

UN «COLOSSO» RISPONDE ALLA SFIDA DEI GRUPPI STRANIERI

L'ALIMONT

e l'industria alimentare italiana

La Montedison si è inserita nel settore dell'alimentazione dando vita a una grande società che raggruppa importanti e affermate aziende del settore - La fusione è sicura garanzia della genuinità dei prodotti offerti - Un programma di sviluppo che in cinque anni prevede investimenti per 40.000 milioni e uno sbalzo produttivo del 30 per cento

Dati sulla struttura attuale del settore

Nel paese ad alto tasso di industrializzazione l'industria alimentare tende a svilupparsi con lo stesso ritmo di tutto l'apparato industriale manifatturiero; dall'esame dei tassi del valore aggiunto si

rileva, infatti, che a livelli elevati di valore aggiunto nelle industrie manifatturiere corrispondono livelli altrettanto elevati nelle industrie alimentari e viceversa.

CONTINENTI - PAESI	Industria Manifatturiere	Industria Alimentari
Africa	1,2	1,8
America	37,9	35,6
Stati Uniti	32,3	26,7
Asia	6,3	6,6
URSS e paesi europei ad economia socialista	29,3	34,1
Europa occidentale	24,1	20,6
Francia	3,6	2,1
Germania	6,1	4,8
Italia	2,6	1,9
Oceania	1,2	1,2
Mondo	100,0	100,0

Fonte: FAO

In Italia, tuttavia, pur verificandosi un aumento costante dell'industrializzazione in genere, l'industria alimentare si trova in una situazione considerata difficile a causa soprattutto di strutture inadeguate per diverse ragioni. Una delle più evidenti è la estrema polverizzazione del-

l'apparato produttivo a causa dell'esistenza di numerosissime industrie artigianali e semi industriali. Infatti, da un panorama del settore, si rileva che su circa 45.000-50.000 unità produttive esistenti, le 100 più importanti hanno un fatturato complessivo di circa 1.500 miliardi, pari al 26-27% del fattu-

rato totale delle industrie alimentari. Se si analizza un settore caratteristico dell'industria alimentare italiana, quello consero, si nota che in esso operano 750 aziende delle quali solamente 6 superano i 5 miliardi di lire (Star, Cirio, De Rica, Arrigoni, Findus, Helvetia).

CLASSI DI FATTURATO	IMPRESE	N.	%
da 51 a 500 M Lire	278		71,3
da 501 a 1.000 M Lire	52		13,3
da 1.001 a 2.000 M Lire	38		9,7
da 2.000 a 5.000 M Lire	16		4,1
oltre 5.000 M Lire	6		1,6

La situazione è sostanzialmente analoga per gli altri comparti delle industrie alimentari. La maggior parte delle aziende, per tradizione, si dedicano alla lavorazione di un solo prodotto che richiede una trasformazione industriale piuttosto semplice; pertanto, non sono in grado di far fronte a situazioni di crisi dovute a minor richiesta di quel prodotto. La soluzione del problema è, ovviamente, la diversificazione, cioè la possibilità di lavorare diversi prodotti. La diversificazione, tuttavia, risulta conveniente solo per aziende di una certa dimen-

sione che possano produrre quantitativi sufficientemente grandi da raggiungere una soglia economica, cioè lotti economici con costi bassi e soprattutto con commercializzazione efficiente. Se si considera che la cifra di affari che permette una commercializzazione redditizia è stimata dagli esperti in 25-30 miliardi, in conserve vegetali, e la si confronta con le possibilità delle aziende conserviere italiane, si deve convenire che il problema non è di facile soluzione. Un altro dei fattori che condizionano negativamente lo

sviluppo della nostra industria alimentare è quello della situazione di arretratezza dell'agricoltura e, in particolare, la mancanza di integrazione fra quest'ultima e l'industria, a differenza dei paesi più avanzati dove si verifica un continuo scambio di conoscenze fra i due settori ai fini soprattutto della razionalizzazione della produzione agricola. Solo negli ultimi tempi, grazie a iniziative di tipo cooperativistico da parte degli agricoltori, e a una maggior presa di coscienza da parte degli industriali, si comincia ad assistere a tentativi, sia pur timidi, di avviare iniziative in



