

Commissione degli organismi maggiormente coinvolti nel settore della promozione all'estero.

VINCENZO LENUCCI, *Responsabile segreteria tecnica della Confagricoltura*. Intendevo questo, ovviamente, non una consultazione pletorica o troppo impegnativa. I nostri punti fermi sono quelli di salvaguardare le specificità e le esigenze del mondo imprenditoriale, di razionalizzare anche con le sinergie utili che possono fuori essere messe in campo. Promuovere un prodotto all'estero con a fianco una strategia turistica a noi fa solo piacere. Vi è necessità di integrare tutti i soggetti, tra cui anche Buonitalia, quello più vicino a noi e con cui siamo abituati interagire — anche se poi abbiamo avuto pochi contatti — mettendo in campo anche, me lo consenta, un briciolo di coraggio. È vero che ci sono la Costituzione, le deleghe e le competenze da rispettare ma, se siamo tutti d'accordo a rimettere in discussione alcune piccole questioni, *cum grano salis* e con gradualità...

PRESIDENTE. L'onorevole Lulli ha ragione. C'è stata una riforma costituzionale e questo è un Paese che vuole andare in modo sempre più spinto verso il federalismo.

MASSIMO DE BERNARDI, *Consigliere dell'associazione Reparto produzione*. Sono d'accordo con quanto ha detto l'onorevole Lulli. Probabilmente il problema non è che questi enti non funzionano, ma, da piccolo imprenditore che ha cominciato a partecipare alle fiere nel 1997 in giro per il mondo, posso affermare che non c'è un'azione coordinata. Non è vero che gli enti non sono funzionanti, ma manca un'azione veramente coordinata. Io produco tessuti e ho visto fiere in cui espongono i tessutai di Prato con un loro *stand* e una loro Camera di commercio, quelli di Varese e via elencando. Trovo indispensabile un dipartimento che coordini questi aspetti.

PRESIDENTE. Ciò dipenderà anche dalla capacità degli imprenditori e delle camere di commercio di parlarsi tra di loro, in modo da superare i problemi che poneva l'onorevole Lulli.

Vi ringrazio. Attendiamo le vostre ulteriori proposte per iscritto.

Do infine la parola al dottor Giuseppe Tripoli, capo del dipartimento per l'impresa e l'internazionalizzazione del Ministero dello sviluppo economico.

GIUSEPPE TRIPOLI, *Capo dipartimento per l'impresa e l'internazionalizzazione del Ministero dello sviluppo economico*. Grazie, presidente. Sarò estremamente sintetico, anche perché temo che il tempo per queste audizioni è praticamente esaurito. La ringrazio perché la Commissione ha voluto ascoltarci.

Svolgerò alcune considerazioni *flash*, a cominciare dal tema dell'internazionalizzazione per le imprese e per l'economia italiana. Che le imprese si internazionalizzino di più e siano di più sui mercati esteri in tutte le diverse forme che ciò comporta — non solo l'aspetto commerciale, ma anche quello di presenza industriale, di collaborazione sulla tecnologia e di *joint venture* — in questa fase è, e probabilmente lo sarà a lungo, uno dei *driver* della nostra economia. In questo momento purtroppo è l'unico che sta trainando l'economia italiana. Dico «purtroppo» perché l'altro *driver* di un grande mercato come quello italiano è la crescita del mercato interno, ma in questa fase l'internazionalizzazione è il fattore che trascina di più la crescita. Dal punto di vista territoriale, laddove vi sono imprese fortemente internazionalizzate e con una presenza sui mercati internazionali, vi è stata una crescita più veloce e più rapida del PIL, con tutto ciò che questo comporta anche in termini di crescita dell'occupazione, di presenza più radicata sul territorio e di indotto.

