

POGGIBONSI - I problemi del mercato

VENDERE E' DIFFICILE

I prezzi dipendono spesso dai costi ed i costi non li fa la singola impresa che deve fare i conti con chi le fornisce le materie prime e i finanziamenti - Consumatore da « conquistare » o da soddisfare? - Il grande problema del momento: costruire più case e migliori, riducendo il costo per la famiglia lavoratrice in modo che possa dedicare più risorse all'arredamento

Dal nostro inviato

POGGIBONSI marzo. Un tempo mercato locale di vallata o al massimo regionale e piccolo mercato di artigiani, Poggibonsi è diventato un mercato importante. Impossibile immaginare una piccola impresa che operasse a livello nazionale e internazionale. Tutto è cambiato nell'ultimo decennio e in particolare dopo la crisi del 1964 quando gli sbocchi all'estero si sono ristretti a carceri perché i consumatori interni non avevano capacità d'acquisto. Poi dal 1965 ad esempio che l'industria del mobile ha cominciato ad esportare in quell'anno le vendite all'estero furono di 5.151 milioni mentre nel 1968 si era a 31.675 milioni. Quest'anno ci si avvicina ai quaranta miliardi.

Che la piccola impresa possa operare sui mercati internazionali purché operi in forma organica di promozione e vendita è ormai dimostrato in molteplici settori. Quello del mobile tutto sommato è risultato un degli ultimi a scoprire questa possibilità. Preceduto largamente dalle industrie dell'abito confezionato del vetro lavorato a mano delle calzature della maglieria e molte altre ancora. Se facciamo attenzione però troviamo che queste piccole industrie che riescono ad operare sui grandi mercati hanno in comune una caratteristica quella di impiegare pochi capitali ma molta manodopera specializzata. E un'altra cosa hanno in comune quella di offrire un prodotto pregiato di qualità. E in questo caso fra gli esempi possiamo includere anche quello della produzione vinicola in questa zona di confluente fra le colline del Chianti dove si è stati forse fra i primi ad operare sui mercati esteri.

Le altre imprese - edili meccaniche - solo in certi casi agiscono sui mercati così ampi. Ma sono ugualmente le gate all'ampliamento dei mercati nazionali ed esteri per perché lo sviluppo edilizio che traina il settore mobiliario a misura in cui soddisfacendo la richiesta di nuove case si crea la domanda di nuovi arredamenti. Inoltre l'industria del mobile è quel mercato di sbocco per imprese che forniscono macchinario o imprese che impiantano stabilimenti. Gli interessi di queste imprese naturalmente si proiettano anche nell'intero settore o fuori di esso ma il potenziale di sviluppo dell'edilizia o della meccanica locale dipende in notevole misura dagli acquisti che fa il settore trainante quello del mobile per la sua espansione.

Nei paesi più ricchi

La prima è che il campo delle esportazioni all'estero è tutto da scoprire una specie di terra promessa. Nel 1968 le vendite all'estero di mobili dalla provincia di Siena hanno dato un giro di 281 milioni, pochissimo. Se c'è un punto su cui si è unanimi è nel constatare che questa pochezza non dipende dalla qualità del prodotto della provincia di Siena è molto accurato e può essere venduto all'estero qualora vengano risolti i problemi di organizzazione delle vendite di standardizzazione della produzione pubblicità riduzione dei costi di produzione in modo da offrire un maggior numero di « pezzi » ripartendo i costi su produzioni di più vasta scala. E solo da qualche mese tuttavia che si è cominciato a studiare un po' la situazione. Intanto circa un terzo delle vendite di mobili all'estero si fa in Francia. Gli altri grandi acquirenti sono negli Stati Uniti in Germania occidentale e Olanda Belgio e Svizzera. Tutti paesi ricchi dove l'arredamento della casa ha un posto di rilievo nella vita di larghi strati di cittadini, e in

certi casi (Germania occidentale Belgio) si tratta anche di paesi che già posseggono industrie molto avanzate capaci di una produzione di qualità che tiene conto dei bisogni pratici ed estetici della casa moderna.

