

CAMERA DI COMMERCIO ITALO-ORIENTALE

SEDE CENTRALE: BARI



IL MERCATO TURCO E LE NUOVE POSSIBILITÀ PER IL COMMERCIO ITALIANO

*Relazione tenuta a Roma, nell'adunanza
del 21 gennaio 1929, Anno VII, presso
la Confed. Nazionale Fascista dei Com-
mercianti, da MICHELE VITERBO.*



BARI

Flli LATERZA & POLO

1929 (VII)



VERBALE DELL'ADUNANZA

tenuta a Roma il 21 gennaio dell'Anno VII ad iniziativa della
" ITALO-ORIENTALE "

Il 21 gennaio del 1929, alle ore 10, si sono riuniti in Roma, in seduta plenaria, nella sede della Confederazione Nazionale dei Commercianti a Piazza Sidney Sonnino, i dirigenti della Confederazione ed i rappresentanti del Consiglio Direttivo della Camera di Commercio Italo-Orientale di Bari.

Sono presenti S. E. Araldo di Crollalanza, l'on. Lantini, Presidente Generale della Confederazione, l'on. Cartoni, Vice Presidente, l'on. Racheli, Segretario Confederale, l'on. Banelli, già Sottosegretario di Stato all'Economia Nazionale ed ora Presidente della Federazione dei Commercianti di Trieste, S. E. Sergio Panunzio, il prof. Michele Viterbo, l'on. Bono, il comm. Bocca-difuoco, Presidente della Federazione del Commercio Estero, il gr. uff. Alberti, Presidente della Federazione dei Commercianti di Genova, il comm. Dauphinè, Presidente della Federazione dei Commercianti di Firenze, il comm. Carli e l'avv. Navarra rispettivamente Capi dell'Ufficio Economico e di quello Legale presso la Confederazione dei Commercianti, e poi il cav. uff. Larocca, il comm. Baraggioli, il comm. Costantino, il comm. Rosani, il prof. Laterza, tutti di Bari. Hanno aderito l'on. Gaetano Re David, Presidente della « Italo-Orientale », trattenuto a Bari da improrogabili impegni professionali, il prof. D'Addabbo, il

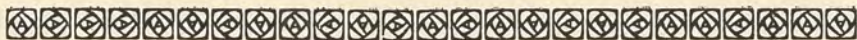
gr. uff. Gorjux, il gr. uff. De Meo da Foggia, il comm. Meta da Taranto, il comm. De Dato ed il cav. Spadavecchia da Molfetta.

IL SALUTO DELLA CONFEDERAZIONE DEI COMMERCANTI.

L'on. Lantini, nel dare, in nome della Confederazione dei Commercianti, il benvenuto ai rappresentanti della « Italo-Orientale » ha messo subito in rilievo il continuo sviluppo di questa Istituzione. Ha ricordato il monito del Duce per la nostra espansione economica in Oriente ed ha accennato al dovere precipuo del commercio italiano, di mostrarsi sempre più consapevole dei compiti nuovi ad esso assegnati dallo Stato Corporativo all'interno e, ancora più, all'estero. L'edificio del commercio italiano deve essere unitario come è il Regime, e i commercianti che ancora si attardano nella concezione individualistica degli affari non sono degni delle nuove mete, fissate dalla grande politica mussoliniana. La « Italo-Orientale » per l'appunto tende l'opera sua, con costanza e con fede che le fanno sommo onore, non alla valorizzazione dei commercianti singoli o degli interessi particolari, ma al superiore prestigio di tutto il commercio italiano nei riguardi dell'Oriente. Di ciò testimoniano anche i due temi dell'adunanza odierna, cioè, « le possibilità del commercio italiano in Turchia » e poi le stesse possibilità nel Nord-Est d'Europa. L'on. Lantini conclude invitando S. E. Di Crollalanza, al quale porge uno speciale saluto, a voler presiedere l'assemblea, quale consigliere d'onore della « Italo-Orientale ».

S. E. Di Crollalanza assume la Presidenza e dà la parola al prof. Viterbo, relatore sul tema: « IL MERCATO TURCO E LE NUOVE POSSIBILITÀ PER IL COMMERCIO ITALIANO ».

Ecco il testo della relazione:



È noto che la Camera di Commercio Italo-Orientale alla fine del 2° corso annuale organizzato in Bari per la preparazione tecnica degli esportatori e dei viaggiatori di commercio, ha inviato in Turchia a proprie spese un gruppo dei migliori alunni, accompagnati da un proprio funzionario, per visitare e studiare il mercato turco.

Meta principale del viaggio sono state le città di Costantinopoli e Smirne, però l'itinerario preordinato ha permesso di visitare una zona di notevole importanza della penisola anatolica, lungo la ferrovia che da Panderma conduce a Smirne.

La cronaca del viaggio è stata già ampiamente illustrata dalla stampa, ma non possiamo non ricordare e rilevare l'accoglienza non soltanto ospitale — chè ciò risponde alle buone ed antiche consuetudini turche — ma particolarmente e simpaticamente cordiale che è stata fatta dalle maggiori autorità di Smirne e Costantinopoli ai nostri inviati. Si è avuta netta la sensazione della stima, della premura, quasi della confidenza che l'ambiente turco aveva per i nostri giovani in quanto italiani. La stessa stampa turca (specialmente il *Djumhouriet*, il *Milljett*, l'*Akcham*, lo *Stamboul*, ecc.) ha fatto a gara nel mettere in rilievo l'avvenimento, auspicando ad una intesa, oltrechè politica, economica e commerciale sempre più intima fra i due popoli amici.

E poichè ce ne capita l'occasione, vogliamo esprimere tutta la nostra ammirazione per la perfetta organizzazione della colonia italiana di Costantinopoli, per lo sviluppo assunto dalle opere di assistenza, per la validissima azione del Fascio e della Camera di Commercio Italiana e per il virile patriottismo che palpita nelle nostre scuole.

Queste ultime hanno, come è noto, una importanza politica grandissima ed è evidente e confortante lo sforzo da parte dei Ministeri competenti perchè esse si affermino ancora meglio, togliendo definitivamente alle scuole di altri Stati europei quell'aureola di superiorità donde ancora, più a torto che a ragione, sono circondate.