Nell'ambito di questa considerazione, cioè che l'internazionalizzazione per un Paese come l'Italia potrà pesare di più o di meno, ma che sicuramente resterà sempre uno dei grandi fattori di crescita, vorrei rilevare che il nostro sistema ha una caratteristica particolare: abbiamo un sistema spostato verso la dimensione micro, piccola e media. All'interno di questa dimensione, con poche grandi e grandis-

sime aziende, siamo riusciti nel miracolo, come Paese, di stare nei mercati internazionali, di rimanere in questa fase di crisi il secondo Paese esportatore nel settore manifatturiero, dopo la Germania, e di avere una base manifatturiera costituita da questa realtà di milioni — perché si tratta di milioni — di dimensioni aziendali molto piccole. All'interno di questi milioni di realtà aziendali molto piccole c'è una fascia stimata in circa 170-180 mila imprese, la grandissima parte delle quali — tenete conto che il 99,9 per cento si possono definire micro, piccole e medie imprese, di cui il 94 per cento sono micro e piccole imprese; in proporzione alle 180 mila considerate sono coinvolte soprattutto quelle manifatturiere e artigiane, il che è un tema relativo ai servizi — ogni anno compie operazioni con l'estero, di cui circa 10 mila in modo stabile.

Il primo tema che una politica di internazionalizzazione deve porsi è quello di far sì che il numero di imprese che compiono operazioni stabili con l'estero e che hanno l'estero come dimensione ordinaria non sia più di 10 mila, ma più alto, e che il numero di quelle che si accostano al tema del mercato internazionale da 180 mila possa ulteriormente crescere. Noi abbiamo visto (ma ve lo hanno confermato le considerazioni che abbiamo sentito oggi e immagino anche le dichiarazioni delle audizioni precedenti, oltre alla conferma fattuale in sé) che un'impresa che si internazionalizza non solo vede crescere il proprio fatturato, dal momento che, se apre al mercato, aumenta il suo fatturato, ma tendenzialmente si dota — o ha l'esigenza di dotarsi — anche di personale qualificato, di fare della difesa della propria realtà industriale un tema forte e di avere un rapporto diverso con la finanza. Concludo la prima riflessione affermando che il tema dell'internazionalizzazione non riguarda come si presenta l'Italia all'estero — un secondo tema che affronterò più avanti — ma politiche, scelte, interventi e iniziative per le imprese costituite da questo sistema che ho citato; si tratta di interventi e di iniziative che si attuano sul territorio. Il raccordo con le realtà che

operano sul territorio è fondamentale ed è quello che, come MiSE, stiamo percorrendo, nel rispetto ovviamente delle competenze costituzionali. Non si tratta di un coordinamento delle regioni, ma di un raccordo con le regioni, cercato, peraltro, dalle stesse regioni sempre di più, perché ci siano, per esempio, iniziative condivise e congiunte e si individuino settori su cui puntare. Si tratta anche di un raccordo con le camere di commercio che operano sul territorio per evitare il fenomeno che è stato molto pesante negli anni delle vacche grasse, per cui si sono registrate presenze pluriformi degli stessi territori sui medesimi Paesi esteri, fenomeno che attualmente si è sicuramente ridotto. Si deve realizzare un raccordo più forte con le associazioni imprenditoriali perché si individuino i settori su cui puntare in modo più collegato e coordinato. Si devono, quindi, aiutare le imprese nel territorio in cui operano in Italia, dove hanno avuto la loro matrice. Non dimentichiamo che la gran parte delle imprese italiane, anche quelle coi grandi *brand*, sono nate spesso dal lavoro artigiano, da operai qualificati che si sono messi in proprio. Noi non abbiamo un modello di impresa come altri Paesi, in cui alcuni fondi investono su *manager* che mettono su le aziende. Il grosso delle nostre aziende è nato dal « saper fare » dei privati, degli artigiani, degli operai qualificati, quindi dal rapporto con la scuola che formava operai qualificati che facevano un'esperienza in azienda e si mettevano in proprio. La presidente ha citato più volte Vicenza e il Veneto e credo che questa sia l'esperienza anche di quel territorio, oltre che di tanti altri territori italiani. Come realizzare tutto ciò? Credo che siano almeno quattro le leve su cui si può lavorare. Non esiste un decalogo, ma ci sono alcuni strumenti che noi abbiamo ritenuto utili. Uno è quello delle reti per far crescere la potenzialità delle micro, piccole e medie imprese ad andare all'estero. Le reti sono uno strumento messo a disposizione delle imprese perché si dotino, quando sono troppo piccole e non hanno la possibilità di farlo in proprio, di figure

manageriali, che insieme possono pagare, che da sole non potrebbero assumere e che possono intrattenere per un gruppo di aziende e in modo stabile un'azione di contatto con i mercati esteri. È un fenomeno che sta accadendo. Fino alla scorsa settimana erano ancora poche, ma il fenomeno sta crescendo. Erano circa 200-210 le aziende iscritte con contratto di rete regolare sul registro delle imprese delle camere di commercio. Sono sia dello stesso settore, sia di settori diversi, ma caratterizzate dall'obiettivo di acquisire all'interno della rete una capacità professionale che da sola ciascuna impresa desidererebbe, ma che non è in grado di avere.

