

commercio con l'estero

LA COOPERAZIONE AGRICOLA NEI RAPPORTI CON I PAESI DELL'EST EUROPEO

Politica di gruppo della cooperazione per contrastare le forti multinazionali

L'AICA, il maggior consorzio nazionale fra cooperative agricole e anche il più grande consorzio in assoluto aderente alla Lega delle Cooperative. Ne è presidente Mario Tamperi, esperto, dinamico, chiaro e sintetico nelle analisi.

Qual è oggi la forza dell'AICA-Lega?

Una forza che viene innanzitutto dal giro complessivo di affari che svolge direttamente o per conto delle cooperative del gruppo. Un giro d'affari che nel 1984 ha superato i 1000 miliardi, metà dei quali per acquistare e fornire alle cooperative agricole tutti i mezzi tecnici

a colloquio con **MARIO TAMPERI**, presidente dell'AICA

necessari, e il resto come risultato della vendita di prodotti agro-alimentari delle cooperative e dei loro consorzi sui mercati nazionali ed esteri. E questa la funzione principale dell'AICA, tenendo ben conto che essa vende soltanto una parte dei prodotti agricoli delle cooperative; c'è un'altra parte che viene venduta direttamente sul mercato alle cooperative o attraverso i loro quattro consorzi specializzati di settore che naturalmente anch'essi si rivolgono direttamente al mercato.

Voi guardate certamente con attenzione non solo all'Italia, ma anche ai mercati esteri.

Questo è l'obiettivo centrale del nostro lavoro. E le ragioni sono evidenti. Il mercato nazionale è indubbiamente molto importante ed è anch'esso influenzato da quanto avviene all'estero (basti pensare al ruolo delle multinazionali). Ma un gruppo di imprese, come la cooperazione sta diventando, non può non misurarsi direttamente con il mercato estero. E questo anche dal punto di

vista aziendale, perché lavorare per l'estero, vendere propri prodotti sui mercati non italiani, significa essere veramente competitivi in campo internazionale. Non tutte le aziende possono lavorare stabilmente per l'estero. Bisogna essere preparati, avere una dimensione adeguata, fornire un prodotto di qualità, essere in grado di commercializzarlo. Può essere anche facile vendere casualmente una certa partita all'estero, ma la vendita sistematica, programmata, sul mercato internazionale è cosa ben diversa. Questa è la svolta che le nostre grandi aziende cooperative stanno facendo. Esse non delegano profitti a loro consorzi e all'AICA. Le aziende più forti si presentano direttamente sul mercato internazionale, ed è giusto che sia così. In questo modo si esprime il massimo della cooperazione e delle forze che sono in grado di costituire da un numero diffuso di aziende e da una alta imprenditorialità. Un consorzio come l'AICA deve integrare, non sostituire le cooperative; deve dare loro più forza, non sottrarle. Certo, la politica di gruppo vuole dire anche vincoli, impegni, delegare compiti da fare insieme. E l'AICA esiste proprio per questo. Se le grandi aziende cooperative che operano direttamente sul mercato si impegnano anche ad essere i punti di forza per la politica di gruppo, la cooperazione può avere un grande successo. Se invece si limitano a cercare ognuno un proprio spazio sul mercato ignorando l'integrazione e l'impegno di gruppo, è chiaro che non si hanno risultati e il movimento cooperativo non passa. La politica di gruppo è fatta quindi anche dell'impegno delle grandi aziende cooperative le quali debbono dare forza al progetto di politica unitaria. Se questo non avvenisse la politica unitaria si farebbe solo con le aziende marginali e questo renderebbe debole la proposta del movimento cooperativo che deve misurarsi sul mercato internazionale con la potenza delle multinazionali. Questa è l'operazione centrale che come AICA stiamo facendo assieme ai consorzi e alle grandi aziende.

Verso quali mercati esteri voi vi rivolgete?