Le correnti di simpatia che si vanno intrecciando fra i due popoli dopo la conclusione del patto di amicizia, l'approssimarsi della stipulazione del nuovo trattato di commercio e le moderne tendenze della politica economica turca hanno fatto ritenere questo appunto il momento propizio per un viaggio di studio, i cui risultati, modesti ma seri, potranno essere portati a conoscenza degli ambienti commerciali nei quali ancora molto spesso circolano notizie inesatte sulla vera struttura economica della giovane Turchia.

COSTANTINOPOLI E SMIRNE

E cominceremo dall'esame di quella che è la reale situazione di Costantinopoli e di Smirne.

Molto si discute, come è noto, sulle sorti di Costantinopoli, tanto più che il trasferimento della capitale ad Angora e le facilitazioni concesse dal Governo Kemalista allo sviluppo di Smirne hanno messo un po' nella penombra l'antica capitale. Ma il Ghazi, col suo forte intuito, sa al contrario apprezzare moltissimo l'importanza ed il valore di Costantinopoli e nei limiti del possibile ne favorisce e ne favorirà sempre più il risveglio economico.

Il trasferimento della capitale trova plausibile spiegazione nella necessità per la Turchia di riconcentrare le sue forze disperse e di porre al sicuro il suo Governo dagli intrighi e dalle oblique manovre del piccolo mondo cosmopolita raccolto sulle paradisiache rive del Bosforo.

Ora lo sviluppo delle linee ferroviarie ed il miglioramento dei porti concorre a decentrare il commercio che una volta congestionava il porto di Costantinopoli, incanalandolo su nuovi scali, nè a questo porto ricorrono ancor oggi, come prima facevano, i commercianti delle regioni che la guerra ha staccate dalla Turchia, nè, come tutti sanno, il commercio di transito per le esportazioni in Russia

attraverso il Mar Nero e le linee interne presenta oggi le possibilità e le relative facilità di una volta.

Ma Costantinopoli ha resistito — sia pure attraverso perdite fortissime — e non tarderà il giorno in cui potrà dirsi iniziata una magnifica ripresa. Essa avrà fra breve una zona franca nel porto che agevolerà il commercio di transito, ma che, si badi, faciliterà il lavoro di ditte straniere, come la Ford, che vi impianterà i suoi grandi depositi e le sue sonanti officine. I nuovi magnifici magazzini generali ora costruiti, suscettibili ancora di allargamento, hanno colmata un'altra delle lacune, deplorata fino a pochi anni or sono. La vita nella zona del Mar Nero va riprendendo, sia pure faticosamente, e non bisogna dimenticare che la costa asiatica attende ancora una razionale ma immancabile messa in valore.

Costantinopoli poi è sempre per la Turchia una grande fonte di ricchezza con l'industria del forestiero, per quanto questa sia ancora inadeguatamente sfruttata. La soppressione dei fez, dei ciarciaf, ecc. potrà aver tolto alla città qualcosa di caratteristico, di romantico, di pittoresco, ma essa rimane sempre la impareggiabile perla del Bosforo con tutti i suoi incanti.

Costantinopoli dunque attraversa un periodo critico ma non è proprio il caso di parlare di rovina, come da alcuni si è fatto, anzi ripetiamo che vi sono molte buone ragioni per prevedere un continuo miglioramento nella sua situazione.

La nostra organizzazione su quella piazza va perciò resa sempre più efficiente ed a fianco delle aziende commerciali sarebbe anche opportuno sorgessero buone imprese di costruzioni, che avrebbero promettenti possibilità di lavoro.

Però se a Costantinopoli va rivolta la debita attenzione, sarebbe d'altra parte un grave errore concentrare unicamente in essa il nostro lavoro.

Bisogna visitare anche gli altri centri e soprattutto organizzarsi sul mercato di Smirne, che vede accrescere sempre più la sua importanza nella vita economica turca per le provvidenze governative e per la ricchezza del suo *hinterland* feracissimo: mercato che è già oggetto di particolare attività da parte di ditte estere.

Anche a Smirne l'Italia gode di largo prestigio e di notevoli simpatie.

La città di Smirne — come si sa — è collegata da discrete fer-

rovie all'interno del suo vilayet ed ai vilayets vicini. Essa reca ancora le tracce evidenti della distruzione subita, ma se lenta è la sua ricostruzione a causa della deficienza di capitali, sicura appare la fede del Governo di Kemal e degli Enti locali nel suo sviluppo e fervida è l'attività in ogni campo.

Occorre dunque, nell'azione espansionistica per lo smercio dei prodotti italiani in Turchia, far capo sia a Costantinopoli sia a Smirne, ed organizzarsi fortemente in questi due centri per essere in grado di controbattere l'insidiosa concorrenza straniera. E bisogna anche tener presente l'opportunità di raggiungere gli acquirenti fin nei centri di consumo, o almeno nei più importanti di questi, magari con visite periodiche dei propri agenti, giacchè si è verificata una certa tendenza da parte dei maggiori commercianti dell'interno della Turchia a trattare gli affari anche direttamente senza l'intermediazione di Costantinopoli o Smirne.

I NOSTRI TESSUTI IN TURCHIA

Esaminiamo ora sinteticamente le caratteristiche degli scambi tra l'Italia e la Turchia e le possibilità esistenti per migliorare l'attuale andamento delle esportazioni in senso ancor più favorevole per il nostro Paese.

Della importazione generale in Turchia, che ammontò ad oltre 234 milioni di lire turche, cioè circa 2 miliardi e 340 milioni di lire italiane nel 1926 (secondo le più recenti e dettagliate statistiche che ci è dato conoscere), poco meno di metà è costituita dai filati e tessuti; e per le provenienze, pur avendo la Turchia rapporti di scambi con un grandissimo numero di Stati, la maggior parte del movimento è concentrato in quattro soli di essi: Italia, Germania, Francia ed Inghilterra.

In quanto poi all'esportazione, questi quattro Stati e gli Stati Uniti d'America assorbono quasi quattro quinti della cifra complessiva e specialmente l'Italia supera di molto tutte le altre. È vero che una parte dell'esportazione diretta a Trieste è in definitiva destinata ad altri Stati, ma ciò non diminuisce il nostro primato.