In secondo luogo, occorre far crescere la cultura aziendale, perché una piccola azienda deve conoscere il mercato verso il quale può muoversi, deve conoscerne i rischi, deve sapere che cosa deve avere per competere. Il nostro sistema è basato molto su una cultura « fai-da-te », che ci ha garantito in questi anni. Oggi non è più sufficiente il « fai-da-te ». Occorre avere un livello, che io chiamo culturale, anche di visione e di conoscenza della complessità dei problemi, perché un conto è esportare, come si era sempre fatto, in mercati piuttosto vicini e noti, come i mercati dell'Europa e quelli degli Stati Uniti, un altro è affacciarsi su mercati molto più lontani, dove gli strumenti di conoscenza che si devono avere sono molto più sofisticati.

Il terzo tema è la finanza, su cui stiamo provando a intervenire in diversi modi. Uno degli strumenti con i quali interveniamo è citato, per esempio, nei disegni di legge della Simest, la quale ha effettuato alcune operazioni di partecipazione a imprese che vogliono andare all'estero. Per carità, ne ha sbagliate anche alcune, ma ha aiutato molte altre imprese a compiere operazioni che altrimenti non avrebbero avuto la forza finanziaria per effettuare.

Il quarto strumento che ci sembra importante è il contatto con l'impresa, tra impresa e impresa, tra impresa e possibili acquirenti, tra impresa e *buyer*. Abbiamo visto che è utilissimo attuarlo sia andando

all'estero, sia ospitando in Italia con l'*in-coming*. Abbiamo compiuto operazioni interessanti con cui, per esempio, abbiamo sostenuto anche studenti degli ultimi anni di facoltà tecnologiche, come ingegneria, a effettuare segmenti dell'ultima fase del loro percorso di lavoro in Italia, perché ciò li aiuta a conoscere le imprese italiane quando saranno fuori.

All'impresa serve conoscere in concreto, non in astratto, e avere il contatto in concreto e non in astratto. Noi abbiamo riorientato tutte le missioni che compiamo direttamente, attraverso l'ICE, e quelle che costruiamo insieme con le associazioni, con le regioni e con le camere di commercio verso operazioni di *business to business* (B2B). Occorre meno rappresentanza generale e diffusa e più possibilità di incontro B2B. Le aziende lo apprezzano.

Tutto ciò va svolto nel rispetto dei limiti legislativi, istituzionali e costituzionali, ma creando i raccordi necessari. Ormai ce ne siamo accorti tutti, comprese le regioni e le associazioni, senza raccordi operativi su obiettivi condivisi, non imposti né diversificati, non si può pensare di raggiungere risultati soddisfacenti.

Un altro tema è quello della promozione estera. Opererei anche in quest'ambito una distinzione tra una promozione dell'immagine Italia, che oggi è trapelata in alcuni interventi e su cui desidero fare una sottolineatura, e la promozione degli aspetti di cui stiamo parlando, cioè delle imprese e di ciò che rappresenta il sistema produttivo italiano.

Per quanto riguarda l'immagine dell'Italia, al di là degli aspetti del turismo, su cui, anche come Ministero dello sviluppo economico, non abbiamo molto da dire, credo che vada molto sottolineato il fatto — ritengo che sia una considerazione sotto gli occhi di tutti — che l'immagine di un Paese oggi è determinata da tanti elementi, non solo dal fatto che si decida una campagna promozionale, ma anche dal fatto che essa sia presente nei film e che i prodotti abbiano *brand* apprezzati. Quando si nomina un *brand* e lo si associa a un Paese, immediatamente all'immagine positiva del *brand* si associa

anche l'immagine positiva del Paese. Un prodotto che non ha il *brand*, ma è apprezzato, funziona ugualmente. Ci sono poi tutti gli strumenti televisivi. Tutto questo contribuisce all'immagine di un Paese e per noi è importante, perché il *made in Italy* si regge sulla qualità, sull'eccellenza e sul *know-how*, ma anche sul fatto che il prodotto venga apprezzato dai consumatori.