Su questi mercati il mobile italiano trova terribili concorrenti nella modernità della produzione scandinava e nella scuola innovatrice che ha messo radici in Germania. Trova ostacoli inoltre nella crescente concentrazione che si va operando nei canali di vendita poiché si va dalle grandi organizzazioni commerciali tedesche, che servono ognuna centinaia di negozi o vaste reti di grandi magazzini alle organizzazioni di dettaglianti che vanno sorgendo (in Francia ne sorge una persino con cinquemila dettaglianti). Qui la scala di produzione della piccola impresa non regge più. Fare un bel mobile ben costruito serve a poco se non si è capaci di varare il disegno in base ad esigenze della nuova edilizia residenziale e di produrlo rapidamente in migliaia di esemplari. Alla piccola industria si chiede in pratica di comportarsi come una grande industria di avere uno studio di disegni a disposizione nonché la possibilità di produrre sulla base di programmi che unificano l'offerta di decine di imprese della stessa taglia.

Mobili costosi

Il guadagno da fare e quindi il prezzo da realizzare cambia di dimensione. Oggi si sogna guadagnare molto su un mobile, tenere i prezzi alti perché dentro quel prezzo devono rientrare molti costi fisici che la piccola impresa ha. Avere la possibilità di ripartire quei costi su una produzione continuativa di larga scala, con programmi di produzione che abbraccino campagne di vendite di almeno un anno significa poter ripartire i costi, cioè poter vendere a minor prezzo un prodotto di qualità.

Questo spiega, meglio di ogni altro argomento, i limiti che stanno incontrando le vendite nel Mezzogiorno. Si vendono anche a prezzi alti, ma necessariamente e in prevalenza a rete, spesso con rate di 30 mesi. Si vende ancora poco, sia perché il rinnovamento delle abitudini nel Sud d'Italia è lento, sia per il fatto appunto che si vende ancora caro e la grande massa delle famiglie lavoratrici non può rinnovare l'arredamento della casa. Ridurre i prezzi con la produzione di larga scala, senza ridurre la qualità, è dunque un problema che non riguarda solo le vendite all'estero ma proprio l'espansione di quel mercato interno su cui le aziende poggibonesi sono già

abbiamo parlato ci hanno conformato che qui esiste la possibilità di offrire uno stile ma non c'è una tradizione artigianale di intaglio. Nessuno pensa di rifugiarsi nella produzione artistica che, in ogni caso ha pochissimo mercato in ragione del suo costo. Del resto è più facile creare uno studio di disegno che inventare una tradizione artigianale.

Queste piccole imprese, sembra un paradosso sono nate proprio per fornire una produzione di serie che mantenga alti i valori della qualità. Così si sono affermate sul mercato interno, a queste condizioni, arricchite di nuove forme di organizzazione, possono avvalorare per i mercati esteri. Ma questo fatto non mette in evidenza anche come i problemi da affrontare, per le imprese di qua, siano dello stesso genere anche quando si tratta di operare sul mercato italiano.

Qui veniamo alla seconda caratteristica del mercato di sbocco della produzione di Poggibonsi: le vendite, in Italia, avvengono in grande maggioranza nelle regioni centrali e meridionali, cioè nelle zone meno sviluppate del paese. Questa preferenza per il Mezzogiorno non deriva come si potrebbe pensare, un prodotto più povero paradossoamente nel Sud d'Italia si vendono spesso mobili costosi (a volte la camera da letto costa un milione), più elaborati, rispetto alle zone settentrionali. Il mobile di Poggibonsi non penetra nel Sud d'Italia in ragione del suo basso prezzo, del suo carattere popolare, ma per la peculiarità dei consumatori di orientarsi verso un mobile « di prestigio ».

Questo spiega, meglio di ogni altro argomento, i limiti che stanno incontrando le vendite nel Mezzogiorno. Si vendono anche a prezzi alti, ma necessariamente e in prevalenza a rete, spesso con rate di 30 mesi. Si vende ancora poco, sia perché il rinnovamento delle abitudini nel Sud d'Italia è lento, sia per il fatto appunto che si vende ancora caro e la grande massa delle famiglie lavoratrici non può rinnovare l'arredamento della casa. Ridurre i prezzi con la produzione di larga scala, senza ridurre la qualità, è dunque un problema che non riguarda solo le vendite all'estero ma proprio l'espansione di quel mercato interno su cui le aziende poggibonesi sono già

MOBILI: ALTE ESPORTAZIONI MA BASSI CONSUMI INTERNI

MOBILI DA E PER L'ESTERO (in milioni di lire) dal 1°-7-1968 al 30-6-1969

Importazioni	19.954	+ 2.640
Esportazioni	95.608	+ 27.228

Differenza sul 1968

Consumi INTERNI DELL'ITALIA (in % di tutti i consumi)	Nel 1963	Nel 1967
Mobili, arredamenti, servizi per la casa	6,5%	6,2%
(Sole famiglie agiate)	(5,4%)	(5,5%)

introdotta, verso il quale lavorano, faticosamente, puntando sulla capacità dei rappresentanti di superare le difficoltà ambientali, come l'aleatorietà della riscossione di vendite così fortemente dilazionate, in un ambiente commerciale piuttosto instabile. Ciò su una condizione che rende gli stessi rappresentanti e la vendita a cambiati particolarmente costosi.

