

COMMISSIONE VI

FINANZE

(n. 13)

SEDUTA DI GIOVEDÌ 16 NOVEMBRE 1995

*(Ai sensi dell'articolo 143, comma 2, del regolamento della Camera)*AUDIZIONE DEL DIRETTORE GENERALE E DEI VICEDIRETTORI
DELL'AZIENDA DEI MONOPOLI DI STATO, SULLO STATO E LE PROSPETTIVE DELL'AZIENDA

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE PIERANGELO PALEARI

INDICE

	PAG.		PAG.
Audizione del direttore generale e dei vicedirettori dell'Azienda dei monopoli di Stato, sullo stato e le prospettive dell'Azienda:		Molgora Daniele (gruppo lega nord)	224
Paleari Pierangelo, <i>Presidente</i>	211, 218 224, 228, 229	Pistone Gabriella (gruppo rifondazione comunista-progressisti)	222, 227
Castellazzi Elisabetta (gruppo lega nord) .	213 220	Sbarbati Luciana (gruppo i democratici) ..	225 228
Conte Gianfranco (gruppo forza Italia)	213 219, 228	Scermino Felice (gruppo progressisti-federativo)	224
Del Gizzo Ernesto, <i>Direttore generale dell'Azienda dei monopoli di Stato</i> ..	211, 213, 214 215, 223, 228, 229	Turci Lanfranco (gruppo progressisti-federativo)	222, 223
Di Lello Finuoli Giuseppe (gruppo progressisti-federativo)	224	Vernuccio Mario, <i>Vicedirettore amministrativo dell'Azienda dei monopoli di Stato</i> ..	213 229
Fuscagni Stefania (gruppo CCD)	221	Sulla pubblicità dei lavori:	
Marengo Lucio (gruppo di alleanza nazionale)	215	Paleari Pierangelo, <i>Presidente</i>	211
		ALLEGATO	231

PAGINA BIANCA

La seduta comincia alle 15,10.

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Avverto che, se non vi sono obiezioni, rimane stabilito che la pubblicità dei lavori sia assicurata anche attraverso impianti audiovisivi a circuito chiuso.

(Così rimane stabilito).

Audizione del direttore generale e dei vicedirettori dell'Azienda dei monopoli di Stato, sullo stato e le prospettive dell'Azienda.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione, ai sensi dell'articolo 143, comma 2, del regolamento, del direttore generale e dei vicedirettori dell'Azienda dei monopoli di Stato, sullo stato e le prospettive dell'Azienda.

Innanzitutto ringrazio il dottor Del Gizzo, il dottor Vernuccio e l'ingegner Verdesca per aver accolto l'invito della Commissione a riferirci sul tema dei monopoli, che è divenuto di tale interesse da richiedere la massima attenzione da parte dell'organo legislativo.

Ricordo che nella seduta di ieri si è conclusa, con il lungo intervento del ministro delle finanze Fantozzi, la prima parte della serie di audizioni che intendiamo svolgere sull'argomento che si concluderà con l'audizione dei rappresentanti sindacali.

Cedo senz'altro la parola al dottor Del Gizzo.

ERNESTO DEL GIZZO, *Direttore generale dell'Azienda dei monopoli di Stato.*

L'amministrazione dei monopoli, come ha avuto modo di illustrare il ministro delle finanze, riguarda tre settori fondamentali: tabacchi, sali e giochi (il chinino è solo per memoria nei bilanci consolidati dello Stato, poiché in effetti rappresenta non una posta attiva ma un dovere sociale). La parte fondamentale indubbiamente è quella del tabacco, il quale assicura un gettito allo Stato di circa 12 mila miliardi l'anno. Al di là delle cifre, il monopolio tradizionale è stato sempre quello dei tabacchi lavorati: una volta si estendeva dalla fase colturale fino alla vendita, mentre ora riguarda soltanto la produzione e la vendita, poiché l'importazione e la distribuzione sono state liberalizzate in base ad accordi in sede comunitaria e a leggi adottate in conseguenza.

L'andamento della produzione e della vendita dei prodotti italiani, nell'ultimo ventennio, è stato discendente; i dati sono stati indicati alla Commissione dal ministro delle finanze e mi pare inutile ripeterli, comunque, *grosso modo*, rispetto al consumo totale che può collocarsi intorno a 108 milioni di chilogrammi, la quota a disposizione dell'amministrazione dei monopoli è di circa il 30 per cento. Mi riferisco al consumo reale — e non a quello legale — che è la somma delle vendite legali fatturate dall'amministrazione dei monopoli e di quelle presunte di contrabbando, che secondo certe proiezioni riguarderebbero circa 18 milioni di chilogrammi, a fronte dei 90 milioni di chilogrammi venduti legalmente.

La progressiva perdita di mercato, che è stata abbastanza robusta (nel giro di sei anni si è attestata intorno al 20 per cento), è stata determinata da una mancata risposta all'azione di concorrenza svolta sul

mercato italiano. Tale mancata risposta è derivata dalla convinzione che un allineamento della qualità e dei prezzi a quelli della concorrenza avrebbe portato fatalmente ad un incremento del contrabbando. Non ho elementi di econometria per confutare questo dato, però le notizie che sono riuscito ad ottenere proprio dalla concorrenza, dalle multinazionali, mi hanno convinto che è nostro dovere innanzitutto aumentare il valore del prodotto e non il prezzo; dobbiamo fare il possibile affinché il nostro prodotto sia migliore. Per fare questo occorre compiere una serie di azioni che abbiamo cominciato ad intraprendere: risale, infatti, a ieri l'immissione in vendita di una nuova sigaretta, la *MS extra mild*, venduta ad un prezzo di 4 mila lire; siamo così usciti dal « limbo » delle 3.400 lire e ci stiamo avvicinando al prezzo della Marlboro. La sigaretta che abbiamo immesso sul mercato è caratterizzata da un nuovo pacchetto, un nuovo filtro, una nuova concezione della miscela, che si avvale di una premiscelazione accentuata, nonché di una concia migliore. Siamo quindi in grado di pretendere dal contribuente consumatore il prezzo che ho citato, che ci avvicina a quello delle sigarette della concorrenza, riducendo così il *gap* che negli ultimi tempi ha caratterizzato la differenza tra il prezzo di vendita del prodotto nazionale e quello del prodotto importato. Lo stesso pensiamo di fare con altre sigarette di imminente immissione in consumo, quali la *MS personal* e la catena delle *slim*, cioè delle sigarette sottili.

Abbiamo acquisito la convinzione (che ritengo sia condivisa dai miei colleghi vicedirettori generali) di dover perseguire il miglioramento della qualità e del *packaging*, mentre la comunicazione è un fatto secondario, tenuto conto delle limitazioni esistenti sul piano promozionale e pubblicitario, di cui subiamo le conseguenze nefaste da parte della concorrenza, la quale non si ferma di fronte al divieto della legge, che noi invece avvertiamo in tutta la sua imperatività, per cui lo rispettiamo.

A seguito di ciò, dobbiamo evidentemente migliorare dal punto di vista della

presentazione e della qualità del prodotto, oltre che sul piano del controllo della distribuzione e della vendita. Infatti, la contemporanea riduzione dell'offerta e della domanda del nostro prodotto sul mercato è imputabile non solo ad un problema qualitativo. Ricordo che quando, due anni fa, mi è stato assegnato il compito di studiare in che modo il settore andasse gestito, mi sono reso conto che avevamo diversi luoghi in cui si effettuava la miscelazione del prodotto; il migliore era quello di Rovereto, dove si prestava maggiore attenzione nel premiscelare i tabacchi che entravano nella composizione del prodotto. Ci siamo allora posti il problema di effettuare la premiscelazione in un unico luogo, utilizzando un edificio che era stato acquistato da molto tempo (lo stabilimento di Santa Lucia di Battipaglia), dove oggi procediamo alla premiscelazione per l'intero prodotto destinato a tutte le manifatture.

In modo analogo intendiamo organizzare l'altra fase del procedimento manifatturiero, che è il *toasting*, ossia la tostatura del tabacco, al fine di eliminare quello che molti tecnici giudicano un fattore negativo per l'apprezzamento della qualità (*flavour*) del prodotto: mi riferisco all'eliminazione dell'azoto, quindi dell'ammoniaca, che renderebbe amaro e, come si suol dire, « lapposo » il gusto del *Burley*, uno dei componenti principali della sigaretta. A tal fine, sono già state avviate le gare per la realizzazione di uno stabilimento da inserire nella manifattura di Napoli, dove concentrare l'intera attività di *toasting*; si sta inoltre ponendo il problema se convenga realizzare anche un'unica trinciatura e un'unica concia, visto che quest'ultima costituisce un altro fattore che potrebbe influenzare notevolmente l'equiparazione del prodotto nazionale ai migliori prodotti disponibili sul nostro mercato, ossia quelli della concorrenza.

Nello stesso tempo, dobbiamo seguire una politica dei prezzi diversa da quella praticata fino ad oggi, al fine di pervenire ad un recupero della massima fiscalità. Infatti, il monopolio fiscale ha ragion d'essere in quanto massimalizza non gli utili

ma il prelievo tributario; dobbiamo quindi incidere essenzialmente, a mio avviso (mi sono permesso di proporlo al ministro), sull'elemento fiscale. A tal fine è necessario recuperare la libertà di imposizione fiscale, tenuto conto che, allo stato attuale dei fatti, non possiamo manovrare l'aliquota dell'accisa perché, se si va al di là di un certo livello, si corre il rischio di finire in passivo, in quanto siamo costretti a pagare una *royalty* a chi ci ha dato la facoltà di effettuare la produzione su licenza. Quest'ultima rappresenta il 17 per cento della produzione italiana: si tratta di 14 milioni di chilogrammi a fronte di 54 milioni di chilogrammi. È una quota di produzione molto ingente, che, come ha affermato ieri il ministro, impegna 1.500 unità che operano in 5 stabilimenti: naturalmente tali stabilimenti non sono destinati esclusivamente a questo tipo di attività, ma buona parte della loro attività è costituita dalla fabbricazione su licenza.

A seguito di ciò, dobbiamo pagare alla società proprietaria del diritto di licenza il 25 per cento della quota al fornitore, la quale è rappresentata dal costo industriale di produzione e da una quota di utile che il licenziante intende conseguire nella formazione del prezzo di fornitura. Al di là di questo, sul prezzo di vendita viene poi calcolata l'imposta dovuta all'erario.

Ricordo di aver inviato al ministro un mio appunto del 22 maggio di quest'anno.

GIANFRANCO CONTE. Mi scusi se la interrompo, ma le chiedo di fare un esempio; ritengo, infatti, che lei dovrebbe specificare meglio, con riferimento al prezzo di un pacchetto di sigarette, quale quota vada al produttore, in che misura incida la *royalty* e così via.

MARIO VERNUCCIO, *Vicedirettore amministrativo dell'Azienda dei monopoli di Stato.* Ho predisposto alcuni grafici, di cui lascerò copia alla Commissione, nei quali viene evidenziato sia il risultato complessivo sia le componenti delle fabbricazioni.