PRESIDENTE. L'importante è che l'Europa non ci tolga il *made in Italy*. Lo faccio notare a voi come Ministero: dovete darvi da fare per difenderlo, perché il *made in Europe* non è il *made in Italy*.

GIUSEPPE TRIPOLI, *Capo dipartimento per l'impresa e l'internazionalizzazione del Ministero dello sviluppo economico*. Ci stiamo impegnando, presidente, perché sappiamo bene che dire *made in Europe* significa mettere in un unico calderone tutte le diverse produzioni.

Il nostro Ministero è molto impegnato nella battaglia del *made in*, perché tutti i prodotti che vengono da fuori Europa, come peraltro accade negli Stati Uniti, in Giappone, in Canada e in Russia, siano segnalati come prodotti all'estero. Stiamo compiendo alcune sperimentazioni che il Parlamento ha previsto nelle leggi sulla tracciabilità. Il Parlamento ha autorizzato quella volontaria, perché ogni prodotto tessile o calzaturiero preveda le indicazioni relative al luogo in cui vengono svolte le diverse fasi della produzione.

Per quanto riguarda la promozione all'estero delle imprese, abbiamo trovato che dentro la rete dell'ICE, come in ogni rete pubblica, ci sono livelli di professionalità alta e di professionalità meno alta. Tutti hanno, però, una specializzazione, quella di essere rivolti alle imprese. Tendenzialmente stiamo cercando di adoperarci perché siano sempre più orientati verso le piccole e medie imprese.

L'orientamento tradizionale del nostro Paese era quello di dare supporto, laddove fosse stato richiesto, il che accadeva raramente, alle grandi imprese. Le piccole imprese hanno bisogno molto spesso di

contatti che solo una persona dedicata al tema, che non può essere chi ha nel suo *background* una carriera di altro tipo, come quella di rappresentante dell'Italia all'estero, di rappresentanza politica, economica e istituzionale dell'Italia all'estero, possiede. Stiamo lavorando perché ci sia un raccordo e perché non ci siano divergenze tra le presenze dell'ICE e delle ambasciate. Peraltro, la legge n. 300 attribuisce già al Ministero degli affari esteri un compito di raccordo complessivo della presenza italiana all'estero.

Come stiamo lavorando? Ogni sforzo che si compie porta via tempo e fatica, però, per darvi un dato, in 41 località l'ufficio ICE è già interno all'ambasciata, perché l'orientamento di creare il più possibile un raccordo con il sistema delle ambasciate fa già parte dei nostri obiettivi ed era uno dei principi nella bozza di decreto legislativo che avrebbe dovuto essere emanato sulla base della legge n. 99 del 2009. Si tratta di un raccordo funzionale e operativo, ma con un'autonomia di gestione. Un altro tema che riguarda la presenza all'estero è che ci siano punti che permettano di creare un collegamento delle diverse reti presenti all'estero. Una grande rete è quella delle banche, un'altra quella dell'ICE e un'altra ancora quella delle camere di commercio italiane all'estero, oltre alle altre che voi avete citato.

Il fatto che l'ICE rimanga sotto la direzione completa del MISE, del Ministero dello sviluppo economico, è richiesto essenzialmente per due motivazioni. Una è che quello dell'internazionalizzazione delle imprese è un tema che parte dal territorio italiano e che si costruisce sul territorio italiano. L'ICE deve avere un rapporto diverso e migliore e il Ministero deve avere un rapporto più forte — abbiamo ricordato che lo stiamo costruendo — con le entità e le realtà che operano sul territorio italiano. La seconda motivazione è che all'estero una competenza specifica sull'internazionalizzazione delle imprese dentro l'ICE deve raccordarsi con le scelte che compie la Farnesina e che, quindi, competono alle ambasciate, ma è un raccordo funzionale.

Dedico ancora una riflessione sul tema dell'istituzione di un nuovo dipartimento e poi chiudo, presidente. Credo di essere stato sufficientemente breve e mi spiace se mi sono prolungato più di quanto avessi voluto.

La costituzione presso il dipartimento della Presidenza del Consiglio, unificando le competenze di diversi enti, crea, a nostro avviso, alcuni problemi difficilmente risolvibili. Uno è stato già richiamato, ossia il fatto che mette insieme competenze private e pubbliche all'interno di un organismo amministrativo centrale pubblico, il che toglie flessibilità di intervento.