L'Italia continua a tenere una posizione invidiabile, sebbene, com'era naturale, la nostra crisi di assestamento finanziario abbia

avuto le sue ripercussioni anche nelle esportazioni verso la Turchia, che per alcuni articoli negli ultimi tempi hanno subito delle riduzioni. Il periodo critico peraltro può considerarsi superato e già le statistiche del 1928 ci rivelano qualche miglioramento nei confronti dell'anno precedente.

Non sarà pertanto inopportuno riportare le cifre delle esportazioni in Turchia negli anni 1926, 1927 e 1928 sui filati e tessuti di cotone per dare un'idea più precisa sull'andamento di tale commercio.

ESPORTAZIONI PER LA TURCHIA EUROPEA

Qualità della merce	A N N O		
	1926	1927	1928
Filati di cotone non mercerizzati	q.li 11.328	q.li 7.379	q.li 10.073
filati di cotone mercerizzati	» 1.046	» 702	» 1.159
filati di cotone da cucire	» 1.424	» 1.245	» 1.184
tessuti di cotone non mercerizzati	» 52.579	» 50.394	» 38.447
tessuti di cotone mercerizzati	» 633	» 398	» 599
tessuti di cotone misti a seta	» 508	» 343	» 175

ESPORTAZIONI PER LA TURCHIA ASIATICA

Qualità della merce	A N N O					
	1926		1927		1928	
Filati di cotone non mercerizzati	q.li	5.821	q.li	4.618	q.li	6.882
filati di cotone mercerizzati	»	695	»	615	»	658
filati di cotone da cucire	»	258	»	526	»	336
tessuti di cotone non mercerizzati	»	34.667	»	37.284	»	27.593
tessuti di cotone mercerizzati	»	1.076	»	892	»	803
tessuti di cotone misti a seta	»	944	»	1.657	»	967

L'Italia è riuscita a conquistare in Turchia un glorioso primato nella esportazione dei tessuti di cotone, ma non bisogna fermarsi qui. Molti altri articoli, che ora sono trascurati, possono e devono essere introdotti vittoriosamente.

Il commercio italiano di esportazione verso la Turchia appare infatti troppo circoscritto a poche categorie di merci e cioè principalmente *cotonate* e poi, in scala discendente, *lana, seta, cereali, coloniali, vetture, ecc.* (vedi grafici allegati), mentre altri Stati, e specialmente la Germania e la Francia, lavorano con pari ampiezza per una grande varietà di articoli ed hanno quindi maggiore libertà di azione.

E' vero che le *cotonate* e le altre merci citate sono le più importanti allo stato attuale degli scambi, ma bisogna anche tener presente che i turchi vanno manifestando una sempre più spiccata tendenza protezionistica, specialmente nei riguardi di alcuni prodotti sui quali essi fanno grande assegnamento, e attribuiscono poi una

notevole importanza all'attuazione della cosiddetta politica economica della *triplice bianca*, per incrementare cioè la produzione dello zucchero, della farina e del cotone.

Ora questa politica ci interessa molto da vicino per le ripercussioni che può avere sulla nostra esportazione cotoniera.

Si dice dai soliti osservatori superficiali che le popolazioni turche non abbiano spiccate attitudini per le industrie, e che inoltre la qualità del cotone anatolico sia alquanto scadente. Ma questi sono preconcetti inutili e dannosi. La verità è che il programma economico della Repubblica Kemalista fa necessariamente assegnamento sui capitali e sui tecnici stranieri: della qual particolare situazione tenta ora giovarsi la Germania, che colloca in Turchia scarsi quantitativi di tessuti ed aspira a collocare con ogni larghezza i suoi prodotti industriali a cominciare dalle macchine.

In altri termini, per rimanere su un terreno realistico, non si può escludere la possibilità che in Turchia sorgano anche degli stabilimenti per la lavorazione del cotone come già sono sorti gli zuccherifici, tanto più che il Governo va svolgendo, attraverso appositi istituti, una larga azione per il miglioramento delle sementi, e che sono anche distribuite gratis ai contadini notevoli quantità di sementi delle varietà americane più pregiate.

Qualunque siano per essere, però, gli sviluppi dell'economia turca, essi potranno influire solo limitatamente e a gradi sulle importazioni dall'estero onde, se è necessario, anzi indispensabile, seguire con la massima attenzione i movimenti di quel grande mercato, non è però a consigliarsi un immediato intervento del capitale italiano per la creazione di industrie cotoniere in Turchia.

Su questo terreno bisogna procedere con ogni cautela e prudenza sia perchè tali imprese presentano molte incognite e sia per la diminuzione del lavoro che determinerebbero a sfavore delle nostre maestranze. Comunque, prima di assumere iniziative del genere le banche ed i capitalisti privati dovrebbero fare un esame oltremodo accurato intervenendo, se mai, solo qualora ritenessero utile di indirizzare la produzione turca verso alcuni tipi di produzione per i quali più difficile ci riesce sostenere la concorrenza estera.

Insomma, la nostra azione deve essere opportuna e tempestiva, senza dannose improvvisazioni, e deve scongiurare che si avveri quanto, senza alcun preciso fondamento, si compiaceva scrivere un

autore tedesco, lo REINHARD JUNGE (4), e cioè che la trasformazione della economia turca dovrà andare unicamente a danno degli Stati dell'Intesa, cioè principalmente Italia e Inghilterra.

Bisogna dunque che quel primato che abbiamo conquistato per le cotonate venga esteso ad altre categorie di merci, tanto più che per parecchie di esse si offrono, attraverso una migliore organizzazione di vendita ed una più forte propaganda, ottime possibilità.

L'ANDAMENTO ATTUALE DELLE ESPORTAZIONI ED IMPORTAZIONI

Frattanto, quale è nei dettagli l'andamento attuale delle esportazioni ed importazioni turche?

Le seguenti statistiche dell'anno 1926, che sono le ultime pubblicate, potranno esserci di opportuna guida.

LE IMPORTAZIONI IN TURCHIA

1. Animali vivi	Ltche	2.529.417
2. Alimenti d'origine animale e pesce	»	1.214.517
3. Cereali, graminacei e loro prodotti	»	6.125.217
4. Frutta e legumi	»	2.310.380
5. Derrate coloniali e zuccherine	»	20.106.904
6. Bevande fermentate, acque spiritose, minerali, ecc.	»	509.067
7. Olii vegetali	»	3.455.346
8. Tabacchi	»	213.066
9. Semi, piante, foraggi e residui vegetali	»	73.502
10. Pellami grezzi e residui animali	»	3.654.552
11. Pellami preparati, cuoi e pelliccerie	»	6.314.428
12. Concimi	»	126.009
13. Legno e lavori, panieri, spazzole ecc.	»	1.667.532
14. Carta e sua applicazione	»	<u>5.210.568</u>
	<i>a riportare</i> Ltche	53.510.505

(4) *Industriewirtschaft in und im Verhältnis zu der Türkei* — di REINHARD JUNGE — nel volume «Das Türkische Reich» edito da Ernest Siegfried Mittler und Sohn-Königliche hofbuchandlung, Berlino, 1918.

	<i>riporto</i>	Ltche
		53.510.505
15. Cotone e lavori	»	71.981.186
16. Lino, canapa ecc. e lavori	»	5.728.508
17. Seta e lavori	»	5.096.628
18. Lana e lavori	»	20.952.897
19. Abiti confezionati, articoli di moda, biancheria	»	3.030.028
20. Caucciù, articoli in caucciù e tele incerate	»	3.907.931
21. Combustibili	»	1.741.228
22. Vetro, porcellana, pietra ecc. e lavori	»	6.056.049
23. Metalli	»	22.242.167
24. Macchine e lavori meccanici	»	10.149.892
25. Vetture, vagoni e battelli	»	6.609.420
26. Strumenti ed apparecchi di orologeria e di musica	»	2.989.618
27. Olii e grassi industriali, candele e saponi	»	10.412.213
28. Materie esplosive	»	775.627
29. Colori preparati, prodotti chimici, profu- merie ecc.	»	5.196.121
30. Articoli non classificati altrove	»	3.992.904
	Ltche	<u>234.372.922</u>

LE ESPORTAZIONI DALLA TURCHIA

1. Animali vivi	Ltche	3.835.285
2. Alimenti d'origine animale e pesce	»	6.644.597
3. Cereali, graminacei e loro prodotti	»	6.191.883
4. Frutta secca e fresca, legumi	»	34.687.884
5. Derrate coloniali e zucchero	»	204.289
6. Bevande fermentate, acque spiritose, mi- nerali, ecc.	»	7.494
7. Olii vegetali	»	717.849
8. Tabacchi	»	67.590.007
9. Semi, piante, foraggi e residui vegetali	»	2.216.893
10. Pellami grezzi e residui animali	»	3.664.186
11. Pellami preparati, cuoi e pelliccerie	»	2.545.507
12. Concimi	»	6.338
	<i>a riportare</i> Ltche	<u>128.312.212</u>

	<i>riporto</i> Ltche	128.312.212
13. Legno, panieri, spazzole ecc. »		4.426.282
14. Carta e lavori »		384.489
15. Cotone grezzo e lavori »		12.102.281
16. Lino, canapa ecc. e lavori »		341.086
17. Seta e lavori »		2.818.504
18. Lana e lavori, pelo di capra »		16.057.465
19. Abiti confezionati, articoli di moda, biancheria »		157.983
20. Caucciù, articoli in caucciù e tele incerate »		38.790
21. Combustibili »		3.602.140
22. Vetro, pietra, porcellana e lavori »		418.739
23. Metalli »		4.858.649
24. Macchine e lavori meccanici »		143.806
25. Vetture, vagoni e battelli »		69.498
26. Strumenti ed apparecchi di orologeria e di musica »		152.281
27. Olii e grassi industriali, candele e saponi »		110.851
28. Materie esplosive »		2
29. Colori preparati, estratti per conca, profumi »		11.741.061
30. Articoli non classificati altrove »		2.006.627
	Ltche	<u>187.742.746</u>

I grafici che corredano la presente relazione mettono d'altra parte in luce quale è la situazione dei vari Stati in riguardo alle categorie più importanti di merci ritirate.

Statistiche e grafici confermano che ancora molto resta da fare agli esportatori e commercianti italiani sul mercato turco e ci segnalano quali sono le « voci » suscettibili per noi di più ampio lavoro: i manufatti di lino e di canapa, la seta, le confezioni, la gomma e lavori, i prodotti chimici e le profumerie, i manufatti di lana, e poi pellami, vetture, macchine. In tutte queste « voci » l'Italia può e deve migliorare la sua situazione sul mercato turco. Come per le esportazioni dalla Turchia il nostro Paese raggiunge una cifra più che doppia di quella di altri Stati (America, Germania, Francia o Inghilterra), così per le nostre esportazioni in Turchia la vicinanza dei due territori ed i vincoli esistenti fra i due popoli autorizzano a ritenere possibile una rapida ascesa, sviluppando parallelamente alle nostre vendite di manufatti di cotone, quelle degli altri prodotti

dianzi citati, per molti dei quali la richiesta aumenterà in relazione al generale miglioramento delle condizioni di vita dei turchi.

Solo così noi potremo con sicurezza mantenere il nostro primato su quel mercato, anche se la politica della *triplice bianca* avrà fortuna e se l'impianto di fabbriche all'interno e la protezione doganale causeranno una diminuzione nella importazione dei manufatti di cotone.

Pare che la prossima tariffa doganale debba esser fissata con criteri protezionistici. Senza dubbio però per molte « voci » vi sarà per noi possibilità di ottenere facilitazioni, oltre che sulle cifre, anche sulla interpretazione da dare alle tariffe, e specialmente per alcuni prodotti composti di materie diverse, a favore dei quali potrà ottenersi l'applicazione del dazio della materia che paga di meno, mentre ora avviene precisamente il contrario. Con la stipulazione del nuovo trattato di commercio l'Italia verrà quindi a trovarsi sul mercato turco in una situazione di favore, situazione che è resa possibile dalla saggia ed avveduta politica realizzatrice ormai attuata dal Governo Fascista nei riguardi della Repubblica di Mustafà Kemal.

L'ORGANIZZAZIONE DELLE VENDITE

Constatata la necessità e la possibilità di intensificare il movimento delle nostre esportazioni verso la Turchia, non sarà fuori luogo richiamare l'attenzione degli organi competenti su alcuni elementi fondamentali per la riuscita di ogni azione, cioè sull'organizzazione delle vendite e delle rappresentanze sul mercato turco.

La Turchia, come del resto ogni Paese che presenti serie capacità di assorbimento, è il campo di lotta di un numero infinito di ditte, che con la concorrenza rendono il lavoro molto aspro e talvolta rischioso. Il commerciante o industriale italiano che credesse di poter imporre le proprie condizioni senza tener conto delle consuetudini ormai affermatesi su quelle piazze, non rende quindi un buon servizio nè a sè, nè al suo Paese. L'ostinarsi, per dirne una, a non praticare prezzi CIF sarebbe una ragione sufficiente per non lavorare, eppure vi è ancora chi pretende di vendere a tali condizioni i suoi prodotti. Molte ditte esportatrici — non tutte, perchè ne abbiamo anche di ottime — debbono quindi, prima di ogni altro, modificare la

loro mentalità quando si trovano a dover lavorare con l'estero; ma su questo si è molte volte insistito e non è qui il caso di ripetersi.

Insisteremo invece sulla necessità — da molti ancora non del tutto compresa — di esercitare sul mercato turco una pressione costante ed ininterrotta e di migliorare la attrezzatura in modo da poter venire in ogni caso incontro alle richieste dei clienti. Si è infatti spesso deplorato, finora, che ditte anche importanti trascurino in alcuni periodi la clientela per dedicarsi con particolare riguardo ad altri mercati dove magari si presentano solo temporanee possibilità di vendita. Ciò facendo essi facilitano l'azione della concorrenza e finiscono col perdere una somma di forniture considerevole, che avevano potuto acquistare solo dopo lungo tempo ed a prezzo di sacrifici, e che non facilmente riusciranno a riprendere quando lo vorranno.

Più serie preoccupazioni desta, per le gravi conseguenze cui si va incontro, il mancato adempimento da parte delle ditte fornitrici degli impegni assunti. Esse, non attenendosi alle richieste del cliente per la qualità, la quantità, le caratteristiche delle merci commissionate, danno modo ai commercianti turchi o levantini in genere — che hanno una particolare tendenza a sollevare eccezioni essendo cavillosi per lunga tradizione — di reclamare e di protestare, pretendendo forti riduzioni sui prezzi, oppure respingendo addirittura la merce. Ma il danno non è ancor tutto in questo, poichè il fatto che l'inadempienza proviene da una ditta italiana determina nei riguardi delle nostre industrie un largo movimento di sfiducia, che si risolve sempre in notevoli perdite, e dà naturalmente esca ai concorrenti per intensificare con efficaci risultati la campagna denigratoria contro le nostre ditte.

Se nulla si può fare da parte nostra per ridurre la sempre deplorata cavillosità dei levantini, è però giusto che si cerchi con ogni mezzo di impedire alle ditte esportatrici di seminare il discredito sulla onestà e sulla puntualità del commercio italiano con il loro agire talvolta non troppo corretto. Tale questione è stata affrontata e risolta dal Governo Fascista in modo radicale per la esportazione di alcuni prodotti agricoli. Non ancora però si è ritenuto opportuno di prendere per le altre esportazioni alcun provvedimento. Noi pensiamo peraltro che un intervento statale contro coloro che dietro regolare accertamento risultassero recidivi in tali inadempienze potrebbe essere salutare ed avrebbe senza dubbio un grandissimo valore morale.

Un altro punto che occorre segnalare è poi quello della confezione dell'imballaggio. Questo deve essere di tale solidità da giungere intatto a destinazione e da far quindi pervenire la merce in perfetto stato all'acquirente. L'imballaggio cattivo, oltre a denotare una deficiente organizzazione da parte della ditta esportatrice, è sempre un ottimo pretesto per giustificare i cavilli d'anzì deplorati ed in definitiva si risolve in nuove perdite per l'esportazione.

A tal proposito non sarà inopportuno consigliare che i tipi di imballaggio siano possibilmente mantenuti sempre uguali per determinate qualità e quantità di merce, per rendere quest'ultima ancor meglio accetta ai clienti, che potrebbero così con maggiore facilità e rapidità esercitare il loro preventivo controllo. In pratica si rileva che il cliente il quale conosca un dato tipo d'imballaggio e sappia di poter avere la merce sempre allo stesso modo, difficilmente abbandona la casa produttrice.

Il modo di presentare il campionario è anche di grande importanza per la riuscita del lavoro di una ditta. Si è deplorato finora che parecchi esportatori forniscono ai propri rappresentanti campioni incompleti e presentati malissimo. Eppure il campionario è il primo elemento di giudizio che il cliente ha su di una ditta e spesso si è condotti a giudicare male — e non a torto — la casa che presenta male i suoi prodotti nel proprio campionario. Del resto bisogna tener conto che moltissime ditte straniere pongono nella formazione del campionario le maggiori cure e riescono a presentare tutte le varietà dei tipi prodotti con somma accuratezza, sì da impressionare favorevolmente il cliente e da determinare in lui un vivo senso di fiducia nella serietà e nell'organizzazione delle ditte stesse.

LA SCELTA DEI RAPPRESENTANTI

Resta ora da esaminare brevemente la organizzazione della rappresentanza, che è senza dubbio cosa ad un tempo difficile ed importante, da cui, anzi, dipende quasi sempre la riuscita o meno del lavoro di esportazione.

Il rappresentante non è solo il procacciatore di ordinazioni, ma anche il vigile osservatore che studia il mercato, indirizza la sua ditta verso i miglioramenti e le trasformazioni da apportare alla produzione, sorveglia i clienti per conoscere l'entità del fido che pos-

sono meritare, dirige l'azione reclamistica e segue attentamente ogni mossa della concorrenza. Com'è chiaro, la responsabilità che egli viene ad assumere è molto complessa, onde non sarà mai abbastanza raccomandato agli esportatori di dare la preferenza ai connazionali, che nell'assolvere tale compito non si fanno unicamente guidare dal proprio misero tornaconto.

Il connazionale, sempre che si tratti di persona che conservi intatto il suo attaccamento alla Patria, dà con lealtà e sacrificio tutta la sua opera per favorire la introduzione dei prodotti italiani e consta a noi di agenti che ora rappresentano ditte estere e fanno un lavoro importantissimo, i quali si sono dichiarati disposti a porre la loro attività e la clientela acquistata per altro Paese a favore della produzione italiana.

Bisogna d'altra parte rilevare che gli stranieri fanno ugual cosa in favore dei propri Paesi, ed anche di altri Stati, a seconda che se ne presenti l'opportunità, e non pochi casi si sono verificati, nel periodo della rivalutazione della lira, di ditte italiane affidate a stranieri od a pseudo italiani, che sono state senz'altro sostituite sulle piazze turche per opera degli stessi rappresentanti, i quali nei momenti di difficoltà per le nostre esportazioni, invece di lottare, hanno abbandonato le case italiane spingendo innanzi altre case estere concorrenti.

Quando si dispone di ottima rappresentanza sul posto si rende poi anche più facile aderire alle richieste di fido che vengono fatte dai vari clienti, il ché è oggi della massima importanza per la conclusione degli affari, giacché il rappresentante intelligente ed attivo sorveglia l'andamento dell'azienda del debitore e può tempestivamente intervenire per realizzare il credito od evitare la concessione di nuovi fidi.

In un fortissimo fallimento avutosi lo scorso anno a Costantinopoli, per citare un esempio, alcune ditte bene rappresentate per suggerimento dei loro agenti non hanno accettato le commissioni fatte negli ultimi tempi dalla ditta poi fallita e si sono trovate bene; altre invece, non tutelate come si conveniva dai propri rappresentanti, hanno subito perdite di milioni.

Pensiamo poi — e richiamiamo su questo punto tutta la possibile attenzione — che, oltre a curare la scelta dei rappresentanti, si renda molto utile una riorganizzazione su nuove basi del servizio della rappresentanza commerciale mediante preventive intese fra le ditte esportatrici italiane. Quelle di esse, cioè, che producono arti-

LA DISCUSSIONE

S. E. Di Crollalanza apre la discussione sulla relazione del prof. Viterbo. Vi partecipano dapprima il prof. Carli e il comm. Baraggioli.

Il prof. Carli si ferma a parlare su due punti essenziali: la questione dei prezzi CIF e la politica doganale del Governo. Sul primo punto sviluppa il concetto delle tariffe cumulative ferroviarie e marittime (unità di tariffe), applicate in Germania con risultati soddisfacenti. Sul secondo punto poi fa presente che sarebbe opportuno avviare uno studio preventivo sul trattato di commercio italo-turco; studio che dovrebbe essere fatto dalla « Italo-Orientale » in cooperazione con l'Ufficio Economico della Confederazione.

Prende poi la parola S. E. Banelli, rappresentante di Trieste, il quale, premesso che per la espansione economica dell'Italia nel Mediterraneo il mercato turco e quello rumeno rappresentano un grande sfogo per i nostri prodotti, esprime l'avviso che nelle nostre scuole commerciali debbano insegnarsi le lingue orientali moderne. Alla serie di prodotti che possono sempre meglio piazzarsi in Turchia aggiunge le posaterie e le coltellerie. Esamina particolareggiatamente la questione dei noli e delle tariffe ferroviarie, facendo alcuni utili raffronti con la politica tedesca di espansione commerciale. L'on. Banelli plaude infine molto cordialmente alla relazione della « Italo-Orientale », aggiungendo

che essa è, fra l'altro, un documento della particolare psicologia dei baresi, uomini avveduti, pratici, tenaci, rifuggenti dalle solite chiacchiere e da miraggi ingannatori.

L'on. Lantini dice che anche l'odierna discussione comprova che l'economia fascista è veramente la migliore economia, la più salda, la più omogenea, la più rispondente alle esigenze del nostro Paese. L'iufausto tempo della politica estera disgiunta dalla politica economica è trascorso per sempre. Nella concezione mussoliniana non vi sono compartimenti stagni. Così la politica estera di Mussolini è la premessa essenziale per l'espansione commerciale italiana in Oriente, ove la giovane Turchia Kemalista riafferma sempre più potentemente la sua maschia vitalità.

S. E. Di Crollanza, dopo aver dichiarato che a questa adunanza egli partecipa non per la sua veste ufficiale di Sottosegretario di Stato, ma solo quale Consigliere della « Italo-Orientale », che è orgoglio della sua Bari, esprime il convincimento che la Confederazione Nazionale dei Commercianti e il suo degno Presidente vorranno svolgere adeguata azione perchè le concrete aspirazioni emerse attraverso la relazione e la discussione siano tradotte in atto nell'interesse supremo del commercio italiano, a cui il Governo Fascista assegna nel quadro organico della sua complessa attività funzioni altissime, che involgono lo sviluppo e l'ascensione del Paese.

Quindi S. E. Di Crollanza si congeda, dovendo partecipare ad altra riunione al Ministero dei Lavori Pubblici. E l'adunanza continua sotto la presidenza dell'on. Lantini.