ERNESTO DEL GIZZO, *Direttore generale dell'Azienda dei monopoli di Stato.* In sostanza, ci è stato chiesto come il prezzo complessivo del pacchetto di sigarette si scomponga nelle varie quote.

ELISABETTA CASTELLAZZI. In particolare, occorre considerare il costo industriale e l'utile previsto.

ERNESTO DEL GIZZO, *Direttore generale dell'Azienda dei monopoli di Stato.* Citerò un esempio, fatta salva la necessità di verificare i dati, per darle comunque una risposta immediata: su un prezzo di 4.800 lire, il costo industriale di produzione è *grosso modo* di 800 lire; il licenziante ci consente di guadagnare un po' di più riconoscendoci un costo di circa mille lire; in tal modo cominciamo a realizzare un primo guadagno di 200 lire. In aggiunta, l'impresa ritiene di doversi attribuire un utile dell'ordine di 500 lire, quindi si arriva a 1.500 lire. Per arrivare alle 4.800 lire finali, si deve calcolare l'aggio che bisogna corrispondere al distributore, nella percentuale fissa del 10 per cento (circa 480 lire, che vanno direttamente al rivenditore) e le spese di distribuzione; tutto il resto è imposta.

Il ragionamento che mi sono permesso di fare al ministro è il seguente: se eliminassimo gli utili e cominciasimo a calcolare l'imposta da un importo di 800 lire, cioè dal costo di produzione effettivo, tolti l'aggio e le spese di distribuzione, da quel momento tutto diverrebbe imposta, accisa ed IVA. Naturalmente, per poter conseguire questo risultato l'aliquota d'imposta deve essere portata dal 57 al 62 per cento.

ELISABETTA CASTELLAZZI. Se ho capito bene, lei sta dicendo che per ottimizzare l'imposta, che è la funzione prima del monopolio, si potrebbero sopprimere le 200 lire in più riconosciute quale maggiore eventuale costo, perché in tal modo non si verifica una perdita per la produzione ma, con un'accisa maggiore, si ha un'imposta più elevata.

ERNESTO DEL GIZZO, *Direttore generale dell'Azienda dei monopoli di Stato*. Non si ha una perdita, ma una diminuzione dell'utile che avevamo preventivato di ricavare. Il nostro avanzo di gestione, infatti, è costituito essenzialmente dal guadagno che realizziamo da una produzione effettuata in condizioni di beneficio anziché in condizioni di puro allineamento ai costi. Si tratterebbe quindi di rinunciare all'utile che conseguiamo anche in questo modo, per evitare che la concorrenza realizzi un utile dalla produzione su licenza, con la trasformazione di entrambi in imposta.

Ipotizzando un'imposta del 61 per cento e rinunciando agli utili che percepiamo rispetto a questo tipo di lavorazione, a fronte dell'attuale avanzo di gestione di 390 miliardi ne resterebbero appena 22. Potrebbe sembrare un elemento negativo, ma in realtà è un risultato positivo perché quello che manca diventerebbe imposta, compresi gli utili della Philip Morris, che è la società che maggiormente grava sul nostro mercato, rappresentando il 98 per cento della produzione estera.

Questa multinazionale, però, è stata preveggenza perché nel contratto di licenza ha previsto che la *royalty* dovesse essere corrisposta sul prezzo al fornitore, quindi il 25 per cento su 1.800 lire; invece, sulla base della mia ipotesi, questo prezzo scenderebbe a 800 lire. La Philip Morris allora si è premunita stabilendo che la *royalty* non può comunque scendere al di sotto di una certa quota che corrisponde ad un eventuale aumento dell'imposta al 58 per cento, in tal modo si cautela dalla sottrazione di utili che noi potremmo fare.

Pertanto, a mio parere, il contratto di licenza va modificato; è il primo atto negoziale che bisogna compiere in sede di rinnovo, se questo rapporto di licenza è davvero importante per l'economia dell'amministrazione, come ha affermato il ministro ieri. L'accordo comunque va rinegoziato totalmente, non è possibile continuare a subire il pagamento di una *royalty* che limita la nostra potestà fiscale, a meno che non arrivino ordini tassativi diversi, che non potrei fare altro che eseguire. Tuttavia, l'attività propositiva di un direttore ge-

nerale consiste anche nell'illustrare compiutamente al ministro delle finanze quali sono le conseguenze di impegni contrattuali che penalizzano essenzialmente l'autonomia commerciale dell'amministrazione e la sovranità fiscale dello Stato.

Tutto questo è stato da me rappresentato in un appunto per il ministro, che è stato sottoposto ad un gruppo di lavoro presieduto dal sottosegretario Vozzi - di cui credo il ministro abbia parlato nella sua esposizione in questa sede - le cui conclusioni non ho condiviso, perché rimango radicato ai dati che ho fornito al ministro, che quantificavano la quota di rinuncia che avevamo operato nel tempo sia sul piano fiscale sia su quello della redditività aziendale.

Mi sono soffermato sul tabacco in termini conflittuali per quanto riguarda la concorrenza, ma questo discorso riguarda il passato. Avevo esordito, signor presidente, indicando gli obiettivi da realizzare, perché la cosa più importante è sapersi proiettare nel futuro: dal punto di vista della prospettiva di una ripresa aziendale, a mio parere, bisogna agire sulla qualità del prodotto, sul prezzo e sulla revisione degli accordi contrattuali con la multinazionale che detiene il 70 per cento del mercato.

Alla Philip Morris avevamo proposto, accanto al contratto di licenza, un accordo di cooperazione che prevedeva lo sviluppo della produzione nazionale e la collocazione del prodotto italiano sui mercati internazionali e nei *tax free shop*, con riferimento soprattutto al sigaro toscano, attraverso la diversificazione del marchio toscano in articoli di pelletteria ed alimentari e la creazione di un angolo italiano in tutti i *tax free shop* più rappresentativi del mondo. La Philip Morris, invece, non ha onorato questo impegno e nemmeno quello della fabbricazione su licenza del sigaro toscano che pensava di poterci far realizzare a Santo Domingo, onde consentirci un maggior ingresso negli Stati Uniti con i quali quel paese è legato da un accordo preferenziale. E non ha nemmeno onorato l'impegno di creare una sigaretta comune da diffondere sul mercato inter-

nazionale, perché nei tre anni di vigenza dell'accordo di cooperazione abbiamo registrato una continua perdita del mercato (sei punti in tre anni) e non abbiamo venduto alcuna sigaretta con la collaborazione della Philip Morris.

È evidente che in queste condizioni non potevo non rappresentare al ministro delle finanze l'opportunità di un completo *revirement* nei confronti della politica contrattuale con chi esercita la concorrenza in condizioni di privilegio nel nostro mercato, non rispetta le leggi sulla pubblicità, le norme sul contrabbando dettate dallo Stato, gli impegni contrattuali. Di fronte ad una multinazionale che non rispetta questi tre punti, credo sia estremamente arduo ed impegnativo per l'amministrazione continuare a gestire quel 30 per cento residuale del mercato.

LUCIO MARENGO. Quanto ha affermato il direttore generale è molto grave: egli ha dichiarato che la multinazionale gestisce il 70 per cento della vendita di sigarette in Italia.

ERNESTO DEL GIZZO, *Direttore generale dell'Azienda dei monopoli di Stato*. Del consumo reale.

LUCIO MARENGO. Ciò è dovuto alla migliore qualità del prodotto estero o ad una migliore pubblicizzazione illegittima?

ERNESTO DEL GIZZO, *Direttore generale dell'Azienda dei monopoli di Stato*. Concorre una serie di fattori. Riteniamo di aver raggiunto uno standard di qualità, abbastanza buono, almeno in rapporto alla nostra capacità produttiva ed alle nostre disponibilità. Però riconosciamo una prevalenza della qualità del prodotto concorrenziale in termini di presentazione, di *packaging*, di immagine del prodotto, di rapporto qualità-prezzo. Ancora non abbiamo valutato esattamente in che misura il prezzo incida nel radicare la convinzione che ad un maggiore prezzo corrisponda una migliore qualità. Questa è una tecnica di *advertising* abbastanza diffusa che dovremmo verificare, comparandoci, come stiamo cercando di fare adesso. Il

nuovo prodotto *MS personal* avrà un pacchetto diverso, con una serie di colori; abbiamo cercato di creare un colore nuovo per le *MS Venezia* che abbiamo tentato di vendere nei paesi dell'Est e che stiamo tentando di vendere in Cina, in base ad un accordo di cooperazione che stiamo studiando con le autorità di una provincia che ha 110 milioni di abitanti, attraverso la nostra consociata ATI.

Oltre alla presentazione del prodotto, è necessario un maggiore sostegno nella distribuzione. Esiste una forza promozionale nel mercato italiano che agisce presso i rivenditori, alla quale non siamo in grado di opporre l'efficienza di una rete distributiva; la nostra rete, infatti, è completamente carente e i nostri uffici periferici svolgono per lo più attività burocratica e non di prospezione di mercato. Ho proposto al ministro, nel novembre del 1994, di intervenire anche attraverso la revisione della circolare Preti che attribuisce alcuni poteri alla categoria dei tabaccaia, proposta che non ha avuto seguito perché, come mi è stato detto poche settimane fa, avrei dovuto trasformare la circolare in regolamento, poiché in base alla legge n. 400 sulla Presidenza del Consiglio gli atti ad efficacia generale devono avere una prospettazione regolamentare. Questo è giusto, però mi è stato detto due settimane fa, per cui a distanza di un anno sono ancora alla ricerca del modo migliore di intervenire per la gestione del sistema distributivo. Essenzialmente, si tratta di trasformare gli ispettorati commerciali, da burocratici in addetti alla vendita. Nel frattempo, ho chiesto la creazione di un sistema di monitoraggio che consentisse all'amministrazione di conoscere in tempo reale il meccanismo di prelievo e distribuzione dei prodotti dai centri intermedi fino ai punti di vendita finale. Non sono ancora riuscito ad ottenerlo, perché per effettuarlo occorre passare attraverso la SOGEI. Dopo una serie di discussioni, abbiamo deciso di realizzarlo in economia: informeremo il consiglio di amministrazione che si riunirà il giorno 20 che, in regime di economia, con 400 milioni di lire (invece di spenderne un miliardo ed 800

milioni), realizzeremo tale sistema di monitoraggio. A questo punto però occorre un anno di tempo, mentre la multinazionale concorrente lo ha realizzato probabilmente da 15 anni.

Ecco dov'è il *gap*, che esiste non soltanto sul versante qualitativo e della presentazione del prodotto, ma anche su quello della distribuzione. Il prelievo dell'aggio del 10 per cento incide a favore del rivenditore più per i prodotti esteri venduti a 4.800 lire che per quelli nazionali venduti a 3.600 lire. Vi è, quindi, una spinta naturale a favorire la vendita di quel prodotto, ancorché il rivenditore è legato a noi da un rapporto concessorio che lo obbliga a vendere soprattutto i prodotti del monopolio, obbligo che noi esercitiamo con l'opportuna cautela per non incorrere nel divieto di discriminazione che deve caratterizzare la distribuzione dei prodotti offerti nell'area dell'Unione europea.

