

Raggiunto a Bruxelles l'accordo comunitario sui prezzi agricoli

Accordo fatto, mercoledì notte a Bruxelles al Consiglio dei Ministri europei, per i prezzi agricoli della nuova campagna di commercializzazione e su altri problemi del settore primario. L'Italia ha ottenuto importanti provvedimenti anche con consistenti benefici economici per i produttori italiani. È stato tra l'altro approvato il progetto di riforma dell'organizzazione di mercato degli ortofruttili. «Questa riforma», ha dichiarato il ministro delle Risorse Agricole, Pinto, «comporta un aumento di 60 miliardi di lire rispetto all'originaria proposta della Commissione (dal 3 al 4,5%) della produzione nazionale commercializzata dalle organizzazioni dei produttori. Rilevante il successo della delegazione italiana per il settore trasformazione pomodori con un aumento globale del 5,7% delle quantità e addirittura del 38,7% per i prodotti innovativi (polpe, passate, succhi). Buone notizie anche per i produttori di noccioline che otterranno nel corso del 1997 un aiuto di circa 30 mila lire al quintale». Sulla questione «mucca pazzo», Pinto ha spiegato ai giornalisti: «La delegazione italiana ha difeso con forza la posizione dei nostri allevatori riuscendo ad ottenere una decisione che, pur considerando opportuna l'apertura dell'intervento comunitario per i vitelli di 8-9 mesi, tutela gli allevatori italiani, tradizionali importatori di capi bovini da ingrassare». Altro capitolo trattato, il riso, per il quale il Consiglio ha deciso le modalità per la gestione di contingenti tariffari all'importazione. «L'Italia», ha detto Pinto, «non ha votato l'accordo in quanto l'affidamento della gestione dei certificati di esportazione ai Paesi terzi discrimina la nostra industria risicola; valuteremo l'esercizio di ogni possibile iniziativa atta a tutelare la produzione nazionale».



Bernhard Auer. Sotto, Giampiero Castano

IN PRIMO PIANO. Ivrea presenta i conti dei personal computer: 1,1 miliardo di utile lordo

L'Olivetti pc verso il pareggio

Il nuovo vertice dell'Olivetti presenta i dati semestrali del settore «personal computer» agli analisti finanziari. E se il risultato ante imposte è negativo per 15,8 miliardi, il nuovo amministratore delegato Francesco Caio per il secondo trimestre '96 può vantare un valore operativo positivo di 5,6 miliardi. Effetto dell'aumento delle vendite, pari a 340 mila unità, cresciute del 17% in una situazione di difficoltà di mercato.

di accordi con grandi distributori europei per lo sviluppo e il potenziamento di nuovi canali commerciali, proseguirà la razionalizzazione del listino prodotti e saranno ulteriormente contenute le spese di funzionamento che sono già stata portate al di sotto del 7% del fatturato relativo.

Caio soddisfatto

Sono positivi i primi commenti degli analisti ai risultati diffusi dalla Olivetti personal computer. E il nuovo amministratore delegato del gruppo, Francesco Caio, e il responsabile del Pc, Bernhard Auer, non hanno nascosto che le stime per il secondo semestre dell'anno dovranno essere riviste al ribasso e difficilmente potrà essere mantenuto l'obiettivo di 900.000 Pc venduti nel '96. Caio ha comunque anticipato che per fine anno si aspetta «una perdita molto piccola». Il giudizio complessivo sui dati forniti ieri comunque è positivo. In Europa - secondo gli analisti - la società di pc di Ivrea ha registrato una crescita delle vendite del 12% a fronte di una crescita del mercato stimata nel 5-6%. Il margine operativo del secondo trimestre è stato del 19% sul fatturato contro il 15,3% del primo trimestre: nel terzo e quarto trimestre le stime dei vertici della società indicano un margine operativo leggermente in calo, tra il 17 e il 19%. Continuano a scendere intanto i costi generali che nel secondo trimestre si sono mantenuti al 9,2% dei ricavi contro il 9,8% del primo trimestre.

I conti tornano positivi

Globalmente la crescita delle vendite della Olivetti Pc è stata del 17% rispetto al primo semestre del '95. Il secondo trimestre ha registrato un risultato operativo positivo per 5,6 miliardi e un risultato ante imposte positivo per 1,1. Nel primo trimestre era stata registrata invece una perdita operativa di 17,8 miliardi dovuta alla fase di avvio della società che è diventata operativa dall'ultima settimana di gennaio. Già dal febbraio scorso infatti, se-

condo quanto anticipato nei mesi scorsi dai vertici della società, i Pc del gruppo Olivetti avevano invertito la tendenza e i risultati si erano portati in pareggio. Nel '95 le perdite operative attribuite alla divisione personal computer avevano superato i 200 miliardi.

I risultati ottenuti in termini di fatturato, volumi e margini dalla Olivetti Pc sono stati raggiunti - spiega una nota - grazie a una base di costi molto più contenuta e alla decisione di focalizzare la propria attività sui segmenti di prodotto a più elevata redditività. Questi risultati sono stati ottenuti in condizioni di mercato difficili, mentre le previsioni per la seconda parte dell'anno si basano su di un ulteriore peggioramento: e nella seconda metà del '96 i volumi dovrebbero raggiungere livelli più bassi di quelli stimati originariamente.

A fronte di questa situazione la Olivetti Pc ha già realizzato una serie di iniziative per agire sia sul piano delle vendite sia su quello dei costi. In particolare sarà completata la rete



Castano (Fiom): «Così Ivrea scompare» Piol passa a Mediaset

Il segretario nazionale della Fiom - Cgil Giampiero Castano ha espresso preoccupazione per i cambiamenti che si stanno verificando da alcuni mesi al vertice operativo della Olivetti. «L'Olivetti sta scomparendo - ha affermato Castano - dopo questo terremoto non sarà più il gruppo che ha avuto una presenza e un ruolo importanti nella vita economica e sociale nel nostro paese». Per Castano il nuovo amministratore delegato, Caio «sta operando una rivoluzione dalle imprevedibili conseguenze». «La holding riduce le proprie dimensioni - ha avvertito il sindacalista - e ridimensiona i rapporti con le società operative. La "Olivetti sistemi e servizi" verrà smembrata ed al suo posto si formeranno più società autonome pronte ad essere cedute al miglior offerente». Non soddisfatto dei recenti

avvicinamenti Castano è anche preoccupato perché «le nuove attività (in particolare la Omnitel) sono state valorizzate a scapito di quelle informatiche. Per le prossime settimane - ha concluso il sindacalista - è prevista un'ampia mobilitazione dei lavoratori dell'azienda che, assicura, «sapranno far valere i propri interessi e quelli del paese». E tra le voci di altri autorevoli «abbandoni» del gruppo di Ivrea è arrivata una conferma. «È vero, confermiamo che ci sono contatti in corso con Elserino Piol». E quanto ha dichiarato un portavoce di Mediaset in relazione alle indiscrezioni che vorrebbero l'ex vicepresidente dell'Olivetti e ex responsabile di Telemidia alla corte della holding del gruppo Fininvest presieduta da Fedele Confalonieri. In caso di accordo Piol diventerebbe così consulente di Mediaset per l'area telecomunicazione e multimedia e il gruppo milanese potrebbe avallarsi, in primo luogo ma non solo, della sua esperienza nel business dei telefoni. Piol è stato infatti uno dei principali protagonisti della nascita di Omnitel, e potrebbe così ripetere l'esperienza nel gruppo Mediaset in vista della partecipazione alla gara per il terzo gestore della telefonia mobile.

Nuovo marchio e nuove ambizioni

Viaggio europeo per l'Autogrill



L'Autogrill ha presentato ad Atlanta, a margine dei giochi olimpici, il nuovo marchio. All'indomani della privatizzazione, la società non nasconde ambiziosi programmi di espansione con nuove acquisizioni all'estero e con l'adozione di un sistema di «franchising» per diffondere in Europa le pizzerie Spizzico. Obiettivo del prossimo triennio, duemila miliardi di fatturato. Intervista all'amministratore delegato Paolo Prota Giurleo.

DA UNO DEI NOSTRI INVIATI

DARIO VENEGONI

■ ATLANTA. L'Autogrill, società controllata dopo la privatizzazione dalla famiglia Benetton, gioca un ruolo non secondario nelle retrovie delle Olimpiadi di Atlanta. Sue sono la pasta e le pizze che atleti, giornalisti e accompagnatori prendono d'assalto a pranzo e a cena (gratis) a Casa Italia; centinaia di pasti al giorno frutto di una delle sponsorizzazioni più apprezzate dei Giochi.

Ad Atlanta è stato presentato anche il nuovo marchio della società, segno appariscente delle novità portate dalla privatizzazione. Un marchio che fin dal prossimo gran premio di Ockeneim di Formula 1 sarà ben visibile sulle monoposto della scuderia Benetton.

È stata anche l'occasione per un incontro con l'amministratore delegato Paolo Prota Giurleo, alla guida del gruppo da poco meno di un decennio.

Conosciuta essenzialmente per i punti di ristoro lungo le autostrade, l'Autogrill punta ad espandersi soprattutto nei centri urbani.

Come mai questa scelta di un marchio nuovo?

Dovevamo mettere ordine tra i diversi marchi che sono il frutto della nostra storia. Abbiamo negozi autostradali Pavesi, Motta, Autogrill, Bar Motta e Alemagna, ristoranti Ciao, Amico, e adesso anche le pizzerie Spizzico. Dobbiamo decidere un marchio su cui puntare, e non potevamo che scegliere quello più forte, che è appunto Autogrill.

Un solo nome per prodotti tanto diversi?