A certi problemi non si può

La prossima inchiesta il 15 marzo

La prossima pagina d'inchiesta sull'industria di Poggibonsi sarà pubblicata il 15 marzo e sarà dedicata ai problemi del credito e del finanziamento in generale. Due altre pagine, che saranno pubblicate successivamente, affronteranno le questioni dell'associazione economica fra le imprese e daranno un quadro delle reazioni suscitate dai nostri servizi fra gli interessati.

sfuggire, sia che si venda all'estero che all'interno. Ma poiché la rete di vendita sul mercato interno c'è già sa rebbene davvero strano se non si partisse da un'adeguata valutazione delle possibilità che esistono in questa direzione. Riammetteremo solamente i interessi delle piccole imprese mobiliare a una decisione politica circa l'offerta della casa a tutti i cittadini come servizio sociale, annullando ed l'aproprio generalizzato la rendita delle aree, finanziando costruzioni pubbliche di alto livello. L'industria del mobile sarebbe rilanciata per questo solo fatto, le vendite potrebbero aumentare subito e tutti i processi di ampliamento, consorziazione organizzativa commerciale potrebbero essere risolti molto più facilmente.

Al grave costo che ricade sulle aziende per vendite troppo dilazionate - le banche prelevano un interesse elevatissimo sugli sconti - si può sfuggire solo vendendo su un mercato dove non si debba correre dietro al cliente a chiacchiarare a qualsiasi condizione. Il consumatore deve essere, semmai, informato meglio sulle caratteristiche della produzione, aiutato a scegliere in rapporto alle sue esigenze. Un capovolgimento dei sistemi vigenti sul mercato attuale, nel quale il consumatore è una vittima da spremere, le cui esigenze reali sono manipolate. Il che vuol dire che queste esigenze vanno studiate prima e che l'alto prezzo, se deve esserci, deve trovare appoggio nella fornitura di un tipo di arredamento che non risulti inservibile dopo due o tre anni in formazione, cioè pubblicità che non sia imbonimento, se ne può fare, nelle condizioni della piccola impresa, soltanto organizzandosi. Questa nostra iniziativa di pubblicare una serie di pagine sulla piccola impresa di Poggibonsi, trattando diversi aspetti, è già un'azione di pubblicità collettiva in quanto interessa i lettori alle sue vicende aiutandoli a capire anche a cosa c'è di buono nel prodotto di questa zona, introducendoli a esaminare la stessa vicenda produttiva.

Nella risposta date alle nostre domande, distribuite a tutte le 200 ditte della zona da alcuni imprenditori già ci è stato possibile riscontrare orientamenti assai più apprezzabili di quelli che regolano la vita di certe industrie medie e grandi protese a incidere sulla qualità per tenere alto il profitto. Un'azienda di arredamenti ritiene, ad esempio, che bisogna conoscere le necessità del consumatore creare l'articolo idoneo - il processo è rovesciato rispetto a quello dei « creatori di moda » che poi vogliono imporre al consumatore. Insistere è la richiesta di un agente unico di vendita per tutte le ditte (come sostiene il dirigente di una ditta di lampadari). La associazione per le vendite è richiesta anche da una ditta