È chiaro che dobbiamo rivedere tutto questo; dobbiamo avere una forza agile che si rechi presso le rivendite e ci segnali con immediatezza le disfunzioni, che ci dica cioè dove si verifica una maggiore presentazione del prodotto concorrente ed una minore del nostro, dove è maggiormente presente il primo e ci indichi i motivi per i quali gli organi di distribuzione intermedia non hanno provveduto ad approvvisionare tempestivamente l'esercizio di vendita. Tutto questo si può sapere in tempo reale soltanto attraverso un meccanismo di monitoraggio che avrebbe dovuto essere realizzato da tempo e che ora, purtroppo potrà esserlo solo fra un anno. Ciò ovviamente ritarda ancora di più quel tentativo di recupero che vogliamo effettuare.

Si tratta di un problema non di norme sulla contabilità generale dello Stato, ma di efficienza delle decisioni che devono essere proposte e assunte dai vari organi che partecipano alla deliberazione. Sono questi i fattori che hanno prodotto la perdita di una quota di mercato.

Last but not least, la pubblicità è estremamente importante. Siamo stati aggrediti da una pubblicità molto valida; vedo un parlamentare che ha la rivista *La voce del*

tabaccaio: una categoria che pretende di essere - e forse lo è - la più rappresentativa del settore, realizza la pubblicità perpetuamente sui suoi giornali. Nell'ultima edizione di tale rivista, oltre alle chiose alle dichiarazioni del ministro (bontà loro, hanno fatto anche le chiose, ma queste rientrano nel dovere di critica di ogni cittadino, e quindi anche di una federazione), si inizia parlando di *business class* e di *Philip Morris*: « E le vendite volano » e si conclude con « Marlboro, la sigaretta più venduta nel mondo ». Queste sono forme di pubblicità rispetto alle quali abbiamo più volte chiesto un intervento degli organi preposti all'accertamento ed alla repressione, senza però ottenere alcunché. Tra l'altro, come dice la recente sentenza della Corte di cassazione a sezioni riunite, qualunque forma di pubblicità deve essere vietata - quindi è vietato anche lo sponsor - e l'autorità amministrativa può esercitare l'autotutela nel pretendere cioè il sequestro degli strumenti serviti ad esercitare l'attività pubblicitaria. Ciò in base agli articoli 12 e 13 della legge n. 689 del 1981 che prevede la tutela ed i rimedi per la violazione delle leggi amministrative.

Abbiamo chiesto questo tipo di intervento che però è estremamente difficile ottenere, tanto che solo recentemente abbiamo avuto dal Ministero dell'interno e dal capo della polizia alcune circolari che chiariscono esattamente la portata della decisione della Corte di cassazione. La Guardia di finanza ha chiesto istruzioni al gabinetto del ministro, al quale noi abbiamo scritto precisando il nostro punto di vista e quello condiviso dal Ministero dell'interno e dal capo della polizia che ha impartito istruzioni a tutti gli organi dipendenti. Riteniamo debba esserci quanto meno uniformità di indirizzo nell'azione repressiva. Quindi sarebbe veramente strano se dall'amministrazione finanziaria non venisse condiviso l'orientamento già accettato dal Ministero dell'interno, che poi è competente all'accertamento della violazione e alla comminazione delle sanzioni di carattere pecuniario. Siamo pertanto in attesa di istruzioni.

Se però nonostante tutto, forse per effetto dell'esiguità delle sanzioni pecuniarie, l'attività pubblicitaria continuerà ad essere svolta, la gestione dovrà farsi carico di chiedere al proprio ministro, affinché questi a sua volta avanzi tale richiesta al Parlamento, l'adozione di misure più severe, tra cui l'inibizione della distribuzione del prodotto nel caso in cui, per effetto della pubblicità, le sue vendite fossero cresciute di una certa percentuale. È noto, infatti, che i formatori di pubblicità affermano che (questo è ravvisabile anche nei contratti stipulati in materia), dopo un determinato periodo di attività pubblicitaria svolta in un certo modo, si verifica un incremento delle vendite pari ad una certa percentuale. Se si dovesse riscontrare un aumento delle vendite pari a tale percentuale, dovremmo riconoscere che la pubblicità ha conseguito i suoi effetti e trarne le dovute conseguenze dal punto di vista sanzionatorio.

Per quanto concerne il contrabbando, l'azione è piuttosto complessa: ricordo che abbiamo chiesto ripetutamente la presentazione di un disegno di legge d'iniziativa governativa che imponesse al primo venditore di prodotto da esportare nel nostro paese (abbiamo proposto la stessa cosa in sede comunitaria) una clausola contrattuale in base alla quale egli sia obbligato a vendere, o comunque ad avere la certezza di vendere, a chi condurrà il prodotto sul mercato tassato, garantendo così la perfetta liceità dell'operazione. In caso di inosservanza, a parte la rescissione del contratto per l'avvenire, si dovrebbe prevedere un obbligo di risarcimento dei danni, a favore del paese colpito dal contrabbando, pari all'imposta alla quale lo Stato ha rinunciato.

Questo è l'unico rimedio per combattere efficacemente il contrabbando non solo a livello nazionale, ma anche sul piano internazionale, in sede di Unione europea. In tal modo si realizzerebbe l'obiettivo che il Parlamento ha riconosciuto nei confronti dell'amministrazione finanziaria, dandole la facoltà di vendere i prodotti sequestrati sul mercato internazionale ma pretendendo da chi li acquista

l'obbligo di prestare una cauzione pari all'importo dell'imposta che sarebbe stata dovuta se il prodotto fosse stato venduto sul mercato tassato italiano. In questo modo lo Stato è protetto da eventuali rientri illeciti del prodotto sul mercato italiano. In fondo, quindi, tale principio è già stato recepito dal Parlamento, fa parte del nostro ordinamento giuridico e non comprendo per quale motivo esso non debba essere trasformato in norma cogente di prevenzione del contrabbando sul piano internazionale. Questo è il tipo di azione che abbiamo chiesto per frenare lo stesso fenomeno del contrabbando.

Naturalmente, la nostra amministrazione non chiede di non continuare nell'attività di fabbricazione su licenza, che sembra condizionare così pesantemente il nostro mercato di vendita e di produzione, anche in termini di impegno di forze lavorative; quest'ultimo aspetto, in particolare, non può essere trascurato. Se non siamo in grado di fornire un equivalente quantitativo di prodotto da far lavorare dalle nostre manifatture, siamo obbligati a procedere in quella direzione, se non altro al fine di attenuare la perdita di produttività delle manifatture stesse, il cui grado di utilizzazione è pari a circa il 57 per cento della loro reale capacità. Si tratta quindi di non perdere tale quota, ma la questione andrebbe negoziata in altre condizioni.

L'altra proposta avanzata al ministro delle finanze è quella di sviluppare la cooperazione con le altre multinazionali e di ricercare accordi di cooperazione con imprese che hanno bisogno della tecnologia che siamo in grado di offrire e dei tabacchi che siamo in grado di esportare. A questo punto, si entra nel capitolo dei tabacchi greggi, che per molto tempo abbiamo trascurato in quanto ci siamo considerati completamente al di fuori del settore colturale: una volta abbandonato il monopolio della coltivazione, abbiamo lasciato che quest'ultima seguisse la sua strada, pur continuando ad approvvigionarci sul mercato interno.

Attualmente ci stiamo adoperando, in accordo con il Ministero delle risorse agricole, affinché venga riqualificata la politica

agricola comune, cercando di recuperare sul piano qualitativo una produzione che abbiamo perso in termini quantitativi, oltre che qualitativi. In effetti, pochi anni fa, nel momento in cui abbiamo abbandonato il monopolio della coltivazione, producevamo 253 mila tonnellate di tabacco greggio, mentre oggi ne produciamo 135 mila, perché alla politica del sostegno generalizzato si è sostituita quella delle quote attribuite quantitativamente, in modo da non fare torto a nessuno: si assegnano quote regionali in assenza di qualsiasi programma di sviluppo regionale qualitativo.

Abbiamo comunque ripreso la sperimentazione e siamo riusciti a realizzare delle varietà di *Kentucky* necessarie per la fabbricazione del sigaro toscano, mentre la qualità del *Bright* sta migliorando in alcune zone d'Italia, tant'è vero che nel Veneto abbiamo stipulato contratti pluriennali con alcuni produttori, perché il tabacco prodotto in quelle zone veniva acquistato dalla concorrenza ad un prezzo di circa 3,20 dollari, mentre noi acquistavamo lo stesso tabacco in Brasile pagandolo 6 dollari. Abbiamo quindi modificato questo indirizzo, cercando di incentivare la produzione qualitativa all'interno, al fine di essere meno dipendenti dall'estero e maggiormente propensi ad acquistare prodotto italiano, naturalmente migliorandone la qualità.

A tal fine, il 27 novembre prossimo mi recherò, insieme al direttore generale degli approvvigionamenti, presso la direzione generale dell'agricoltura per chiedere le modifiche di alcune norme fondamentali della politica agricola comune, d'intesa con il Ministero delle risorse agricole, che condivide la nostra linea di condotta.

Sotto questo profilo, il settore della coltivazione diventa estremamente importante: infatti, un maggiore avvicinamento al mercato interno ci ha portato ad un contenimento della spesa, per cui abbiamo subito meno anche l'influenza delle oscillazioni dei cambi che hanno caratterizzato negli ultimi tempi l'acquisto dei prodotti da pagare in dollari anziché in lire italiane. Abbiamo quindi realizzato notevoli

economie, dell'ordine di circa 100 miliardi, rivolgendoci in misura maggiore al mercato interno ed acquistando le varietà degli anni precedenti. Questo è stato anche l'impegno del vicedirettore generale tecnico che, insieme a me, ha avuto modo di rendersi conto dell'evoluzione delle offerte sul mercato internazionale: ci siamo trovati di fronte ad un incremento improvviso del prezzo sul mercato verificatosi artatamente nel momento in cui ci presentavamo per acquistare. A quel punto, abbiamo deciso di rinunciare ed abbiamo acquistato invece i tabacchi delle annate precedenti, che non avevano subito la stessa oscillazione e presentavano le medesime caratteristiche qualitative. Abbiamo fatto questo attraverso commissioni di perizia centrali, in modo da eliminare qualsiasi autonomia di decisione da parte di funzionari che potessero essere inviati in modo autonomo a scegliere qualità e prezzi sul mercato mondiale. In tal modo abbiamo anche restituito trasparenza al settore degli acquisti.

Questi sono gli indirizzi seguiti con riferimento al tabacco; chiedo scusa se mi sono espresso in modo frammentario, ma comunque i concetti che ho esposto riflettono questo tipo di realtà che si vive nel mondo del tabacco. Se ho omesso qualcosa, le vostre domande mi consentiranno certamente di precisare meglio gli aspetti che eventualmente sono rimasti in ombra nella mia esposizione. Comunque, per maggiore chiarezza, lascio alla Commissione un appunto scritto.