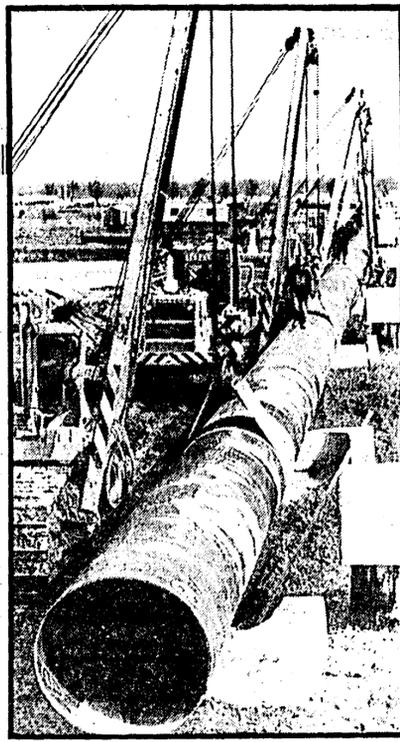
La nostra attività verso l'estero è diretta in particolare verso tre grandi aree. I Paesi dell'Est europeo dove l'AICA ha rapporti particolari, collaudati nel tempo e che cerchiamo di rendere più produttivi offrendo non soltanto i prodotti, ma forme di collaborazione più complesse, acquisto di loro prodotti e combinazioni verso altri Paesi. Recentemente abbiamo realizzato un accordo molto importante con la vendita all'Unione Sovietica di cinque navi di limoni siciliani a seguito anche della visita che una delegazione della Lega, con il presidente Prandini,

ha fatto recentemente a Mosca nell'ambito dei rapporti tra Italia e URSS per equilibrare la bilancia commerciale. Noi riteniamo che anche da parte del governo e in particolare dei ministeri del Commercio con l'estero e dell'Agricoltura si debba dedicare più attenzione a questo obiettivo, mettendo nel «pacchetto» dei prodotti da offrire ai Paesi dell'Est anche i prodotti alimentari. Noi facciamo la nostra parte, con risultati interessanti che intendiamo allargare ad altri settori.

La nostra seconda area di intervento è naturalmente rappresentata dall'Europa occidentale e in particolare dai Paesi della CEE. Qui esiste ovviamente la massima potenzialità. Abbiamo avviato un rapporto estremamente promettente con la centrale cooperativa tedesco-occidentale, la BGAG, con la quale si prospetta un interscambio notevole. Noi riteniamo di poter allargare questo rapporto a tutto il pacchetto dei prodotti delle nostre cooperative. La terza area è quella degli Stati Uniti. Su questo mercato già vendono alcune nostre cooperative (vino, olio d'oliva, pomodoro). Da parte nostra a fianco di questa attività già avviata puntiamo alla realizzazione di un progetto organico per la vendita negli Stati Uniti degli olii italiani. Abbiamo in corso delle trattative e l'obiettivo è quello di creare un flusso costante, un rapporto organico con i partners americani. Abbiamo già raggiunto un accordo con l'associazione delle cooperative americana (siamo l'unica organizzazione europea che ha fatto questo) per vendere negli Stati Uniti e per pra-

ticare assieme una attività commerciale anche al di fuori degli Stati Uniti. E un accordo importante che ci accredita sul mercato americano e che può avere a livello commerciale sviluppi molto interessanti.

Infine dedichiamo particolare attenzione ai Paesi del bacino del Mediterraneo. In quest'area la nostra associazione nazionale, ANCA, sta sviluppando rapporti politici con le centrali cooperative degli altri Paesi. Essi sono tesi a dare forza contrattuale per la tutela delle produzioni di questi Paesi. Lo scopo è di evitare conflitti, con una concorrenzialità esasperata,



ta, che potrebbero indebolire la presenza sui mercati esteri. L'obiettivo è di rafforzare i Paesi mediterranei (Italia e la Grecia che già fanno parte della CEE, la Spagna e il Portogallo che stanno per entrarci) rispetto a quelli delle zone più forti. Ciò è possibile realizzando combinazioni, collaborazioni, interscambi, accordi che sventino il pericolo di una guerra fra agricoltori delle aree più deboli della comunità rispetto agli altri. A questa politica dell'insieme del movimento cooperativo, noi diamo il supporto necessario a livello commerciale. Abbiamo già ottenuto dei risultati con la Grecia e anche con la Spagna e stiamo anche impegnandoci verso i Paesi nord africani, soprattutto per la esplorazione dei nostri prodotti, in particolare mangimi, antiparassitari oltre ai prodotti agro-alimentari. Noi vediamo in questa area e anche in altri Paesi in via di sviluppo la possibilità di inserire il movimento cooperativo che fino a questo momento è stato escluso, essendo stato questo campo riservato a grossi operatori privati con manifestazioni chiaramente speculative. Oggi il movimento cooperativo che fino a questo momento è stato escluso, essendo stato questo campo riservato a grossi operatori privati con manifestazioni chiaramente speculative. Oggi il movimento cooperativo che fino a questo momento è stato escluso, essendo stato questo campo riservato a grossi operatori privati con manifestazioni chiaramente speculative. Oggi il movimento cooperativo che fino a questo momento è stato escluso, essendo stato questo campo riservato a grossi operatori privati con manifestazioni chiaramente speculative.

