

# SENATO DELLA REPUBBLICA

— XI LEGISLATURA —

## 10<sup>a</sup> COMMISSIONE PERMANENTE

(Industria, commercio, turismo)

---

INDAGINE CONOSCITIVA  
SUL PROCESSO DI PRIVATIZZAZIONE  
DELLE IMPRESE PUBBLICHE E A PARTECIPAZIONE STATALE

27<sup>o</sup> Resoconto stenografico

SEDUTA DI MERCOLEDÌ 15 DICEMBRE 1993

---

**Presidenza del Presidente de COSMO**

## INDICE

### Audizione dei rappresentanti della Philips

PRESIDENTE .....	Pag. 3, 9	ENRICO .....	Pag. 3, 7
GIANOTTI (PDS) .....	5		
GRANELLI (DC) .....	6, 8		

*Interviene, ai sensi dell'articolo 48 del Regolamento, l'ingegner Mario Enrico, accompagnato dai dottori Maurizio Collareta e Giorgio Ambrogio Rosmini della Philips s.p.a.*

*I lavori hanno inizio alle ore 15.*

#### **Audizione dei rappresentanti della Philips s.p.a.**

**PRESIDENTE.** L'ordine del giorno reca il seguito dell'indagine conoscitiva sul processo di privatizzazione delle imprese pubbliche e a partecipazione statale.

Oggi si svolgerà l'audizione dei rappresentanti della Philips s.p.a., che ringrazio per aver accolto il nostro invito e saluto cordialmente.

La Commissione ha avvertito l'esigenza di questa audizione per ascoltare i rappresentanti di una delle più significative aziende multinazionali presenti in Italia.

Dò subito la parola al dottor Enrico per una esposizione introduttiva al cui termine i colleghi commissari potranno porgere le proprie domande; a tali domande potrà poi complessivamente replicare il dottor Enrico.

**ENRICO.** Signor Presidente, vorrei innanzi tutto presentare il nostro gruppo e le sue attività a livello europeo: in tal modo potrò anche illustrare le nostre politiche e i nostri problemi.

La Philips a livello mondiale ha un organico di circa 250.000 dipendenti; essa è essenzialmente impegnata nel settore dell'elettronica sia di consumo sia professionale. Le nostre radici sono europee: il 60 per cento del nostro fatturato è in Europa, come anche il 61 per cento dei nostri utili, l'80 per cento della spesa per ricerca e sviluppo, il 51 per cento delle nostre fabbriche e il 68 per cento dei nostri investimenti. Per il resto la nostra azienda ha mirato ad una espansione in Asia e vede ad oggi una presenza consolidata sul mercato nordamericano e su quello sudamericano.

La Philips si è sempre contraddistinta in questi anni per una spinta alle innovazioni e soprattutto alla ricerca e allo sviluppo. Tutti i prodotti dell'elettronica professionale e di consumo presenti sul mercato hanno la paternità o il brevetto Philips; possediamo 10.000 brevetti e circa 60.000 coperture di tipo brevettuale.

Siamo presenti sul territorio italiano dal 1921, anno in cui fu acquistata una fabbrica di lampadine ad Alpignano. Da quel momento abbiamo seguito come cittadini della comunità italiana tutti gli eventi che l'hanno caratterizzata, compreso il periodo dal 1921 al 1940:

abbiamo effettuato molti investimenti dopo la guerra, nella fase di ripresa, e come tutti gli altri ci troviamo in questo momento a vivere una stagione di crisi, soprattutto del mercato italiano. C'è poco interesse da parte del grande pubblico nei confronti dei nostri prodotti all'acquisto.

La nostra politica ha sempre avuto un'impostazione europea: lo dimostra anche lo sviluppo degli investimenti, ancorchè oggi si registri un'espansione della nostra azienda verso altri mercati. Oggi siamo chiamati ad affrontare non soltanto un problema di mercato ma anche di competitività del sistema Europa. Quando parliamo di sistema Europa parliamo in particolare di ricerca e sviluppo. Oggi l'Europa investe circa il 2 per cento del prodotto interno, contro il 3,5 del Giappone ed il 2,8 degli Stati Uniti. I tassi di sviluppo mediamente sono previsti per il triennio 1994-97 del 2,5 per cento (nel 1993 è stato uguale a zero) a fronte del 5 per cento degli Stati Uniti e dell'8-9 per cento del continente asiatico.