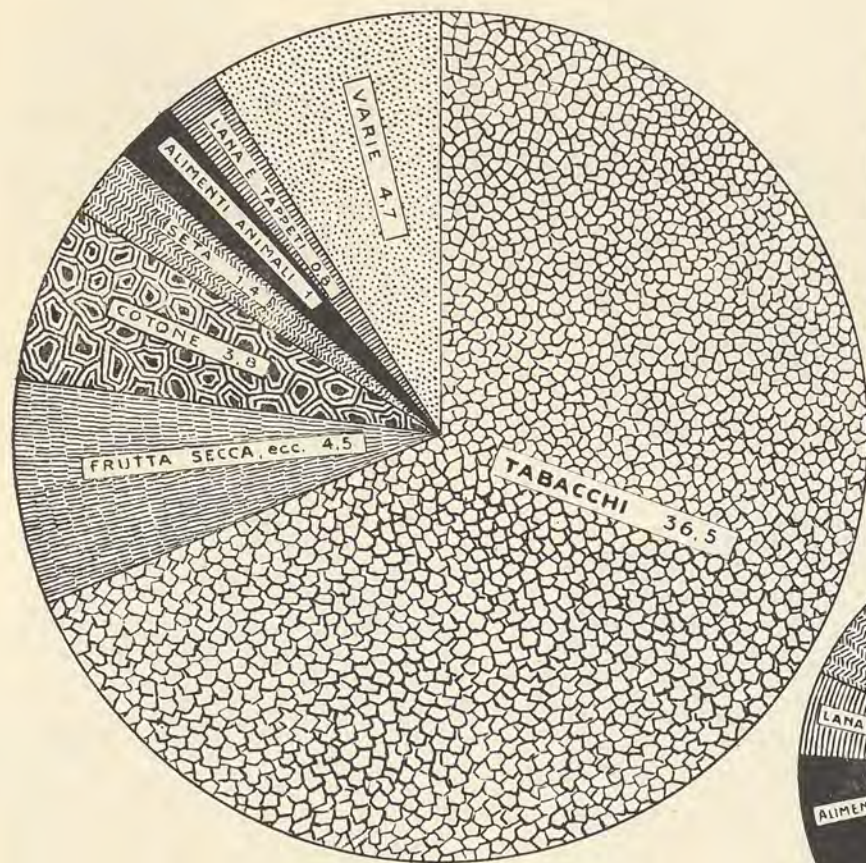
Il comm. Boccadifuoco, associandosi ai sentimenti di omaggio già espressi all'indirizzo della « Italo-Orientale » dichiara di approvare toto corde la relazione sul mercato turco e propone che, o a Roma presso la Confederazione o a Bari presso la « Italo-Orientale », abbia luogo una seconda adunanza per

discutere ancora più dettagliatamente tale relazione, nonchè l'altra sulla esportazione ortofrutticola nei mercati del Nord-Est.

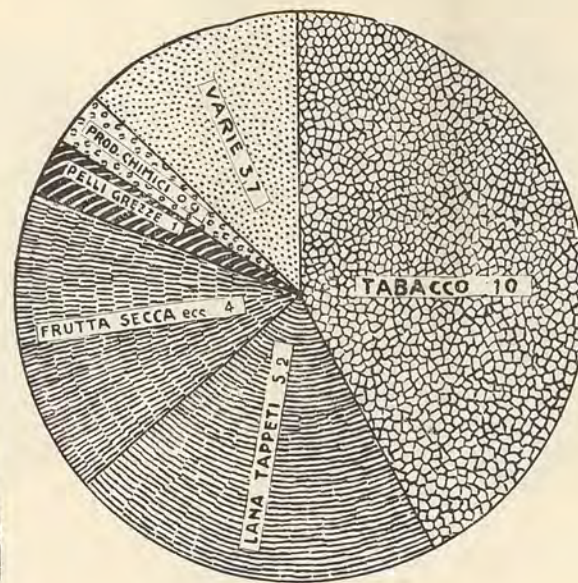
L'assemblea, all'unanimità, approva la relazione della Camera di Commercio Italo-Orientale di Bari su « IL MERCATO TURCO E LE NUOVE POSSIBILITÀ PER IL COMMERCIO ITALIANO ».

TAVOLE

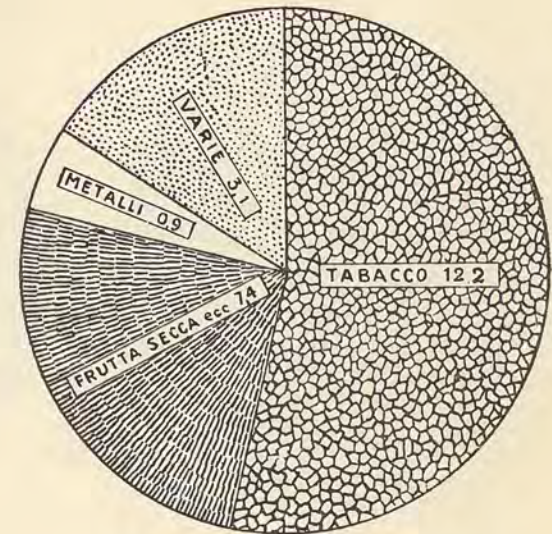
LE PRINCIPALI SUDDIVISIONI DEGLI SCAMBI TRA LA TURCHIA E GLI ALTRI STATI NEL 1926
LE ESPORTAZIONI DALLA TURCHIA



