

N° 1-Anno 2°

Genn. 1959

Notiziario mensile riservato al Personale della Società Lavazza

BILANCIO DI UN ANNO

Prima ancora di ogni altra considerazione desidereremmo che i lettori, tutti nostri dipendenti, ritornassero con la memoria o con l'aiuto di ciò che scrivevamo nei primi numeri di questo notiziario, a quelle che sono state le nostre previsioni, i nostri traguardi al principio dello scorso anno.

L'annata ora finita trova la LAVAZZA in fase di crescente sviluppo e più ancora di rinnovamento nella struttura aziendale ed organizzativa.

Nella produzione due novità si sono venute ad aggiungere alla lista dei prodotti tradizionali della Casa : la Miscela "FIERA DI MILANO" per gli Esercizi Pubblici ed il lancio sul Mercato Italiano della lattina da gr. 250 "SOTTOVUOTO".

Per la "Miscela Fiera di Milano" il successo tecnico è ormai dichiarato, e siamo in piena battaglia per imporre anche commercialmente il nostro punto di vista : che è quello di rendere fisso e ben conosciuto un prezzo industriale ad un prodotto che deve radunare le migliori prerogative per la Macchina-Espresso.

Per quanto riguarda invece la lattina "SOTTOVUOTO" registriamo la viva simpatia con cui il Consumatore accoglie questa nostra confezione che gli garantisce il classico buon caffè nel suo primitivo aroma e allo stesso prezzo del caffè sfuso; il quale, purtroppo, non è mai garantito!



Come si vede ci sforziamo di portare nuovamente la mentalità del consumatore a considerare la "qualità", dopo la rovinosa campagna dei regali: questi avevano offuscato il traguardo d'obbligo di ogni buon torrefattore di caffè, e cioè tendere sempre al meglio in tazza.

Noi sappiamo quanto abbiamo lottato e quanto abbiamo resistito per non essere presi dal male comune; oggi però il Cliente che si appoggia a noi può rifarsi il buon nome perduto e così accattivare a sé quella Clientela che aveva diminuita la fiducia nel proprio fornitore a causa del declassamento dell'articolo.

Poichè per passata esperienza comprendiamo benissimo che non possiamo copiare, mentre tutti copiano da noi, il nostro intendimento per il nuovo anno è chiaro: far conoscere il buon caffè, presentandolo ben confezionato e ben conservato al Consumatore ma al suo giusto prezzo. Non è questa una ambizione fuori luogo, se pensiamo con quanta arte sottile la Concorrenza affida delle discriminazioni di prezzo a pure valutazioni psicologiche del Cliente, giovandosi del fatto che questo manca di basi "industriali" nei listini, e deve riferirsi a considerazioni ancora troppo artigiane ed empiriche.

E, per quest'anno, sarà questo un traguardo al quale dovremo dedicare tutti i nostri intenti, tutte le nostre forze!

RICORDATE CHE E' MEGLIO PERDERE UNA DISCUSSIONE

CHE UN AFFARE

"I L M E R C A T O C O M U N E".

A partire dal 1° Gennaio 1959 siamo entrati nella prima fase esecutiva dell'applicazione del trattato del Mercato Comune Europeo che comprende nella sua area come Stati Membri il Belgio, i Paesi Bassi, il Lussemburgo, la Germania, la Francia, l'Italia e tutti i Paesi extra Europei legati da particolare relazione ai suddetti Paesi (Territorio Francese di oltremare e Congo Belga).

Come è noto lo scopo finale è l'unione doganale fra gli Stati aderenti, in modo da eliminare barriere doganali e ostacoli di ogni genere affinché si possa creare una enorme area di libero scambio e parità di tutela verso i terzi Stati.

I principi fondamentali del trattato sono: l'eliminazione progressiva fra gli Stati Membri dei dazi doganali e delle imposte aventi effetti e la progressiva istituzione di una tariffa doganale comune, uguale cioè per tutti gli Stati Membri verso i terzi Paesi.

La realizzazione dei suddetti principi verrà effettuata gradualmente lungo un periodo di 12 anni in cui sono previsti 3 periodi di 4 anni, ciascuno con traguardi obbligati di riduzione delle aliquote in vigore dal 1° Gennaio 1957.

Nel corso delle prime due tappe = 8 anni, si avrà una riduzione del 60% in totale, con scatti ogni 18 mesi del 10%, mentre nell'ultimo periodo è prevista l'eliminazione del restante 40%.