In un certo senso. Ma gli altri non scompariranno; resteranno sulle vetrine e i banconi, a identificare le caratteristiche di prodotti differenti tra loro. Un solo marchio, l'esperienza Benetton lo dimostra, è anche una scelta obbligata per un gruppo che voglia battere la strada dell'internazionalizzazione.

E voi lo volete fare, dunque?

Sicuramente. Abbiamo già una presenza all'estero sulle autostrade in Spagna, dove abbiamo il 35 per cento del mercato, e in Francia, dove ancora non abbiamo raggiunto una dimensione soddisfacente. Abbiamo anche comin-

ciato ad aprire qualche negozio Spizzico (uno per esempio al Louvre). La pizza è italiana, noi vogliamo portarla nel mondo. Non possiamo lasciarlo fare solo agli americani.

Quindi pizzerie Spizzico in tutta Europa?

Un gruppo come il nostro che ha ambizioni di crescita non può che ragionare in termini globali. Noi lo pensiamo da tempo, e adesso abbiamo anche degli azionisti che ci spingono in questa direzione.

La Benetton ha costruito la propria crescita su un modello originale di «franchising». Userete lo stesso modello per le vostre pizzerie?

Senza dubbio. È il modo migliore se vuoi crescere rapidamente specie all'estero. Già oggi, del resto, abbiamo qualche decina di negozi in franchising, anche sulle autostrade, nei punti di vendita di minori dimensioni.

Quanti negozi Spizzico avete aperto fino ad oggi?

Oggi una ottantina, ma saranno un centinaio entro l'anno. Dei prossimi trenta negozi, solo la metà sarà gestita direttamente da noi.

E sulle autostrade? Avete in programma nuove acquisizioni all'estero?

Non abbiamo molta scelta. È un settore nel quale la massa critica è decisiva, e partire da zero è praticamente impossibile. Ci stiamo guardando attorno, se ci saranno buone occasioni cercheremo di coglierle.

Ci vorranno molti soldi. Li avete?

Diciamo che in Francia per raggiungere dimensioni accettabili non ci vorranno meno di trecento, forse cinquecento miliardi di lire. Se ci saranno delle occasioni, gli azionisti ci hanno detto che sono pronti a fare la loro parte.

Come vanno i conti del 1996?

Nel primo semestre abbiamo avuto un incremento di vendite del 7,5-8 per cento. E la redditività sarà superiore a quella dello scorso anno, quando nel periodo abbiamo realizzato utili per 17 miliardi.

Quali sono i vostri prossimi obiettivi finanziari?

Arrivare a superare i duemila miliardi di fatturato nel '98 al netto di eventuali nuove acquisizioni.

In ogni Festa de l'Unità
la Mostra storico-documentaria in 30 quadri

Il Partito Comunista Italiano
settant'anni di storia d'Italia

a cura di Gianni Gjadresco - consulenza di Luciano Canfora e Franco Della Peruta

130 quadri, incorniciati da due profili metallici (formato cm. 50x70), hanno una lunghezza espositiva di 15 metri. La Mostra, realizzata in soli 100 multipli, non è in vendita, ma viene data alle prime 100 organizzazioni politiche e sociali che diffondono *Monografie del Calendario, Marxismo Oggi e libri* per un importo complessivo netto di L. 1.500.000.

IN OMAGGIO
Richiedete subito e senza impegno la cedola di commissione, a mezzo telefono oppure fax, a

Il Calendario del Popolo
Via Rezia, 1 - 20135 Milano - Tel. 55015575 - Fax 55015595

in collaborazione con:
il manifesto LIBERAZIONE l'Unità

MILANO
Via Felice Casati 32
Tel. 02/6704810-844

ITINERARIO MESSICANO
(minimo 15 partecipanti)

IN COLLABORAZIONE CON
KLM

Partenza da Milano e da Roma il 4 ottobre
Trasporto con volo di linea
Durata del viaggio 13 giorni (11 notti)
Quota di partecipazione lire 3.820.000

L'itinerario: Italia (Amsterdam)/Città del Messico (Cholula)-Puebla-Oaxaca (Monte Alban-Mitla)-Tuxtla Gutierrez-San Cristobal de Las Casas (San Juan de Chamula-Agua Azul)-Palenque-Campeche-Merida (Chichen Itzá) - Cancun / Memphis / Amsterdam / Italia

La quota comprende: Volo a/r, le assistenze aeroportuali a Roma e all'estero, i trasferimenti interni con pullman privati, sistemazione in camere doppie in alberghi a 4 stelle (3 stelle a Campeche), la mezza pensione, gli ingressi ai musei e alle aree archeologiche, tutte le visite previste dal programma, l'assistenza delle guide locali messicane, un accompagnatore dall'Italia.

Su AVVENIMENTI in edicola

Beautiful
INCHIESTA
CHI SONO
I PADRONI
DEL MONDO

Ed inoltre
ATLANTA/ I giochi più disorganizzati della storia
MOBY PRINCE/ Raccontiamo la notte del traghetto fantasma
DICK/ Fantascienza per l'estate