Coltiva: il vino italiano nel mondo

Il Coltiva è uno dei consorzi di settore della Lega nazionale delle cooperative. Gruppo cooperativo agro-alimentare. Il Coltiva si occupa, fondamentalmente, della produzione di vino confezionato e sfuso dei Centri di imbottigliamento e delle cantine sui mercati nazionali ed esteri; dell'orientamento della produzione vinicola degli associati al fine di renderla più corrispondente alla richiesta dei vari mercati; dell'orientamento e coordinamento degli investimenti secondo le esigenze di sviluppo generale, territoriale e di mercato; del coordinamento e contrattazione dei materiali, dei prodotti enologici e di confezionamento; dell'aggiornamento e ricerca sulle tecniche produttive e di vinificazione. Molto vasta e ar-

ticolata è la dimensione consorziale e la presenza nei comprensori vitivinicoli.

Al Coltiva fanno capo 85 Cantine sociali collegate (che associano 45.000 viticoltori) nelle seguenti regioni italiane: Piemonte, Lombardia, Veneto, Emilia-Romagna, Marche, Toscana, Abruzzi, Puglia, Sicilia. Complessivamente il Consorzio controlla 6/7 milioni di ettolitri di vino, equivalente a circa il 10% dell'intera produzione nazionale. Sono 150 i tipi di vino (di cui 44 DOC) imbottigliati in 12 stabilimenti dislocati nelle zone d'origine per un totale di 1.700.000 ettolitri. Il mercato italiano comprende 10 aree ispettive, 95 agenti di commercio, 15.000 esercizi commerciali della piccola, media, grande distribuzione

serviti direttamente. Il mercato straniero servito dal Coltiva è molto vasto.

Il consorzio esporta nei Paesi della Comunità Europea, nel Nord e Sud America, in Africa, in Giappone ecc. La produzione non destinata all'imbottigliamento, oltre ai mercati locali, viene commercializzata sui mercati nazionali ed esteri. Fra questi ultimi vanno annoverati l'URSS, la Francia, la Germania e l'Inghilterra. Il sistema consorziale (Coltiva e aziende associate) ha effettuato nel triennio 1980/82 investimenti di potenziamento e aggiornamento tecnologico delle strutture per un valore corrispondente a 41,5 miliardi, mentre nel triennio 1983/85 sono in corso investimenti per altri 19 miliardi.

AICA e le sue cooperative: leader nel settore alimentare

AICA e le sue cooperative costituiscono un sistema di imprese simbolicamente espresso con il marchio «Gruppo Cooperativo Agricolo Alimentare», che con un fatturato 1984 di oltre 2.000 miliardi, si qualifica 1° gruppo agroalimentare italiano.

Il suo fatturato, composto da olio d'oliva, vino, carni fresche e salumi, conserve vegetali, latte e derivati, avicunicoli, pasta, farina, riso e ortofrutta, è distribuito per:

- il 18 per cento (che si traduce in circa 370 miliardi di fatturato), con un trend di incremento notevolissimo sui mercati internazionali.
- il 90 per cento del fatturato del gruppo è assorbito dai Paesi CEE (In-

ghilterra, Germania e Francia in evidenza) e dagli USA, mentre i Paesi dell'Est europeo ancora non superano il 4 per cento (corrispondente a 15 miliardi di fatturato) a cui contribuiscono principalmente agrumi e vino.

Questa quota, in considerazione degli ottimi rapporti esistenti tra il gruppo cooperativo e le centrali d'acquisto dei Paesi dell'Est europeo e dell'auspicabile riequilibrio dell'interscambio complessivo con l'Italia non può che migliorare; olio e derivati dell'industria molitoria ne trarranno i maggiori benefici.

Questa quota, in considerazione degli ottimi rapporti esistenti tra il gruppo cooperativo e le centrali d'acquisto dei Paesi dell'Est europeo e dell'auspicabile riequilibrio dell'interscambio complessivo con l'Italia non può che migliorare; olio e derivati dell'industria molitoria ne trarranno i maggiori benefici.