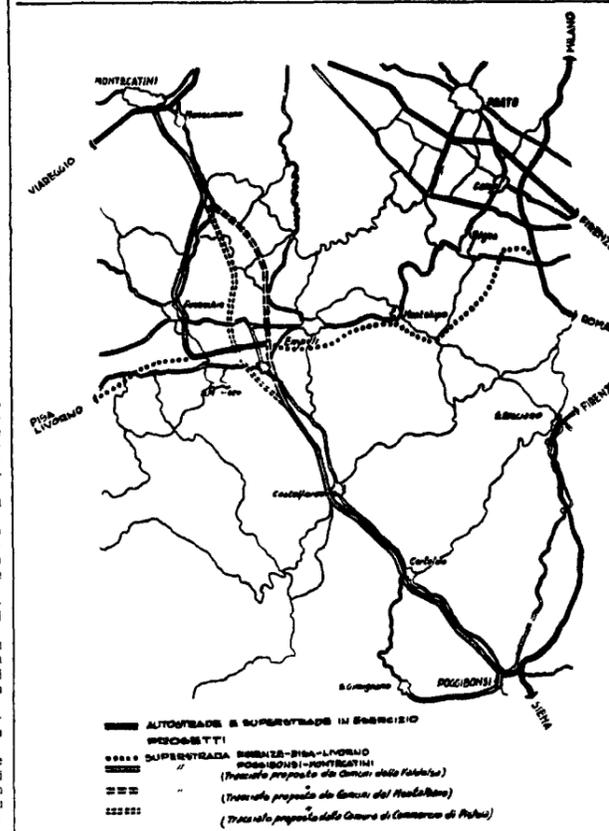
Risposta al consumatore

Abbiamo già visto che la associazione per la vendita non può lasciare inalterata l'organizzazione del processo produttivo. E l'associazione e non il singolo che può fare le rilevazioni sul mercato di consumo e preparare una risposta nei termini di un prodotto ben accetto di durata ragionevole con qualità estetiche e pratiche rispondenti alle nuove forme della vita moderna. Acquisire ordini in un tale prospettiva significa chiederla inoltre dover poi ripartire il lavoro fra gli associati spingendoli a specializzarsi fino al limite consentito della buona riuscita del lavoro. E un errore quindi considerare l'associazione fra le imprese alla stregua di una operazione diretta a dotare le piccole imprese dei mezzi di imbonimento e pressione sul consumatore che possiede la grande impresa il salto da fare è qualitativo e in tal senso è visto per quanto abbiamo potuto appurare dalla grande maggioranza degli operatori economici di Poggibonsi.

Naturalmente questo discorso vale per le imprese che hanno bisogno di un mercato di vaste dimensioni. Le imprese sussidiarie che lavorano per l'industria tramite non si pongono di questi problemi del resto la soluzione delle loro difficoltà dipende dalla conquista di uno sbocco sempre più ampio e sicuro per la produzione più tipica e qualificata. Ciò porta a considerare ai fini del futuro industriale di questa zona che il profilo di Poggibonsi agli occhi dei consumatori italiani ed esteri è già ben delineato arredamenti moderni e in stile di qualità con le attività con esse in campo meccanico e edilizio. Vini come produzione agricola altamente specializzata. E un profilo da caratterizzare ancora meglio da precisare agli occhi di tutti non da respingere il destino delle città industriali d'oggi e la specializzazione e un esito che si trova la migliore garanzia di raggiungere elevati livelli.

A questo punto tuttavia i problemi che abbiamo sollevato ci si presentano non come esclusivi di una categoria e nemmeno risolvibili con misure settoriali di categoria. Essi presentano una grande rilevanza pubblica - come assume di resto l'interpretazione dello sviluppo economico toscano contenuta nello studio dell'Istituto di ricerche regionali (IRPI) - e richiede l'intervento di centri di potere (Regione Provincia Comune) attraverso cui si esprimano con maggiore immediatezza gli interessi generali. E a quest'ordine che spetta quindi anche di svolgere una ricerca prendendo iniziative forti e strumenti d'intervento per una politica di mercato delle piccole imprese.

Renzo Stefanelli



Rompere il relativo stato d'isolamento dei centri minori, eliminare la « straziatura » della visibilità quando si passa dalle grandi autostrade ai collegamenti interregionali, ecco uno dei problemi affrontati dalle forze democratiche a Poggibonsi. Nella cartina il tracciato della superstrada Poggibonsi-Montecatini, rivendicata dai centri della Valdelsa.

LE PIÙ QUALIFICATE AZIENDE DEL SETTORE

AZIENDE DEL LEGNO

AURORA
CUCINE componibili di qualità
Loc. Pian del Paschi - Tel. 96.337

BICIMFER
INDUSTRIA MOBILI
Loc. Lama - Tel. 96.526

CENNI & FIASCHI
CAMERE MATRIMONIALI
MOSTRA PERMANENTE
Via G. Puccini, 5 - Tel. 96.342

CILEMMI & CHITI
CAMERE DA LETTO IN STILE
Via Elsa (Palagetto) - Tel. 96.002

CITA di B. Tanzini
MOBILI componibili per cucina
Via Senese - Tel. 96.329

DOMUS - NOVA
di PERTICI GINO
Via Fosci (Loc. Tre Vie) - Tel. Uff. 96.401 - Abil. 96.459

