già di altre (ad esempio l'Autovox è in trattative con la Motorola).

In conclusione, il mancato avvio delle trasmissioni a colori in Italia presenta effetti negativi immediati in un settore – l'elettronica – di vitale importanza per lo sviluppo di ogni paese, e si prospetta grave per l'economia italiana in un periodo a breve e lunga scadenza. Solo una decisione sollecita permetterà, almeno alle industrie più vitali e moderne, di recuperare il terreno perduto.

La scelta del sistema.

L'Italia, caso unico in Europa, non si è ancora pronunciata per il sistema di trasmissioni, PAL o SECAM. Senza entrare nel merito dei criteri che prevarranno per la scelta del primo o del secondo, si desidera segnalare dei precedenti significativi.

Ripetutamente in vari consessi internazionali (Vienna 1965, Oslo 1966) e per bocca di competenti organi governativi (il Governo nel novembre 1968, Commissione interministeriale nel febbraio 1969, eccetera) è stata espressa la netta propensione per il sistema PAL. Il Governo inoltre nel settembre 1966 autorizzava la RAI a trasmettere segnali sperimentali col sistema PAL. Da questa tacita presa di posizione alcune industrie hanno cercato di attrezzarsi, facendo fronte a gravi oneri, pur di avviare una marginale produzione di televisori a colori in Italia.

La mancanza di mercato interno però rende vano ogni sforzo di adeguamento dell'industria italiana più dinamica. Una eventuale decisione contraria al PAL farebbe naufragare nel nulla gli sforzi sostenuti dalle industrie più preparate, ma soprattutto significherebbe voler rinunciare ad un mercato potenziale di esportazione molto più ampio di quello SECAM, come risulta dal prospetto che segue in cui sono riportati la diffusione del PAL e SECAM nei paesi Europei più legati all'Italia negli interscambi e dove si trasmettono programmi a colori o si prevede di trasmetterli a breve scadenza, il numero potenziale di utenti per paese, il numero delle utenze effettive globali di televisioni a colori e in bianco e nero.

Mercato potenziale PAL e SECAM

(Previsione dicembre 1970)

PAESE	PAL		SECAM		Inizio trasmissioni
	Numero nuclei familiari al 31 dicembre 1970	Diffusione della TV Utenze effettive	Numero nuclei familiari	Diffusione della TV Utenze effettive	
Austria	2.520.000	1.460.000	—	—	In atto
Belgio-Lux	3.307.000	(apparecchi bistandard)		—	Dicembre 1970
Danimarca	1.716.000	1.340.000	—	—	In atto
Francia	—	—	15.985.000	10.870.000	In atto
Finlandia	1.572.000	1.160.000	—	—	In atto
Gran Bretagna . . .	17.730.000	15.600.000	—	—	—
Italia	15.080.000	12.510.000	—	—	
Jugoslavia	5.960.000	2.320.000	—	—	Dicembre 1971
Olanda	3.830.000	3.370.000	—	—	In atto
Norvegia	1.255.000	930.000	—	—	In atto
Repubblica federale tedesca	21.010.000	16.390.000	—	—	In atto
Svezia	3.130.000	2.440.000	—	—	In atto
Svizzera	1.895.000	1.380.000	—	—	In atto
TOTALE (*) . . . (Mercato potentenziale)	75.698.000	58.890.000	15.985.000	10.870.000	

(*) Escluso Belgio (bistandard).

Il costo della televisione a colori nel bilancio dei consumi.

Più volte il rinvio delle trasmissioni a colori in Italia è stato motivato dalla preoccupazione di eccessiva spesa per un nuovo tipo di consumo. Si riportano nel seguito le vendite registrate in alcuni paesi del MEC (numero di pezzi).

PAESE	1968	1969	Previsioni 1970
Francia	65.000	130.000	200.000
Repubblica federale tedesca	260.000	400.000	650.000
Olanda	30.000	70.000	100.000

Da quanto sopra, risulta che la televisione a colori ha registrato un aumento graduale con un avvio dell'ordine del 7-8 per cento ed una progressione dello stesso ordine di grandezza rispetto all'intero mercato della televisione (bianco e nero + colore).

Pertanto è da prevedersi anche per l'Italia un avvio analogo con una progressione – e spesa – secondo il seguente specchietto.

ANNO	Quote progressive del mercato della TV/C in % sul globale TV	Numero pezzi globale	Spesa complessiva (lire 380.000 al pezzo all'utente)
1° anno	7	100.000	38.000.000.000
2° anno	12	165.000	62.700.000.000
3° anno	17	230.000	87.400.000.000
4° anno	25	335.000	127.300.000.000
TOTALE		830.000	315.400.000.000

Quanto sopra per riportare ad un livello di realtà cifre citate alla Camera da autorevoli esponenti che prevedevano una spesa di 2.000 miliardi di lire in un quadriennio.

Conclusioni.

Perché è necessario l'inizio delle trasmissioni a colori in Italia?

1) Per sollevare al più presto l'industria elettronica dallo stato di disagio che deriva dalla situazione creatasi dalla mancanza di direttive definitive circa il sistema di trasmissione e dal rinvio indeterminato dell'inizio del servizio.

2) Per ridare la possibilità all'industria italiana di recuperare il prezioso tempo perduto nei confronti di tutti i paesi più progrediti che hanno già ampiamente superato la fase di affinamento dei processi produttivi.

3) per permettere parallelamente lo sviluppo dell'industria dei componenti italiana, perché di vitale importanza, prima che la concorrenza straniera riesca a condizionare in maniera determinante, per competitività e tecnologia avanzata, quella nazionale e di conseguenza condizionare la competitività del prodotto finito nazionale.

4) Per creare, di conseguenza, la premessa per un rapido sviluppo interno e per creare quelle di un buon mercato di esportazione.