A questo punto, non so se il presidente preferisca che io prosegua la mia esposizione con riferimento al sale e ai giochi, oppure giudichi più opportuno concludere la discussione sul settore del tabacco.

PRESIDENTE. Ritengo sia preferibile procedere per settori, dal momento che quella dei monopoli di Stato è un'azienda cosmopolita, che gestisce comparti tra loro talmente diversi da non poter essere certamente assimilabili. Ritengo pertanto opportuno focalizzare bene i singoli aspetti piuttosto che affrontare le varie questioni nell'ambito di un unico discorso.

A questo punto, darei la parola ai colleghi che svolgeranno una serie di interventi, ai quali potranno essere chiamati a rispondere il direttore generale o i vicedirettori generali; naturalmente, sullo stesso argomento si potrà anche acquisire il parere di tutti e tre gli ospiti presenti, anche perché è nostro interesse impostare l'audizione in forma dialettica. Non vogliamo con questo forzare nessuno, ma vorremmo — lo ripeto — che questo incontro avesse una forma dialettica.

Comincio io stesso, rivolgendo ai tre dirigenti dei monopoli di Stato una domanda che ho già posto al ministro Fantozzi, alla quale però, per la verità, non ho avuto la risposta esauriente che mi sarei aspettato.

Dalla relazione al bilancio risulta che continuano ad aumentare i residui di stanziamento relativi alla costituzione dei capitali fissi, che hanno raggiunto l'ammontare di 294 miliardi. L'analisi della Corte dei conti, soprattutto relativamente ai residui di stanziamento, evidenzia in particolare le difficoltà incontrate a causa della persistenza negli ultimi anni delle incertezze sul definitivo assetto istituzionale dell'amministrazione, che ha provocato la messa a residui di stanziamenti della pressoché totale massa di finanziamenti delle categorie relative all'acquisto di beni e servizi e della costituzione di capitali fissi, ma in particolare di questi ultimi.

Credo che la questione sia sufficientemente chiara, ma voglio esplicitarla meglio. In una realtà difficile, ci troviamo di fronte a quasi 300 miliardi di disponibilità per investimenti fissi che non sono state utilizzate a causa, secondo la Corte dei conti, dell'incertezza sul futuro dell'azienda. Avrei piacere di avere una risposta in proposito.

GIANFRANCO CONTE. Avevo una serie di domande da rivolgere al dottor Del Gizzo, ma ad alcune di esse è già stata data una risposta. Una, per esempio, riguardava i motivi per i quali la Philip Morris ha raggiunto una così elevata quota di mercato nonostante il monopolio di Stato. Mi sembra di capire che le ragioni

siano molteplici e siano legate soprattutto alla pubblicità realizzata da questa società ed alla mancata adozione di adeguate contromisure. Vorrei però capire meglio cosa osti ad un'attività più determinata dell'Azienda dei monopoli di Stato nei confronti della Philip Morris.

Un altro quesito riguardava la possibilità di utilizzare tabacco italiano della medesima qualità di quello usato per le sigarette estere. Perché, per esempio, non si è proceduto a fornire prodotti che, se fossero stati sufficientemente supportati a livello di promozione, avrebbero potuto avere un prezzo simile a quello del prodotto estero? Proprio ieri ho chiesto al ministro come mai, per esempio, non si sia pensato di produrre sigarette Armani o Valentino, considerato che, essendo il *made in Italy* molto forte all'estero, forse legare un tipo di sigarette ad un grosso nome della moda avrebbe potuto aiutare a presentare un prodotto qualitativamente valido con un'immagine più accettabile per il mercato dei fumatori.

Mi chiedo, inoltre, quale vantaggio possa aver ricavato chi ha favorito lo sviluppo della Philip Morris, quali siano stati gli utili ricavati da quella società in questa situazione e se questi utili avrebbero potuto essere evitati.

Vorrei poi sapere quale sia, secondo il dottor Del Gizzo, la politica più adatta per recuperare quote di mercato nazionale ed estero e se i suoi collaboratori lo coadiuvino nell'attuazione della prospettiva di una ripresa di mercato.

Lei ci ha detto di aver presentato più volte le sue rimostranze per il modo di gestire la vendita del prodotto e comunque per l'azione dell'amministrazione dei monopoli. A chi ha presentato le sue rimostranze e quali risultati ha avuto? Cosa impedisce di incidere sullo sviluppo della vendita del prodotto italiano?

Nel decreto-legge n. 41 del 1995, connesso alla manovra finanziaria di Dini, un nostro senatore ha introdotto la possibilità di vendere all'estero il tabacco sequestrato, con un beneficio previsto di circa 30 miliardi. Vorrei sapere se ci si sia avvalsi di questa possibilità.

Dalla sua relazione ho rilevato un'altra osservazione. Ricordo che era stata adottata una normativa che bloccava la vendita di sigarette estere nel caso in cui un certo quantitativo fosse stato oggetto di sequestro, normativa che successivamente fu modificata. Vorrei sapere perché fu modificata, considerato che poter bloccare la vendita di un prodotto oggetto di contrabbando è certamente un forte deterrente. Mi rendo conto che, avendo un contratto con la Philip Morris che impegna alcune manifatture, questo avrebbe rappresentato una sorta di *hara-kiri*; però, poiché il mercato del contrabbando è retto per lo più dalla Philip Morris attraverso le sigarette Marlboro, che vengono prodotte anche in Italia, bloccare su tutto il territorio nazionale la vendita di queste sigarette per un certo periodo avrebbe bloccato anche la produzione.

Questa è una risposta che mi sono dato io, ma mi piacerebbe capire meglio perché si sia arrivati a quella modifica che ha portato alla verifica della provenienza del prodotto, una misura che risolve poco. Mi risulta, infatti, che la maggior parte del contrabbando delle Marlboro che si svolge nel Meridione, soprattutto sulle coste pugliesi, riguarda prodotti provenienti dalla Bulgaria, che però sono gli stessi che partono dai mercati interni (almeno così mi è stato detto).

Un ultimo aspetto che considero molto interessante è quello della coltivazione. Credo che l'intervento del Ministero delle risorse agricole dovrebbe essere stimolato maggiormente; considerando che per molto tempo siamo stati esportatori verso i mercati europei di tabacco di ottima qualità che veniva venduto alla Philip Morris, mi lascia abbastanza perplesso vedere la nostra produzione più che dimezzata e le nostre opportunità non adeguatamente valorizzate.

Lei ha parlato della « forza vendita » degli articoli dei monopoli nei confronti dei rivenditori. A me risulta che essa sia sostanzialmente composta di ex operai divenuti promotori dei prodotti dell'Azienda dei monopoli. Mi sorge qualche dubbio sulla formazione di questi venditori e so-

prattutto sui metodi di *merchandising*. Come si interviene rispetto al fatto che i rivenditori hanno un maggior utile vendendo sigarette estere, per cui non sono sufficientemente motivati a vendere quelle italiane? È possibile fare delle operazioni di sviluppo delle vendite attraverso meccanismi, ormai noti, che potrebbero indurre i tabaccai ad aumentare la quota di vendita delle sigarette italiane?

ELISABETTA CASTELLAZZI. L'intervento del dottor Del Gizzo è quanto mai opportuno: visto che si sta svolgendo un'altra riunione sullo stesso tema, credo di aver scelto la sede migliore per avere le idee più chiare.

In primo luogo vorrei una rassicurazione: dottor Del Gizzo, lei ci ha detto che il costo industriale ipotetico di 800 lire è comunque maggiorato, nel senso che nel contratto con Philip Morris vi è un « delta » in virtù del quale, alla fine, si esportano tasse, o meglio queste non vengono pagate dalla Philip Morris. Mi viene spontaneo chiedere chi abbia fatto questi accordi e da quanto tempo il dottor Del Gizzo ricopra la carica di direttore generale dei monopoli, per capire perché ci si trovi in queste condizioni. La sua direzione generale ha quantificato le tasse non pagate a causa dell'accordo che, tutto sommato, ha penalizzato la funzione principale dei monopoli e cioè la massimizzazione dell'imposta?

Devo confessarle che il suo intervento mi ha stimolato a rivolgerle molte domande specifiche; gliene rivolgerò però soltanto alcune per poi riprendere la questione generale della privatizzazione dei monopoli, questione che lei non ha affrontato, o forse lo ha fatto solo marginalmente (se mi sono distratta, ma non mi pare).

Vorrei una sua valutazione a proposito della pubblicità. Ieri ne abbiamo parlato con il ministro e oggi mi pare di aver capito che lei è orientato verso la repressione completa della pubblicità del fumo, se non altro perché il divieto è stabilito dalla legge, che viene violata palesemente da Philip Morris. Al di là della normativa

esistente, che lei dichiara di rispettare totalmente, la pubblicità indiretta, se consentita ai monopoli di Stato, con una buona strategia di comunicazione e *advertising*, potrebbe invertire la concezione che ha il consumatore del rapporto prezzo-qualità? Più volte è stato detto che l'aumento del prezzo porta all'incremento del contrabbando oppure ad una diminuzione del consumo, sostituito da quello di sigarette percepite come qualitativamente superiori, quali possono essere le Marlboro.

Mi pare comunque che lei abbia parlato di carenze nella strategia di comunicazione - che è stata fatta in maniera legale - e di distribuzione, carenze da addebitare in parte al ministero. Vorrei sapere, invece, per quanta parte esse siano da addebitare all'amministrazione dei monopoli. Se è stato percepito un problema, che cosa si è fatto? Se non si è intervenuti in maniera adeguata, perché ciò è accaduto?

A proposito della Federazione italiana tabaccai, che effettua la pubblicità attraverso un giornale, vorrei sapere - ma forse non compete a lei dare una risposta al riguardo - se questo, oltre a non essere stato sequestrato, riceva finanziamenti pubblici. Non vorrei che, in realtà, finanziassimo un editoriale che pubblicizza la Philip Morris; ciò sarebbe davvero paradossale, ma ho il sospetto che sia così.

Un altro problema concerne la produzione. Lei ha fornito un dato preoccupante quando ci ha detto che la capacità produttiva è utilizzata soltanto per il 57 per cento. Se è vero che la Philip Morris occupa il 70 per cento del mercato, è anche vero che rappresenta solo il 17 per cento della produzione interna. Forse per noi l'impatto diretto è dettato proprio da questo 17 per cento, per cui vorrei sapere se con un prodotto come quello che lei ha presentato saremmo in grado di fare una produzione esclusivamente nazionale.

Sempre a proposito della capacità produttiva, vorrei sapere cosa abbia fatto la sua direzione in merito ad una razionalizzazione dei costi, perché sotto questo profilo mi sembra che essa sia estremamente carente. Vi sono infatti lavoratori in eccedenza, manifatture che il ministro più

volte ci ha detto essere inadeguate e arretrate e attrezzature usurate. Vorrei un quadro complessivo su questo aspetto.

Per quanto riguarda la Philip Morris, lei ci ha indicato gli elementi importanti in sede di contrattazione che andrebbero rivisti. Vorrei sapere se ve ne siano altri e se, a suo avviso, si potrebbe rinunciare alla produzione di Philip Morris, a seguito di una razionalizzazione dei costi.