Per fare un esempio molto semplice, è vero che la Simest è un ente in cui lo Stato ha avuto un ruolo importante nella costituzione e nel capitale, ma è partecipato dai privati e opera a condizioni di mercato, stringendo i margini il più possibile soprattutto per le micro, piccole e medie imprese, in modo da poter svolgere, senza violare i principi degli aiuti di Stato dell'Unione europea, una politica di supporto. Potrebbe ancora fare ciò se diventasse una sezione, un ufficio, una divisione? Credo proprio di no. Non potrebbe avere tali strumenti.

A me sembra importante che l'ICE rimanga uno strumento operativo per l'internazionalizzazione delle imprese e, quindi, fortemente raccordato col MISE e, attraverso il MISE, con quei mondi istituzionali e associativi che vi citavo. Inoltre, ritengo che, per i motivi già esposti prevedere all'interno di un'amministrazione pubblica una sorta di agglomerato di enti diversi privati e pubblici, non sia una soluzione che possa funzionare. Infine, noi sosteniamo l'idea di un maggior raccordo all'estero, ma tenendo conto del fatto che tale idea deve essere costruita sulla base del principio che alle ambasciate compete un coordinamento generale, il quale va esercitato ed eventualmente rafforzato, ma che la specificità di ciascuno di questi enti — parlo di quelli che conosco, quindi non dell'ENIT — va mantenuta, perché, tra tutti

i grigi delle umane cose ci sono anche forti sottolineature di competenze specifiche che sarebbero altrimenti perse.

PRESIDENTE. Do la parola ai deputati che intendano intervenire per porre quesiti o formulare osservazioni.

LIDO SCARPETTI. Ringrazio il dottor Tripoli, perché ci ha fatto un'illustrazione efficace, che ci fa capire quali sono i problemi della competitività del nostro sistema all'interno del processo di globalizzazione.

Mi limito a fare solo una breve considerazione. Non basta affermare che si affidano agli ambasciatori i destini e le capacità delle nostre imprese a stare sul mercato. Il punto vero mi pare che le nostre imprese per mantenere il loro « piazzamento » attuale, che non è da disdegnare dal punto di vista delle capacità di competizione, hanno la necessità di politiche industriali vere nel nostro Paese.

Dopodiché, gli aspetti che le proposte di legge affrontano sono certamente aspetti importanti per il coordinamento, però il punto fondamentale naturalmente è questo. Abbiamo parlato di imprese, ma potremmo parlare anche di turismo. Il problema sono le scelte che si compiono anche in questo campo. Gli strumenti sono importanti, ma non primari.

GABRIELE CIMADORO. Non sono d'accordo sull'interpretazione del dottor Tripoli rispetto al pubblico-pubblico e privato-privato. Io credo che, se ci fosse o se ci sarà una compartecipazione anche del privato, sia auspicabile che ci sia anche nella cabina di regia, in modo che si possano raggiungere risultati più concreti.

Vi è poi un'altra differenza. Capisco bene che l'ICE ha sicuramente un ruolo importantissimo e che le ambasciate hanno una funzione altrettanto strategica, ma sono dell'idea, dal mio punto di vista molto chiara e netta, che le ambasciate e gli ambasciatori abbiano un ruolo politico completamente diverso. Per l'ICE va bene trovare la stessa soluzione anche nello stesso luogo, nello stesso edificio e nella

stessa sede, ma con un ruolo e funzioni completamente diversi. Anzi bisognerebbe rafforzare il ruolo dell'ICE.

Le ambasciate sono uno strumento di diffusione del *made in Italy*, ma rivestono un ruolo più politico, che deve essere completamente autonomo. L'ambasciatore non può gestire contemporaneamente attività di contenuti troppo diversi; affiancato all'ICE potrebbe, invece, avere maggiori risultati.

Mi pare che in questa Commissione sia stata colta un po' da tutti la necessità di mettere mano e razionalizzare la funzione dell'ICE. Partirei da questo punto.

PRESIDENTE. Si tenga presente che, quando si va all'estero e ci si organizza, il ruolo di un ambasciatore che entra in comunicazione e in contatto non è certo secondario, al di là delle competenze. Magari avessimo anche noi ambasciate attive come l'ambasciata della Germania e le altre ambasciate europee per il supporto ai nostri imprenditori.

ANDREA LULLI. Non aggiungo osservazioni a quanto già rilevato, però, avendo con noi il dottor Tripoli, che ha un incarico importante nel Ministero, vorrei sollevare una questione specifica.

Non c'è dubbio che la questione dell'internazionalizzazione sia come lei l'ha descritta. Mi permetto, però, di mettere in rilievo un punto: se vogliamo rafforzare le filiere produttive, come abbiamo sentito, io penso che una strada sicuramente sia quella delle reti, e speriamo che l'imprenditoria ci creda, perché il punto è che ci devono credere gli imprenditori.

Esiste, però, anche un altro fatto. Se crediamo, sul piano della politica industriale, che le filiere siano importanti e che, quindi, il problema è di mantenere la struttura produttiva, si pone un tema non solo per quanto riguarda l'internazionalizzazione e il commercio con l'estero dei prodotti finali, ma anche per consentire l'accesso delle imprese di subfornitura a clienti fuori d'Italia.

Su questo fronte mi permetto di affermare che esiste un limite non trascurabile.

Non penso, con molta franchezza, che la filiera possa essere difesa, se non compiamo anche questo passo. Sono un estimatore e non un pessimista, però penso che questo punto sia fondamentale.

Inoltre, è vero ciò che è stato riferito sulle filiere e sulle reti, però mi permetto di affermare che, proprio perché abbiamo la struttura produttiva di un certo tipo, è impensabile ricorrere, né è auspicabile farlo, alle grandi dimensioni. Anche se si pone un problema di carenza della grande impresa, che però è un'altra partita, c'è un problema che riguarda la nostra grande distribuzione. Non si può pensare che tutto sia risolvibile mandando le imprese piccole o medio-piccole nei mercati. Il problema è che noi sulla grande distribuzione siamo molto deficitari e questa è una delle questioni essenziali.

Personalmente credo che ci debba essere un coordinamento, ma mi sembra impossibile pensare di smantellare le strutture esistenti. Si possono migliorare, ed è una discussione che svolgeremo, però il problema è la distribuzione. Alcune grandi firme nella moda se la sono risolta da sé, come anche la Ferrari, però la stragrande maggioranza degli operatori economici avverte ancora questo problema.

Per quanto si possa fare e se vogliamo davvero difendere le strutture piccole, la piccola dimensione — il che è anche un problema di civiltà e non solo economico, almeno nella mia visione — il punto è che bisogna che ci siano anche imprese private — naturalmente non penso a strutture di grande distribuzione pubblica — e che forse la politica industriale del Paese dovrebbe porsi il problema di come fare a risolverlo.

PRESIDENTE. Do la parola al dottor Tripoli per la replica, pregandolo comunque di farci avere per iscritto ulteriori considerazioni. Ovviamente il parere del Ministero dello sviluppo economico è importante, anche perché alla fine avremo il compito di redigere un testo. Ci conforta pensare a una collaborazione attiva del Governo con la Commissione nella predi-

sposizione del testo, che dovrà proseguire se possibile anche nelle successive fasi dell'iter del provvedimento, in modo da trovare un accordo sulle soluzioni normative *ex ante* e non successivo.

GIUSEPPE TRIPOLI, *Capo dipartimento per l'impresa e l'internazionalizzazione del Ministero dello sviluppo economico*. Ho preso nota delle osservazioni e posso svolgere tre considerazioni *flash* sugli interventi che abbiamo ascoltato. In merito alle scelte di politica industriale, è vero, è un tema che ci si sta ponendo come Paese. Do solo un *caveat*, auspicando che lo prendiate realmente come un *caveat* e non come una predisposizione negativa. Un Paese non può non decidere su alcuni settori su cui può puntare, soprattutto quelli che richiedono grandi investimenti pubblici. Ci sono, infatti, settori che non possono vivere, se non hanno grandi investimenti pubblici. Ci sono settori in cui l'innovazione è talmente spinta e la redditività talmente ritardata che nessun privato si metterebbe a investire senza una copertura, una garanzia, una formula di supporto del pubblico o del pubblico che aiuti il privato. Questo è sicuro.

Rilevo anche che molte volte gli economisti si sono sbagliati. Dieci anni fa sostenevano che l'Italia aveva un settore manifatturiero composto di imprese di piccole dimensioni su settori maturi. Sono state le imprese di piccole dimensioni su settori maturi, riorganizzandosi e facendo innovazione, non sempre tecnologica, ma di *design*, a evitare che sprofondassimo nella crisi economica.

PRESIDENTE. Le maggiori eccellenze industriali, quelle che stanno recuperando moltissimo sul mercato e che hanno tanto lavoro, sono proprio le piccole imprese, che si sono completamente trasformate e adeguate, innovando e inventando nuovi prodotti e tecnologie.

GIUSEPPE TRIPOLI, *Capo dipartimento per l'impresa e l'internazionalizzazione del Ministero dello sviluppo economico*. Vorrei sottolineare il fatto che bisogna avere

sempre molto realismo. Non si tratta di diffidenza verso gli economisti, ma di mantenere la presa di distanza da analisi svolte a tavolino rispetto alla realtà dei fatti, che peraltro muta. Il Maghreb era un mercato molto promettente e speriamo che torni presto a esserlo, il Giappone per i beni di consumo italiano è un mercato interessante, ma sono bastati due eventi a cambiare tutte le previsioni che erano state effettuate.

La seconda considerazione che desidero fare riguarda il pubblico e il privato e la razionalizzazione dell'ICE. La razionalizzazione dell'ICE è già in corso in base alle direttive che il ministro fornisce, cioè la riduzione dei costi e la razionalizzazione della rete in Italia. Verranno raccordate con l'ICE le sedi delle regioni e quelle delle camere di commercio. L'idea è che sia il territorio e non un ente centrale a rispondere al territorio.

Per quanto riguarda la rete all'estero, l'ICE sta conducendo una politica di razionalizzazione, ritirandosi dalle aree dove c'è meno bisogno di un supporto pubblico, perché le imprese italiane sono tante, perché ci sono le camere di commercio italiane all'estero che investono in sussidiarietà e possono svolgere servizi, perché ci sono alcune banche. È poco, però l'ICE si sta razionalizzando e sta riducendo la sua presenza, lavorando in questo modo.

Passo al tema sollevato dall'onorevole Lulli relativo alla grande distribuzione. Noi abbiamo una presenza all'estero monomarca, con i grandi negozi monomarca e una crescente presenza all'estero attraverso il *web*, di cui vi pregherei di prendere nota, perché anche per noi è un fenomeno crescente, cioè attraverso canali televisivi o di presentazione che usino il *web*. Ci sono mercati, come il Giappone, per esempio, in cui la gran parte degli acquisti avviene via *web*. Per carità, serve la presenza, serve una struttura che aiuti le imprese all'estero, ma anche questi canali sono fondamentali.

In tema di grande distribuzione, stiamo stipulando e abbiamo stipulato accordi

perché anche le catene estere dedichino degli spazi ai prodotti tipici e ai prodotti di qualità italiana.

Concludendo, credo che il tema dell'allargamento del mercato stia trasformando il nostro sistema produttivo anche nel senso della riarticolazione delle filiere. Per questo motivo serve un forte punto di riferimento.

Ripeto, ma non perché lo debba fare di parte, essendo un funzionario del Ministero dello sviluppo economico, che il tema centrale è il raccordo sul territorio in Italia tra le diverse dimensioni e i diversi settori. L'internazionalizzazione si costruisce in Italia e perché si costruisca in Italia, con tutto un complesso di strumenti, dall'educazione, alla finanza, ai servizi, occorre che ci sia una forte regia in mano a un'amministrazione che si occupi del tema delle politiche industriali, delle politiche di crescita delle imprese e delle politiche dello sviluppo.

PRESIDENTE. Ha ragione comunque l'onorevole Lulli sul fatto che si possono mettere in rete anche le piccole e piccolissime imprese, con un forte modello di commercializzazione, che dovrebbe essere costituito a livello più ampio. Si possono anche aprire negozi monomarca, ma di piccole e piccolissime imprese che si mettono insieme con il supporto dell'ICE.

Ringrazio gli auditi e dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 13.

*IL CONSIGLIERE CAPO DEL SERVIZIO RESOCONTI
ESTENSORE DEL PROCESSO VERBALE*

DOTT. GUGLIELMO ROMANO

*Licenziato per la stampa
il 17 maggio 2011.*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO

