

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
MANUELA DAL LAGO

La seduta comincia alle 14,50.

(La Commissione approva il processo verbale della seduta precedente).

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Avverto che, se non vi sono obiezioni, la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche attraverso l'attivazione di impianti audiovisivi a circuito chiuso.

(Così rimane stabilito).

Audizione di rappresentanti di Unioncamere, Assocamerestero, Promos e rappresentanti del Ministero dello sviluppo economico.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, nell'ambito dell'esame delle proposte di legge C. 2793 Borghesi e C. 1938 Stefani recanti « misure per la promozione economica e dell'immagine turistica, commerciale e culturale dell'Italia all'estero », l'audizione di rappresentanti di Unioncamere, Assocamerestero, Promos e rappresentanti del Ministero dello sviluppo economico.

Do la parola al dottor Ferruccio Dardanello, presidente di Unioncamere.

FERRUCCIO DARDANELLO, *Presidente di Unioncamere*. Condividiamo assolutamente la decisione di questa Commissione di procedere ad un approfondimento su un tema così strategico ed importante, che il nostro Paese vive in questo momento, e che è legato a tutto il mondo

dell'internazionalizzazione. Cito soltanto un dato economico e statistico di queste ultime ore. Attualmente, in questa società, che vive un momento economico estremamente difficile, per quanto riguarda l'internazionalizzazione nessuna delle componenti che caratterizzano questo nostro grande mondo presenta numeri negativi. Quindi, l'internazionalizzazione diventa sempre più uno degli strumenti che servono al nostro Paese per poter meglio competere e per poter mandare nel mondo un'immagine di positività della nostra società e della nostra economia. Ai progetti di legge che attualmente sono all'esame di questa Commissione riteniamo di poter dare un contributo di esperienza, di quotidianità e di lavoro, che da tanti anni il nostro sistema mette a disposizione del Paese e dei sistemi economici.

Per raggiungere un obiettivo di maggiore efficienza, abbiamo bisogno logicamente che all'interno di questa nuova riorganizzazione che vogliamo dare al sistema dell'internazionalizzazione vi sia un forte contributo al coordinamento e alla razionalizzazione.

Siamo in un momento in cui ognuno può prendere la propria strada e scegliere le proprie strategie, creando a volte confusione sui mercati internazionali. Abbiamo perciò bisogno di coordinarci, di metterci insieme e di realizzare politiche che abbiano almeno due elementi fondamentali. Il primo è la necessità di tenere in conto le attribuzioni che sono state riconosciute alle regioni, le quali in questo ambito hanno una funzione fondamentale. In secondo luogo, saper leggere, insieme al mondo delle Camere di commercio, i bisogni che i territori esprimono e le potenzialità che hanno a disposizione. Mi riferisco ai processi di sussidiarietà, che

proprio nell'ambito del nuovo articolo 118 della Costituzione sono in qualche modo richiamati.

Come tutti sappiamo, il nostro è un sistema straordinario di piccole e medie imprese. Non c'è Paese che abbia una caratteristica come la nostra. In questi anni, grazie al prezioso lavoro che il sistema delle Camere di commercio ha saputo mettere insieme, abbiamo realizzato una *performance* che vede in questo momento oltre 200 mila piccole, piccolissime e medie imprese esercitarsi proficuamente sui mercati internazionali. A volte — purtroppo, ancora troppo poco sistematicamente — le imprese possono, in qualche modo, portare avanti il loro contributo sui mercati mondiali. Possiamo dire con orgoglio, e senza nessuna presunzione, che abbiamo avuto un riconoscimento proprio in queste ultime stagioni, in particolare con il decreto legislativo 15 febbraio 2010, n. 23, ovvero con il nuovo riconoscimento delle Camere di commercio.

Il sistema delle Camere di commercio è un grande e straordinario sistema, che comprende non solo le 105 Camere di commercio che programmano tutte le attività per lo sviluppo dell'imprenditoria, ma anche le 75 Camere di commercio italiane all'estero, le nostre ambasciate economiche — così ogni tanto ci piace chiamarle — e le 35 Camere di commercio miste. Si tratta, quindi, di un vero e proprio esercito, di una struttura in rete. Questo è l'altro grande concetto che probabilmente mancava in altre politiche, per dare veramente un supporto a questo nostro sistema, che nell'internazionalizzazione ripone molte delle speranze che il nostro Paese ha di risollevarsi e di continuare ad essere protagonista in ambito internazionale.