Infine, vorrei un suo giudizio sulla trasformazione dell'amministrazione dei monopoli in ente pubblico economico e vorrei sapere in che termini si possa seguire questa strada e quali siano gli obiettivi di un eventuale piano industriale che dovrebbe portarci ad avere un'azienda sana, che realizza un prodotto che ha mercato, svincolata dalla normativa pubblica. Quindi, privatizzazione sì o no? Trasformazione in ente pubblico economico e quindi in SpA? Questa è la proposta che il ministero ha avanzato circa una settimana fa. In caso affermativo, vorrei conoscere gli obiettivi, il piano industriale e le diverse utilizzazioni. Questo processo può incidere positivamente sulla razionalizzazione dei costi e quindi sulla capacità di recuperare sul versante dei costi, delle vendite, del rapporto prezzo-qualità e sulla libertà gestionale?

STEFANIA FUSCAGNI. Lei ha detto che la Philip Morris non è stata ai patti. In questo caso, quali penali sono previste nell'accordo? Sono andate a buon fine?

Mi interessa in modo particolare la questione dei sigari toscani perché, essendo molto circoscritta, è facilmente individuabile dal punto di vista della non ottemperanza dei patti. Le rivolgo poi una domanda sul perché, con questi residui di 294 miliardi, non si sia trovato il modo per migliorare la distribuzione. Pur considerando l'elemento dell'incertezza, tenuto conto della cifra a disposizione, vi era comunque modo di prepararsi a migliorare l'andamento dell'azienda, a prescindere dalla soluzione definitiva da adottare.

Desidero infine rivolgerle un'ultima domanda: anche se quanto lei ha affermato in ordine alla produzione non mi è risul-

tato molto chiaro, ho compreso che si è di fronte ad un taglio piuttosto brutale (penso, per esempio, alla zona dell'alta valle del Tevere in cui si sta cercando di capire in che modo attuare una riconversione); vorrei sapere in che modo si possa risentire di un diverso indirizzo in zone che non hanno ancora effettuato una riconversione affinché, di fronte alla sicurezza - non all'incertezza - che non vi sarà sviluppo, possano ricevere una boccata d'ossigeno o indirizzare la loro attenzione verso un miglioramento della qualità e non addirittura una riconversione del prodotto.

LANFRANCO TURCI. Chiedo innanzitutto al dottor Del Gizzo di farci pervenire una nota scritta in cui risulti quanto ha affermato in questa sede, anche perché, a seguito delle varie interruzioni ed altro, non sono sicuro di aver compreso bene la sua esposizione. Inoltre, poiché questo tema non viene affrontato tutte le settimane, sarebbe bene che restasse una traccia precisa delle diverse valutazioni del dottor Del Gizzo.

GABRIELLA PISTONE. C'è il resoconto stenografico della seduta.

LANFRANCO TURCI. Anche se viene redatto il resoconto stenografico della seduta, ritengo che alcuni giudizi formulati per iscritto dal dottor Del Gizzo (naturalmente se lo riterrà opportuno, dal momento che non si tratta di un obbligo) potrebbero essere utili per comprendere bene i punti da approfondire. Tra l'altro, abbiamo già acquisito sulla materia in esame l'orientamento del ministro, mentre nella seduta odierna stiamo acquisendo quello del direttore generale e dei vicedirettori generali dell'Azienda dei monopoli di Stato. Siccome mi sembra di cogliere sfumature non trascurabili di contrasto tra le valutazioni, preferirei che si disponesse di un testo in ordine al quale vi fosse la piena responsabilità dei giudizi espressi.

Devo confessare, in particolare, di non aver compreso bene la questione delle ro-

yalty e del recupero della libertà di imposta da parte dell'amministrazione. Al riguardo, ho capito che, nel contratto stipulato, la Philip Morris impone una *royalty* del 25 per cento e nello stesso contratto si è convenuto che tale percentuale sia applicata non al vero costo di produzione, ma ad una somma più alta: non ho compreso bene se si tratti di 1.000 o 1.500 lire - ho ascoltato affermazioni contrastanti - ma comunque, al di là delle cifre, la sostanza è che il contratto stipulato con la Philip Morris prevede una *royalty* del 25 per cento pagata non sul puro e semplice costo di produzione dell'Azienda dei monopoli di Stato, ma su una somma più alta. Vorrei capire se ciò dipenda dal fatto che si parte da quello che effettivamente per contratto la Philip Morris vuole ottenere dalla sua concessione. In sostanza, occorre chiarire se il problema sia formale o sostanziale: se, per esempio, la Philip Morris per contratto vuole ottenere 500 lire, si può dire che questa cifra rappresenti il 50 per cento di 1.000 lire o il 25 per cento di 2.000 lire. Se fosse così, si dovrebbe verificare per quale motivo si sia stati tanto sprovveduti da accettare il riferimento ad un prezzo più elevato di quello effettivo per agevolare la Philip Morris, appurando chi sia responsabile di aver accettato tale condizione. Se invece il discorso non è formale ma sostanziale e riguarda quanto la Philip Morris ritiene di poter ottenere nell'ambito di un contratto in termini di grandezza non relativa ma assoluta, non vorrei che si fosse indotti, per così dire, a cacciare gli storni nel momento in cui ci si trova di fronte agli elefanti. In sostanza, occorre capire bene di che cosa si tratti: infatti, quella di cui stiamo parlando è una cosa grave oppure inutile e vorrei comprendere quale delle due ipotesi sia vera; si tratta di una questione non secondaria.

A parte l'elemento della *royalty*, alcuni giudizi espressi dal direttore generale dell'Azienda dei monopoli di Stato potrebbero essere interpretati come una critica riferita al fatto che complessivamente vi sarebbe una politica debole da parte dell'amministrazione nei confronti della concorrenza, sia con riferimento al modo spe-

cifico in cui è stato impostato il contratto di produzione su licenza, sia sul terreno della distribuzione, della lotta alla pubblicità illegale e così via. Su tali aspetti chiedo una valutazione più precisa, anche al fine di comprendere su quali elementi si basino i giudizi espressi e quindi quali siano le scelte censurabili che vanno corrette. Ritengo infatti che su questo terreno non si debbano lasciare aperti, se ve ne sono, spazi non giustificati.

Desidero inoltre porre una terza domanda, alla quale probabilmente è già stata data una risposta, ma la formulo ugualmente riallacciandomi ad una precedente domanda della collega Castellazzi, sempre ai fini di una migliore comprensione delle questioni. Se ho capito bene, circa 1.500 lavoratori dell'Azienda dei monopoli di Stato sono addetti alla produzione su licenza e l'onorevole Castellazzi chiedeva perché non rinunciare ad effettuare questa attività per conto della concorrenza. Tuttavia, secondo quanto mi risulta, sulla base della normativa vigente, la Philip Morris, così come qualunque altra azienda del settore, può importare in Italia tutte le sigarette che vuole, ovunque siano prodotte. Non stiamo quindi effettuando, per così dire, una produzione per conto del nemico perché siamo dei traditori della patria; vorrei sapere se sia così.

ERNESTO DEL GIZZO, Direttore generale dell'Azienda dei monopoli di Stato. È così.

LANFRANCO TURCI. Questo è molto importante, perché altrimenti sembra quasi che siamo tanto generosi da produrre per favorire la concorrenza. In realtà, occorre tenere presente, in ordine all'accordo concluso con la Philip Morris, che l'alternativa era (si tratta poi di valutare se chi ha condotto le trattative l'ha fatto al massimo) che quella società vendesse in Italia sigarette prodotte in Olanda, negli Stati Uniti o in altri paesi; in tale ipotesi, lo Stato avrebbe incassato le imposte, considerato il regime di monopolio, ma nessuno avrebbe potuto imporre

alla Philip Morris di far produrre sigarette in Italia.

Avverto quindi la necessità di comprendere meglio una serie di passaggi, tra cui l'accenno all'insufficienza delle nostre iniziative nella distribuzione dei prodotti nazionali; mi riferisco alla necessità di effettuare un attento monitoraggio sui motivi per cui ciò si sia verificato e su come si possa rimediare.

Desidero inoltre comprendere se la politica di miglioramento del prodotto nazionale sia stata ostacolata nel corso di questi anni: il direttore generale ha parlato di un prodotto appena immesso sul mercato, di qualità diversa e venduto ad un prezzo più alto rispetto agli altri prodotti dei monopoli di Stato; vorrei allora sapere perché in passato non si sia adottata tale politica. Ciò è dovuto al fatto che vi sono stati ostacoli, valutazioni di natura diversa, una politica di più o meno consapevole capitolazione nei confronti della concorrenza? Oppure, la spiegazione risiede nel fatto che l'assetto organizzativo delle strutture dei monopoli di Stato è tale da non consentire di produrre a livelli di qualità accettabili? Anche su tale questione vorrei avere una risposta. Da parte mia (si tratta di un'opinione che ho maturato in questi anni, ma sono pronto a cambiarla), ritengo che la ragione principale vada ricercata nel fatto che non si può pensare di produrre su base industriale con un'organizzazione di tipo parastatale. Mi riferisco all'organizzazione parapubblica dei monopoli di Stato, alla vischiosità collegata a tale caratteristica, quindi all'impossibilità di attuare una gestione industriale e manageriale delle stesse strutture, con tutto ciò che ne consegue in termini di sottoutilizzazione del personale, della necessità di bandire concorsi per assumere operai o personale di altre qualifiche, di organizzazione produttiva di un certo genere. Vorrei sapere, in sostanza, quale sia il giudizio della dirigenza dell'azienda su tali questioni.

Infine, c'è una questione più immediata. Alla fine dell'anno una serie di manifatture si troveranno di fronte ad una forte uscita di personale, anche qualifi-

cato, legata alle finestre chiuse e poi riaperte con la riforma pensionistica. Mi risulta che per alcuni stabilimenti, fra i più tecnologicamente attrezzati che producono a livelli di qualità ritenuti tra i migliori, al momento non ci sia alcuna risposta per garantire la continuità di una soglia di livello produttivo, per non bloccare la produzione e produrre quantità minime rispetto alle potenzialità oggi coperte.

Vorrei informazioni più precise in merito, per capire se si tratti di un allarme ingiustificato e per sapere cosa si intenda fare se invece questo rischio c'è davvero.

PRESIDENTE. L'onorevole Di Lello chiede se possa intervenire subito, poiché ha problemi di orario di partenza.

A questo proposito, propongo di proseguire i nostri lavori fino alle 17,30, stabilendo fin d'ora che, se i nostri ospiti non avranno il tempo di fornire tutte le risposte richieste, proseguiremo questa audizione in altra data.

FELICE SCERMINO. Si potrebbe forse completare il giro delle domande e poi lasciare sia a noi sia ai nostri ospiti il tempo di riflettere su quanto abbiamo sentito.