Una «panoramica» dei prodotti alimentari dei settori consociati nell'Alimont.

questo campo sul modello dei paesi più avanzati, secondo un concetto di «agri-business» che implica una sempre maggior industrializzazione della agricoltura. In questo senso, anche nell'ambito del MEC in paesi come la Francia e la Olanda, si sono instaurati rapporti tra l'industria e l'agricoltura che si estrinsecano in contratti di coltivazione, forniture di sementi, assistenza tecnica ai coltivatori, raccolta meccanica dei prodotti, uniformità di questi ultimi, continuità delle forniture ecc. Si deve inoltre rilevare che, a valle dell'industria alimentare, esiste una rete di distribuzione che non è sempre in grado di soddisfare le esigenze dell'industria e del consumatore. Se prendiamo in considerazione la ubicazione e la dispersione dei punti di vendita, vediamo che il loro raggruppamento impone all'industria dei costi altissimi i quali, a loro volta, incidono in misura talvolta rilevante sul prezzo definitivo che viene pagato dal consumatore. È evidente, quindi, che la struttura attuale di questo settore si traduce in un danno sia per il produttore che per il consumatore, influenzando sia l'offerta che la domanda del prodotto. In questo contesto si in-

risce la presenza massiccia di forti gruppi stranieri (Nestlé, Unilever, Grace) che, a differenza anche di grandi aziende italiane, si sono introdotti sul mercato soprattutto con prodotti a più alto valore aggiunto, approfittando delle tecniche innovative in loro possesso, con le quali sfruttano i segmenti più redditizi del mercato. Benché tali nuovi settori registrino, per il momento, dimensioni limitate, essi sono sicuramente suscettibili di una rapidissima espansione dovuta alle modifiche del modello dei consumi alimentari italiani che certamente si verificheranno in conseguenza dell'accrescersi del reddito (fra questi settori citiamo i surgelati, i precotti, i cosiddetti «convenience food» cioè quelli che hanno maggior valore aggiunto in quanto offrono un maggior servizio al consumatore). Le prospettive di sviluppo sono quindi decisamente favorevoli sia in generale per l'industria alimentare nel suo complesso, sia in particolare nei settori più avanzati. Altro aspetto positivo, favorevole allo sviluppo dell'industria alimentare, è dato dalle caratteristiche di quest'ultima, anche nei suoi comparti più moderni, di esigere impegni di capitale relativa-

mente bassi a fronte di un alto livello occupazionale, nonché di avere tassi di redditività piuttosto elevati. La bilancia commerciale del settore agro-alimentare si è chiusa nel 1971 con un deficit molto vicino ai mille miliardi. Se si confronta questa cifra con i 500 miliardi di passivo della bilancia commerciale italiana risulta evidente che l'importazione dei prodotti alimentari condiziona negativamente tutto il nostro interscambio commerciale. Soltanto una industria alimentare moderna potrà avviare il paese a liberarsi gradualmente dalla situazione di esportatore di prodotti poveri, avviandosi invece a divenire esportatore di prodotti altamente industrializzati e cioè a sempre più alto valore aggiunto, sfruttando le favorevoli opportunità che può offrire, soprattutto il Mezzogiorno come grande serbatoio di materie prime, nonché le specializzazioni e le tradizioni gastronomiche indubbiamente riconosciute all'Italia anche all'estero. A quest'ultimo proposito, è da citare, in modo particolare, la funzione che hanno le sempre crescenti correnti turistiche nel portare a far conoscere all'estero prodotti tipici italiani.