I dazi di importazione che presentano un carattere puramente fiscale, (es. : il Caffè), dazi che sono costituiti allo scopo di procurare all'erario una entrata, possono essere trasformati in imposta interna di consumo.



Riteniamo anzitutto opportuno ricordare quali sono nei vari Paesi Europei aderenti al trattato gli oneri doganali e fiscali che gravano attualmente sull'importazione del caffè:

Germania = 753 Lire,
Francia (Caffè proveniente dall'Estero) = £. 410
al Kg.
Francia (proveniente dalle Colonie) = £. 268
al Kg.
Belgio, Olanda e Lussemburgo = nessun onere
L'Italia £. 755 ripartite in:
Dazio Doganale = 65 Lire
Imposta Erariale di Consumo = 500 Lire
I.G.E. = 12% sul valore ufficiale =
180 Lire
Altri tributi = Lire 10.

Premesso che l'importazione dei Caffè dalle Colonie Francesi e del Congo Belga sarà esente da dazi doganali dopo il periodo di 12 anni, la recente riduzione (1° Gennaio) viene ad essere pari pertanto a £. 6,50 al Kg. in quanto si riferisce al solo dazio doganale. Inoltre per il Caffè importato dall'Estero il dazio doganale è stato stabilito nella misura comune del 16%, vorrebbe quindi dire che oggi il nostro dazio doganale (corrispondente a poco più del 10% del valore del caffè) probabilmente potrà avere un aumento di aliquota piuttosto che una riduzione. Tutto questo spingerà i Torrefattori Italiani alla ricerca affannosa di qualità più scadenti.

Ed è il pericoloso cammino su cui già ci siamo messi consultando le tabelle sul valore dei Caffè importati che sono scesi da £. 670 nel 1956 a £. 520 nel 1957 e a £. 485 nel 1958.

Siamo certi di avere pertanto sciolto tutti i dubbi che la voce popolare aveva creato sull'articolo Caffè nell'ambito del MEC vagheggiando enormi riduzioni o ri-



bassi. Tutto questo è dovuto all'imperfetta conoscenza degli esatti termini del trattato che contempla per il caffè serie e gravi oscurità e lacune.

Non ultima la doccia fredda dell'eventuale possibilità di un aumento dell'imposta di consumo che il Governo sta esaminando per soddisfare le richieste di alcune categorie sindacali.

---ooOoo---

Accade spesso che un commerciante molto occupato dica ai produttori che lo visitano: "Non posso accordarle più di cinque minuti"!

Un giorno un Venditore prese la frase alla lettera. Aveva con se una sveglia. Prima di iniziare a parlare regola la suoneria in modo che allo scadere dei cinque minuti possa darle il segnale. Trascorso il tempo fissato, la suoneria squilla; il commerciante sorpreso esclama: - Ma che cosa succede?

- I cinque minuti sono trascorsi - risponde tranquillamente l'altro arrestando la suoneria.

Dopo di che il Venditore rimase a colloquio con il cliente mezz'ora di più portando con sè, alla fine, una commissione.

La piccola trovata aveva provocato una sorpresa, un sorriso, un atmosfera più cordiale. Che cosa occorre di più ad un buon venditore?

---ooOoo---

L'EQUILIBRIO NELL'IMPRESA MODERNA.

Quale fenomeno associativo umano l'impresa è dominata delle stesse leggi che regolano il singolo individuo anche se le esigenze sono spesso diverse ed anche se gode di una vita autonoma rispetto ai singoli che la compongono.

Il primo presupposto per la sopravvivenza è il continuo adeguamento alla realtà che quotidianamente muta e si evolve. Se nel mondo naturale, il punto di equilibrio è dato dall'uguaglianza di opposte forze, nel mondo dei rapporti umani questo punto non è mai "statico", ma è invece il mantenimento dello stesso ritmo di rinnovamento ed evoluzione. Chi non può tenere il passo crea tra la restante realtà e se stesso una tensione sempre più pericolosa ed una volta spezzato il legame rimane tagliato fuori e perduto.

Nuove tecniche, nuove teorie, nuove concezioni, nuovi mezzi sono entrati a far parte del mondo economico: assimilare quanto è stato creato ed adattarlo alle nostre necessità vuol dire superare vecchie concezioni ed abitudini, vuol dire sacrificare la parte di noi che riteniamo superflua ed inadatta al nuovo compito. Ma bisogna avere questo coraggio: l'inattività, la pigrizia, lo scetticismo, l'indifferenza non fanno che allungare la strada che si deve percorrere ed aumentarne le difficoltà. Occorre pertanto che ognuno, facendo un approfondito esame di coscienza, possa determinare con obiettività la propria posizione. La denuncia delle proprie lacune e delle proprie manchevolezze porta l'individuo cosciente a sereni propositi per il futuro.



E davanti a noi si stende un vasto orizzonte :
vie nuove si aprono oggi in seno alla nostra organizzazione, vie che dovranno essere percorse da chi, giovane o vecchio, vuole collaborare con fiducia e volontà a migliorare, a potenziare, a reggere il nostro lavoro nell'adeguamento delle moderne esigenze.

Confortati dal successo dell'anno testè concluso altra ambizione non abbiamo che continuare la nostra strada : nuove tappe, dunque, e nuove vittorie.

---oo0oo---

- Se trovate il cliente in uno stato fisico, morale non ben disposto, preferite rinviare l'appuntamento anzichè voler vincere ad ogni costo le sue obiezioni; a meno che non abbiate l'eccezionale abilità di rendere il suo umore più favorevole al vostro scopo.

PREMI E PREMIATI DELL' ANNO 1958

Le macchine del Centro Meccanografico hanno tre mato davanti alle file di cifre che man mano stavano sfor nando ... ed infine i lunghi calcoli sono terminati.

Sorprese notevoli e grandi imbarazzi anche per le precisissime macchine: tutte le previsioni sono state sconvolte e superate per cui invece di trenta sono risul tati vincitori ben trentatré produttori.

Ecco l'elenco alfabetico dei "campioni" del 1958:

BARBERIS	(Savona)	GASPARINI	(Rimini)
BERGAMINI	(Asti)	GRANATA	(Cremona)
BERTOLETTI E FABBRI	(Forte d/M)	LANDINI	(Firenze)
BEZZAN	(Badia Polesine)	LARDORI	(Firenze)
BIELLA	(Torino - Bar)	MARINI	(Savona)
BORRA	(Parma)	MARUZZI	(Milano)
CORSO	(Biella)	MEZZALIRA	(Caerano)
COSTANTINI	(Torino)	MODENESE	(Bolzano)
DORIA	(Chiavari)	MURGOLO	(Milano)
DE SANTIS	(Macerata)	ODASSO	(Torino)
FAGGI	(Lecco)	ROLANDO	(Alessandria)
FALLABRINO	(Genova)	ROSSI F.LI	(S.Benedetto Tr.)
FERRO	(Torino)	PIAZZA	(Schio)
FRITTOLI	(Chiari)	SILVANO F.LLI	(Tortona)
GARLANDI	(Torino)	TEMPESTINI	(Pistoia)
GASCO	(Mondovì)	VECCHI	(Trento)
		VIALARDI	(Biella)

Una fitta schiera dunque di premiati a cui do- vremo aggiungere sessantuno produttori che sono riusciti a superare le quote del Concorso 61 !

Non possiamo pertanto scendere in singole lodi dato che ognuno dei premiati meriterebbe una menzione speciale per il diverso carattere delle difficoltà che ha dovuto superare per imporsi sulla sempre agguerrita concorrenza.

La volontà e lo sforzo meritano un riconoscimento, ma siamo certi che un apprezzamento particolare deve andare a coloro che operano in zone marginali, lontane perciò da quella che può essere l'influenza che la Casa gode in regioni battute ormai da anni.

Alla De Santis di Macerata, ai F.lli Rossi di S. Benedetto del Tronto, al nostro bravo Gasparini, ai collaboratori veneti Modenese, Vecchi, Piazza, Cabassa, Mezzaliera, Minuz, Calvelli, Bezzan, ai toscani Lardori, Landini e Fabbri auguriamo di poter ripetere per quest'anno il buon successo del 1958.

Coloro che hanno superato la quota imposta, sono pertanto :

PIEMONTE

Garlandi, Odasso, Costantini, Ferro, Biella, Cameran, Ponte primo (Torino) Migliardi, Rolando (Alessandria) Bergamini (Asti) Corso, Vialardi, Trotto, Cupertino (Biella) Marcot ti, Vailati (Novara) Silvano F.lli (Tortona) Gasco (Mondovì) Novario (Tronzano) Peracchio (Casale) La Commerciale (Pinerolo)

LIGURIA

Marini, Barberis, Alberto (Savona) Formaggia, Fallabrino, Sguassardo (Genova) Cavallera, Ferraris (Sanremo) Chiesa (La Spezia) Tavernelli (Aulla) Cargiola (Arcola)

LOMBARDIA

Faggi (Lecco) Barlassina (Boario) Vanzulli (Gerenzano) Bonvini (Sondrio) Valenti (Brescia) Rech Mario (Como)



VENETO

Modenese (Bolzano) Vecchi
(Trento) Piazza (Schio)
Cabassa (Padova) Mezzali-
ra (Caerano) Minuz (Mestre)
Calvelli (Udine) Bezzan
(Badia) Mello (Venezia)
Sgarbossa (Vicenza) Gaspa-
rini (Piombino Dese) Bre-
golin (Conselve) Zanchetta
(Belluno) Presciutti (Pado-
va)

MARCHE

De Santis (Macerata)

EMILIA

Miodini (Parma) Bernabei,
Valentini (Modena) Barbari-
ni (Parma) Zucchini (Bolo-
gna) Gasparini (Rimini)

TOSCANA

Lardori (Firenze) Bertolet-
ti e Fabbri (Forte dei Mar-
mi) l'Alimentaria (Grosseto)
Tempestini (Pistoia)

Con viva soddisfazione si chiude l'anno 1958; un nuovo cammino ci attende, ma siamo certi che ognuno metterà tutto l'impegno necessario per superare il proprio record personale. Sono allo studio nuove modalità per un nuovo concorso e per tutti quindi si offrono buone prospettive per sempre migliori affermazioni.



IL CAFFE' E' DANNOSO ?

E' lecito chiedersi: E' proprio vero che la cafffeina (l'alcaloide scoperto dal chimico Runge nel 1820) può tramutarsi da benefica in deleteria?

Da sicure indagini è risultato che, se preso in giusta moderazione, cioè dalle cinque alle sei tazze al giorno il caffè non è dannoso, al contrario può avere effetti salutarì sull'organismo.

A tal proposito va detto che la dose media di caffeina che può considerarsi tossica si aggira intorno ai 200-400 milligrammi. Una comune tazza di caffè contiene dai 25 ai 30 milligrammi: ciò significa che la dose tossica è contenuta in 10-13 tazze giornaliere.

Fra i consumatori europei di caffè l'Italia occupa il settimo posto con la media di Kg. 1,5 pro capite contro Kg. 6,7 del Belgio-Lussemburgo, mentre la preminenza appartiene agli Stati Uniti con Kg. 7,4. Conclusione? Non resta che far tesoro della nota sentenza della scolastica medievale: la virtù sta nel mezzo.

Le lunghe soste consuetudinarie in un ritrovo accogliente, fra elevate e talora battagliere dispute letterarie o politiche o dedicate a ricreative letture, davanti ad una tazza di fumante caffè, sono oggi un ricordo del passato.

Il vecchio, caro e tradizionale caffè dei nostri padri e della nostra giovinezza è stato soppiantato dal moderno bar, dove si entra per sorbire in fretta, tra una pausa e l'altra del nostro lavoro, un pò dell'aromatica bevanda orientale che conta ormai quattro secoli di vita e che è ricordata nell'aforisma della Scuola Salernitana: "Comincia con la carne un pasto che termini con una tazza di caffè, la bibita calda e squisita."



IL COMMERCIO MONDIALE DEL CAFFÈ NEL 1958

Il commercio mondiale del caffè nel 1958 è stato influenzato soprattutto dai tentativi fatti per raggiungere un accordo internazionale per la disciplina della produzione e delle esportazioni. Conferenze a questo scopo hanno avuto luogo in ordine cronologico a Città del Messico, Rio de Janeiro, Parigi e Washington senza però raggiungere risultati di rilievo.

La situazione del commercio mondiale del caffè è caratterizzata da circostanze piuttosto semplici: produzioni e scorte della stagione 58-59 messe insieme danno un totale complessivo di 69.000.000 di sacchi, rispetto ad un probabile consumo mondiale di 38 milioni di sacchi. L'eccedenza quindi è di 31.000.000 di sacchi. Una così seria situazione non è che il frutto dei gravi errori commessi negli anni 1953-54 allorquando, per il fatto che i prezzi erano molto elevati, si prese ad incoraggiare l'enorme espandersi di nuove piantagioni di caffè in tutto il mondo.

In queste condizioni non sorprende se quattro anni dopo ci si è trovati di fronte ad un catastrofico eccesso di produzione.

Secondo taluni operatori europei soltanto tre sono le soluzioni che si presentano per il problema del caffè, ossia :

- ritenzione (o distribuzione dal 30 al 40 per cento della produzione ... ed altrettanto sarà sicuramente da fare anche per il prossimo anno).
- lasciare che i prezzi riescano ad equilibrarsi ed aprire le porte alla piena del caffè.
- istituire, di comune accordo, una politica del caffè so-

stanziale e realistica.

Certo che, se si giudica la situazione da un punto di vista della ragione e della logica, la soluzione di lasciare che i prezzi trovino il proprio equilibrio è quella che, a lungo andare, dovrebbe finire per essere la più efficace, dato che il problema sostanziale non sta nel fatto delle scorte effettive e di eventuali forti raccolti, bensì nel fatto di una superproduzione permanente.

La soluzione logica sarebbe quella di fare macchina indietro a tutta forza. Il ribassare i prezzi non potrebbe portare ad un aumento immediato del consumo del caffè specialmente in Europa. In alcuni paesi continentali, difatti, le relative tasse sono quanto mai gravose. Solo lasciando libero gioco alle leggi economiche si potrebbe far cessare la corsa a nuove piantagioni.

In altre parole, dopo una spietata lotta e con un campo di battaglia ricoperto di cadaveri, finirebbe con avere il sopravvento la legge della jungla e gli stessi vincitori non ne uscirebbero incolumi neppur loro.

Il nocciolo della questione però, sta nel fatto che più di un milione fra uomini, donne come pure i loro figlioli, vivono in dipendenza della produzione del caffè e che dalla "fazenda" brasiliana fino alla capanna africana, non soltanto la ricchezza e la ghiacciaia, ma la vita stessa ed il pane quotidiano dipendono dal caffè.

Non si può ignorare il lato umano del problema, senza parlare delle eventuali conseguenze politiche. D'altra parte, di accorgimenti per risolvere la crisi ne sono stati suggeriti molti di cui alcuni anche interessati: ad esempio, aumentare il consumo nei paesi di produzione, migliorare la classificazione delle qualità delle quali è permessa l'esportazione, incoraggiare un maggior consumo di caffè in Europa e così via. Sono tutte idee queste da



prendersi in seria considerazione giacchè nulla si deve trascurare in una situazione come l'attuale. Nulla di costruttivo e di duraturo, però, si potrà fare, a meno che non si giunga ad un comune accordo generale per fissare una giusta base di prezzo ed una equa e ragionevole disciplina per i produttori di caffè in ordine alla coltivazione di questo prodotto ad un costo adeguato, ma in concorrenza, e ragionevole anche per i consumatori.

La comunità del caffè dovrà inoltre affrontare, prima o poi, la questione della estensione delle coltivazioni, essendo questo il punto fondamentale del problema.

Attualmente, con una disponibilità che rappresenta quasi il doppio della domanda, vi è chi seguita ancora ad incoraggiare nuove piantagioni, e, in certi paesi, persino a sussidiarle. Un accordo mondiale per fissare i prezzi e per limitare le superfici da coltivare a caffè può sembrare nè più nè meno che una semplice utopia.

Un'ulteriore soluzione si potrebbe avere se qualcuno dei paesi produttori venisse a scoprire nel proprio suolo o sottosuolo qualche altra produzione diversa dal caffè. Negli ambienti commerciali internazionali si spera che l'aumento della popolazione mondiale possa portare ad una espansione del consumo del caffè, ma è ovvio che il problema contingente richiede provvedimenti adeguati immediatamente e non soluzioni realizzabili a scadenza piuttosto lontana.



CASA NOSTRA

La famiglia di Carlo Cremonesi, produttore della Filiale di Milano, ha salutato con gioia la nascita di Massimo.

A Cremonesi e alla gentile consorte Alessandra vivissimi rallegramenti.

--°--

Ancora a Milano è nata Maria Paola, figlia di Giovanni Costa, abile e fidato autista della Filiale milanese.

Ai genitori le nostre vivissime felicitazioni.

--°--