GIUSEPPE DI LELLO FINUOLI. Vorrei sapere se il dottor Del Gizzo non ritenga opportuna una razionalizzazione dei monopoli con l'incorporazione dell'ATI, che attualmente spreca personale e risorse non potendo utilizzare un complesso di strutture parcellizzate sul territorio. Oggi, per esempio, è in discussione la chiusura di stabilimenti come quello di Lanciano, per il quale negli ultimi tempi sono state investite decine di miliardi. Mi chiedo se si voglia incorporare l'ATI soltanto dopo che questa si sia disfatta di tutte le sue aziende, incamerando in tal modo solo una scatola vuota.

Se lo ritrovo, vi farò avere un rapporto della Criminalpol nel quale è spiegato molto bene come la Philip Morris organizza in prima persona il contrabbando in Italia e quindi sia associata a delinquere. Questo dato aveva indotto il ministro Formica a sospendere la produzione, ma poi

la normativa è stata modificata perché la Philip Morris è un soggetto forte, come possiamo verificare anche dal fatto che continua a fare pubblicità senza che nessuno dica niente. Questa premessa mi serve per esprimere una preoccupazione: non vorrei che questo percorso di privatizzazione finisse con il nostro assorbimento da parte della Philip Morris.

DANIELE MOLGORA. Desideravo intervenire solo sulla questione dei giochi, ma ritengo importanti alcune precisazioni.

In relazione alla questione delle *royalties* sulla produzione su licenza della Philip Morris, vorrei capire quali fossero gli obiettivi dell'accordo. Se infatti esso ha favorito soprattutto la multinazionale, mi sembra piuttosto grave che il ministro non ne abbia fatto menzione nelle audizioni precedenti. Vorrei altresì sapere quali sarebbero le immediate conseguenze per il sistema produttivo dei monopoli, se cambiassero gli estremi della concessione e si dovesse giungere ad un'eventuale rottura. Vorrei infine sapere quando scade l'attuale accordo di produzione.

L'altra questione riguarda la situazione del personale. Il ministro ha parlato di circa 11 mila unità, che dovrebbero essere severamente ridotte. Vorrei sapere in quali settori si dovrebbe intervenire, da quale gestione derivi questa eccedenza e per quali motivi siano state fatte le assunzioni che hanno prodotto questa situazione.

Infine, mi risulta esserci una differenza di produttività in termini di gestione, di controllo e di distribuzione - in sostanza, di capacità e di managerialità - tra i diversi dipartimenti (credo siano 22 in tutta Italia). Anche questa situazione mi sembra debba essere corretta, perché un'azienda gestita centralmente non può permettere che ci siano differenze di produttività. Quali provvedimenti vengono presi per aumentare la produttività dei dipartimenti meno produttivi?

FELICE SCERMINO. Sarò telegrafico, anche perché le questioni che intendevo porre in parte sono già state esposte dai colleghi che mi hanno preceduto, in parti-

colare dall'onorevole Conte. Volevo sottolineare come la relazione del direttore generale Del Gizzo abbia delineato una situazione davvero grave, evidentemente ereditata dall'amministrazione dei monopoli, in relazione alla gestione di un rapporto assai sospetto con la Philip Morris.

Pur avendo in parte già ricevuto risposta, desidero porre alcune questioni, in maniera che nella replica possa esservi una maggiore specificità ed una valutazione più globale.

Si è parlato di una invasività del mercato da parte dei prodotti concorrenti; chiedo se a livello di direzione dei monopoli vi sia una strategia per frenare l'accesso illimitato dei prodotti sul mercato italiano, sia per quanto riguarda l'accesso materiale legale ed illegale sia per quanto riguarda la possibilità di ridurre i vantaggi per la concorrenza che derivano dalle intese già in atto, in particolare con la Philip Morris.

Vorrei altresì sapere se vi sia un disegno strategico per la promozione del nostro prodotto per evitare che la Philip Morris faccia la parte del leone non solo sul mercato straniero, ma addirittura su quello italiano. Si è fatto riferimento ad un'eccedenza di personale e ad una sottoutilizzazione delle strutture produttive, mi pare quindi che questa strategia di promozione possa essere un momento vitale per la gestione dell'attività dei monopoli, in quanto non solo potrebbe assorbire in maniera efficiente il personale che adesso rischia di essere eccessivo, ma potrebbe addirittura impiegarne altro, se cominciasimo ad affacciarci sui mercati stranieri attraverso una politica di promozione che finora non è mai stata adottata in modo apprezzabile.

Poiché mi è parso di intendere che si è un po' sonnecchiato nella gestione dei monopoli (chiedo scusa agli attuali valorosi funzionari che ho avuto occasione di conoscere anche in separata sede; non voglio parlare degli assenti, ma il dato di fatto è sotto gli occhi di tutti) vorrei che si indicassero le strategie e le azioni che richiedono un intervento amministrativo e

quelle che invece impongono un intervento legislativo.

È necessario sgombrare il campo da ogni sorta di sospetto e fare chiarezza sulla gestione dei monopoli, con tutto ciò che ne consegue a livello produttivo, industriale e occupazionale; per questo vorrei che fosse precisato quale è stato e qual è l'apporto della dirigenza attuale allo sviluppo delle iniziative e dei progetti; in altre parole, vorrei sapere se vi sia ostruzionismo e da parte di chi all'interno o al di fuori dell'amministrazione, eventualmente anche a livello politico.

Se si rendesse necessaria per ragioni di operatività, vorrei sapere come si potrebbe intervenire per procedere ad una sostituzione della dirigenza. Sotto questo profilo, vi è qualche deficienza? È stata avanzata alcuna ipotesi a tal riguardo?

Questi problemi, peraltro sottolineati con molta franchezza dal direttore generale, e quindi le conseguenti misure e strategie di contenimento del deficit di sviluppo dell'attività dal punto di vista promozionale e di difesa nei confronti della concorrenza, sono stati mai sottoposti agli organi deliberativi dell'azienda? Che cosa hanno detto? Nel caso in cui tali proposte non fossero state accolte o lo fossero state in maniera inadeguata, quali sono state le ragioni degli atteggiamenti assunti?

Vi sono stati interventi da parte degli organi di controllo e di verifica previsti dal nostro ordinamento? In particolare, la Corte dei conti, l'ispettorato della finanza, il SECIT sono mai intervenuti? In che misura sono stati investiti dall'amministrazione dei monopoli dei problemi sottolineati in questa sede?

LUCIANA SBARBATI. Desidero ringraziare il presidente ed il direttore generale per la disponibilità manifestata nei confronti della Commissione a relazionare su una materia così delicata, della quale la Camera e il Senato stanno discutendo anche in via informale per poter giungere ad una conclusione nel corso di questa legislatura. Non so se ci riusciremo, ma stiamo tentando. In quest'ottica, ritengo

prezioso il contributo odierno sotto vari aspetti non solo tecnici ma anche politici.

Purtroppo non ho potuto seguire la prima parte dell'audizione per concomitanti impegni, però ho letto velocemente gli appunti del direttore generale e sulla base di essi e di quello che ho sentito, gli rivolgerò alcune domande.

È nota la situazione di difficoltà in cui l'azienda si dibatte ed è noto a questa Commissione, ed anche alla sottoscritta che ha affrontato il problema fin dalla passata legislatura, che il disagio nei confronti delle multinazionali ed in particolare della Philip Morris è ormai consolidato e, a mio avviso, mai superato. Peraltro vi è una sorta di attenzione da parte della Philip Morris nei confronti del nostro patrimonio industriale estremamente negativa, poiché alle multinazionali interessa la quota di mercato da acquisire eventualmente a basso costo con la liquidazione *tout court*, in maniera abbastanza sbrigativa - come si può fare di fronte ad una trattativa di questo genere - del nostro patrimonio industriale. Nell'operazione di privatizzazione che sarà avviata attraverso passaggi gradualmente (ente pubblico economico e SpA), potremmo prevedere un controllo pubblico di garanzia nei confronti della struttura industriale e delle maestranze. Come possiamo garantirci nei confronti di una possibile - ed anche paventata da altri - acquisizione di quote che potrebbero non dico farci cambiare padrone ma metterci di fronte ai pericoli che prima ho indicato?

In percentuale quanto ha investito l'Azienda dei monopoli nella ricerca, anche rispetto alla possibilità di rendere meno dannoso il fumo e quindi la nicotina presente nelle sigarette nazionali? Quanto investe in pubblicità, rispetto alla ricerca?

La nostra struttura industriale, in molti settori, è obsoleta. L'azienda ha operato un minimo di riconversione e di investimento, però non ci è mai stato reso noto il lavoro che io credo e spero sia stato portato avanti dai tre commissari precedentemente nominati che avrebbero dovuto intervenire su determinate linee direttrici fornite anche da questa Commissione. Mi

riferisco, ad esempio, alla ricognizione del patrimonio, perché se parliamo della trasformazione del monopolio prima in ente pubblico e poi in SpA, innanzi tutto dobbiamo considerare il trasferimento del capitale ed essere consapevoli di ciò che si trasferisce. Non vorremmo trovarci di fronte a enigmi o problemi più grossi di noi. Esiste questa ricognizione del patrimonio? Cosa prevede il piano di riconversione e reindustrializzazione dell'azienda? Quali alienazioni?

Quando si procede ad una ristrutturazione, bisogna sapere cosa tagliare e su cosa invece puntare; vi è infatti la possibilità di fare un discorso di alienazione che consente all'azienda di incamerare fondi da utilizzare in altri settori. Tutti questi aspetti che avremmo voluto conoscere non ci sono mai stati resi noti. Se il direttore generale sarà così disponibile nei confronti della Commissione e di chi dovrà assumersi il compito di affrontare il problema in termini di provvedimento di legge, gliene saremmo molto grati, anche perché credo sia necessario avere la consapevolezza reale dei « pacchi » di lavoro giacenti non so dove o perlomeno conoscere una loro sintesi. Vorremmo sapere, in altre parole, se il lavoro portato a termine abbia prodotto risultati e quali linee da esso possano trarsi.

Considerate le difficoltà quasi insormontabili derivanti dalle percentuali relative alla produzione nazionale ed estera che lei ci ha indicato, vorrei sapere se ritenga possibile, al di là delle indicazioni che ci ha dato, invertire la rotta.

Abbiamo effettivamente, anche nella fase dell'eventuale passaggio verso l'ente pubblico economico e la SpA, una capacità contrattuale da richiamare sul tavolo nei confronti delle multinazionali o dovremo continuare ad essere succubi, dal momento che comunque questa situazione, nell'assenza di una politica industriale del settore, ha garantito la pace sociale all'interno? Non possiamo dimenticare che le maestranze hanno potuto lavorare grazie a queste concessioni, ma fino a quando questo potrà durare? Se continuiamo a far sì che la nostra percentuale sul mer-

cato scenda, sarà semplicemente un passaggio di gestione, che avverrà - io credo - a costo zero. Oppure, possiamo ancora invertire la rotta?

Vorrei una risposta molto puntuale al riguardo, grazie.