Altro fenomeno contro il quale ci siamo trovati a combattere è quello degli andamenti di mercato, che hanno subito le massime oscillazioni nel 1993: in Europa nel corso di quest'anno si sono registrate le maggiori contrazioni nel mercato che principalmente ci interessa (televisori a colori, videoregistratori, telecamere, sistemi *hi-fi*). Vorrei fornire a tale proposito alcune cifre: il mercato dei televisori ha subito una contrazione del 14 per cento; quello dei videoregistratori del 25 per cento, quello dell'*hi-fi* del 6 per cento, quello delle autoradio del 15 per cento.

Per il 1994 prevediamo un *trend* ancora negativo, anche se non pari a quello registrato nel 1992 o nel 1993.

Un altro dato molto preoccupante è che rispetto ai prodotti tradizionali i mercati sono abbastanza saturi; il grado di penetrazione di questi prodotti è abbastanza basso, se si fa eccezione per le videocamere. I nuovi prodotti che abbiamo proposto al mercato, come i nuovi televisori a schermo rettangolare 16x9 o le cassette a nastro con lettura ottica non hanno dato sufficienti segnali di stimolo perchè venga avviata la ripresa. Quindi per il triennio 1994-1997 prevediamo una richiesta piatta o in lieve aumento in funzione dell'andamento economico generale e della disponibilità ai consumi del grande pubblico: essendo quest'ultimo un fattore di tipo psicologico, non possiamo fare alcun tipo di previsione specifica.

Per il triennio 1994-1997 prevediamo altresì una continua erosione dei prezzi di mercato. Se facessimo un tracciato dei prezzi dei prodotti di elettronica, ci accorgeremmo che mentre nel periodo 1985-1990 per televisori c'è stato un aumento del 10 per cento, nel 1997 avremo un aumento pari a zero; tenendo conto che nel 1991, nel 1992 e nel 1993 ci sono stati dei decrementi, ci sarà stato in realtà un aumento, ma l'indice sarà comunque pari a zero; lo stesso dicasi per i videoregistratori, per i quali mentre nel periodo 1985-1990 c'è stato un aumento del 16 per cento, nel 1997 ci sarà un decremento dell'1 per cento; per le videocamere nel periodo 1985-1990 c'è stato un aumento medio del 57 per cento che nel 1997 si ridurrà ad un 4,5 per cento; per quanto concerne l'*hi-fi* e le autoradio nel 1997 gli aumenti saranno rispettivamente pari allo zero per cento e a meno 2 per cento.

Con questi andamenti di mercato un altro fenomeno che ha veramente influenzato il mercato è stato l'andamento dei prezzi netti europei. Negli anni 1985 alcuni prodotti sono partiti da un prezzo uguale a 100 e si trovano oggi con un prezzo uguale a 50 o 60, destinato a scendere nel 1997 a 40 o 30: questo per effetto della fluttuazione del mercato. D'altronde l'elettronica di consumo a livello europeo nel 1990 ha prodotto un fatturato di circa 60.000 miliardi mentre oggi, alle soglie del 1994, il mercato è stimato sui 47.000 miliardi: questo vuol dire un decremento annuo medio del 5,4 per cento.

La previsione per il 1997 registra un passaggio dal 47 al 48 per cento; pertanto una crescita molto piccola.

Questi sono i problemi di mercato che abbiamo registrato. Al di là di questi, ci sono problemi più grossi, come la capacità dell'Europa di crearsi una propria industria elettronica. Questo credo sia il problema più dibattuto al momento attuale. La settimana scorsa vi è stato un intervento del presidente Delors alla Commissione europea su tale argomento. Dai dati statistici di cui disponiamo si vede, ad esempio, che l'Europa non è più produttrice di componentistica, salvo che per la Philips e un'altra azienda molto grande. I componenti, che sono gli elementi chiave dell'elettronica del futuro, cioè i *chips* e le memorie, sono prodotti in Giappone e negli Stati Uniti. Da questo punto di vista vi è una vera e propria guerra e certamente noi ci troviamo molto indietro. Se si pensa che tutti i nuovi sviluppi e prodotti ad alto valore aggiunto si basano su tali componenti, evidentemente l'essere dipendenti, come lo è l'Europa, da concorrenti che hanno le loro produzioni nell'area giapponese o americana e dove i nostri concorrenti sono essi stessi produttori o comunque interlocutori privilegiati di tali aziende ci pone in una situazione molto difficile. È questo un *handicap* che ci portiamo dietro, innanzitutto per problemi di prezzi, ma soprattutto per la mancata capacità di interagire con i produttori, che rischia sempre più di farci realizzare prodotti sempre più semplici in Europa mentre la produzione di quelli a più alto valore aggiunto si spostano nell'area asiatica e americana.

L'altra preoccupazione è che oggi vi sono delle condizioni di mercato nuove anche nella stessa Europa, dove si stanno aprendo nuovi spazi a seguito della rimozione di preesistenti barriere doganali. Parlo dell'Europa dell'Est, dove si stanno trasferendo produzioni non solo di elettronica ma anche di tipo tradizionale. Se facciamo un rapporto tra il costo del lavoro e altre facilitazioni esistenti all'Est dell'Europa e i nostri costi vediamo che se il 1° gennaio 1995 cadranno tutte le barriere doganali dell'Ungheria, della Polonia e di altri paesi di tale area, si creeranno inevitabilmente ulteriori problemi.

Questo è il panorama in cui si muove l'industria europea dell'elettronica. Noi pensiamo di essere tra gli esponenti principali di questa industria e conviviamo giornalmente con tali problemi. C'è quindi un problema di fondo, di grande strategia a livelli globali. Anche se la nostra radice è europea, assistiamo al nascere di problemi a carattere globale.

GIANOTTI. Signor Presidente, stiamo svolgendo questa indagine conoscitiva perché, come noto, lo Stato italiano ha deciso di

privatizzare una parte del suo patrimonio, in particolare nel settore industriale, dove si sta manifestando molto attivamente l'interesse di grandi gruppi esteri. Ciò è avvenuto sia nel caso delle aziende alimentari vendute dall'IRI sia nel caso della Nuovo Pignone, venduta dall'Eni. Una questione che si pone per lo Stato e per l'opinione pubblica italiana è la seguente: se queste aziende italiane cadono sotto il controllo di gruppi esteri quali situazioni e quali condizioni si potranno determinare e quali circostanze potranno aiutarci a difendere il patrimonio industriale di cui il paese dispone? In questo contesto ci interessa naturalmente ascoltare gli esponenti di una delle società multinazionali estere che hanno, come è stato ricordato, una lunga tradizione di presenza in Italia, per valutarne l'esperienza; ciò perchè il passato può insegnarci qualcosa sul futuro.

Volevo quindi porre alcuni interrogativi ai rappresentanti della Philips. So che negli ultimi anni vi è stato un decremento della presenza del gruppo Philips in Italia sia in termini di stabilimenti, che in termini di occupazione; poichè non sono in grado di valutarlo, vorrei chiedere all'ingegnere Enrico se ciò vale anche in termini di volume di produzione, in particolare, di produzione a relativamente più elevato valore aggiunto. Lei naturalmente dice che si è in presenza di una tendenza generale e che il rischio dell'Europa è quello di vedere impoverita la propria posizione rispetto agli Stati Uniti e all'Est asiatico, io però vorrei sapere se ciò vale tanto di più per la vostra presenza in Italia, in particolare tenendo conto del fatto che quando l'interlocutore è interamente italiano e la contrattazione è tra Stato, da un lato, sindacati e imprenditori, dall'altro, è una cosa; quando invece l'imprenditore risiede a Parigi o a Eindhoven la cosa si complica.

In secondo luogo, volevo sapere se la Philips, che da alcuni anni ha molti problemi organizzativi e finanziari, ha qualche interesse alle privatizzazioni in Italia.

Infine, vorrei sapere - se è possibile - quali sono i vostri programmi futuri nel nostro paese.

GRANELLI. Signor Presidente, vorrei chiedere all'ingegner Enrico ulteriori chiarimenti riguardo alla crisi nella domanda di prodotti elettronici di consumo in Italia, in Europa e nel mondo.