Intervento di Montedison nel settore alimentare

Sulla base di questa considerazione, la Montedison ha preso in esame la possibilità di inserirsi nel settore alimentare, in primo luogo dando vita ad una grande società, l'Alimont, razionalizzando in tal modo le partecipazioni già nel suo portafoglio in questo settore e cioè la ex Pavese (Pavese, Pai, Epea Autogrills), la De Rica, la Bertolli e la Bellentani. In secondo luogo proponendosi di entrare in altri comparti del settore stesso attraverso ulteriori acquisizioni. In tale modo la Montedison ha definito le sue scelte strategiche sia pure in un settore che considera complementare rispetto a quelli di interesse prioritario come la chimica e le fibre.

Pertanto attualmente la Montedison è presente con la Divisione Pavese - Settore Biscotti e Settore Snack nel comparto dei prodotti da forno (biscotti, crackers, snacks ecc.). La Divisione Pavese - Settore Autogrills gestisce i punti di ristoro nonché alcuni motels delle autostrade italiane di cui segue il continuo sviluppo. La Divisione Pavese occupa circa 4.600 addetti con un fatturato di circa 54 miliardi di lire.

Il Settore Bertolli con tre stabilimenti a Livorno (olio di semi), Sorbano (Lucca) (olio di oliva) e Castellina (vino), e circa 1.000 dipendenti, è la marca leader nel settore dell'olio di oliva, mentre sta razionalizzando con il nuovo stabilimento della Consociata Italo in sua attività per l'olio di semi e, a Castellina, sta dando notevole sviluppo alla produzione di vini, soprattutto da pasto.

Il suo giro di affari si aggira sui 26 miliardi di lire all'anno. Il Settore De Rica, con 5 stabilimenti nel Piacentino e circa 800 dipendenti, produce conserve vegetali per un fatturato che, nel 1971, è stato di 15 miliardi di lire.

Il Settore Bellentani produce salumi ed insaccati vari a

Massa Finalese (Modena) per 5 miliardi all'anno. L'esame della situazione delle singole aziende ha messo in luce la presenza dei difetti tipici delle aziende italiane del settore; si imponeva pertanto un'opera di ristrutturazione che è sfociata nella costituzione di un'unica società alimentare.

Sul piano organizzativo, mentre da un lato sono stati accentrati i servizi di carattere generale (amministrazione, personale, coordinamento tecnico, coordinamento commerciale e pianificazione), dall'altro è stata data una larga autonomia operativa ai settori rappresentati dalle ex società incorporate, conservando i loro ben noti ed affermati marchi.

In questa realtà, l'Alimont con i suoi 120 miliardi di lire di fatturato e con la presenza in 10 dei 30 principali settori in cui si suddivide il mondo alimentare, può prefiggersi un'azione veramente incisiva, non soltanto nella trasformazione quantitativa, ma soprattutto qualitativa dell'offerta.

La fusione ha portato a riunire aziende che operano in settori complementari e questo non solo non crea problemi di sovrapposizione, ma pone la società nella condizione di presentarsi all'esterno ed al consumatore con una gamma più ampia di prodotti e quindi con un servizio più completo. Essa inoltre dà luogo a rilevanti effetti sinergici, in quanto l'unicità di gestione determina:

- la razionalizzazione delle strutture;
 - lo sforzo verso un obiettivo unitario;
 - la ricerca e lo sviluppo di nuove tecnologie e pertanto di nuovi prodotti.
- La razionalizzazione delle strutture è ovviamente fattore di efficienza e di risparmio. L'unificazione delle strutture amministrative di alcune linee di vendita, delle reti di distribuzione fisica ecc., determina notevoli economie nei costi. L'Alimont però si prefigge di reinvestire la gran parte di tali economie nel miglioramento dell'efficienza aziendale, che si tradurrà in un vantaggio non solo per l'azienda, ma anche per il consumatore.

Lo sforzo verso obiettivi unitari permette di evitare che le energie aziendali vengano indirizzate verso azioni disperse e contrastanti.