GABRIELLA PISTONE. Il fatto di intervenire dopo l'abbondante serie di domande che sono state poste, ed alle quali sono estremamente interessata, mi induce a limitarmi ad una considerazione non molto distante da quella fatta nelle precedenti audizioni. Intendo dire che andare oggi avanti in un processo di privatizzazione *tout court*, addirittura con decreto-legge, mi sembra a dir poco un azzardo. Ritengo che la questione sia quanto meno da approfondire e chiarire, essenzialmente per comprendere dove si vuole andare e ciò in termini molto precisi, non sulla base di quelle che, come ho già avuto modo di sottolineare ieri, sono solo enunciazioni di principio.

La variazione dello *status* giuridico, infatti, non è di per sé una panacea, mentre può essere la soluzione di altri problemi che personalmente non ho a cuore (svendite, regali o cose di questo genere). Ciò che mi preme è capire se in Italia i monopoli possano avere una loro autonomia ed un loro sviluppo, ma ciò è indipendente dalla forma giuridica che andremo ad individuare. Non è questo il problema in questo momento; si tratta invece di capire quali siano gli spazi ancora aperti. A volte non è vero che lo Stato sia incapace; al limite dovrà attrezzarsi per essere capace con metodi e strumenti che possono essere legislativi, amministrativi, di *marketing* o commerciali, ma gli ostacoli possono essere rimossi in molte maniere, non solamente brandendo la spada della privatizzazione a tutti i costi.

Non ripeterò quanto già richiesto dai colleghi intervenuti precedentemente, ma sulla Philip Morris sono state fatte affermazioni abbastanza gravi. Il dottor Del Gizzo ci ha spiegato che la Philip Morris non ha onorato un contratto, mentre l'onorevole Di Lello si è addirittura spinto molto più in là sul problema del contrab-

bando. In ogni caso, i problemi rispetto alla Philip Morris sono molto seri e grandi. Tra l'altro - lo ha detto lo stesso direttore generale - nell'accordo con i monopoli era previsto che la Philip Morris avrebbe dovuto aiutare la promozione del prodotto nazionale italiano all'estero, ma mi risulta che ciò non avvenga.

Questo problema è legato al tema della pubblicità. Non sono per la pubblicità delle sigarette, anzi sono nettamente contraria, ma la competizione sul mercato deve svolgersi con pari dignità: non si può pensare che la pubblicità della Philip Morris non le faccia acquistare maggiori quote di mercato. So che si è cercato di accedere al mercato estero con il nostro toscano, che è un prodotto molto valido dal punto di vista commerciale; è successo però che l'ingresso negli USA sia stato impedito per la presenza di altro marchio con uguale denominazione. Accade così che negli altri paesi si rispetti alla lettera una legge che è presente anche nel nostro paese, dove però abbiamo anche la pubblicità illecita (ad esempio quella della rivista della FIT) e quella indiretta, regolarmente tollerata.

Si tratta non di problemi di secondaria importanza, ma di questioni che spostano quote di mercato. Le regole debbono valere per tutti, altrimenti il prodotto dei monopoli di Stato non ottiene determinati risultati non solo perché inferiore di qualità o di prezzo, ma anche perché non supportato. Se viene immessa una nuova sigaretta, lo si viene a sapere solo perché qualcuno la espone, ma non vi è alcuna comunicazione pubblicitaria.

Tutti questi problemi sono anche strettamente legati a quanto vogliamo fare per il futuro; se la sigaretta nazionale deve competere con i prodotti internazionali deve avere una pari appetibilità commerciale; può anche continuare a chiamarsi MS, ma magari dovrà avere un'altra formula o un altro « veicolo », ancora tutto da studiare. Probabilmente sono stati già fatti questi studi, ma noi non ne siamo a conoscenza. Il problema diventa allora quello di cui parlava l'onorevole Scermino, vale a dire quello dei vincoli e dei veti incrociati all'interno dell'amministrazione. Molte

volte si hanno idee, ma non si mettono in pratica. Per quale motivo? Dobbiamo capirlo, perché non è vero che l'intervento del privato, che sa tutto e fa tutto bene, sia risolutivo. Mi rifiuto di seguire questa logica, che non può costituire la soluzione di tutti i mali. Possiamo discutere sull'opportunità che l'azienda sia più snella e più decentrata e su altre possibilità, compresa la privatizzazione (che però non deve essere l'unica soluzione del problema). Abbiamo sentito più voci, e altre ne sentiremo; a mio giudizio occorre ascoltare anche i rappresentanti della Philip Morris, nonché gli altri soggetti interessati al fine di avere un quadro più completo della situazione.

LUCIANA SBARBATI. Vorrei sapere per quale motivo non vengano definitivamente chiuse quelle strutture che sono state ormai quasi del tutto smantellate e che non hanno più ragione di rimanere in vita, disponendo di pochissime maestranze e di dirigenti che fanno la spola e sottraggono tempo prezioso ad altre strutture che potrebbero lavorare a pieno ritmo e con obiettivi molto più solidi.

PRESIDENTE. Concludo il ciclo di domande ponendo un interrogativo in chiave aziendalistica: ho sentito — a conferma di dati di cui eravamo già in possesso — che la lavorazione per conto terzi da parte del monopolio è pari al 17 per cento della produzione, che è attestata circa al 55 per cento della capacità produttiva. Il mercato italiano è occupato per il 70 per cento da marche estere. Piccandomi di essere anche un aziendalista e non essendovi sospetti sul fatto che le mie parole sottintendono qualcosa di diverso, domando se sia stata presa in considerazione l'opportunità di assorbire, come lavorazione per conto terzi, la quota di mercato detenuta dalle marche estere. Infatti, facendo i conti, la capacità produttiva residuale dovrebbe essere in grado di assorbire quella quota di mercato occupata dalla marche estere. Non credo che spostare la capacità produttiva dell'azienda su un 75 per cento di produzione per conto terzi e su un 25 di produzione per conto proprio voglia dire

essere asserviti alle marche estere; l'importante è che vi sia una contrattualistica tale che ci ponga al riparo da azioni prevaricatrici da parte delle marche estere. Si tratta di un problema di contrattualistica e non di principi: se dobbiamo procedere verso l'azienda-impresa non possiamo dimenticare l'esistenza di una soluzione di questo tipo, che salverebbe il piano occupazionale dell'azienda, rilanciandola, mantenendo inoltre la produzione agricola che è alle spalle senza distorcere il mercato, perché il mercato ha già questa fisionomia. Con le regole attuali di divieto di pubblicità e di blocco di iniziative da parte della produzione italiana non so se si possa sovvertire un mercato che già è strutturato su una quota di 30 per cento di marche italiane e 70 per cento di marche estere. Pensando che tale tipologia di mercato possa essere sovvertita con qualsiasi azione, rischiamo di allungare i tempi in maniera spaventosa.

È stato ipotizzato un tale disegno industriale? Rivolgo questa domanda ai nostri ospiti.

Considerando conclusa la fase delle domande da parte dei commissari, ritengo opportuno, disponendo ormai di poco tempo, al fine di ottenere una risposta esauriente e non parziale dai nostri interlocutori, rinviare il seguito dell'audizione a martedì prossimo.

GIANFRANCO CONTE. Concordo con la proposta del presidente, anche perché molti colleghi che hanno posto domande sono assenti in quanto sono dovuti partire. Inoltre, abbiamo finora affrontato soltanto il tema dei tabacchi. Mi pare pertanto necessario rinviare il seguito dell'audizione.

ERNESTO DEL GIZZO, *Direttore generale dell'Azienda dei monopoli di Stato*. La mole di domande che sono state rivolte è veramente notevole e il tempo a disposizione potrebbe essere tale da non consentire risposte esaurienti e da richiedere un'integrazione da parte dei commissari.

PRESIDENTE. La fase delle domande è comunque conclusa. Vi limiterete a ri-

spondere esclusivamente ai quesiti posti nella seduta odierna.

ERNESTO DEL GIZZO, *Direttore generale dell'Azienda dei monopoli di Stato*. Dovremo trattare anche l'aspetto relativo al sale e ai giuochi?

PRESIDENTE. Ritengo sia più opportuno concludere l'argomento dei tabacchi; eventualmente, nel primo momento utile dopo aver esaurito l'esame dei documenti di bilancio in Commissione, potremo riprendere l'audizione relativamente alle questioni del sale e dei giuochi.

MARIO VERNUCCIO, *Vicedirettore amministrativo dell'Azienda dei monopoli di Stato*. Signor presidente, lasceremo alla Commissione due brevi appunti concernenti il monopolio fiscale sui tabacchi e la relativa normativa comunitaria, la situazione del personale dei monopoli ad oggi, la dislocazione regionale, i pensionamenti e così via, stilati in modo molto stringato e tecnico. Essi possono rappresentare un adeguato supporto per la Commissione.

PRESIDENTE. Acquisiamo agli atti della Commissione gli appunti, che faranno parte di un fascicolo contenente l'intera documentazione in materia, che sarà messo a disposizione di tutti i com-

missari. La nota del direttore generale sarà comunque pubblicata in allegato al resoconto stenografico della seduta odierna.

Prima di concludere la seduta, desidero ringraziare coloro che sono intervenuti all'odierna audizione, illustrando le linee generali del problema. Vorrei che nel seguito dell'audizione — desidero sottolineare di nuovo questo aspetto — ciascuno dei nostri ospiti portasse il suo contributo personale anche in termini dialettici, perché credo che solo in questo modo possiamo acquisire tutti gli elementi necessari per esprimere le nostre valutazioni sul piano politico.

Nel salutare a nome dell'intera Commissione il dottor Del Gizzo, il dottor Vernuccio e l'ingegner Verdesca, comunico che il seguito dell'audizione è rinviato alla seduta di martedì prossimo.

La seduta termina alle 17,10.

IL CONSIGLIERE CAPO DEL SERVIZIO
STENOGRAFIA

DOTT. VINCENZO ARISTA

*Licenziato per la composizione e la stampa
dal Servizio Stenografia il 20 novembre 1995.*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO

PAGINA BIANCA

ALLEGATO

*Nota consegnata dal dottor Ernesto Del Gizzo,
direttore generale dell'Azienda dei monopoli di Stato.*

In relazione alla richiesta fattami dal Gabinetto con la unita nota circa i propositi di politica industriale dell'amministrazione dei monopoli mi permetto di rappresentare quanto segue.

Le azioni assumibili in tema di politica industriale non possono prescindere da quelle di politica commerciale e dalle condizioni generali dell'azienda: si tratta in sostanza di attivare una politica economica fondata sulle risorse disponibili, su quelle mobilitabili o conseguibili attraverso opportuni reimpieghi, sugli sbocchi di mercato che si possono concretamente conseguire.

L'assunto vale tanto per i tabacchi quanto per i sali, sia pure in misura differenziata tenuto conto della diversa rilevanza dei due comparti, mentre per i giochi si pongono problemi di organizzazione distributiva e di raccolta prima ancora di poter formulare ipotesi incentivanti nel medio termine.

a) *Tabacchi*

Le azioni assumibili vanno necessariamente inquadrare nella situazione generale del comparto dei prodotti da fumo che espongo sommariamente di seguito:

mercato totale legale (dati 1994) 90,6 milioni di Kg.;

mercato illegale 20 per cento 18 milioni di Kg.;

mercato totale reale 108 milioni di Kg.

