

**SEDUTA DI MERCOLEDÌ' 19 APRILE 1978**

**PRESIDENZA DEL PRESIDENTE DEL COMITATO BONIFAZI**

*Segue:*

INDAGINE CONOSCITIVA DELLA  
XI COMMISSIONE PERMANENTE

*(Agricoltura e foreste)*

VII LEGISLATURA

N. 6 — COSTI DI PRODUZIONE,  
TRASFORMAZIONE E DISTRIBUZIONE  
DEI PRODOTTI AGRICOLI

**La seduta comincia alle 9,35.**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione dei rappresentanti della STAR, dottor Giuseppe Capuano, capo della direzione tecnologia e sviluppo, e dottor Franco Bianconi, funzionario con compiti di collegamento con l'ufficio programmazione; dei rappresentanti della Parmalat, dottor Domenico Barili, direttore commerciale, e dottor Luigi Caione, direttore dell'associazione italiana lattiero-casearia; e infine dei rappresentanti della Carapelli, dottor Costantino Barbagli, amministratore unico, e dottor Renato Tofanelli, direttore amministrativo.

Procediamo ora all'audizione dei dottori Giuseppe Capuano e Franco Bianconi, rappresentanti della STAR.

Come loro sapranno dalla lettera e dal questionario che abbiamo inviato, la Commissione agricoltura, attraverso un apposito comitato che è qui riunito sta svolgendo un'indagine conoscitiva sui costi di produzione, trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli.

Il Comitato si propone l'obiettivo di esaminare gli elementi strutturali e congiunturali che scaturiranno dalle audizioni e dal materiale scritto che ci verrà fornito, in modo da poter avanzare successivamente alle forze sociali, alle organizzazioni e, in particolare, al Parlamento tutte quelle proposte di modifica in senso legislativo o amministrativo che consentano di evitare le più gravi strozzature che si riscontrano nel passaggio di merci e servizi fra questi tre settori strettamente collegati fra di loro.

Vorrei pregare i rappresentanti della STAR di fornirci un quadro complessivo

sulla attività della società chiarendo anche i rapporti esistenti con la produzione agricola ed i problemi di trasformazione e di commercializzazione che li riguardano più direttamente, dopodiché i commissari rivolgeranno alcune domande.

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Desidero precisare innanzitutto che il dottor Corno, direttore centrale dell'azienda, si è trovato nell'impossibilità di intervenire a questa riunione perché proprio ieri si sono svolti i funerali della moglie, ammalata da un po' di tempo in modo molto grave. Faccio presente che il dottor Corno non ha potuto compilare adeguatamente il questionario inviato dalla Commissione e che mi presento a questa seduta piuttosto impreparato perché solo ieri ho saputo di dover intervenire. Ritengo che la mia stessa qualifica dimostri una certa mia incompetenza a rispondere sui costi di trasformazione e di commercializzazione. Farò tutto il possibile per rispondere alle domande che mi verranno rivolte, ma vi prego di tener conto della mia insufficiente preparazione.

PRESIDENTE. Desidero innanzi tutto esprimere, anche a nome del Comitato, il più vivo rincrescimento per questo luttuoso avvenimento e la prego di farsene interprete presso il dottor Corno.

Lei non ha ragione di preoccuparsi, perché gli elementi che non saranno chiariti in questa seduta potranno approfondirsi in una relazione aggiuntiva al questionario.

Ci può illustrare la ragione sociale e giuridica della STAR? È una società con capitale italiano o internazionale?

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. La STAR, che è caratterizzata da una notevole diversificazione di produzione, è una società per azioni con capitale completamente italiano: il 50 per cento è privato e lo altro 50 per cento è della finanziaria SME. Veniamo considerati molto spesso un'azienda a partecipazione statale, ma ciò viene detto a sproposito perché il capitale statale non supera il 25 per cento.

Questo, a volte, ci mette a disagio per i contatti con i vari organi. È un inciso che faccio a titolo personale.

Dicevo prima che la STAR è caratterizzata da una notevole diversificazione di produzione. Non trasforma, cioè, soltanto prodotti agricoli, ma si occupa anche del fatturato che riguarda la produzione di conserve vegetali, (circa l'8 per cento dell'intero fatturato).

ORLANDO, *Relatore*. Questo 8 per cento riguarda la parte conserviera o anche gli altri prodotti alimentari?

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Solo la parte conserviera vegetale.

BIANCONI, *Funzionario con compiti di collegamento con l'ufficio programmazione*. Il fatturato del 1977 è stato di circa 150 miliardi.

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. La diversificazione consiste nel fatto che la STAR ha circa 50 prodotti che vanno dal dado per brodo, al caffè, all'olio di semi, alla margarina, al thè, ai formaggi fusi, ai sughi per il ragù, alla maionese, alla camomilla solubile e non solubile, ai budini, eccetera.

ORLANDO, *Relatore*. Quindi vi sono diversi gradi di lavorazione?

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Sì. Per quanto riguarda la produzione di conserve vegetali, la produzione è impegnata su due stabilimenti: uno in provincia di Parma

(a Cotigliano, il primo stabilimento conserviero che ha avuto la STAR): l'altro in provincia di Salerno, a Sarno.

Lo stabilimento in provincia di Salerno è stato fatto sotto la spinta del potenziamento industriale del Mezzogiorno.

A Cotigliano, si lavora il pomodoro per succo da bere, il passato di pomodoro (prodotto relativamente nuovo) che sta avendo un mercato molto promettente.

Lo stabilimento lavora ancora piselli freschi e non piselli disidratati, lavora ancora legumi secchi poiché l'agricoltura, in questo momento, non è ancora organizzata per la lavorazione di legumi freschi. Lo stabilimento lavora poi il purea di frutta che alimenta una notevole corrente di esportazione. Vengono prodotti succhi di verdura e purea di verdura, nonché il concentrato di pomodoro e il ketehugo.

Questo per quanto riguarda lo stabilimento di Cotigliano.

A Sarno, invece, si lavora il passato di pomodoro ed, in modesta misura, i pelati, nonché il purea di frutta, marmellate e conserve.

Inoltre si produce il pomodoro condito e il tonno. Ci si potrebbe domandare perché si lavori il tonno a Sarno. Noi ci troviamo con uno stabilimento che aveva un forte assorbimento di personale stagionale per due mesi l'anno. Allora la STAR ha compiuto uno sforzo attrezzando uno stabilimento per la lavorazione del tonno e impiegando 500 unità lavorative fisse.

ORLANDO, *Relatore*. Il tonno copre tutto il calendario di lavorazione?

BIANCONI, *Funzionario con compiti di collegamento con l'ufficio programmazione*. Prima vi erano 100 unità fisse, più 500 unità stagionali. Attualmente abbiamo 500 unità fisse per tutto l'anno.

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Ciò, infatti, ci permette di non assumere più personale stagionale.

ORLANDO, *Relatore*. Questo sforzo per completare il calendario di lavorazione dell'industria di Sarno, è uno sforzo fatto anche per lo stabilimento di Parma?

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Lo stabilimento di Parma occupa 200 unità e lavora con esse tutto l'anno.

Esso, infatti, nelle lavorazioni stagionali occupa circa 150 unità per tre o quattro mesi.

Purtroppo, anche là non si è riusciti ad ottenere i risultati conseguiti a Sarno.

ORLANDO, *Relatore*. Non essendo in possesso del questionario inviatovi, le domande, più che sui dati, avranno ad oggetto problemi vari e, in particolare, quelli relativi al modo in cui vengono regolati i rapporti fra l'agricoltura, lo stabilimento e l'industria per ciò che concerne la materia prima fresca e non quella conservata che, probabilmente, è d'importazione; dettagliatamente, desidererei conoscere con quale tipo di agricoltori si svolgono i suddetti rapporti - cooperative, associazioni, singole aziende -, se essi sono formalizzati con contratti di coltivazione, in quale misura sono rispettati ed, infine, il grado del ricorso all'intermediazione.

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Parlando delle materie prime fresche, lo stabilimento di Corcagnano reperisce la materia prima tramite contratti che, normalmente sono addirittura pre-semina, mentre per ciò che riguarda la produzione di purée non è possibile reperire la materia prima tramite contratto anche perché i prezzi del reperimento sono condizionati dalle possibilità di vendita all'estero essendo questo un prodotto destinato in larga misura all'esportazione.

Vorrei aggiungere a quanto detto poc'anzi che i legumi secchi sono d'importazione, ma non diretta perché acquistati sul mercato presso grossisti e commercianti.

PRESIDENTE. Dalle altre udienze che abbiamo avuto in precedenza si è rilevata la tendenza all'importazione diretta dai paesi esteri perché su queste piazze i prezzi internazionali sarebbero notevolmente più favorevoli di quelli del mercato italiano: se ciò è vero, come lo giustificate?

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Indubbiamente, per noi è un problema di quantità: perché essendo essa rilevante è più difficile acquisire direttamente all'interno le materie prime. Ad esempio, sarebbe per noi graditissimo che in Italia ci fossero i fagioli freschi in quantità soddisfacente e nella qualità adatta dal punto di vista di resistenza alle malattie ed anche delle varietà a maturazione contemporanea: la stazione sperimentale di Parma sta eseguendo tentativi in tal senso, ma non si è ancora pervenuti a risultati soddisfacenti.

PRESIDENTE. Eseguite sperimentazioni in proprio?

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Le abbiamo fatte per i fagioli ed abbiamo ottenuto risultati eccellenti dal punto di vista tecnologico e qualitativo, ma non da quello remunerativo, soprattutto per l'agricoltura; interi appezzamenti di terreno nella pianura padana sono stati investiti da malattie in modo massiccio e la causa, in parte, è forse imputabile anche all'andamento climatico particolarmente sfavorevole.

PRESIDENTE. Come mai altre industrie per la surgelazione sono riuscite a risolvere il problema pianificando le consegne ed attuando contratti estremamente puntuali? Avete intenzione di farlo anche voi?

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Nel campo dei fagiolini noi abbiamo utilizzato la sperimentazione straniera; il seme è quasi tutto d'importazione.

ORLANDO, *Relatore*. La *Mon Jardin* ha, in Italia, un reparto di sperimentazione di primissimo ordine, soprattutto nel campo dei fagioli.

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. In Italia la *Mon Jardin* fa solo quello: per noi occorrerebbero delle strutture che riteniamo ancora non utili.

PETRELLA. Si è parlato prima di contratti pre-semina: come avviene il rapporto con la produzione? Direttamente o indirettamente tramite una intermediazione?

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Sempre riferendomi alla produzione del nord ho accennato poc'anzi al fatto che le materie prime fresche vengono acquistate tramite contratti; contratti che vengono fatti o direttamente con l'agricoltore - dove c'è l'agricoltore, singolo o associato - o con cooperative o gruppi di cooperative.

PETRELLA. Non esistono intermediari?

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. No, nel modo più assoluto. Non vi è intermediazione e posso dire che nel 1978 sono spariti anche tutti gli agricoltori singoli perché si sono associati tutti, e quindi abbiamo fatto i contratti tramite queste associazioni.