Il *made in Italy* è un *brand* straordinario, che crea emozioni, attese, sentimenti di positività e aspirazioni di essere consumato, conosciuto ed apprezzato. Questo è lo strumento sul quale abbiamo lavorato in questi anni, al quale dobbiamo assolutamente dare ulteriore concretezza, in uno spirito di nuova collaborazione, di forte aggregazione, con un sentimento di

partecipazione e anche di razionalizzazione. Il momento è difficile e le risorse sono anche meno rispetto al passato, ma gli obiettivi e le ambizioni sono assolutamente aumentati.

Basti pensare a cosa nel 2010 il sistema camerale italiano, nella sua accezione più ampia, ha saputo realizzare. Esso ha saputo mettere insieme circa 3 mila iniziative in ogni angolo del mondo, 1.200 delle quali sono state realizzate dal sistema camerale italiano e 1.700 da Assocamerestero, il cui vicepresidente è qui presente oggi; l'uomo prezioso che a Londra guida la credibilità del nostro sistema per fuori dalle nostre mura locali. Ebbene, si tratta di quasi 3 mila attività in un anno, quindi circa 10 iniziative al giorno, che in qualche angolo del mondo, vedevano le nostre Camere di commercio portare per mano anche quel piccolo imprenditore italiano, che senza la guida puntuale, apprezzata e sistematica delle Camere di commercio non avrebbe potuto affrontare i mercati internazionali e portare avanti le sue proposte. Le Camere di commercio italiane all'estero sono le nostre grandi ambasciate, come dicevo prima, usando un termine forse improprio. Esse sono strutturate in quasi 50 Paesi del mondo...

ALBERTO TORAZZI. Mi scusi, ma siccome abbiamo davvero pochissimo tempo, vorrei chiedere al presidente di ricordare che dobbiamo anche porre delle domande.

PRESIDENTE. I dati li conosciamo. L'onorevole Torazzi è il relatore della legge, e dunque è anche interessato a capire le eventuali perplessità.

FERRUCCIO DARDANELLO, *Presidente di Unioncamere*. Le Camere di commercio italiane, quali autonomie funzionali del nostro sistema, come ben sapete, erogano servizi alle imprese, proprio sulla base delle proprie risorse finanziarie, che non gravano sul bilancio dello Stato.

Quindi, anche le Camere di commercio italiane all'estero, che sono associazioni di diritto locali, svolgono attività fondate proprio sul contributo dei propri associati e

sulla vendita di servizi al mercato, ricevendo un contributo da parte del sistema camerale italiano. Lo Stato contribuiva e contribuisce in modo soltanto marginale — un contributo ulteriormente ridotto, purtroppo, negli ultimi anni — al loro funzionamento. Quindi, esse realizzano quelle condizioni che menzionavo poc'anzi e di cui abbiamo bisogno. L'occasione di oggi ci consente di sottolineare alcune necessità e taluni elementi che riteniamo importanti. In primo luogo, la valorizzazione delle informazioni alle imprese e la collaborazione degli enti. Il nostro sistema ritiene, anzitutto, che debba essere realizzato un efficace coordinamento tra i diversi soggetti preposti all'attività di internazionalizzazione. Mi riferisco ad ICE a SIMEST, SACE e alle Camere di commercio italiane e all'estero. In secondo luogo, quel rapporto forte e indispensabile con le regioni, che non può prescindere dalle competenze ad esse attribuite dalla stessa Costituzione.

Rileviamo l'esigenza che lo Stato intervenga per definire i principi fondamentali di questa materia. In altri termini, avvertiamo, come sistema radicato sui territori, la necessità che il *made in Italy* venga presentato nel mondo in modo unitario, che non vi siano iniziative che si assommino o che si riproducano, con un effetto che a volte può essere distorto e creare confusione.