La quota di mercato detenuta dalle multinazionali estere, Philip Morris, Reynolds, Bat e Rothmans essenzialmente (in un rapporto di 7 a 1 per la prima), è del 56 per cento del mercato legale, ma sale a circa il 64 per cento del totale considerando che le attività di contrabbando riguardano esclusivamente il prodotto estero. Tali dati tendono a superare il 70 per cento nel 1995 (la sola quota legale di Philip Morris è, su base semestrale, il 54 per cento circa).

Dei 50 milioni di Kg. di prodotto estero consumati legalmente sul mercato nazionale 14 milioni sono prodotti su licenza negli stabilimenti del monopolio, a costi di produzione nettamente superiori rispetto agli stabilimenti delle case di origine, con una saturazione degli impianti utilizzati inferiore al 55 per cento. Trattasi di 5 manifatture su 21 tutte caratterizzate da questo sottoutilizzo.

La costante e progressiva perdita delle quote di mercato da parte della AMS, ininterrotta dal 1974 ad oggi, è legata a limiti strutturali sia a livello di produzione di materie prime che di trasformazione di prodotto.

Per quanto concerne le materie prime, la sola recentissima ripresa della selezione e sperimentazione colturale di varietà adatte a produzioni manifatturiere di qualità (*Kentucky* in Toscana e Marche e *Bright* nel Veneto) non è in grado di annullare, nel brevissimo periodo, gli effetti di oltre 20 anni di relativo abbandono del settore da parte dei produttori italiani, certamente disincentivati sia dalle scelte strate-

giche della politica agricola comune che dal consistente ricorso all'approvvigionamento estero da parte della stessa amministrazione dei monopoli, sollecitato questo anche dall'obbligo di rispettare le condizioni in base alle quali era stato stipulato il contratto di licenza: tale ricorso è stato, solo recentemente, drasticamente ridotto.

Per quanto concerne la trasformazione del prodotto, oltre ai noti problemi di esubero di personale e di eccessivo decentramento degli impianti, centrale è la questione legata ad una moderna valorizzazione commerciale del prodotto nazionale recentemente oggetto di controversie nel rapporto con le multinazionali estere.

Disattese finora le aspettative legate ad un auspicato rapporto di collaborazione con Philip Morris e le altre (tendenzialmente disponibili), che avrebbero potuto promuovere in modo efficace la collocazione del prodotto italiano su mercati emergenti, e quindi il rilancio industriale all'interno, la politica industriale dell'AMS dovrà fornire il supporto operativo a scelte strategiche determinate dalle seguenti considerazioni:

l'aumento *tout court* delle quote di produzione su licenza di marchi esteri, mentre assicura il parziale impiego del personale, tende ad aumentare la debolezza strutturale dell'amministrazione e quindi il suo grado di dipendenza rispetto sia al mercato che agli interlocutori di cui sopra;

la riconquista di quote di mercato interno ed estero è possibile solo a condizione di iniziare un seria politica di sviluppo di nuovi prodotti e di acquisizione di competenze *marketing* con una struttura tutta da creare: miscelazione (*blending*), marchio (*branding*), confezionamento (*packaging*) e comunicazione (*advertising*) rappresentano l'essenza dell'attività commerciale nel comparto;

sviluppo della ricerca e selezione nella produzione della materia prima, specializzazione di strutture di ricerca e sviluppo in fase di trasformazione sono scelte necessarie già assunte ed in parte già operative (*casing* e *toasting* unificati ed omogenei).

Resta da decidere come contrastare lo strapotere della concorrenza nella comunicazione, solitamente basato su pratiche illegali, non perseguite, e come creare le condizioni per un rapporto più proficuo per la AMS con le multinazionali, vincolando la disponibilità a continuare a produrre su licenza ad accordi commerciali che comportino una ricaduta, in termini di organizzazione ed efficienza, a livello di struttura produttiva.

La diramazione di nuove istruzioni ai prefetti, finalmente interessati il 7 corrente mese dal Ministero dell'interno dopo lunghe sollecitazioni, consente di operare un valido contenimento delle pratiche pubblicipromozionali finora seguite, anche se manca l'azione di sequestro preventivo degli strumenti impiegati nell'azione di *advertising*. Il problema va seguito anche per il ricorso a pratiche sostitutive e per il necessario coordinamento in sede internazionale oltre che alla revisione dei rapporti contrattuali di distribuzione. Un diverso controllo sulla rete di vendita (gli ispettori debbono essere innanzitutto i verificatori della regolarità distributiva al dettaglio) consentirebbe di intervenire tempestivamente per alleviare la pressione che i fornitori esteri

da tempo esercitano per indurre alla vendita preferenziale dei loro prodotti: va subito modificata la gestione del regime concessorio delle rivendite come era stato disegnato nella circolare Preti del 1967 riattribuendo, quanto meno, all'amministrazione il potere decisionale oggi di fatto deferito all'organizzazione sindacale dei rivenditori.

b) *Sali.*

È un comparto che conosce soltanto esperienze produttive e commerciali negative da quando, nel 1982, la gestione commerciale venne affidata con legge all'AIS (società mista al 50 per cento tra ATI ed Italkali). Tale legge è stata modificata soltanto a fine 1993, consentendo un lento recupero del deficit soltanto dal 1.1.1994.

In tale anno, a fronte di quantità prodotte pari a circa 1 milione di tonnellate, sono state vendute poco più di 600.000 tonnellate.

Nonostante le decisioni assunte di chiudere i settori produttivi più deficitari (Cervia, Tarquinia, Castellammare, Tortona e Venezia) questi hanno continuato a produrre poiché non sono stati approntati gli strumenti necessari a consentire la mobilità (e quindi la chiusura degli impianti) concordata sul piano sindacale.

La legge finanziaria in corso di esame da parte del Parlamento dovrebbe rimuovere tali ostacoli.

Le perdite ammontano ad oltre 33 miliardi perché il prodotto viene venduto sotto costo alla totale partecipata SpA ATI, data la concorrenza di Italkali ed altre società che si riforniscono oltre che dalle saline del monopolio anche da quelle francesi, ucraine e del bacino del Mediterraneo.

Delle 6 saline tuttora aperte (Cagliari, S. Antioco, Carloforte, Cervia, Tarquinia, Volterra e Margherita di Savoia) sarebbe sufficiente tenere aperta, in misura ridotta e rinnovando gli impianti con un investimento di circa 30 miliardi (recuperabili con un diverso parziale impiego delle risorse immobiliari disattivate per 90 miliardi), soltanto Margherita di Savoia che ha un potenziale produttivo di 1.200.000 tonnellate.

Se si riuscisse a vendere in condizioni di competitività tutta questa produzione, si potrebbe conseguire un utile doppio delle perdite registrate ed impiegando un tre quarti delle aree salanti attuali: 3.000 ettari in luogo dei 4.500 ettari disponibili. La parte recuperata potrebbe essere destinata ad acquacoltura intensiva estendendo l'iniziativa già assunta in proposito sulla salina di Tarquinia e realizzando strutture di alta redditività turistica (ormeggio di natanti da diporto), contenitori di acque termali.

Per realizzare questo obiettivo occorre:

a) ristrutturare il comparto avviando il personale disponibile (almeno 350 unità su 808) verso uffici finanziari vicini ove non fosse possibile il prepensionamento;

b) operare investimenti utilizzando le risorse immobiliari non più necessarie alla produzione o ad usi sostitutivi, sempre nel rispetto delle norme che regolano la salvaguardia delle zone umide;

c) creazione di una rete di vendita aggiuntiva a quella tradizionale sulla quale la concorrenza punta in modo deciso (centri commer-

ciali, alimentari etc.) evitando di vendere alla concorrenza un prodotto greggio che l'amministrazione deve poter lavorare in proprio (es. stabilimenti privati satelliti della salina di Margherita).

I tentativi di consorzio da parte dell'ATI, affidataria delle incombenze, sono difficilmente coronabili da successo se non si riferiscono anche ad attività aggiuntive (es. biglietti delle lotterie);

d) sviluppare la cooperazione con grosse strutture commerciali del settore (es. Solvay, Saline du Midi, ed altri produttori europei) in modo da favorire, in condizioni partecipative, la vendita del nostro prodotto, iodato naturalmente opportunamente pubblicizzato (generale problema dell'*advertising*);

e) difesa del mercato interno attraverso legittimi controlli sanitari all'importazione ed alla circolazione del prodotto — già in corso di emanazione —, previa comune definizione, da parte del Ministero della sanità.

L'ATI società totalmente partecipata, va recuperata funzionalmente evitando che svolga attività duplicative rispetto al monopolio ed integrando, invece, quelle attività che il monopolio non può direttamente svolgere con la necessaria snellezza e tempestività commerciale (distribuzione e vendita di prodotti non esclusivi all'interno — sali e lotterie — e anche esclusivi per l'estero — tabacchi —).

A questo impegno dovranno contribuire anche quei dirigenti al massimo livello di responsabilità che anni di progressivo deterioramento aziendale hanno condotto a ritenere gratificante un avanzo di gestione che è solo il frutto, com'è noto alla signoria vostra, di una penalizzante applicazione dell'accisa tendente a salvaguardare gli utili desiderati soprattutto dalla concorrenza, in luogo di quelli che un monopolio fiscale avrebbe dovuto conseguire, cioè attraverso la massimizzazione dell'imposta.

IL DIRETTORE GENERALE

L'applicazione di un'aliquota del 61 per cento dovrebbe comportare:

A) *Sigarette italiane.*

Si verifica un maggior introito per l'erario di circa lire 283 MLD in corrispondenza di un'eguale diminuzione per l'amministrazione a causa della riduzione della quota fornitore.

L'amministrazione, comunque, manterrebbe (per le sole sigarette) un introito attivo complessivo (differenza tra le nuove quote al fornitore e i costi di fabbricazione) di circa lire 88 MLD rispetto a quello di circa 371 MLD che si potrebbe conseguire con l'aliquota di imposta al 57 per cento.

B) *Sigarette estere.*

Si verifica un maggiore introito per l'erario di circa lire 351 MLD in corrispondenza di un'eguale diminuzione per le società multinazionali a causa della riduzione della quota al fornitore.

Le società multinazionali, comunque, manterrebbero (per le sole sigarette) un introito attivo complessivo (differenza tra le nuove quote al fornitore ed i presunti costi di fabbricazione) di circa lire 364 MLD rispetto a quello di circa 715 MLD che potrebbero conseguire con l'aliquota di imposta al 57 per cento.

C) *Sigarette prodotte su licenza.*

L'erario potrebbe conseguire un maggiore introito di circa lire 107 MLD di cui: lire 13 MLD a carico della Philip Morris per minori *royalties*; lire 94 MLD a carico dell'amministrazione per la riduzione della quota al fornitore.

L'amministrazione, comunque, manterrebbe un introito attivo complessivo (differenza tra nuove quote al fornitore e costi di fabbricazione) di lire 22 MLD.

Philip Morris manterrebbe, invece, un attivo, per le *royalties* percepite di circa lire 95 MLD rispetto a quello di circa lire 108 MLD che potrebbe conseguire con l'aliquota al 57 per cento.