Non c'è dubbio che esiste una componente relativa alla grande competitività fra imprese che operano in questo settore per l'ampiezza dei mercati e per la gamma dei prodotti, ma vorrei sapere se siete in grado di valutare, per esempio, se in Italia la flessione di domanda è anche collegata e in che misura alla crisi dei servizi, degli apparati produttivi e dell'utilizzo dell'elettronica non sul piano del consumo generico, relativo al tenore di vita, ma dell'utilizzazione complessiva.

C'è una componente congiunturale che porta ad una difficoltà di mercato, ma ho l'impressione che ciò dipenda anche da cause di carattere organizzativo. Infatti, i prodotti che consentono crescenti prestazioni non trovano un utilizzo, se contemporaneamente i servizi non si riorganizzano e le imprese non adottano criteri diversi di produzione. Non so se è facile classificare questa crisi ai fini della nostra riflessione.

Riteniamo, poi, che in questo campo l'internazionalizzazione sia inevitabile, nel senso che nessuna nazione, nemmeno l'Europa credo, può immaginare di competere senza avere un esatto quadro mondiale di quel che accade. Non è soltanto una questione macroeconomica, ma piuttosto di disponibilità ad immaginare le privatizzazioni e l'aumento di dimensione delle singole imprese in relazione allo sviluppo della domanda. Si aiutano maggiormente le imprese creando di domanda che non ostacolando oppure favorendo solo le privatizzazioni.

Una valutazione dal vostro punto di vista sarebbe utile, perchè siete addentro al mercato e avete visto in questi anni il crescere ed il successivo decrescere della domanda, che potrebbe essere dipeso anche dall'influenza di fattori esterni.

*ENRICO.* Signor Presidente, l'organizzazione della Philips in Europa ha sempre basato le politiche di sviluppo sui centri di competenza, vale a dire unità o laboratori presenti nelle varie nazioni nell'ambito dei quali vengono sviluppati gli investimenti suscettibili di ottenere un più alto valore aggiunto.

In Italia tradizionalmente la Philips ha lavorato nel campo dell'illuminazione e in quello della televisione a colori. Abbiamo però sviluppato due ulteriori centri di competenza. Il primo nella fabbrica di Saronno, operante dal 1979, si interessa di *monitor* ad altissima risoluzione per *computer* grafici ed è un esempio della nostra volontà di operare come organizzazione italiana: si trattava di una fabbrica di televisori in bianco e nero ormai completamente fuori mercato; l'abbiamo riconvertita, investendo ingenti risorse e rinnovando tutto il parco tecnologico di laboratorio e di ricerca. Nel 1989 la società FIMI che fa parte del nostro Gruppo, diventa nel settore la numero due al mondo dopo la SONY, esportando fino al 97 per cento del fatturato negli Stati Uniti e servendo società come IBM e Apple. Per raggiungere questo risultato abbiamo giocato tutto sulle potenzialità di ricerca e genialità del gruppo dal momento che non possedevamo e non possediamo i componenti base, i cinescopi ad alta risoluzione, di esclusiva produzione giapponese. L'altro centro di ricerca ad alto valore aggiunto, ma che per adesso non ha ancora possibilità di utilizzo operativo, è il gruppo CSA che opera a Monza. Si tratta di un laboratorio di ricerca avanzata sulla televisione e le trasmissioni digitali, ultimamente ufficializzato come uno dei cinque centri di ricerca avanzata a livello europeo.

Le strategie adottate dalla Philips non sono mai state di ricerca, sviluppo e industrializzazione meramente nazionali, ma inserite - e lo saranno sempre più nel futuro - in ambito europeo e globale. Il Mercato unico non potrà che enfatizzare e accelerare i processi di razionalizzazione e ristrutturazione nell'ottica di un'unica organizzazione logistica, un unico centro di competenza per tutto il mercato.