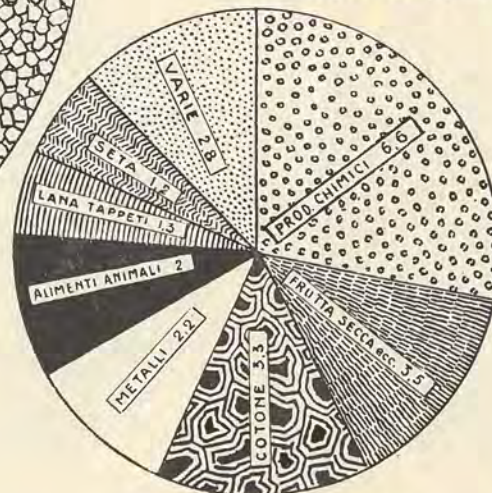
ITALIA 527 milioni



AMERICA 24,8 milioni



GERMANIA 23,6 milioni



FRANCIA 22.9 milioni



INGHILTERRA 21,2 milioni



GRECIA 8,4 milioni

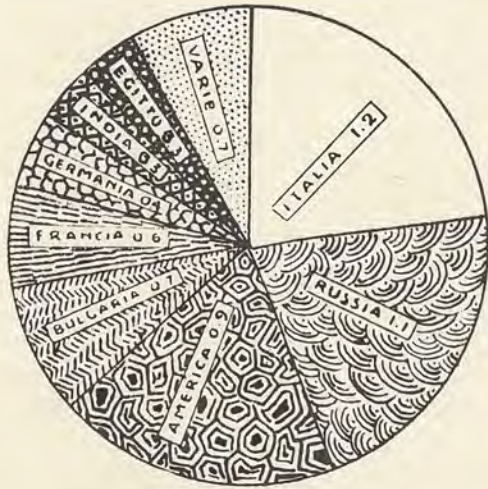


SIRIA 7,7 milioni

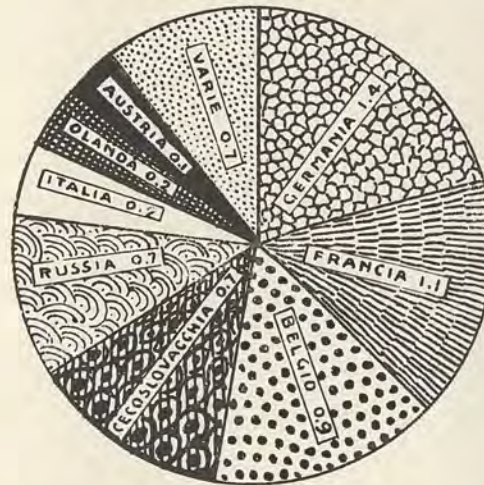


EGITTO 7,4 milioni

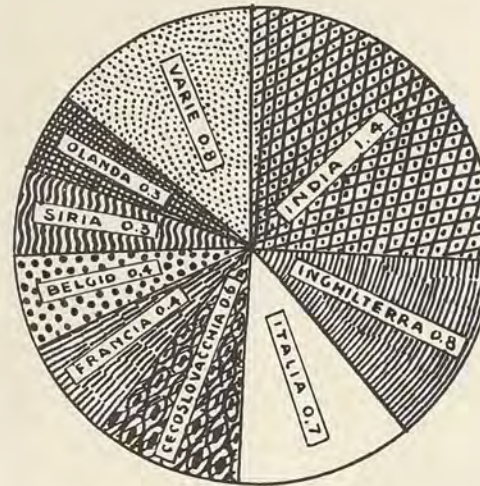
I PRINCIPALI PRODOTTI D'IMPORTAZIONE NEL 1926
LA PARTECIPAZIONE DEI VARI STATI



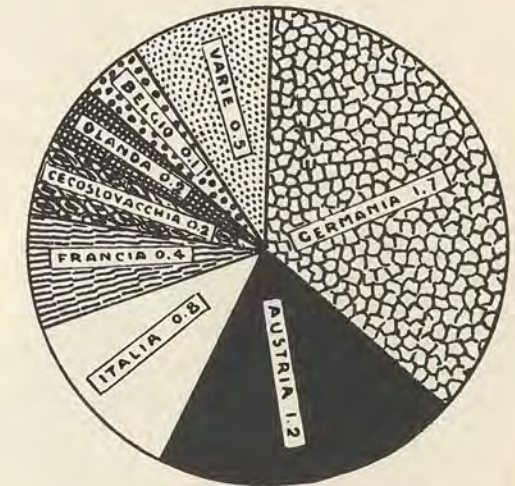
CEREALI E LORO PRODOTTI 6.1 milioni



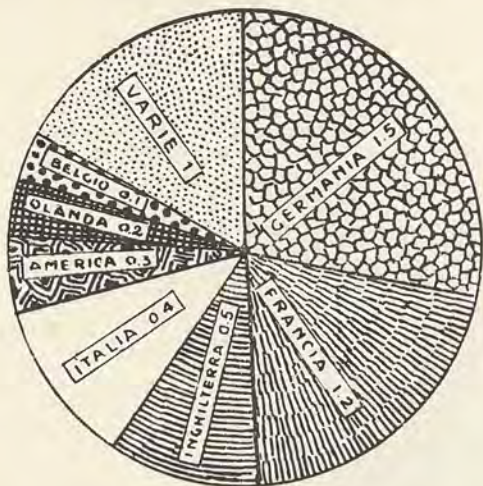
VETRI PORCELLANA-PIETRE 6 milioni



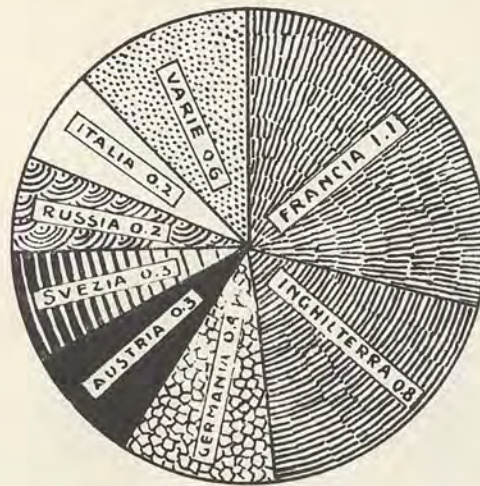
LINO CANAPA MANUFATTI 5.7 milioni



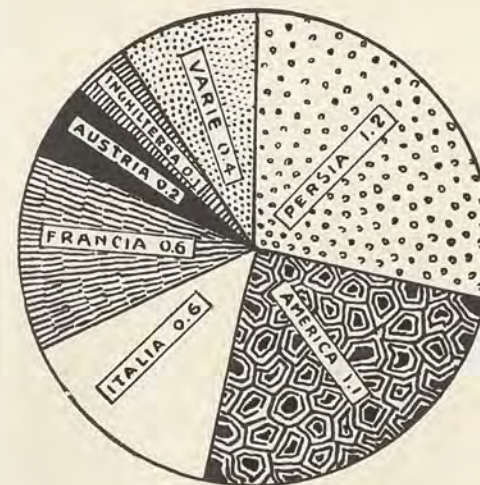
CARTA E APPLICAZIONI 5.2 milioni



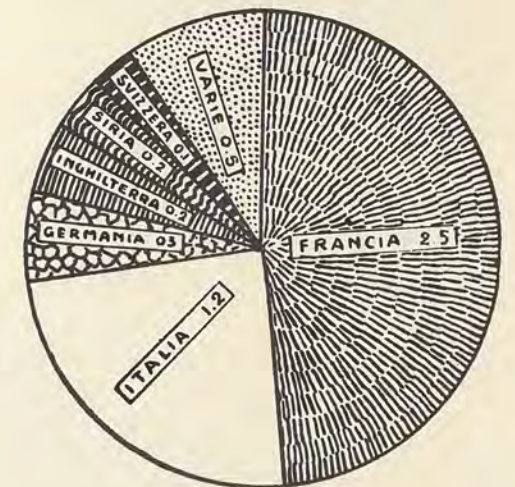
PRODOTTI CHIM. PROFUMERIE 5.2 milioni



GOMMA e LAVORI 3.9 milioni



CONFEZIONI 4.2 milioni



SETA 5 milioni