ELLETI
MOBILI DI QUALITÀ
Loc. Tre Vie - Tel. 96.636

F.lli CECCHI
CUCINE componibili
Via B. S. Lavagnini - Tel. 96.300

F.lli PROVVEDI
SALE DA PRANZO E SOGGIORNI
Via Pisana, 133 - Tel. 96.685

« GUEMI »
PRODUZIONE SALE DA PRANZO E SOGGIORNI
Via Palagetto - Tel. 96.530

ICAP
INDUSTRIA CUCINE AMERICANE
Barberino d'Elsa (FI) - Loc. Ponte Spade - Tel. 937.024

LA SCAPOLINA
CAMERE MATRIMONIALI
Loc. Bellavista - Tel. 96.110

MARTINI & MANGINI
MOBILI IN LEGNO
Via Montegrappa - Tel. 96.433

MEC MOBILI
GUARDAROBA LACCATI
Loc. Tre Vie - Tel. 97.446

MOBILIFICIO POGGIBONSESE
SOGGIORNI - TINELLI E STUDI
Via Pisana - Tel. 96.799

Mobilificio GALANTI
Telefono 96.201

MOBIL - MODA
COSTRUZIONE MOBILI LETTO
Loc. Tre Vie - Tel. 97.246

MOLET
INDUSTRIA MOBILI
Via S. Gimignano (Loc. Palagetto) - Telefono 96.553

MORANDI TORELLO & Figli
INDUSTRIA MOBILI
Esp. Perm. Via Senese, 92 - Tel. 96.720
Stab. Loc. Pian del Paschi - Tel. 96.307

TOSCANA ARREDAMENTI
MOBILI componibili per sale e soggiorni
Via Borgaccio 36 - Tel. 96.529

TURCHI - MOBILI
CAMERE IN STILE
Via delle Mura 10 - Tel. 96.392

ZANI
CUCINE componibili
ARREDAMENTI BAR E GIARDINI
Telefono 96.003

AZIENDE METALMECCANICHE

BARTALESI SANTI
FONDERIA ARTISTICA
Loc. Drevo - Tel. 96.649

COSMEC
COSTRUZIONI MACCHINE PER LEGNO
Via Senese - Tel. 96.627

EFFEPI
INDUSTRIA MOBILI METALLICI E LAMINATO PLASTICO
Via Senese, 106 - Tel. 96.818

IRIDE
FABBRICA LAMPADARI E AFFINI
Via Trento, 91/95 - Tel. 97.251

STAMPO
INDUSTRIA ITALIANA
MINUTERIE METALLICHE
Via Pisana - Barberino Elsa (FI) - Tel. 937.016

STILE
ARREDAMENTI METALLICI
PER BAR - RISTORANTI - DANCING
Loc. Spedino - Tel. (055) 937.002
Barberino d'Elsa (Firenze)

TIMAL
ARREDAMENTI TORNERIA
Loc. Drevo - Tel. 96.159

VITAP
MACCHINE PER LAVORAZIONE LEGNO
Via Pisana - Tel. 96.092 - 96.325

AZIENDE EDILI

FORNAI ANGIOLO
IMPRESA EDILE
Via Rodipaglia, 43

FALORNI GALIANO & C.
IMPRESA EDILE
Via Fiume -

MARCONI & BANDINI
IMPRESA EDILE
Loc. Colombate

UNIBLOC
PERITO EDILE CECCONI FRANCO
ELEMENTI PREFABBRICATI PER L'EDILIZIA
Loc. Pian del Paschi - Tel. 96.100

AZIENDE VARIE

Ristorante "ALCIDE"
Viale Marconi
Hotel: tel. 97.501/2/3
Ristorante: tel. 96.196

Super COOP
ALIMENTARI - MACELLERIA
POLLERIA
CONFEZIONI ABBIGLIAMENTO

CIRANO
INDUSTRIA CONFEZIONI
STAB. PONTE SPADA
Barberino Elsa - Tel. (055) 937.022

ELECTRA - Impianti
IMPIANTI ELETTRICI INDUSTRIALI
CABINE DI TRASFORMAZIONE
MOTORI - POMPE TRASFORMATORI
Via Montegrappa, 11 - Tel. 96.415

L.A.C.E.V.
SPECCHI E ACCESSORI
IN CRISTALLO PER BAGNO
Via Valtorno, 43 - Tel. 96.774
V.le Marconi, 29 - Tel. 96.148

SIMPACA
PANZINI & CALONACI
LAVORAZIONE MARM. PREGIATI
Via S. Gallo - Tel. 97.282