In relazione al nostro interesse per le privatizzazioni voglio sottolineare che il nostro gruppo sta attraversando una fase molto difficile. Abbiamo chiuso in perdita il bilancio a livello mondiale per il 1991. Nel 1992, sempre a livello mondiale, abbiamo registrato un leggero utile grazie anche ad un contributo extragestionale conseguito con la cessione del 35 per cento delle azioni che la Philips deteneva della Matsushita. Le previsioni per il 1993 sono ancora di leggerissimo

utile, perchè risentiamo ancora della crisi nei settori elettronico e professionale e del consumo. A titolo personale, ma penso di interpretare la volontà dell'azienda, posso rispondere che non credo che in questo momento ci siano degli interessi riguardo le privatizzazioni. Posso comunque verificare questa posizione e in seguito tornare in questa sede a informarvi della questione.

Come azienda italiana, che fa parte di un gruppo multinazionale, abbiamo sempre cercato di gestire le nostre attività seguendo un certo modello di comportamento: portare avanti attivamente le istanze e le ragioni del gruppo italiano in coerenza però con le strategie di livello europeo e di tipo globale; d'altronde dall'Olanda ci si aspetta questo lavoro, altrimenti da parte nostra non verrebbe alcun contributo.

Il panorama italiano riflette la crisi non solo congiunturale, ma anche strutturale che interessa l'Europa, dove si stanno abbandonando in generale le produzioni ad altro valore aggiunto, come i monitor. Il problema di Alpiomonte rientra in una precisa strategia all'interno di questo quadro di crisi di mercato: l'azienda ha oggi bisogno di concentrare le produzioni dei prodotti a basso valore aggiunto per tenere testa alla concorrenza. Quindi, una delle attività su cui ci muoviamo è quella delle concentrazioni.

Circa il quesito posto dal senatore Granelli, riteniamo di aver già scontato la nostra capacità di essere competitivi giocata soltanto sul fattore lavoro e sul fattore investimenti; intervengono in questo momento fattori nuovi a contorno, come fattori *soft*: dalle politiche governative a quelle finanziarie, dalla ricerca e sviluppo alla capacità del *management* di una nazione. Tutti questi fattori danno la qualità e la competitività di una nazione.

Da un rapporto basato su 18.000 schede inviate a tutti i *manager* delle grandi società di livello mondiale di 37 nazioni diverse, nelle quali si chiedeva di indicare il grado di competitività delle proprie aziende, sono emersi dei dati molto interessanti, che hanno fatto abbastanza scalpore. Valutando i fattori *soft* e non il costo del lavoro, l'Europa esce perdente da quel confronto, e in particolare l'Italia: questo perchè oggi cominciano ad intervenire i fattori *soft*, di ambiente, quelli che condizionano il famoso scatto del 10 per cento. Con gli investimenti si realizza l'80 per cento; per realizzare un ulteriore scatto del 10 per cento occorrono i fattori *soft*, quelli che oggi da noi mancano: e mi riferisco alle infrastrutture, alla scolarità, a quelle statistiche dalle quali vengono estratti i dati di tipo qualitativo. Detto studio, che faccio mio, è sui tavoli di tutti i presidenti delle più grandi società mondiali; e come italiano non mi fa molto piacere quanto in esso è contenuto, anche se questi dati sono «conditi» con il solito pessimismo italiano. Ci sono aziende italiane, anche concorrenti, che sono validissime; tuttavia se un investitore straniero dovesse consultare quella pubblicazione per poi giudicare la competitività del nostro paese, non potremmo certo stare tranquilli, poichè esso offre un'immagine del nostro paese tutt'altro che positiva.

GRANELLI Probabilmente sarebbe utile, signor Presidente, che la Commissione acquisisse questo studio al quale ha fatto riferimento il dottor Enrico.



**PRESIDENTE.** La segreteria provvederà senz'altro ad acquisirne una copia.

Ringraziamo i rappresentanti della Philips s.p.a. e in particolare il dottor Enrico per le informazioni che hanno fornito alla nostra Commissione e dichiaro conclusa l'audizione.

Rinvio il seguito dell'indagine conoscitiva ad altra seduta.

*I lavori terminano alle ore 16.*

---

**SERVIZIO DELLE COMMISSIONI PARLAMENTARI**

*Il Consigliere parlamentare preposto all'Ufficio centrale e dei resoconti stenografici*

**DOTT.SSA MARISA NUDDA**