Le Camere possono diventare — acquisendo, quindi, anche il ruolo assegnato agli uffici generali — lo strumento sul territorio, in grado di raccogliere le istanze delle imprese e programmare con le regioni iniziative da realizzare. Un altro elemento fondamentale è la definizione di programmi promozionali, stabiliti sulla base degli indirizzi del Ministero dello sviluppo economico, come noi auspichiamo. Inoltre, il nostro sistema ritiene assolutamente indispensabile e utile una funzione di indirizzo che il Ministero dello sviluppo economico voglia dare in questa direzione.

L'esperienza di altri Stati può essere un utile riferimento per queste politiche. In Spagna, ad esempio, i programmi promozionali sono definiti a livello centrale, ma sulla base dei fabbisogni espressi dai ter-

ritori locali. In Francia, alle Camere di commercio è assegnato il compito di identificare i potenziali esportatori, e alle Camere di commercio all'estero il ruolo di fornire i servizi che occorrono. In conclusione, la proposta che noi vorremmo far emergere da questo iter è innanzitutto quella di razionalizzare le iniziative e in seguito anche la rete ICE in Italia, anche assegnando eventualmente alle Camere di commercio compiti e funzioni degli uffici regionali dell'istituto, in stretta collaborazione col sistema delle regioni.

D'altra parte, le Camere di commercio all'estero potrebbero agire sempre meglio anche in sussidiarietà con l'ICE e con gli uffici commerciali delle ambasciate. Quindi, occorrono collaborazione e razionalizzazione.

Inoltre, credo che la legge debba opportunamente riconoscere, sulla base del lavoro che facciamo già oggi e che continueremo a svolgere nel 2011 e negli anni a venire, il ruolo della rete delle Camere di commercio italiane e italiane all'estero, che crediamo rappresenti un prezioso valore, al quale affidare tanti compiti di valorizzazione della nostra economia e del sistema dell'*export* italiano.

PRESIDENTE. Grazie, dottore Dardanella. Do la parola al rappresentante di Assocamerestero, Leonardo Simonelli e quindi al direttore di Promos, Pier Andrea Chevallard.

LEONARDO SIMONELLI, Vicepresidente di Assocamerestero. Il dottor Dardanella ha già parlato molto delle Camere di commercio. Io mi limito a dire che la nostra forza risiede nella possibilità di mettere insieme all'estero le energie italiane.

In Gran Bretagna — per citare un esempio — ci sono 700 sussidiarie di aziende italiane. Noi siamo in contatto con esse, ed è proprio tramite i nostri soci che riusciamo spesso a facilitare l'ingresso o comunque gli affari di nuovi italiani.

Siamo relativamente fortunati, perché è facile collaborare, anche con l'ambiente che ci ospita. Abbiamo molti soci inglesi,

perché la distinzione poi si assottiglia. Prima di me erano presidenti delle Camere Lord Forte e il cavaliere del lavoro Coen, ovvero persone che si sono affermate e che, un po' come me, hanno mantenuto questo affetto forte per l'Italia. Io sono stato molto all'estero, però credo di non essere mai mancato da questo Paese per più di un mese continuativo, proprio perché ci sono molte possibilità di collaborazione. È facile, come diceva Dardanello, fare sistema.

Noi abbiamo addirittura creato una *partnership*, che include ambasciata, ICE, ENIT e l'Istituto italiano di cultura. Insieme cerchiamo alleanze anche con altri Paesi; siamo, infatti, anche soci di tutte le Camere straniere in Gran Bretagna. A mio parere, è importante creare delle sinergie e comunicare il più possibile, in un mondo che vede le nostre imprese piccole e che pone la necessità di aiutarle e coordinarle.

Naturalmente, è importante soprattutto la collaborazione con le Camere italiane, che sono i caselli di entrata, mentre noi rappresentiamo un po' i caselli di uscita. L'importante è essere su tutto il territorio. La Camera di commercio di Londra è presente ad Edimburgo, Liverpool, Glasgow e Cardiff, perché non ci si può limitare ad operare dalla capitale su tutto il territorio.