L'Alimont nasce infatti con un preciso piano di sviluppo che la porterà ad investire dal 1972 al 1977 in immobilizzazioni tecniche la somma di circa 40.000 milioni di lire, che le permetteranno di accrescere la propria capacità produttiva di circa il 30% e di creare circa 2.500 nuovi posti di lavoro.

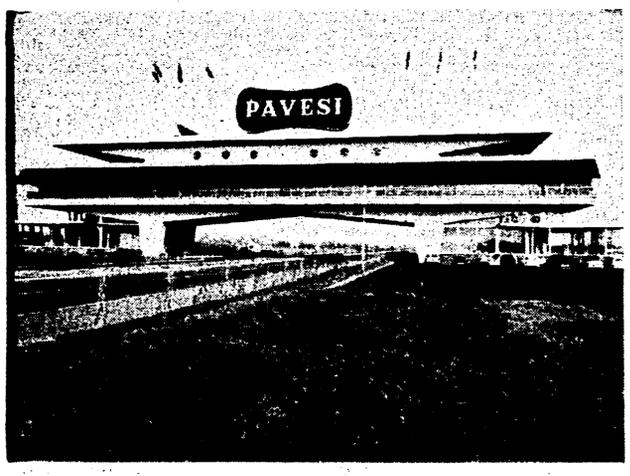
Questo programma di sviluppo pone le basi sull'adozione di nuove tecnologie produttive e su produzioni a più alto valore aggiunto, in linea con i nuovi bisogni del consumatore. Infatti, la produttività, riferita al numero di addetti, dovrebbe aumentare di circa il 20%, mentre il valore aggiunto della produzione dovrebbe crescere di circa il 50 per cento. Le dimensioni permetteranno all'Alimont di costituire un proprio nucleo centrale di ricerca, destinato alla messa a punto delle suddette tecnologie.

Il programma di ricerca si articolerà sia su una ricerca di base, in collaborazione con i Centri di ricerca della Montedison, della Farmitalia e della Carlo Erba, sia su una ricerca applicata per il miglioramento dei prodotti attuali, in modo da svincolarsi dalla dipendenza da know-how esteri. Altro sviluppo previsto dall'Alimont è quello verso la razionalizzazione dell'agricoltura, sia con una presenza diretta attraverso aziende sperimentali, sia con l'assistenza dei suoi specialisti, avendo come obiettivo un ammodernamento delle strutture agricole in alcune zone di particolare interesse, in modo da renderle sempre più adatte ad un'industria moderna. Concludendo, l'Alimont potrà costituire una risposta italiana alla sfida rappresentata in generale dal rapido sviluppo e dall'innovazione nel settore alimentare che si stanno verificando sia nei paesi del MEC (vedi tabella) che in quelli extraeuropei e dall'altro lato alla suddetta sempre più massiccia presenza dei gruppi stranieri in Italia, soprattutto, come si è detto, nei settori più avanzati.

PAESI	Valore aggiunto (%) industrie alimentari	Consumi alimentari su totale consumi %
Francia	15,4	33,5
Olanda	16,1	29,3
Belgio	17,2	29,2
Germania	14,8	33,0
Italia	10,3	30,3
U. K.	14,6	32,2



Un momento della lavorazione negli stabilimenti De Rica.



degli Autogrills Pavese, punti di riferimento gastronomico sulle autostrade italiane.

IMPORTAZIONI ED ESPORTAZIONI DI PRODOTTI ALIMENTARI (milioni di lire)

	IMPORTAZIONI			ESPORTAZIONI		
	1969	1970	1971	1969	1970	1971
Prodotti naturali e residui	729.022	770.825	904.866	370.265	381.922	413.050
Prodotti di prima lavorazione	461.856	580.191	731.130	199.613	252.724	325.529
Prodotti di più complessa lavoraz.	103.412	104.975	125.689	69.349	72.857	87.834
TOTALE	1.294.290	1.455.991	1.761.685	639.227	707.503	826.413
Deficit della bilancia comm.le alimentare				655.463	748.488	935.272
Indici 1969 = 100				100	115	142