Questa quota, in considerazione degli ottimi rapporti esistenti tra il gruppo cooperativo e le centrali d'acquisto dei Paesi dell'Est europeo e dell'auspicabile riequilibrio dell'interscambio complessivo con l'Italia non può che migliorare; olio e derivati dell'industria molitoria ne trarranno i maggiori benefici.

Bruno Enriotti

CIOS-Oliveta arriva negli USA

Il marchio «Oliveta» è giunto negli Stati Uniti. I cinque olii extra vergini prodotti dal CIOS sono sempre più presenti sul mercato americano, in apposite confezioni da mezzo litro e da un quarto di litro. L'attività verso l'estero del CIOS si rivolge anche verso i Paesi del Nord Europa (Germania e Inghilterra innanzitutto) dove si stanno aprendo buone prospettive. Più complicata è l'esportazione di olio d'oliva sui mercati dei Paesi dell'Est europeo dove questo prodotto è quasi del tutto ignoto. Un interessante mercato è dato dall'URSS dove si fa sempre più consistente una richiesta di olio d'oliva sfuso da usarsi per la conservazione di tonno e altri prodotti.

Il CIOS (Consorzio italia-

no oleifici sociali dell'ANCA-Lega) sta vivendo un periodo di particolare attività. Lo scorso giugno è stata lanciata una proposta che poteva apparire audace: la ricapitalizzazione dell'intero gruppo con l'obiettivo di raggiungere, entro 5 anni, sette miliardi e mezzo. «A meno di un anno dal lancio dell'iniziativa — dice Walter Neri — i risultati sono stati al di sopra delle previsioni. Sono già stati sottoscritti due miliardi e mezzo, metà dei quali sono andati alla ricapitalizzazione del CIOS e l'altra metà alla restante parte del gruppo. Il CIOS è passato così in una decina di mesi da un capitale sociale di 118 milioni a un capitale sociale attuale di 1.250 milioni. Certo non tutto è risolto. Resta ancora

molta strada da fare per raggiungere l'obiettivo di sette miliardi e mezzo; occorre una vasta opera di sensibilizzazione fra i nostri 50 mila associati che fanno capo ai 150 oleifici consorziati, ma le prospettive sono positive.

Il CIOS affronta così i difficili problemi dell'annata olivicola che si è appena conclusa. La produzione è stata scarsa e a questo si aggiunge il danno provocato dalle gelate di gennaio che hanno colpito tre fra le regioni maggiormente produttrici di olio: la Toscana, il Lazio e l'Umbria. I danni riportati dagli olivi sono ingentissimi. Si calcola infatti che la produzione di olive dei prossimi anni subirà una riduzione, a causa dei danni provocati dal gelo, che potrà aggirarsi anche sull'80-90%.

Il CIOS affronta così i difficili problemi dell'annata olivicola che si è appena conclusa. La produzione è stata scarsa e a questo si aggiunge il danno provocato dalle gelate di gennaio che hanno colpito tre fra le regioni maggiormente produttrici di olio: la Toscana, il Lazio e l'Umbria. I danni riportati dagli olivi sono ingentissimi. Si calcola infatti che la produzione di olive dei prossimi anni subirà una riduzione, a causa dei danni provocati dal gelo, che potrà aggirarsi anche sull'80-90%.

Negli olii vergini il sapore è il grande protagonista. Ma anche la disponibilità è una caratteristica fondamentale, che può essere rispettata nei cibi cotti, in pasta, carne, frutta. Sapore di tramonto, sapore di Oliveta Extra Vergine. Soprattutto Vergine. Tipo Regionale. Il tutto prodotto dalla collaborazione di oltre 50.000 coltivatori, nei 17 territori Cios. Consorzio Italiano Oleifici Sociali.

OLIVETA
L'OLIO COSÌ COME È NATO.

OLIO EXTRA VERGINE DI OLIVA



stanitaliana
spa

MACCHINE UTENSILI PER OGNI PROBLEMA TECNOLOGICO

agente esclusivo di acquisto e vendita per l'Italia del
V/O STANKOIMPORT MOSCA-URSS

Direzione, uffici e salone esposizione ASSAGO (MILANO) - Via M. Idiomi, 6 - Telefono (02) 44.04.441