PIER ANDREA CHEVALLARD, *Direttore di Promos*. Innanzitutto, grazie per l'invito. Ricordo che la Promos è un'azienda speciale della Camera di commercio di Milano, che ha due linee di attività fondamentali: il supporto all'internazionalizzazione delle nostre piccole imprese e l'attrazione verso Milano di risorse provenienti dall'estero, vale a dire investimenti, flussi turistici e capitale umano. Sul primo fronte, la Promos ha come utenti fondamentalmente piccole e micro imprese. Nel corso del 2010, abbiamo accompagnato sui mercati internazionali circa 2 mila imprese, di queste l'82 per cento aveva meno di 50 addetti e il 40 per cento meno di 10 addetti. Questo è un elemento rilevante, perché sta a rappresentare l'importanza della presenza sul

territorio e del radicamento delle Camere di commercio, insieme alle associazioni imprenditoriali, sul territorio e la capacità di svolgere questa funzione.

Sul piano del *marketing* territoriale voglio solo ricordare alcuni elementi. Nel corso del 2010, grazie all'attività della Promos si sono insediate a Milano una ventina di nuove aziende, che hanno generato qualche centinaio di nuovi posti di lavoro.

A questo si affianca poi un'attività di respiro più ampio, che vede da un lato la collaborazione con l'Expo. La Camera di commercio di Milano è stata uno dei promotori della candidatura dell'Expo, ha affiancato gli altri enti locali nella candidatura ed è socio della società di gestione Expo 2015. Promos è parte attiva nel sostenere la dimensione internazionale dell'Expo.

L'altra grande attività è rappresentata dalla cabina di collaborazione locale con la Fiera di Milano, con cui stiamo per costituire una società per la commercializzazione all'estero degli spazi di Fiera Milano e per la promozione dell'attività congressuale.

La Promos opera sostanzialmente in stretto accordo in primo luogo — l'hanno già ricordato i presidenti Dardanello e Simonelli — con la rete delle Camere di commercio italiane e delle Camere di commercio italiane all'estero.

A livello locale, da alcuni anni è operante l'accordo di programma con la regione Lombardia, nel cui contesto si sviluppano le azioni della Promos. Tale accordo, nel corso degli ultimi anni, ha destinato alle politiche per l'internazionalizzazione, promosse delle Camere di commercio della regione Lombardia, circa 50 milioni di euro, finalizzati a favorire la presenza delle nostre imprese sui mercati internazionali. Affianco a questo accordo di programma, Promos è uno dei soggetti attuatori dell'accordo di programma a livello nazionale — già ricordato — col Ministero dello sviluppo economico e con l'Associazione delle Camere di commercio

italiane all'estero ed ha un'intensa attività di collaborazione con l'Istituto per il commercio estero.

Voglio ricordare che per quanto concerne l'articolazione dei ruoli sul territorio, in termini di presenza della Promos sul territorio e di presenza in numerosi Paesi esteri della rete dell'ICE, oggi la Promos è uno dei maggiori utenti dei servizi dell'Istituto per il commercio estero.

PRESIDENTE. Prima di dare la parola ai colleghi, vorrei fare anch'io una domanda. Lei rappresenta Milano, e poi abbiamo le Camere di commercio. Delle due proposte di legge in esame, una ritiene che l'ICE dovrebbe passare sotto il controllo del Ministero degli esteri, perché in tal modo sarebbe maggiormente operativo. L'altra proposta di legge, invece, mira a razionalizzare e diminuire il numero di enti che si interessano di promozione economica delle aziende italiane all'estero e di promozione turistica.

Ascoltando le vostre relazioni, mi pare di aver compreso che più che altro parlate di una collaborazione tra enti. Ebbene, non ritenete che in Italia, invece, esistano oggi troppi enti che si interessano di promozione economica? Inoltre, vorrei sapere chi eventualmente, a vostro giudizio, dovrebbe in particolare seguire la promozione economica. Insomma, vi chiedo se non riteniate che essendo questi enti troppo numerosi, nonostante la volontà di collaborazione, poi ognuno finisca per avere il suo pensiero, credendo di essere più collaborativo degli altri. Questo potrebbe essere il motivo per il quale forse noi aiutiamo meno le nostre imprese, rispetto ad esempio a quel che fa la Germania con le proprie.