PRESIDENTE. Questo per quanto riguarda lo stabilimento di Parma, cioè per il nord.

PETRELLA. E per il Mezzogiorno?

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Per il Mezzogiorno viviamo in una situazione contingente. L'associazionismo va un po' a rilento, ma là dove è stato possibile trattare con le cooperative l'abbiamo fatto. Attualmente ve ne sono tre, alle quali abbiamo dato una certa assistenza e con-

sulenza, per il valore che può aver avuto visto che non siamo degli specialisti in agricoltura - abbiamo un ufficio agronomico che ha sede al nord, ma per il sud il discorso è più difficile -.

PETRELLA. L'approvvigionamento al sud potrebbe avvenire direttamente alla fonte o tramite il mercato?

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Ho parlato forse impropriamente del mercato: al sud l'acquisto avviene attraverso mediazione. Io mi sono espresso male, ho parlato di mercato ma intendevo riferirmi ai prezzi di mercato.

ORLANDO, *Relatore*. C'è un punto che può essere chiarito. Se ho ben capito una delle caratteristiche fondamentali della STAR è quella di avere il grosso della sua produzione costituito non da prodotti di qualità bensì da prodotti di massa - quali purée, marmellate, succhi - per i quali conviene acquistare sul mercato materie prime nelle condizioni in cui si trovano, senza ricercare quei particolari tipi e quelle specialità che sono necessari per i prodotti di qualità. Questo avviene in tutti i paesi del mondo: ad esempio gli Stati Uniti, che lavorano le marmellate, non hanno bisogno di frutta particolarmente scelta, come avviene per le scioppate.

PETRELLA. Non metto in discussione questo. Avevo posto una domanda precisa: volevo sapere se esista nel Mezzogiorno un rapporto con la intermediazione.

ORLANDO, *Relatore*. Questo sì!

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Mi permetta una precisazione. Come per tutte le industrie penso che anche per noi sarebbe estremamente opportuno poter fare dei contratti con associazioni o con cooperative, perché questo permetterebbe di fare dei conti di costo, cosa che con il si-

stema attuale non è possibile realizzare. Cioè noi non sappiamo mai, nel momento in cui programmiamo una certa produzione al sud, quale sarà il costo finale. Credo che ciò possa bastare a dimostrare come l'industria, e soprattutto la agro-industria, abbia tutto l'interesse a che venga estesa questa forma di associazione.

PETRELLA. Quindi lei implicitamente, se comprendo bene, ammette che l'azienda abbia interesse, e quindi sia disponibile, a trattare con le associazioni di produttori, qualora esistano, per programmare un rapporto più a lunga scadenza per quanto riguarda la quantità di prodotto che l'azienda intende avere nella propria programmazione.

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Lei l'ha detto in modo di gran lunga migliore di quanto non abbia fatto io.

PETRELLA. Quindi c'è una disponibilità da parte della STAR.

Vorrei farle anche un'altra domanda. Probabilmente là dove c'è intermediazione non si esclude un rapporto anche con l'azienda, singola o associata: vi è differenza di trattamento per quanto riguarda i prezzi praticati? E i tempi di pagamento quali sono?

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Direi che la STAR si è sempre distinta per forme di pagamento, se non immediate (cosa che è praticamente impossibile) a brevissima scadenza: non si parla mai di dicembre, come avviene in tanti casi, noi paghiamo nell'arco di un mese, un mese e mezzo al massimo.

Per ciò che riguarda la differenza di prezzo direi che non esiste perché anche nelle cooperative del sud non abbiamo un contratto a prezzi fissi ma viviamo alla giornata, cioè i prezzi si adeguano alla situazione del mercato.

PETRELLA. Quindi comprate a pre-  
seme?

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. È un contratto di quantità.

PETRELLA. Ma che non fissa il prezzo, che è quello indicato dal mercato.

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. In questi ultimi anni i prezzi sono sempre andati aumentando.

PRESIDENTE. Desidero chiederle una cosa che credo possa essere rilevante al fine della determinazione dei costi, anche se ritengo che al momento lei non disponga dei dati necessari per rispondere con precisione: questo lo farà nel questionario.

Dal momento che voi lavorate prodotti che non hanno bisogno di una speciale caratura, di una speciale qualità - e non lo dico in senso denigrativo perché questa è la vostra specializzazione -, di conseguenza dovrete poter trovare sul mercato prezzi sufficientemente convenienti. Se a questo si aggiunge il fatto che acquistate sul mercato grandi quantitativi di merce e che, come lei ha detto, fate pagamenti a breve scadenza, ne deriva che vi trovate in una posizione di favore. Ora io vorrei comprendere meglio come influisce tutto ciò al fine della determinazione dei costi, cosa potete fare per la conquista del mercato, quali prezzi di vendita applicate sul mercato interno e su quello internazionale.

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Sì, noi acquistiamo quel tipo di materia prima perché sarebbe perfettamente inutile usare prodotti di primissima scelta, ma non è che ciò comporti per noi un vantaggio particolare in quanto anche i prodotti che noi acquistiamo sono soggetti ad un prezzo di mercato.

ORLANDO, *Relatore*. Nella misura in cui sviluppate una politica di *marketing* potete avere prezzi altamente vantaggiosi.

BIANCONI, *Funzionario con compiti di collegamento con l'ufficio programmazione*. Questo problema vale per la frutta, non per il pomodoro, perché in relazione alla qualità della materia prima dobbiamo reperire prodotto uguale a quello della concorrenza. Quanto al succo di pomodoro, vi è una legge ben precisa che ci impone limiti analitici, e non possiamo certamente usare delle materie prime diverse. Per il succo di pomodoro si può usare il pomodoro tondo, che costa meno, però non si può fare un buon succo solo di pomodoro tondo, o per lo meno non è consigliabile. Cerchiamo di fare sempre delle miscele.

PRESIDENTE. La domanda riguardava da una parte le condizioni di acquisto per il tipo di materia prima e dall'altra le variazioni eventuali di prezzo sulla base del marchio.

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Il marchio non dovrebbe influire in una valutazione di questo genere, perché ha certi costi. Cioè la qualità che noi produciamo ha certe esigenze di costi che certe altre non hanno. Negli anni passati sono stati messi in commercio nettari di frutta che costavano meno dei nostri, però anche la qualità era quella che era; noi pensiamo di fare un buon nettare di frutta a quel costo. Il nostro nettare è sempre contenuto in una bottiglia di colore marroncino, ma non per mascherare il colore del prodotto, bensì per una ragione tecnologica ben precisa, che è quella di isolare il prodotto il più possibile dalla luce. Dirò anzi che la migliore conservazione si avrebbe mettendo il prodotto in una scatola di latta; il vetro è un compromesso dovuto alle esigenze del consumatore, che preferisce questo tipo di contenitore, però non è un materiale razionale. Subentrano poi valutazioni di carattere sanitario di vario genere. Spesso il tecnico non riesce a tener dietro alle sempre nuove esigenze; se si fa un ragionamento di carattere sanitario, possiamo sì mettere il prodotto nel vetro, però dobbiamo sopportare il dete-

rioramento di carattere nutrizionale che il vetro può comportare. Infatti il vetro non protegge il prodotto dalla luce, che distrugge rapidamente la vitamina C; il nostro tipo di vetro protegge più degli altri, ma non come proteggerebbe la scatola di latta. Il nemico principale dell'industria conserviera, oltre ai microorganismi, è l'ossigeno. Quando la massaia apre una scatola di piselli di nostra produzione, trova un vuoto molto spinto, che abbiamo creato non con mezzi meccanici, ma con la chiusura della scatola alla temperatura più elevata possibile. La depressione ottenuta in un contenitore di passato di pomodoro si potrebbe valutare dell'ordine di 300-400 millimetri di mercurio, e questo permette di avere una scatola che si comporta meglio del normale. Ho cercato di ridurre quei pericoli che solo oggi l'autorità sanitaria italiana e mondiale sta valutando.

ESPOSTO. Da quello che lei ha detto mi pare risulti abbastanza evidente che la STAR in quanto società industriale trova conveniente avere rapporti di carattere contrattuale in senso lato sia per la stabilità del processo produttivo sia per i prezzi sia per il rapporto tra l'industria di trasformazione e i consumatori. Vorrei sapere in primo luogo perché la STAR si è comportata, negli ultimi due anni di trattative per il prezzo del pomodoro, in modo improprio rispetto a questo criterio generale.

In secondo luogo vorrei sapere quanti contratti la società ha convenuto con i produttori e di quale tipo, cioè quanti contratti ha stipulato con le cooperative, quanti con i produttori associati e quanti con produttori singoli.

In terzo luogo, lei ha detto che la STAR ha un capitale per il 50 per cento privato e per il 50 per cento non privato, e ha aggiunto che solo il 25 per cento di questa seconda parte è statale. E l'altro 25 per cento?

BIANCONI, *Funzionario con compiti di collegamento con l'ufficio programmazione*. Probabilmente il dottor Capuano in-

tendeva dire che il capitale della STAR è per il 50 per cento privato e per il 50 per cento della SME, che come società mista ha capitale pubblico IRI e capitale privato.

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Quando ho risposto a questo proposito ho precisato che era una mia valutazione personale; non sono mai riuscito a capire perché la STAR sia una azienda a partecipazione statale.

ESPOSTO. Quando una società ha il 50 per cento del capitale che proviene da una società dominata dal capitale pubblico, la responsabilità dal punto di vista dell'economia nazionale è identica a quelle delle imprese private.

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Non spetta a me valutare e indirizzare l'attività dell'azienda. Posso solo avere idee personali.

ESPOSTO. La domanda non era volta ad individuare le diversità di pensiero, che si possono legittimamente manifestare, ma per capire la dimensione della presenza di capitali che possono avere un indirizzo prevalente rispetto ad obiettivi nazionali. Le trattative degli ultimi due anni sul prezzo dei pomodori hanno dimostrato che se un'azienda a partecipazione statale come la STAR avesse assunto, insieme con il Ministero delle partecipazioni statali, un atteggiamento corretto per quanto riguarda i rapporti tra agricoltura e industria, probabilmente avrebbe influito sul processo di inflazione.

E siccome non l'abbiamo avuto né da parte del Ministero del bilancio né da parte delle società a partecipazioni statali, per la lavorazione di questo prodotto ci troviamo di fronte ad una situazione che non è corrispondente agli interessi dell'economia nazionale genericamente considerata, specialmente nel momento in cui processi inflazionistici derivanti da domanda, hanno determinato una diminuzione della capacità di acquisto dei salari.

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Lei mi pone una domanda alla quale, lo dico sinceramente, non so rispondere. Vorrei ugualmente fare una precisazione e cioè che la STAR non si è mai comportata in modo ambiguo quando si è trattato di promuovere contratti con le associazioni cooperative: in Emilia, per esempio, abbiamo aderito con tutti senza riserve.

PETRELLA. Lei prima ha detto che per ragioni di tempo oggi non è in grado di fornirci i costi di produzione specifici. Noi vorremmo che ci facesse pervenire anche una nota relativa ai costi di trasformazione.

Vorrei poi sapere se nel passaggio tra la produzione ed il consumo la STAR ha mai fissato dei prezzi di orientamento per cui gli esercenti di rivendita al dettaglio dovrebbero praticamente operare la scelta. Qual è l'orientamento della STAR su questo aspetto?

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. A volte si preparano delle « offerte speciali » con il prezzo inciso sulla scatola che praticamente sono una forma di protezione e di calmieramento del prodotto. Altre volte, invece, la STAR attraverso la sua organizzazione di distribuzione controlla che i suoi prodotti non vengano venduti ad un prezzo maggiorato perché in tal caso il numero delle vendite diminuirebbe. Mi riservo, comunque, sull'argomento una risposta successiva.

PETRELLA. La produzione della STAR è tutta effettuata negli stabilimenti che lei ha nominato oppure è composta da altre produzioni di piccole aziende su cui la STAR pone il marchio?

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. L'azienda STAR utilizza produzioni di altre industrie, non sempre piccole, secondo le esigenze del momento e del mercato. Non dimentichiamo che l'azienda opera a livello industriale per cui per vivere deve ope-

rare in modo economico in ogni senso. Non posso negare che la STAR acquisti prodotti finiti (chiamiamoli così) e sulla etichetta, secondo una precisa esigenza di legge, indichi, il luogo di acquisto.

ORLANDO. Indicato solo il paese di importazione o anche lo stabilimento?

BIANCONI, *Funzionario con compiti di collegamento con l'ufficio programmazione*. Indichiamo sempre la ragione sociale.

PETRELLA. La STAR è tutta a capitale italiano oppure è collegata con altri gruppi nazionali od internazionali?

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. La STAR ha una partecipazione con la SME e la STARLUX di Barcellona. Recentemente poi, ha assorbito la società MELLIN che produce alimenti dietetici per l'infanzia.

PETRELLA. Quali sono i programmi di sviluppo che si pone la STAR e come intende perseguirli?

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. La STAR si è sempre indirizzata verso l'espansione della sua produzione; quest'anno, per esempio, investirà mezzo miliardo nel potenziamento della lavorazione del pomodoro nei suoi due stabilimenti. Inoltre, in questi giorni è entrata in funzione una nuova linea per la lavorazione delle carote (purea e succo di carote) negli stabilimenti di Sarno e di Parma.

Ovviamente i programmi di espansione sono redatti sulla base delle necessità contingenti. Nel caso delle carote, il mercato delle conserve vegetali in Italia è molto modesto per cui è inutile produrre più di una certa quantità.

Tutto questo dimostra la forte dinamicità della STAR non solo sul mercato ma anche a livello tecnologico. Ad esempio, la STAR è stata la prima e tuttora è la più grande utilizzatrice di grossi recipienti da trecento o quattrocentocinquanta quintali per conservare i prodotti nel modo più razionale possibile alla luce

delle attuali acquisizioni tecnologiche. Mi riferisco al famoso *tank* riempito in modo asettico che ci consente di trattare i semilavorati nel modo più razionale agli effetti della conservazione non solo dei caratteri organolettici ma anche del potere nutritivo dei prodotti. Questo perché utilizziamo alte temperature per breve tempo: cioè, il prodotto viene scaldato ad una temperatura notevolmente più alta di quella normalmente usata. Ciò implica, però, una tecnologia costosissima ed un ambiente asettico che difficilmente si trova negli stabilimenti conservieri non solo italiani ma anche stranieri. Abbiamo la possibilità di fare anche due o tre cicli all'anno e, secondo le condizioni di approvvigionamento, possiamo stoccare centocinquanta quintali di semilavorati: purea di frutta, di verdura, succo di pomodoro e concentrato di pomodoro.

Ciò ha un risvolto anche economico perché ci consente di risparmiare la scatola che costa molto. Però, questo risparmio non riesce a compensare il costo di tale attrezzatura che è estremamente costosa considerando le apparecchiature di pastorizzazione, di raffreddamento ed i recipienti di acciaio vetrificato, quanto di più igienico possa esistere. Mi sono permesso di caldeggiare questa soluzione perché, a differenza delle bottiglie di vetro, nello spazio vuoto vi è un gas inerte, e cioè l'azoto.

SPONZIELLO. Trattandosi di una società a capitale misto, privato e statale, ritengo che tutte le decisioni sulla programmazione dell'attività vengano assunte da organi collegiali...

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Certo.

SPONZIELLO. ...che sono rappresentati in proporzione al capitale.

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Penso di sì.

SPONZIELLO. Desidero sapere se le decisioni vengono prese dagli organi collegiali oppure dagli elementi tecnici che,

a quanto mi risulta, sono espressione del capitale privato. Forse è un dato che lei deve acquisire.

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Penso di sì perché effettivamente il presidente...

SPONZIELLO. Questi rappresenta il capitale privato ?

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Sì.

SPONZIELLO. Chi decide ?

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Le decisioni sono sempre concordate con i *partners*. Non penso, infatti, che il presidente possa assumere, anche in senso legale, decisioni che comportino pericoli per l'azienda. Se queste comportano benefici, allora penso che...

SPONZIELLO. Negli organi collegiali è rappresentato in proporzione...

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Penso di sì, perché agisce in senso legale.

PETRELLA. Desidero conoscere quali rapporti ha la STAR sul mercato internazionale per il reperimento della materia prima (poc'anzi si è detto che la STAR si approvvigiona sui mercati esteri dei legumi secchi e di altre materie), e se il prodotto viene collocato solo sul mercato nazionale o anche su quello internazionale.

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Per quanto riguarda i semilavorati di frutta, per la massima parte si tratta del mercato internazionale; per i prodotti finiti le cose stanno in termini diversi, nel senso che la maggioranza della produzione si colloca sul mercato nazionale. I prodotti finiti

vengono anche esportati, però non saprei dire in quale percentuale.

ORLANDO, *Relatore*. Torno sulla questione dei grandi contenitori che rivestono una grande importanza. Con questo sistema di conservazione voi perseguite il fine di regolarizzare il flusso di disponibilità delle materie prime in rapporto alle esigenze della lavorazione e quindi del mercato. Il beneficio che l'azienda ricava da questo grosso investimento è dovuto al fatto di poter disporre della materia prima quando il mercato è favorevole, e quindi di poterla immettere successivamente sul mercato. Esistono altri fini ?

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Sì, esistono altre ragioni di minore importanza legate al carattere igienico e nutrizionale che ognuno potrà valutare nella forma e nella quantità che vuole: per un tecnico questo è un fatto molto importante.

ORLANDO, *Relatore*. Anche per un cultore di mercato, perché il marchio si lega alla costanza di certe caratteristiche di qualità, altrimenti non regge.

BIANCONI, *Funzionario con compiti di collegamento con l'ufficio programmazione*. È un servizio di notevole importanza per i clienti esteri in quanto, trattandosi di semilavorati, nel corso dell'anno possiamo rifornire linearmente le aziende estere di trasformazione e di confezionamento.

PRESIDENTE. Desidero sapere se la STAR ha iniziato processi di integrazione commerciale, e cioè se le grandi società di trasformazione hanno stipulato accordi speciali con la grande distribuzione per riserve di spazi, magazzini, eccetera. In altre parole, vorrei sapere se tenete rapporti anche strutturali con la distribuzione oppure se vi limitate a fornire le merci che vi richiedono.

CAPUANO, *Capo della direzione tecnologia e sviluppo della STAR*. Non saprei. Ad ogni modo, ne prendo nota.

**PRESIDENTE.** Una domanda alla quale non avete risposto, e su cui vi chiediamo una relazione aggiuntiva, riguarda la composizione del consiglio di amministrazione non solo in relazione ai nominativi ma anche alla rappresentanza privata e pubblica. In questo modo potremo chiarire l'aspetto dei rapporti con la SME. Si tratta di una questione complessa: a tal proposito voi avete espresso l'opinione che questa ripartizione all'interno della SME non dovrebbe influire. La STAR si compone per il 50 per cento di capitale privato e per il 50 per cento di capitale proveniente da una finanziaria la cui maggioranza relativa è formata da capitale pubblico. Quindi a me pare che vi sia una influenza paritaria tra il capitale pubblico e quello privato.

Vedremo come ciò si realizza all'interno del consiglio di amministrazione. In secondo luogo bisognerà vedere quali sono i programmi di sviluppo dell'azienda, con particolare riferimento ai problemi della tecnologia più avanzata. In terzo luogo quali sono i contratti con i fornitori di prodotti agricoli esistenti nel nord e ancora quale sia l'intermediazione verso lo stabilimento di Sarno.

In quarto luogo chiedere che nel rapporto (questo è già scritto nel questionario) vi sia l'analisi dei costi dei vari passaggi: costi di acquisto dei prodotti di base, costi di trasformazione, l'imputazione di costi per la distribuzione, cioè se il prezzo è franco magazzino, eccetera. Vedere anche, il rapporto fra i prodotti acquistati all'interno e acquistati all'estero, nonché il rapporto fra distribuzione all'interno e quella all'estero dei prodotti finiti o semilavorati. Ciò in modo che sia possibile avere un quadro sufficientemente ampio per i nostri lavori.

Noi siamo un comitato di indagine e non una commissione di inchiesta. La collaborazione è assicurata a livello massimo dal Parlamento. Quindi vi pregherei di essere il più precisi possibile nella esposizione dei fatti e nella documentazione che ci fornirete perché il Parlamento non è tenuto a pubblicare le risposte, ma sol-

tanto a pubblicare le analisi economiche generali e non quelle, in particolare, che derivano dalle risposte fornite dalle singole società.

Aggiungo, infine, che vi verrà inviato il resoconto stenografico della seduta, in modo che possiate fare le precisazioni opportune aggiungendo questa relazione integrativa circa i punti che abbiamo richiesto. Tutto questo rientra nell'obiettivo generale del nostro comitato per conoscere l'analisi dei costi di distribuzione, trasformazione e produzione dei prodotti agricoli.

Ringraziandovi per essere intervenuti mi auguro che le risposte ci possano pervenire il più rapidamente possibile onde arrivare alla conclusione dell'indagine conoscitiva.

#### **La seduta prosegue con l'audizione dei rappresentanti della Parmalat e della Capelli.**

**PRESIDENTE.** Sono presenti come rappresentanti della Parmalat il dottor Domenico Barili, direttore commerciale ed il dottor Luigi Caione, assistente del dottor Barili e direttore dell'Associazione italiana lattiero-casearia.

Vi informo, preliminarmente, che il nostro comitato ha il compito di fare una indagine conoscitiva sui problemi strutturali dei costi di produzione, trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli.

Quindi il punto fondamentale che ci interessa è quello del rapporto diretto con i produttori ed il loro comportamento; il problema dei prezzi di acquisto ed i costi della trasformazione, costi addebitabili alla vostra società per la distribuzione.

Ripeto, le linee generali della nostra indagine sono quelle di accertare l'incidenza delle varie componenti dei costi partendo da quelli relativi alla produzione. Si tratterà anche di vedere e chiarire con quali tipi di contratto e di rapporto con l'interno e con l'estero, nonché con quali tipi di imprese, fate l'approvvigionamento delle materie prime.

Si tratta poi di comprendere a quali tipi di produzioni la vostra società è interessata, con quali procedimenti tecnologici

si svolgono e, infine, desidereremmo comprendere a quali livelli vi muovete nel campo dell'importazione ed esportazione.

Non so se siete già in grado di fornirci il questionario a suo tempo inviatovi, comunque, voglio ricordare che il compito del nostro comitato è, semplicemente, quello di indagine e che, quindi, contiamo sulla vostra collaborazione e chiarezza nel fornirci dati, che resteranno, in ogni caso, a disposizione del Parlamento.

Questo tipo di udienze non tende tanto alla conoscenza, all'indagine interna delle singole imprese, quanto alla connessione fra queste ed i problemi generali della produzione, distribuzione e commercializzazione, cercando di individuare elementi di difficoltà nell'approvvigionamento e nel rifornimento, esaminando le componenti dei costi ed, in genere, tutte le difficoltà che le aziende incontrano nello svolgimento delle loro funzioni. Noi sappiamo che questo settore è particolarmente importante per i suoi riflessi comunitari, per la concorrenza che su determinati prodotti si manifesta da parte di imprese estere ed, ancora, per l'importanza che esso riveste nell'attività economica generale, sia in relazione alla bilancia dei pagamenti, sia in merito alle oscillazioni e difficoltà del mercato interno dei prodotti alimentari.

Per le ragioni suesposte ci permettiamo di chiedere ai rappresentanti della Parmalat la più grande apertura loro consentita ed il massimo di spirito di collaborazione perché riteniamo che questa indagine avrà un grande valore per le forze produttive in quanto può essere il tramite per proporre al Parlamento stesso un eventuale aggiornamento legislativo volto a migliorare e modificare la situazione attuale.

Vi pregherei di iniziare con una breve presentazione generale che illustri le caratteristiche principali della vostra impresa e le attività che essa svolge in modo da sviluppare la discussione con i rappresentanti del Comitato che sono qui presenti; a questa prima illustrazione seguirà una serie di domande e risposte ed alla fine cercheremo di trarre una conclusione complessiva.

BARILI, *Direttore commerciale della Parmalat*. Dico subito che, per quanto riguarda il questionario, non lo abbiamo ancora riempito, ma ci proponiamo di farlo al più presto.

La nostra azienda è la fondamentale produttrice di latte alimentare e, in particolare, di quello sterilizzato tipo UHT che è l'ultimo ritrovato tecnologico in materia di trattamento di questo prodotto; senza esagerare, si può ritenere che la Parmalat sia l'azienda *leader* nel mondo nella produzione di questo tipo di latte a lunga conservazione. La produzione non è solamente limitata al latte sterilizzato, ma anche ad una certa quota di latte pastorizzato quello, cioè, che una volta era di esclusivo appannaggio delle cosiddette «centrali del latte»; anche se i prodotti suaccennati rappresentano il 75 per cento del fatturato, l'azienda sta anche battendo le strade della diversificazione e, quindi, si occupa di altri settori lattiero-caseari e, primo fra questi è quello dello yogurt da dessert; una fascia considerevole è rappresentata dai formaggi e dalla commercializzazione di alcuni prodotti quali, ad esempio, il parmigiano di Parma. In totale, la produzione dell'azienda conta circa centodieci unità merceologiche diversificate per volume, qualità e sfumature.

Sinteticamente, ho cercato di darvi un quadro delle nostre attività, ma se ritenete che debba dilungarmi più dettagliatamente non ho difficoltà a farlo. Questo è il ritratto di base dell'azienda che conoscete sotto il nome di Parmalat e che - faccio fatica ad essere modesto - anche all'estero gode di un prestigio che non è certo disdicevole per il nostro Paese.

Posso aggiungere che la produzione dell'azienda si articola in quattro stabilimenti: quello di Collecchio in provincia di Parma, che è il maggiore, quello di Sermioli in provincia di Mantova, quello di Zevio in provincia di Verona e quello di Paestum, o per l'esattezza di Capaccio Scalo, in provincia di Salerno per quanto riguarda il latte di bufala. Abbiamo anche una compartecipazione in Brasile.

La distribuzione dell'azienda - considerata molto robusta, molto ben articolata - costituisce una delle tante componenti del nostro successo. Tale distribuzione si articola in una rete di commissionarie distributive - e quindi non c'è vendita diretta - che in Italia sono circa duecento, e per le quali lavorano circa 800-900 unità lavorative tra camioncini, viaggiatori, piazzisti, eccetera. La vendita è articolata con la metodica tipica della « tentata vendita ».

Altro dato di interesse credo possa essere il seguente: per il 1977 l'azienda ha chiuso con un bilancio conglomerato che si aggira intorno ai 130 miliardi. Si tratta di una azienda in fortissima espansione, al punto tale che da cinque anni anno dopo anno aumenta il proprio movimento di merci con un incremento di circa il 30 per cento annuo - avrei potuto dire che aumenta il proprio fatturato, ma questo non sarebbe stato un elemento di rilievo visto che a causa dell'inflazione sono molte le imprese che vedono aumentare il fatturato -.

Ho un *background* dell'azienda, che mi premunirò di farvi avere al più presto, nel quale sono tracciati i grafici dello sviluppo aziendale: questo nel momento in cui non vi è una grande spinta industriale è da ritenersi un fenomeno eccezionale.

SPONZIELLO. E per quanto riguarda il capitale sociale?

BARILI, *Direttore commerciale della Parmalat*. Credo si aggiri sui due miliardi, ed è interamente italiano.

PRESIDENTE. Per completare questo quadro potrebbe dirci quali sono le fonti di approvvigionamento della materia prima?

BARILI, *Direttore commerciale della Parmalat*. La materia prima è ovviamente il latte: per il 60 per cento circa di produzione nazionale, per il 40 per cento proveniente dall'estero, soprattutto dalla Germania - anche a tale proposito vi fornirò dati più precisi -.

PRESIDENTE. E per quanto riguarda la vendita, interna ed estera?

BARILI, *Direttore commerciale della Parmalat*. La vendita, trattandosi di latte, è prevalentemente interna. Tuttavia va precisato che dallo scorso anno l'azienda sta indirizzando il massimo dei suoi sforzi verso l'esportazione. Certo non è nostra intenzione importare latte dalla Germania per poi esportarvi formaggio, sarebbe come portare vasi a Samo, tuttavia - ed è cosa molto importante dal punto di vista tecnologico - anche sfruttando la particolare posizione geografica dell'Italia, stiamo realizzando punti di vendita nei paesi arabi e già stiamo vendendo in Libia e in Egitto ed esportiamo anche nei paesi del Golfo Persico e in Grecia: questo per quanto riguarda prodotti tipo latte, budini e tutti quei prodotti che si possono definire di largo consumo. Invece, per quanto concerne la vendita di prodotti più cari ci stiamo indirizzando verso i mercati più ricchi, cioè quelli europei (in particolare francese, tedesco, inglese), nei quali stiamo appunto organizzando la vendita di formaggio parmigiano, provole, prosciutti di Parma - dal momento che l'azienda prevede l'apertura di un settore dei salumi al fine di arricchire la sua gamma di esportazioni.

BRANCIFORTI ROSANNA. Vorrei sapere quanti lavoratori sono occupati nella azienda per capire il rapporto tra unità produttive e commercializzazione.

BARILI, *Direttore commerciale della Parmalat*. Ho parlato di circa ottocento persone - che poi arrivano a mille se consideriamo anche lo *staff* impiegatizio: magazzinieri, contabili e così via - nella fascia distributiva. Anche nella produzione ci si aggira intorno alle ottocento-novecento unità lavorative, per cui penso che il rapporto si stia avvicinando all'uno a uno.

PRESIDENTE. Terminata l'esposizione generale del dottor Barili, possiamo dare

inizio alle domande da parte dei commissari.

ORLANDO, *Relatore*. In primo luogo vorrei sapere quali rapporti intercorrano, diciamo così, tra i fornitori della materia prima, cioè i fornitori agricoli, e l'azienda, se si tratti di rapporti regolati da contratti *standard*, di rapporti che investono sostanzialmente intere zone, in altri termini vorrei sapere quali problemi sorgano nel rapporto tra consegnatario della merce ed azienda.

E veniamo ad un altro interrogativo. Trattandosi di latte a lunga conservazione, voi avete una forte produzione di grasso: vorrei capire con esattezza quale sia la destinazione di questo grasso. Lei ha parlato di produzione di formaggi, credo che produciate anche panna, per cui la destinazione del grasso potrebbe essere questa, ma si tratta, se ho inteso bene, di piccole quantità.

BARILI, *Direttore commerciale della Parmalat*. Sono in parte d'accordo con lei nel parlare di piccole quantità, ma bisogna considerare che si tratta pur sempre di settori che hanno un fatturato oscillante tra i due e i cinque miliardi.

Quanto alla prima domanda, avrei preferito che rispondesse l'addetto agli acquisti, il dottor Borgati, che segue sempre i rapporti con gli acquirenti. Mi sembra tuttavia che le modalità di acquisto del latte oggi in Italia siano regolate dalla legge n. 306, alla quale noi ci atteniamo scrupolosamente; e quindi non esiste alcuna problematica a questo riguardo. Semmai vi è la problematica di come far funzionare questa legge n. 306, ma qui il discorso diventa molto ampio.

L'azienda compra la materia prima nel Veneto, in Lombardia, in Emilia e, in parte, nel Piemonte (che sono le regioni maggiormente produttrici), e si attiene al cosiddetto prezzo regionale, evidentemente tenendo conto dell'opportunità del prezzo fissato in una regione anziché in un'altra. Quindi anche il prezzo regionale, per una

azienda che opera in più regioni, lascia alcuni spazi di valutazione. Invece per gli acquisti all'estero, i prezzi vengono stabiliti regolarmente attraverso la trattativa privata.

I nostri rapporti con i fornitori sono regolati da contratti in modo stabile e continuativo, senza problemi di supero della quantità occorrente di materia prima.

ORLANDO, *Relatore*. I contratti prevedono requisiti specifici del latte fornito?

BARILI, *Direttore commerciale della Parmalat*. Certo, vi sono requisiti di qualità. La nostra azienda è stata la prima in Italia ad esigere l'acquisto del latte da allevamenti indenni dalla TBC e poi abbiamo capito che questo si poteva valorizzare sul piano commerciale; quindi abbiamo nominato il latte « indenne » e abbiamo scritto sulle confezioni « latte proveniente da allevamenti indenni dalla TBC ». Abbiamo investito un buon capitale in impiantistica, per la sistemazione dei centri di raffreddamento del prodotto, in modo che sia più igienico e qualitativamente migliore.

ORLANDO, *Relatore*. Sarebbe possibile avere i contratti *standard* dei rapporti con gli allevatori?

BARILI, *Direttore commerciale della Parmalat*. Certo. Anzi l'occasione è opportuna per dire che cooperative o gruppi di operatori rimasti senza compratori sono confluiti nella nostra azienda, perché abbiamo voluto assumere un ruolo patriottico, che può anche sembrare retorico, ma d'altra parte abbiamo sentito la responsabilità di essere l'azienda *leader*.

Quanto ai grassi, ho fatto in questi giorni una piccola pubblicazione, che mi farò premura di inviare in maggior numero di copie, perché vada ad una grande fascia di operatori politici ed economici, in quanto si tende gratuitamente ad identificare il latte sterilizzato con il latte magro. Vorrei richiamare l'attenzione su

questo punto. Il latte può essere pastorizzato o sterilizzato, e a loro volta questi tipi di latte possono essere interi o parzialmente scremati. Quindi occorre evitare decisamente l'identificazione del latte sterilizzato con il latte parzialmente scremato, perché altrimenti si rischia di persuadere l'opinione pubblica che il latte sterilizzato è una cosa diversa dal latte intero.

Noi produciamo latte sterilizzato ed anche latte intero e parzialmente scremato. Qualcuno dice che questi ultimi tipi di latte sono prevalenti sul mercato, perché si tende ad identificarli. Darò una risposta precisa. Se il latte sterilizzato nella maggior parte dei casi è venduto nel tipo parzialmente scremato, dipende dal fatto che fino a tre anni fa esisteva una legge che impediva la vendita nei negozi alimentari di latte che non fosse parzialmente scremato. Era una conseguenza legislativa, non della cattiva volontà degli industriali, che avrebbero volentieri venduto latte intero. Ora che sono passati tre anni dalla abrogazione della norma di legge, già notiamo nel mercato una diminuzione della vendita di latte parzialmente scremato e un aumento progressivo della vendita di latte intero; in un arco di tre o quattro anni vedremo il latte sterilizzato avere una vendita sul mercato pari a quella del latte pastorizzato.

Il grasso che si ricava dal latte alimentare in molti casi viene convogliato a burro, in altri a panna destinata a pasticceria e all'industria dolciaria o a panna per uso diretto, come panna per uso di cucina o panna da montare. La sterilizzazione ha consentito che anche la panna potesse diventare un prodotto a lunga conservazione ed essere usata direttamente dalla casalinga. In cinque anni questo consumo si è decuplicato.

BRANCIFORTI ROSANNA. In relazione agli sbocchi di mercato e soprattutto all'esportazione l'azienda sta studiando nuovi tipi di prodotti, nuove possibilità di lavorazione dei prodotti base? In secondo luogo vorrei sapere se avete in program-

ma dei processi di ampliamento e per che cosa.

BARILI, *Direttore commerciale della Parmalat*. L'azienda, come già prima dicevo, è fortemente impegnata per la conquista dei mercati esteri. Ho già detto che si tratta di iniziative che devono essere fortemente incoraggiate. Bisogna considerare la posizione geografica dell'Italia in seno alla Comunità; si trova protesa come un ponte verso le coste africane. Il tipo di latte a lunga conservazione può benissimo essere indirizzato - sarà un processo lento, perché non è cosa facile cambiare i costumi - verso i mercati del Nord-Africa e del Medio Oriente, dove dominano e predominano per movimento di affare aziende produttrici di latte in polvere come la Nestlé.

Con questo nuovo ritrovato tecnologico che ci consentirà di creare un prodotto a lunga conservazione, potremo aggredire agevolmente questi mercati, anche se, è bene ricordarlo, quando si lavora all'estero i costi sono molto più elevati ed i tempi più lunghi. Comunque la posizione geografica italiana è ideale per questo tipo di mercato.

BRANCIFORTI ROSANNA. Ci può parlare della lavorazione del latte nelle sue varie forme?

BARILI, *Direttore commerciale della Parmalat*. Il latte ed i prodotti da esso derivati possono essere agevolmente esportati verso il bacino mediterraneo, mentre i prodotti più ricchi (formaggio parmigiano, prosciutto di Parma, lambrusco di Modena, chianti, eccetera) possono essere esportati verso paesi più forti economicamente, come la Francia e la Germania o, addirittura, verso gli Stati Uniti.

Non possiamo certamente esportare il latte o il burro in Germania, dove questi prodotti abbondano. Forse potremmo indirizzarci su prodotti tipo la mozzarella di bufala, anche se questo comporta sforzi enormi.

**PRESIDENTE.** Quali sono i vostri programmi di espansione nel Mezzogiorno? E qualora non ne avete è per difficoltà di commercializzazione?

**BARILI, Direttore commerciale della Parmalat.** Nel fascicolo che ho consegnato alla segreteria della Commissione sono riportati i dati relativi ai consumi regionali e da questi risulta che fra la regione con il maggiore consumo e quella con il minore il rapporto è di uno a due. Le cause di questo fenomeno sono facilmente intuibili: nella Valle d'Aosta ogni casa, si può dire, ha annessa la stalla e vicino buoni pascoli mentre in Basilicata le condizioni ambientali sono ben diverse.

Il fatto di poter disporre di un prodotto qualitativamente valido e trasportabile e di durata utile alla commercializzazione sta fortemente livellando la differenza dei consumi tra nord e sud.

**PRESIDENTE.** La Parmalat ha programmi di espansione?

**BARILI, Direttore commerciale della Parmalat.** La nostra rete di distribuzione è capillare: siamo presenti anche nei piccolissimi centri. Dal punto di vista produttivo, è meglio che il latte venga lavorato nella zona di origine e che viaggi confezionato e non in cisterne.

**PRESIDENTE.** Per quanto riguarda i prezzi, lei ha detto che quello di acquisto è determinato da accordi regionali. Questi hanno incidenza sul prezzo di vendita?

**BARILI, Direttore commerciale della Parmalat.** Questo è un argomento che merita molta attenzione e farò in modo di far pervenire alla Commissione una serie di documenti che possono essere molto d'aiuto nell'indagine.

Per ora posso fare un piccolo esempio: oggi il prezzo medio regionale del latte è di 260 lire, IVA compresa. Se si tratta di latte sterilizzato nella forma intera dobbiamo aspettarci un prezzo non inferiore alle 450 lire, mentre per quello

pastorizzato 400-420 lire, come prezzo finale al pubblico, secondo i costi pattuiti con le categorie distributive.

Non possiamo però prendere come esempio quello delle centrali del latte che registrano dei blocchi di passivo.

La Parmalat invierà un'analisi completa di tutte le voci che compongono la sua produzione ed il suo *curriculum*, che credo sia molto interessante.

**ORLANDO, Relatore.** Sarebbe molto interessante se si distinguessero le quantità delle materie prime dai prezzi.

**BARILI, Direttore commerciale della Parmalat.** Farò preparare una distinzione di questo genere.

**PRESIDENTE.** Quanti passaggi ci sono dalla produzione al consumo?

**BARILI, Direttore commerciale della Parmalat.** Il prodotto esce dallo stabilimento e con società di trasporto viene portato ad un deposito (che sia una filiale, una commissionaria o un grossista, poco importa); poi inizia la distribuzione dettagliata al punto di vendita. A questo punto è necessario un altro trasporto. I costi sono, dunque, quello di produzione, di trasporto, di distribuzione e di vendita.

**ORLANDO, Relatore.** Esiste un costo di conservazione?

**BARILI, Direttore commerciale della Parmalat.** Fa già parte dei costi di distribuzione. Quando il prodotto è fermo, presso il dettagliante il costo di vendita assorbe il costo di conservazione.

**PRESIDENTE.** L'aggravio è dato da due costi: quello del commissionario e quello del ricarico del dettagliante.

**BARILI, Direttore commerciale della Parmalat.** Avrò il piacere di inviarvi una nota da cui potrete apprendere come incidono queste fasi. Da essa si potrà scoprire come su certi prodotti agricoli si battono le stesse industrie per ottenere

dei margini assottigliati in più nelle fasce della cosiddetta vendita. Ma i prodotti subiranno dei rincari irragionevoli e, quello che è più drammatico, diversificati secondo le marche, permettendo e stimolando la moneta cattiva rispetto a quella buona.

Qualora un prodotto buono e che rispetta tutte le fasi dei costi e le esigenze sindacali arriva ad un certo *tot*, l'azienda tenta di imporre un altro prezzo non rispettando questi costi e danneggiando così gli operatori, ed i consumatori.

PETRELLA. Credo che sia utile fare alcune considerazioni sulle forme di incentivazione e sulla formazione dei prezzi di distribuzione. Inoltre, secondo quanto mi risulta, alla quota che viene assegnata per la distribuzione vi sono delle altre forme di incentivazione (ad esempio i premi). Lei ha affermato che il 40 per cento del latte è importato. Le risulta che viene importata anche la pasta di formaggio?

BARILI, *Direttore commerciale della Parmalat*. La produzione del formaggio rappresenta una cosa insignificante; ma non so se importiamo pasta di formaggio. Penso che abbiamo avuto due o tre importazioni soltanto di questa pasta, ma più a titolo sperimentale e per sapere cosa fanno i piccoli caseifici. Penserei di poter essere più esauriente in tale materia la prossima volta.

PETRELLA. Importate anche polvere di latte?

BARILI, *Direttore commerciale della Parmalat*. No, assolutamente. Infatti, per legge, avere soltanto un sacchetto di questo prodotto, significherebbe mettere a repentaglio tutta la nostra azienda. Oggi, nelle aziende, i comitati di fabbrica hanno un controllo assoluto su tutti i prodotti che entrano ed escono. Al riguardo vi è stata anche una brutta polemica riportata dal *Corriere della Sera*. Soltanto aziende a carattere familiare, e quindi dove non c'è controllo, possono produrre

latte in polvere, ma sempre in percentuali molto basse.

PETRELLA. Lei ha affermato che per i costi viene applicata la legge n. 306. In questo ambito normativo si applicano i prezzi a seconda della qualità del latte?

CAIONE, *Direttore della Associazione italiana lattiero-casearia*. Debbo sottolineare che la legge n. 306 ha trovato soltanto una applicazione parziale nelle regioni. Infatti i laboratori non sono ancora in grado di accertare i parametri di qualità del latte; per cui si è arrivati ad una forfettizzazione delle caratteristiche della qualità del latte.

La Lombardia e l'Emilia-Romagna hanno approvato, in materia, delle proprie leggi ma che non trovano ancora applicazione.

PETRELLA. La Parmalat tende a sviluppare il settore del latte sterilizzato o del latte fresco?

BARILI, *Direttore commerciale della Parmalat*. Posso affermare che nella produzione futura da parte della Parmalat vi è il latte sterilizzato. Diversamente sarebbe come andare, ai nostri giorni, in bicicletta invece che in automobile.

CAIONE, *Direttore dell'Associazione italiana lattiero-casearia*. Se si tiene presente che l'80 per cento della produzione lattiera nazionale è nell'Italia settentrionale, per il trasporto e la conservazione del prodotto, il futuro non può non essere che per il latte sterilizzato e a lunga conservazione.

Le statistiche, infatti, dimostrano che il latte a lunga conservazione non subisce alterazioni nel tempo, a differenza del latte fresco che mantiene le sue qualità ottimali soltanto per 48 ore.

BARILI, *Direttore commerciale della Parmalat*. La problematica sul futuro

del latte, sui suoi valori nutritivi, sulle ragioni ecologiche di certe scelte, è illustrata in un volumetto che ho consegnato. Inoltre c'è da sottolineare anche il fatto che, in Europa, paesi come il Belgio, l'Olanda e la Germania hanno un consumo di latte sterilizzato non inferiore al nostro.

Non c'è questo fenomeno in Inghilterra dove esiste l'ultima specie dei *milk men* che stanno però scomparendo perché rifiutano gli orari del mattino; non credo di sbagliare pensando che presto sarà recitato il *de profundis* del latte parzialmente pastorizzato.

PRESIDENTE. Tornando al rapporto tra produzione ed impresa, anche ai fini dell'analisi dei costi, desidererei conoscere come avviene il passaggio fra il singolo produttore e se esistono, anche a questo livello, delle intermediazioni, dei centri di raccolta.

BARILI, *Direttore commerciale della Parmalat*. La nostra azienda, per quello che riguarda la zona di Piacenza e Parma, attua trattative dirette e gestisce i centri di raccolta, mentre appalta i trasporti.

PRESIDENTE. Dai centri di raccolta alla fabbrica?

BARILI, *Direttore commerciale della Parmalat*. Esatto: per quello che riguarda gli acquisti fuori regione abbiamo lasciato che i centri vengano gestiti prevalentemente da cooperative che provvedono a raccogliere il latte e ad inviarcelo in autocisterne.

PRESIDENTE. Sempre ai fini dell'analisi dei costi, potremmo meglio vedere tutti i passaggi?

BARILI, *Direttore commerciale della Parmalat*. Cercherò di poter illustrare e classificare i vari componenti, ma ci troviamo di fronte ad una certa casistica.

CAIONE, *Direttore dell'Associazione italiana lattiero-casearia*. Per meglio chiarire il concetto mi sembra opportuno sottolineare che questi sono contratti di somministrazione: ogni azienda cerca di assicurarsi determinate stalle in modo da avere un riferimento costante per tutto l'anno, mentre aziende che operano in *hinterland* più vasto - non dimentichiamo che siamo in un paese carente di latte e che ce ne approvvigioniamo per circa otto milioni di quintali dall'estero - di volta in volta operano le proprie scelte in merito al posto dove poter effettuare l'acquisto del latte.

SPONZIELLO. Poiché la Parmalat svolge una notevole attività di propaganda, desidererei conoscere in che misura essa incide nel bilancio.

BARILI, *Direttore commerciale della Parmalat*. Senz'altro, se amiamo gli alimenti della natura dobbiamo avere il coraggio di considerare la componente pubblicitaria indispensabile per incrementare il loro consumo; infatti, se prodotti commerciali come la Coca Cola possono permettersi un ricarico pubblicitario del venti per cento, credo sia giusto che un prodotto ben più essenziale possa permettersi una componente pubblicitaria adeguata; nel nostro caso, rispondendo alla domanda, l'incidenza è del due per cento; tuttavia, a carico del latte è dell'uno e mezzo per cento il che vuol dire, in pratica, che un litro di latte può costare quattro o cinque lire in più per spese di pubblicità. Sarebbe errato pensare che l'aver una incidenza del due per cento sul bilancio dell'azienda per spese imputabili a questo settore sia uno sperpero perché altre aziende nei cui bilanci non ricorre questa voce ne hanno un'altra che può essere ben più pesante e meno facilmente giustificabile che è quella generica di « spese varie ».

MENEGHETTI. In considerazione del fatto che la Parmalat è una azienda *leader* e che quindi dovrete sentirvi animati

da un certo spirito patriottistico, non vi sembrerebbe opportuno importare meno latte ed utilizzare tutto quello della produzione interna visto che vi sono aziende, come nel Veneto, dove i produttori hanno notevoli difficoltà a collocare il latte di produzione al prezzo stabilito dallo accordo regionale?

BARILI, *Direttore commerciale della Parmalat*. Un'azienda come la nostra non può non accedere ad una quota di mercato perché mancherebbe di quella necessaria elasticità che, a volte, la produzione del mercato impone. Il grosso problema è rappresentato da quelle aziende che importano il cento per cento del latte dall'estero, mentre dovrebbero rivolgersi anche al prodotto nazionale. Per quanto riguarda la situazione lamentata da alcuni produttori veneti, desidero ricordarle, onorevole Meneghetti, che proprio in quella regione una grossa cooperativa che per dissapori con un precedente acquirente si trovò a non poter collocare la merce. Essa fu salvata perché il latte finì, per una quantità cospicua, nella nostra azienda.

Quindi noi interverremo in caso di necessità, però prima vorremmo che anche le altre aziende fossero impegnate ad acquistare una quota di prodotto nazionale, ed in particolare proprio alcune aziende che operano nel Veneto e che non fanno nulla di ciò.

PRESIDENTE. Lei ha parlato di un 2 per cento di promozione che è un dato probabilmente non allarmante preso nel complesso del vostro bilancio, ma vorrei confrontare questo tipo di impegno della vostra impresa con quello che lei ha illustrato all'inizio, cioè il rapporto di sperimentazione, di ricerca, di miglioramento della stessa produzione all'origine, in altri termini il rapporto con i produttori. Capisco che in questo caso si tratta di un tipo di produzione molto diverso, ma in questa sede abbiamo incontrato grandi

imprese di trasformazione di prodotti agricoli che fondano tutta la loro attività industriale sul rapporto più diretto con il produttore, svolgendo una grossa attività di ricerca e sperimentazione.

A tale riguardo vorrei sapere cosa vi proponiate di fare voi per migliorare la salute del bestiame, e non parlo di incentivazioni finanziarie ma di rapporti tecnici con le imprese al fine di ottenere una maggiore quantità di produzione ed un miglioramento della qualità, ed anche quanta parte degli investimenti dell'azienda siano destinati a tale scopo; oppure se questo tipo di programma non sia compreso nei progetti generali di sviluppo della Parmalat.

BARILI, *Direttore commerciale della Parmalat*. Di imprese che si mettono allo occhio il merito di contribuire al miglioramento qualitativo del prodotto all'origine ne conosco qualcuna, ma un conto è fare delle cose che rendano operativamente e un conto è farsi belli ai congressi. Bisogna essere concreti. Secondo me sarebbe già qualcosa se l'industriale facesse bene l'industriale e il produttore facesse bene il produttore. Capisco che l'azienda che acquista la materia prima possa porre delle condizioni perché questa sia migliorata, però non credo che il miglioramento della qualità del prodotto all'origine sia un'opera che possa essere opportunamente o fattivamente svolta dall'industria compratrice. Sì, si possono fare delle cose, si può dare della polvere negli occhi, ma simili iniziative debbono avere un'altra origine. Chiaramente questa è un'opinione del tutto personale.

PRESIDENTE. Mi permetta di dire che da questo punto di vista non sono d'accordo con lei.

MORA. C'è la legge n. 306.

BARILI, *Direttore commerciale della Parmalat*. Cosa può fare un industriale per il miglioramento del prodotto? Può scartare delle partite di latte.

Oppure l'azienda dovrebbe assumere settanta veterinari, cinquanta esperti agricoli ed economico-agricoli, eccetera ed impiegarli per il miglioramento del prodotto? Mi pare che ad altri spettino simili iniziative, noi come industriali abbiamo già tanti altri problemi. Certo quanto lei dice, signor presidente, sarebbe bello, ma a mio avviso non realizzabile.

**PRESIDENTE.** Un bestiame che dia più alta resa non è indifferente per una industria di trasformazione.

**BARILI, Direttore commerciale della Parmalat.** Sì, sono d'accordo, sul piano teorico possiamo elaborare dei bellissimi progetti, ma i problemi si pongono sul piano pratico. Prendiamo l'esempio dei parametri qualitativi del latte: se veramente volessimo applicarli il latte potrebbe costare anche dieci lire di più al litro; sarebbe invece necessario procedere a delle opere di bonifica generali e radicali. Comunque questa è solo, ripeto, una opinione personale.

**CAIONE, Direttore dell'Associazione italiana lattiero-casearia.** Soltanto un cenno: credo che la risposta l'abbia fornita l'onorevole Mora quando ci ha ricordato la legge n. 306 che, così com'è, finisce col premiare il latte peggiore. Quando riusciremo a vedere chiaro nella legge n. 306 può darsi che riusciremo a trovare una risposta precisa alla sua domanda, ma non si può far carico di tutto all'industriale che già va verso il latte migliore quando sceglie le stalle o prende altre decisioni. In una zona carente di latte non è possibile compiere tutte le scelte che possono portare ad un miglioramento. La risposta, ripeto, l'ha data l'onorevole Mora che conosce bene il settore.

**PRESIDENTE.** Credo che siamo ormai giunti alla conclusione del nostro incontro. Devo dirle subito, dottor Barili, che purtroppo non ce ne sarà un altro e quindi potete fornirci ulteriori informazioni solo

attraverso relazioni scritte; mi permetto dunque di riassumere le nostre richieste.

In primo luogo anche se il questionario non risponde, come lei ha detto, alla mentalità di un industriale che lavora il latte, vorrei chiederle di dare risposta a tutti i quesiti in esso contenuti, se possibile entro la fine del mese, in quanto abbiamo bisogno di risposte omogenee e confrontabili con quelle degli altri. Al questionario dovrebbe poi accompagnarsi una relazione oggettiva, volta ad illustrare, per esempio, tutta questa analisi dei costi, se possibile partendo dalla produzione.

**BARILI, Direttore commerciale della Parmalat.** Questa relazione la faremo sia in riferimento al 1977-78 sia al 1975-76.

**PRESIDENTE.** Mi pare che la nostra richiesta si riferisca ai dati relativi al 1976. Inoltre, oltre alle tematiche emerse da questa discussione, dovrete fornirci indicazioni sui programmi di sviluppo dell'azienda, sia sul piano industriale che della commercializzazione, in modo che possiamo comprendere cosa stia maturando. Da ultimo c'è un altro problema, sul quale oggi non ci siamo soffermati ma che è stato molto discusso per altri settori, cioè quello del rapporto con la Comunità, delle difficoltà che possono insorgere per quanto riguarda l'importazione del latte.

Possiamo dare inizio all'udienza con i rappresentanti della società Carapelli, produttrice essenzialmente di olii. Nel ringraziarli per la loro presenza, do la parola al relatore onorevole Orlando, che illustrerà i termini della nostra indagine. Preciso che i rappresentanti della Carapelli sono il dottor Barbagli, amministratore unico della società, e il dottor Tofanari, della direzione amministrativa della società.

**ORLANDO, Relatore.** È bene che loro sappiano le finalità dell'indagine, in quanto il questionario che è stato loro inviato consisteva solo in una richiesta di dati. Le finalità sono quelle di un'indagine conoscitiva, cioè è un'indagine che chiede la

collaborazione delle persone che interpelliamo per arrivare ad una conoscenza quanto più completa possibile dei problemi relativi al settore. Non ci interessa in modo specifico la problematica dell'azienda, ma ci interessa la problematica generale del settore, per conoscere i costi di produzione, di distribuzione e di trasformazione dei principali prodotti alimentari. La finalità non è solamente conoscitiva, ma anche di utilizzazione di questi dati per poter arrivare ad un miglioramento del quadro legislativo di cui si dispone o anche ad un suo aggiornamento. A questo fine si cerca di pervenire attraverso indagini nazionali condotte da organismi specializzati sia attraverso udienze conoscitive come questa, sentendo i rappresentanti delle grandi aziende, che hanno per la loro funzione una conoscenza di questa problematica.

Questa è la finalità generale, quindi i temi che a noi interessano sono quelli dei rapporti che intercorrono tra i produttori e l'azienda produttrice e dei temi che riguardano i rapporti successivi, cioè le attività a valle dell'azienda, fino al consumatore. In altri termini ci interessano anche quei problemi che sorgono per la trasformazione stessa del prodotto, cioè i costi di produzione che l'azienda deve affrontare, e quindi le difficoltà o le diverse funzioni che deve assolvere per svolgere la propria attività produttrice. Nell'ambito di questo quadro ci interessa collocare la struttura dell'azienda, la sua attività, il tipo di società.

Il primo elemento che ci interessa per capire la vostra identità è sapere se la vostra è una azienda interamente italiana.

BARBAGLI, *Amministratore unico della società Carapelli*. La società è interamente italiana, ha uno stabilimento in Firenze con impianti per l'estrazione dell'olio dai semi oleosi e impianti per la raffinazione degli oli di oliva e per tutti i tipi di olio di semi.

Ha inoltre impianti per il confezionamento in bottiglie e in lattine da litri

1,5 e 25, sia dell'olio di oliva che dell'olio di semi. Il prodotto confezionato viene quindi immesso nei normali canali di vendita della distribuzione commerciale giungendo così fino al consumatore. L'azienda è composta in tutto da circa 200 persone in organico, delle quali il 50 per cento è costituita da operai ed il rimanente 50 per cento si ripartisce tra gli impiegati dei servizi amministrativi, commerciali e della produzione nonché tra i quadri intermedi addetti alle vendite (ispettori-promotori). Fanno parte dell'azienda inoltre, circa 200 agenti plurimandatari. Il fatturato dell'azienda è di 23-24 miliardi l'anno, di cui l'80 per cento è praticamente realizzato con la distribuzione commerciale (ingrosso, gruppi d'acquisto, grande distribuzione e dettaglio tradizionale) giungendo quindi fino all'ultimo scalino prima del consumatore.

BRANCIFORTI ROSANNA. In queste 200 persone è previsto anche il maggior numero di persone nel periodo di raccolta delle olive?

BARBAGLI, *Amministratore unico della società Carapelli*. Solo sotto l'aspetto di alcuni tipi di lavorazione, la struttura dell'azienda potrebbe considerarsi stagionale ma, in realtà, il personale impiegato dall'azienda è costante in tutto l'anno. La produzione dell'olio di oliva, in particolare, si effettua subito dopo la campagna del girasole e cioè nei mesi di novembre e dicembre ed arriva fino a marzo-aprile. Il mese di maggiore « punta » di lavoro si ha nel mese di settembre quando si raccoglie il girasole e lo stabilimento inizia a lavorarlo. Nei periodi di minore lavoro il personale degli impianti industriali viene utilizzato in lavori di manutenzione o viene spostato al reparto di confezionamento o gli vengono accordate le ferie.

Per quanto concerne le linee di confezionamento, il lavoro si svolge normalmente tutto l'anno e le punte di lavoro dipendono dalla stagionalità dei consumi

è quindi dall'andamento del mercato. Così, ad esempio, per l'olio di oliva, si ha un fenomeno tipicamente italiano dovuto all'autoconsumo che si sviluppa nei mesi di produzione dell'olio di oliva ed in quelli immediatamente successivi, determinando una flessione delle vendite presso la normale distribuzione commerciale.

Questo accade soprattutto nelle zone di produzione, che interessano praticamente gran parte del territorio nazionale, dove ci si approvvigiona direttamente dall'agricoltore ed il consumo alla distribuzione si normalizza nei mesi di aprile e maggio.

ORLANDO, *Relatore*. Se ho ben capito, c'è una grossa massa di piccoli acquisti per una prima scorta di due tre mesi, e poi un acquisto dettagliato al negozio.

Quali sono i diversi tipi di olio di semi che la Carapelli produce?

BARBAGLI, *Amministratore unico della società Carapelli*. Praticamente tutti e li estraiamo direttamente dai semi del girasole, del vinacciolo e dell'arachide. Produciamo anche olio di soia e di mais in minor quantità rispetto agli altri. Per la lavorazione degli olii tipicamente italiani, acquistiamo il prodotto direttamente dagli agricoltori della Toscana e dell'Umbria in gran parte e in piccola parte in Piemonte.

ORLANDO, *Relatore*. Per gli altri olii ricorrete all'importazione?

BARBAGLI, *Amministratore unico della società Carapelli*. Il seme di arachide viene importato in Italia in quantità pari al 70 per cento già « spremuto » perché ormai i paesi produttori (Sudan e Nigeria) non si limitano più alla sola vendita delle noccioline ma effettuano direttamente la lavorazione dell'olio.

Il seme di soia è anch'esso importato e proviene dagli Stati Uniti e dal Brasile. Poiché ha un basso contenuto di olio (18-20 per cento) sul suo costo incide in maniera rilevante il trasporto.

L'aumento dei costi dipende anche dalle dimensioni della azienda e quindi degli impianti; per esempio in Germania ci

sono impianti per la lavorazione di 3 mila tonnellate al giorno di semi di soia; dal costo dei noli (per esempio, il trasporto fino a Genova o nell'Adriatico è maggiore di quello fino a Rotterdam).

Le farine di estrazione hanno ormai nel mercato comune un collocamento di pari prezzo sia in Olanda, in Francia e in Italia. Noi ci siamo in particolare rivolti alla lavorazione del girasole e del vinacciolo anche perché la Toscana, dove sono i nostri impianti, ha notevoli produzioni di questi semi. Il girasole ora, con la selezione dei semi, rende moltissimo e, un altro elemento importante è che ogni agricoltore al momento della semina sa già quale sarà il prezzo che potrà ricavare da ogni chilo di girasole raccolto, in quanto c'è il prezzo minimo stabilito dalle norme comunitarie.

Per quanto riguarda l'olio di vinacciolo che per qualità è eccezionale, la produzione sta aumentando.

Fino a quando non ci sono state le cantine sociali e la concentrazione della vinificazione non avveniva in grossi impianti, tutti i raspi, l'uva ed i mosti venivano abbandonati in quanto i costi di trasporto e di raccolta erano troppo elevati.

Adesso invece aumenta la produzione in rapporto alla maggiore possibilità di raccolta e di concentrazione. Il seme di uva, utilizzato per la produzione dell'olio di vinacciolo, è solo una parte di quello prodotto. Quindi in Italia si potrebbe avere una produzione di vinacciolo abbastanza importante. L'Italia consuma 5 milioni di quintali di olio di semi, ma la produzione nazionale arriva forse a 600 o 700 mila quintali, compresa la produzione di olio di mais. Infatti per quest'ultimo, nel nostro Paese, non ci sono molte attrezzature, ha un costo piuttosto elevato perché da pochi anni è entrato nel mercato.

ORLANDO, *Relatore*. Vorremmo sapere quali tipi di rapporto avete con gli agricoltori per il rifornimento della materia prima.

BARBAGLI, *Amministratore unico della società Carapelli*. Per la prima volta quest'anno, abbiamo avuto un rapporto con gli agricoltori per la produzione dell'olio di girasole. Tale rapporto si esplica in questo modo: noi forniamo il seme di prima produzione (per la semina) e gli agricoltori (ai quali viene garantito il prezzo-intervento del mercato comune) ci forniranno, al momento del raccolto, il seme di girasole che hanno prodotto.

ORLANDO, *Relatore*. Le sarei grato se potesse farci pervenire una copia di questo contratto.

BARBAGLI, *Amministratore unico della società Carapelli*. Certamente. Intanto posso dirle che esso prevede il pagamento del seme al momento della raccolta; inoltre quando gli agricoltori ci consegnano il prodotto, noi detraiamo le spese per il seme da semina fornito. L'unità di misura adottata in tale operazione è l'ettaro seminato. Abbiamo una forma di cooperazione anche con l'Ente Maremma, il quale allestisce una asta per raccogliere le offerte; noi partecipiamo a quest'asta rifornendoci di una quantità di prodotto che può variare a seconda del raccolto e quindi del prezzo. Possiamo reperire parte del prodotto anche da quei mediatori-raccoglitori che operano in questo settore e che d'accordo con noi, provvedono all'acquisto del girasole per nostro conto.

Ma per quanto riguarda il seme di girasole non interessa i commercianti, perché esso difficilmente può essere stoccato. Il vero commerciante acquista il prodotto, lo mette nei suoi magazzini e lo rivende seguendo un *iter* di mercato che gli può far guadagnare più o meno.

ORLANDO, *Relatore*. Prestate una qualche forma di assistenza o fornite dei prodotti antiparassitari agli agricoltori?

BARBAGLI, *Amministratore unico della società Carapelli*. Sì. Al riguardo abbia-

mo avuto una collaborazione con il consorzio di Foggia. A suo tempo (circa sei o sette mesi fa), attraverso l'Istituto dell'Oltremare di Firenze, abbiamo fatto uno studio sulla coltivazione del seme di girasole, quali tipi potevano essere seminati a seconda dei periodi. Ci si rende conto che un'industria non può con facilità seguire questo *iter*, ma il discorso dovrebbe, invece, essere affrontato dagli ispettorati provinciali.

ORLANDO, *Relatore*. Quale è il prezzo fissato nel contratto?

BARBAGLI, *Amministratore unico della società Carapelli*. Il prezzo, nel suo minimo, è quello fissato dall'AIMA; ma è previsto anche un premio per compensare gli agricoltori per certe spese che hanno dovuto sostenere.

ESPOSTO. Lei ha parlato più volte di rapporti con i consorzi agrari provinciali: desidererei sapere se tali rapporti avvengono anche con la Federconsorzi in ordine alla assistenza tecnica ed alla partecipazione azionaria.

BARBAGLI, *Amministratore unico della società Carapelli*. No. La federazione non ha partecipazione azionaria nella nostra Azienda; questo rapporto è nato da una esigenza di raccolta del girasole nella zona di Foggia dove, per la produzione rilevante, la federazione ha una organizzazione con gli agricoltori per la distribuzione del seme da semina e per la raccolta del girasole per la spremitura: siamo addivenuti ad una forma di collaborazione in quanto il seme di girasole è depositato nei magazzini del consorzio di Foggia e da essi noi lo ritiriamo.

ORLANDO, *Relatore*. Importate un certo quantitativo di olio dalla Grecia e dalla Spagna per il taglio?

BARBAGLI, *Amministratore unico della società Carapelli*. L'Italia è deficitaria nella produzione di olio di oliva perché

non può far fronte all'intero consumo che si aggira sui 4,5 milioni di quintali; necessariamente, quindi, dobbiamo approvvigionarci anche all'estero - Grecia, Tunisia e Spagna - e del prodotto importato una parte serve anche per il taglio.

ORLANDO, *Relatore*. Desidererei che mi parlaste del rapporto fra l'impresa ed il vinacciolo e l'olio di oliva.

BARBAGLI, *Amministratore unico della società Carapelli*. Per quanto riguarda il vinacciolo noi acquistiamo il seme dalle distillerie e, quindi, non esistono rapporti con l'agricoltore; per l'olio di oliva il discorso è un po' più particolare. Il rapporto con gli agricoltori non è quello dominante anche se in qualche zona sono essi che lo raccolgono direttamente per noi. Per questo prodotto è necessaria una distinzione fondamentale e, cioè, quella fra l'olio vergine e quello che deve passare la fase dell'industrializzazione. Nel primo caso esiste un rapporto con i commercianti che raccolgono il prodotto dagli agricoltori ed un altro con l'AIMA ogni qual volta è indotta una vendita.

BRANCIFORTI ROSANNA. Che quota di mercato italiano ed estero coprite?

BARBAGLI, *Amministratore unico della società Carapelli*. Nel mercato interno rappresentiamo una percentuale di circa il sette, otto per cento, mentre nell'esportazione arriviamo ad una quota di circa quindicimila quintali. È importante rilevare che l'Italia può vendere solo a quei paesi che sono disposti, attraverso una qualificazione del nostro prodotto nazionale, a pagare di più, proprio grazie alla migliore qualità, di quanto altri paesi, quali la Spagna, offrono loro.

PRESIDENTE. Lei ha parlato delle aste, fatte dall'Ente Maremma, per il girasole: ad esse partecipano solo industriali o anche commercianti?

BARBAGLI, *Amministratore unico della società Carapelli*. Solo industriali. Per

altri prodotti, come ad esempio per l'olio di oliva, indette dall'AIMA, sono invitati industriali e commercianti.

ORLANDO, *Relatore*. Voi comprate dai commercianti?

BARBAGLI, *Amministratore unico della società Carapelli*. Sì, anche da loro, ed il problema è collegato al funzionamento delle aste. Il mercato segue un suo andamento normalizzato dalla possibilità di ammassare all'AIMA il prodotto ad un prezzo prestabilito: c'è un momento in cui il mercato è livellato a quello che è il prezzo dell'AIMA; se una azienda come la nostra decide di partecipare ad un'asta dell'AIMA perché ha necessità di acquistare ma non riesce a restare aggiudicataria perché qualcuno offre di più, si troverà in pratica a non avere le scorte per il fabbisogno produttivo e sarà costretta a rivolgersi a chi nell'asta è rimasto aggiudicatario. Se questo tipo di aste anziché esserci ad intervalli così lunghi, ci fossero ripetutamente e ripetitivamente ogni mese il problema non sussisterebbe perché verrebbe a determinarsi una giusta proporzione tra l'ammasso e la quantità vendibile.

Intanto, la speculazione non potrebbe avvenire perché chi non è riuscito ad acquistare un mese potrà farlo il mese successivo. Nessuno correrebbe più il rischio di acquistare forti quantitativi di olio da rivendere se l'AIMA procedesse ad una nuova vendita a distanza di un mese. In conclusione, queste aste AIMA danno al mercato, invece che stabilizzazione, dei sussulti: prima dell'asta non si acquista nella speranza di poterlo fare in quella sede, dopo l'asta chi non è riuscito a comprare è costretto a farlo in base ai prezzi stabiliti da chi ha il prodotto.

PRESIDENTE. Lei sa che è in corso un dibattito a livello non solo comunitario ma anche nazionale a proposito della revisione della denominazione dell'olio

di oliva; il Governo ha anche presentato un disegno di legge in proposito, che però non è ancora stato discusso dalle Camere. Tutto ciò si rifà alla proposta avanzata da alcune organizzazioni per la riduzione del numero delle qualità di olio, che ora sono cinque. In effetti la distinzione tra olio extravergine, olio sopraffino e olio fino extravergine è questione di lana caprina e si vorrebbe ridurre le qualità a olio extravergine, olio di oliva e olio lampante. Cosa pensa lei, sia della denominazione, sia del numero delle qualità?

BARBAGLI, *Amministratore unico della società Carapelli*. Non è che il consumatore riesca a fare molta distinzione tra olio extravergine, olio sopraffino vergine e olio fino vergine. È da considerare inoltre che la maggior parte di olio vergine venduta in Italia, oggi, è del tipo extravergine. Concordo pertanto sul fatto che tre suddivisioni siano troppe. Ritengo però che dovrebbe essere mantenuta una distinzione tra olio extravergine di oliva e olio vergine di oliva; altrimenti un olio vergine con un grado e mezzo di acidità e con buone qualità organolettiche non sarebbe né un extravergine, né un lampante, non necessitando della raffinazione e non si potrebbe denominare neppure olio di oliva perché questa denominazione spetta ad una miscela tra olio rettificato e olio vergine.

È necessario pertanto mantenere una classificazione intermedia tra l'olio di oliva e l'olio extravergine di oliva che potrebbe essere costituita dalla denominazione «olio vergine di oliva».

ORLANDO, *Relatore*. Voi vendete con denominazione di «olio di semi vari» oppure con denominazione e marchio più specifici?

BARBAGLI, *Amministratore unico della società Carapelli*. Il discorso non è molto semplice perché noi ci troviamo ad essere l'unica azienda in Italia che venda olio di semi vari indicando i componenti.

ORLANDO, *Relatore*. Dunque indicate i componenti. E anche le percentuali?

BARBAGLI, *Amministratore unico della società Carapelli*. No, perché la legge non prevede l'indicazione dei componenti ma solo la dicitura «olio di semi vari».

PRESIDENTE. Però nessuno impedirebbe l'indicazione delle percentuali. Vorrei capire, perché, pur elencando i componenti, non indicate le percentuali.

BARBAGLI, *Amministratore unico della società Carapelli*. Quando prendemmo la decisione di elencare i componenti, ci fu contestato il fatto che difficilmente questi avrebbero potuto essere individuati in una miscela di olii di semi vari. Noi sostenemmo, anche attraverso il lavoro svolto da professori dell'università di Bologna, che una volta dichiarati i componenti il loro riconoscimento sarebbe stato possibile.

Nei quattro anni che sono trascorsi da allora si è andati avanti ed è possibile, con una certa approssimazione, l'indicazione delle percentuali. Però non esistendo una legge che indichi il grado di approssimazione permesso, proprio noi che abbiamo fatto qualcosa più degli altri, potremmo andare incontro a delle difficoltà e contestazioni: pensate al caso in cui, avendo noi indicato la presenza di un componente nella misura del 45 per cento, un esame di laboratorio riscontrasse solo il 40; potremmo andare incontro ad una denuncia a causa della mancanza di una legge che stabilisca i metodi di analisi per la determinazione dei componenti e la percentuale di errore concessa.

Ad esempio, in Francia la legge prevede che sulle confezioni di olio di semi vari siano indicati i componenti ma non le percentuali, c'è, invece, una linea grafica che indica la quantità di un prodotto rispetto ad un altro. Ma in Francia vi è una legislazione precisa, una legislazione che prevede, ad esempio, qualora l'olio

di semi abbia un contenuto di acido linolenico superiore al 2 per cento sia chiaramente scritto che è da usare per condimento e non per frittura.

Noi all'inizio già ci siamo dovuti battere per indicare i componenti, che hanno valori diversi: ad esempio l'olio di soia costa 600 lire al litro, mentre quelli di girasole e di vinacciolo costano circa 700 lire al litro e, naturalmente, anche la qualità è diversa.

Per il solo fatto di indicare i componenti, usando olii di maggior pregio e di maggior costo, noi attualmente dobbiamo vendere il nostro prodotto ad un prezzo maggiore di quello praticato dai concorrenti che si limitano all'indicazione «olio di semi vari», e possono utilizzare tipi di olio a costo più basso, anche a scapito della qualità. Ciò avviene anche per la scarsa educazione del consumatore in tale campo. Infatti, se si potesse scrivere, se fossimo obbligati a scrivere che un olio che contenga più del 2 per cento di acido linolenico non è consigliabile per frittura, chiaramente la massaia finirebbe con l'avere un'educazione in merito.

Se poi si tiene conto del fatto che in Italia sia l'olio di vinacciolo sia quello di girasole hanno un contenuto zero di acido linolenico, si comprende come ciò favorirebbe la commercializzazione di questo tipo di prodotto.

**ORLANDO, Relatore.** Perché l'olio di vinacciolo non viene mai indicato?

**BARBAGLI, Amministratore unico della società Carapelli.** Noi vendiamo una confezione denominata «olio di vinacciolo» - è un discorso che facciamo da quattro anni - ma per venderlo occorre un'educazione del consumatore.

Il consumatore deve essere educato, ma non con trasmissioni come «A come agricoltura», ma con programmi che vadano in onda alle 20,30 e che insegnino che cosa si deve consumare. Il consumatore italiano è completamente diseducato.

**DULBECCO.** Come gioca oggi e come ha giocato ieri il fenomeno della temporanea importazione sulle vicende degli olii?

**BARBAGLI, Amministratore unico della società Carapelli.** Temporanea importazione significa in effetti importare olio da lavorare che poi deve essere riesportato. Questa praticamente è la prassi dell'operazione della temporanea importazione. Può accadere che per motivi contingenti l'olio non possa essere più esportato e a questo punto deve essere nazionalizzato; però oggi, pagando il prelievo al momento dell'accensione della temporanea importazione, il problema praticamente non si pone più.

**PRESIDENTE.** In aggiunta al questionario, di per sé esauriente, chiediamo una ulteriore relazione in cui si illustrino soprattutto due aspetti. Il primo aspetto riguarda i costi di produzione nei vari passaggi, considerando anche quello dei raccoglitori anche se si tratta di percentuali minime rispetto ai costi; il secondo aspetto riguarda il costo di trasformazione e di commercializzazione per la parte che fa capo all'impresa. Desideriamo un'analisi di maggior dettaglio possibile, che sia comparabile con altre notizie che raccogliamo da altre società per altri prodotti.

La seconda parte di questa relazione potrebbe riguardare eventuali vostre proposte, soprattutto in relazione al problema della descrizione dei vari componenti dei singoli prodotti, con richiami eventualmente anche alla legislazione straniera.

**BARBAGLI, Amministratore unico della società Carapelli.** Per la legislazione straniera ho un lavoro che riguarda la Francia, la Svezia, l'Olanda, il Belgio, la Germania, la Danimarca e l'America. Sono quattro anni che lavoriamo per conoscere

la legislazione di altri paesi circa la composizione degli olii di semi. Ci siamo documentati, siamo stati a Parigi alla associazione « dei corpi grassi », che ci ha consegnato uno studio che era stato compiuto.

**PRESIDENTE.** Ringrazio a nome della Commissione i rappresentanti della società Carapelli, invitandoli ad integrare al più presto le informazioni date, perché i lavori della Commissione volgono al termine.

**La seduta termina alle 13.**