Do ora la parola ai colleghi che vogliono intervenire per porre domande o formulare osservazioni.

ALBERTO TORAZZI. Chiedo, presidente, se le risposte dei nostri ospiti, come consuetudine, possano essere date anche in forma scritta, in modo che sia più agevole il loro eventuale utilizzo.

Vi sono due proposte di legge. La prima, ovvero la proposta C. 1938 Stefani, prevede di porre l'ICE sotto il controllo del Ministero degli esteri. Credo, invece, di aver capito che voi pensiate sia importante il coordinamento del Ministero dello sviluppo economico. Quindi, vorrei da voi posizione chiara, perché fare dobbiamo fare un intervento normativo. Voi siete attori molto importanti e il vostro parere, secondo me, è fondamentale. Dunque, vi pregherei di dire se preferite che l'ICE rimanga sotto il controllo del MiSE, oppure se siete favorevoli esso passi alla competenza del Ministero degli affari esteri.

La seconda domanda riguarda, invece, l'incrocio tra le due proposte di legge. Infatti, la proposta C. 2793 Borghesi tocca molti aspetti, ma è un po' farraginoso per il fatto che sembra voler mettere le Camere di commercio, che sono delle associazioni di diritto privato, sotto un apparato pubblico, piuttosto che limitarsi a prevedere un maggiore coordinamento.

Invece, nel caso della proposta di legge C. 1938 Stefani, si prevede anche, nell'ambito del passaggio sotto il Ministro degli esteri - la domanda deriva da questo - di rilanciare lo sportello Italia. Nello sportello Italia fondamentalmente c'è molto dello spirito della proposta Borghesi, vista in maniera più organica.

Non so se avete avuto modo di leggere la proposta di legge C. 2793 Borghesi, altrimenti per me va benissimo una risposta scritta in un secondo tempo. In ogni caso, vorrei sapere se siete favorevoli ad un'organizzazione come quella individuata in questa proposta, o se invece secondo voi valga la pena di lanciare lo sportello Italia, e quali sono i passaggi che, a vostro giudizio, mancano. Queste sono domande che pongo a tutti e tre. Invece, per quanto riguarda la posizione di Assocamerestero, mi interessa avere dettagli sulla *partnership* che avete costruito, ovvero quali sono i punti di forza e di debolezza del lavoro che avete realizzato, dal momento che avete esperienza diretta su quello che sarebbe poi anche lo scopo della legge.

GABRIELE CIMADORO. Noi abbiamo già audito diversi soggetti, anche molto utilmente. Nel corso di tali audizioni, abbiamo capito che c'è qualcosa che non funziona. Voi fate tutti appello — mi pare di capire — alla collaborazione, all'unitarietà e alla razionalizzazione dell'attività degli enti attualmente operanti nel settore della promozione all'estero delle imprese, in modo da renderla più efficace. Questo lo abbiamo percepito da parte di tutti.

Vorrei, tuttavia, ribadire la domanda posta dal presidente e dallo stesso collega Torazzi. Probabilmente, quello che uscirà dal lavoro di questa Commissione sarà la previsione di una sorta di cabina di regia che, stabilito che debba essere presso il Ministero degli esteri o il Ministero dello sviluppo economico — io riterrei più opportuno che fosse il Ministero dello sviluppo economico — resta comunque una cabina di regia. Ebbene, se fosse possibile avere da parte vostra osservazioni, anche critiche riguardo agli enti che insieme si occupano dello stesso problema, visto che voi siete un soggetto — ciò potrebbe servire anche a noi per prendere una decisione più ragionata. Questa è la vicenda dirimente della nostra questione, dopodiché le due proposte possono combinarsi insieme ed avere entrambe lo stesso obiettivo.

Da ultimo, le 3 mila iniziative che voi realizzate all'anno, dottor Dardanella, in cosa consistono? Si tratta di contatti, manifestazioni, fiere o programmi?

FERRUCCIO DARDANELLO, *Presidente di Unioncamere*. Si tratta di un *mix* di iniziative...

PRESIDENTE. Scusate, quando voi parlate di diritto privato, loro si riferiscono al funzionamento delle camere di commercio che sono enti pubblici dotati di autonomia funzionale. Questo è scritto chiaramente nella legge, e si tratta di una delle variazioni volute, a suo tempo, da Danilo Longhi. Dunque, siete enti di diritto pubblico, ragion per cui quando i colleghi parlano di diritto privato, in realtà si riferiscono alla metodologia di operatività.

RAFFAELLO VIGNALI. Pongo brevemente alcune domande. Già da un po' di anni l'ICE è posto funzionalmente sotto la regia del Ministero degli affari esteri e delle ambasciate, mentre prima non era così. Vorrei capire, dal punto di vista della vostra esperienza, quale utilità ciò abbia portato.

Inoltre, per esperienza nel campo dell'accompagnamento delle imprese verso l'internazionalizzazione, io tendo a preferire il mosaico, rispetto al monolite, perché nella realtà può funzionare meglio un ente, piuttosto che un altro. Ebbene, anche ai fini di una maggiore efficacia per le imprese, in particolare per le PMI, vi chiedo se non sarebbe utile — poi che ci sia uno sportello unico va bene — ragionare in termini di domanda più che di offerta, quindi lasciando che siano le imprese a scegliere chi le aiuta di più.

ANNA TERESA FORMISANO. La vostra è una delle tante audizioni che stiamo facendo nell'ambito delle proposte di legge in discussione. Io ho una sensazione che vorrei condividere con voi, poi ci farete avere le vostre risposte scritte.

Mi riferisco all'idea di una sorta di doppione, per non dire di *tris*, che include l'ufficio dell'ICE, l'ufficio delle ambasciate per il commercio estero e poi la vostra associazione, che ha delle sedi strutturate. A questi organismi aggiungerei anche altri, perché ci sono, per esempio, le associazioni degli emigranti all'estero, che conosco molto bene — avendo avuto un pregresso ruolo di assessore regionale — che svolgono, con le loro sedi, una funzione per gli italiani all'estero. Ebbene, di fronte a tutti questi enti, che hanno teoricamente lo stesso obiettivo, non ritenete giusto fare un lavoro di squadra, anche dal punto di vista delle risorse? Infatti, una cosa è il Ministero degli affari esteri, altra cosa è il Ministero dello sviluppo economico. Inoltre, ci sono ancora i fondi che arrivano dalle regioni agli uffici degli italiani all'estero, e poi c'è il doppione degli uffici regionali. Certo, ogni regione si occupa di promuovere i prodotti del suo territorio, però il nostro scopo — e credo anche il

vostro — in questo momento di crisi generalizzata, dovrebbe essere quello di ottimizzare al massimo l'utilizzo delle risorse che abbiamo a disposizione. Dunque, vi chiedo una risposta su questo tema, per farci capire come operare al meglio, non in un'ottica di dicotomia, ma di collaborazione, perché vogliamo raggiungere lo stesso scopo, ovvero aiutare le imprese italiane che vogliono andare all'estero e viceversa. Abbiamo saputo, per esempio, che ci sono 17 uffici ICE nella nostra penisola e ci siamo chiesti più volte quale fosse il loro ruolo, dal momento che è oggetto di mistero. Quindi, stiamo lavorando anche su questo profilo. Francamente, non vedo la necessità di una presenza di 17 uffici sul territorio nazionale.

ANDREA LULLI. Io mi associo alle domande del collega Vignali.

PRESIDENTE. Mi scuso moltissimo, ma sono quasi le 15,30, quindi chiederei ai nostri ospiti di inviare in un documento le risposte scritte, che oltretutto in tal modo potranno essere più elaborate, così da aiutare noi e, in particolare, il relatore nella fase finale della redazione del testo unificato delle proposte di legge in discussione.

Ringrazio i nostri auditi e dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 15,30.

IL CONSIGLIERE CAPO DEL SERVIZIO RESOCONTI
ESTENSORE DEL PROCESSO VERBALE

DOTT. GUGLIELMO ROMANO

*Licenziato per la stampa
il 13 maggio 2011.*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO

