

Convegno

DIVENTARE GLOBALI

LA SFIDA DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE PER LE IMPRESE ITALIANE

Arel a Milano. Dopo il convegno dello scorso anno sulla tutela del patrimonio, l'Arel ha ripreso il dibattito sull'impresa con l'incontro dal titolo *Diventare globali. La sfida dell'internazionalizzazione per le imprese italiane*, organizzato in collaborazione con l'Abi e PwC, che si è tenuto lo scorso lunedì 1 dicembre presso la sede dell'Abi di Milano. All'incontro hanno partecipato Antonio Taverna, che ha coordinato i lavori, Andrea Guerra; Stefano Firpo, Francesco Merloni e Giovanni Sabatini. Vincenzo Grassi ha presentato i dati di una ricerca realizzata da PwC; dopo la discussione Enrico Letta ha concluso i lavori.

Diventare globali non è un'opzione ma un obbligo. È quanto ha affermato nel suo intervento Andrea Guerra, il quale sostiene che siamo in un momento storico straordinario, erroneamente indicato in Italia come "crisi", ma che non è considerato tale nel resto del mondo. Secondo Guerra, la sua generazione, potendo contare su un "mondo" di consumatori potenziali molto più grande che in passato – circa due miliardi in più – deve ritenersi fortunata. Siamo nel mezzo di una nuova Rivoluzione industriale che non si limita solo a Internet e al digitale ma soprattutto a sistemi informativi grandi, integrati e aperti che consentono alle aziende di essere molto più rapide, capaci di valutare il proprio operato e di comunicare con i propri *stakeholder*. Inoltre, siamo di fronte ad una nuova coscienza innata di ciò che significa sostenibilità ambientale. Questi fattori portano inevitabilmente problemi legati al fatto che si è di fronte a mercati grandi, lontani e non facili e per questo bisogna avere capacità e cultura di investimento in tecnologie da saper utilizzare e unire.

Dall'inizio della crisi siamo di fronte non a dei cambiamenti ma a un vero e proprio "mondo nuovo" che offre diverse opportunità ma anche problemi e necessita di regole differenti rispetto al passato. Va ripensato il contesto. Guerra sostiene, infatti, che questo non comporta per le aziende italiane grandi rivoluzioni ma solo aggiornamenti e investimenti – anche di idee – di lungo periodo, senza il timore di perdite nei primi anni. Essenziale è la difesa e il "racconto" del proprio marchio e quindi la gestione del consumatore. Serve inoltre, sin dall'inizio, un'apertura ai capitali che non si limiti alle sole banche; analogamente occorre aprirsi a persone con esperienze diverse che affianchino l'imprenditore. È necessario, quindi, un lungo lavoro culturale e di educazione. Lo Stato deve contribuire a creare nuove generazioni di *cittadini del mondo* più aperti, capaci e veloci per vincere le nuove sfide.

L'export – secondo Stefano Firpo – è l'unico motore acceso della nostra economia che ha consentito all'Italia, dal 2009, di non sprofondare. Si attende, a livello internazionale, una crescita delle esportazioni mondiali del 5% nel 2015 rispetto al 4% attuale; l'Italia può crescere del 3,5% rispetto al 2% dell'anno in corso. Le nostre esportazioni però soffrono della stagnazione a livello Ue. L'apertura dei mercati permette di cogliere grandi opportunità e soprattutto la possibilità di incassare il dividendo della globalizzazione. Le imprese, infatti, possono contare su un mercato-mondo che entro il 2020 avrà 800 milioni di consumatori in più nella classe media e 200 milioni in più nella fascia dei ricchi: due classi "affamate" di Made in Italy e che potrebbero portare entro 15 anni ad una crescita dell'export globale di 200 miliardi, di cui l'Italia

potrebbe intercettare il 10-15%. Quali sono le debolezze del sistema Italia? Innanzitutto il numero esiguo di imprese che esportano (e poco) all'estero: 12mila imprese con più di 50 addetti generano tre quarti dell'export italiano. Le altre criticità dipendono dalla dimensione d'impresa, da strutture finanziarie deboli e da un deficit di preparazione manageriale. Il Governo sta lavorando su più fronti: dal rilancio degli investimenti – con particolare riguardo alla valorizzazione dei marchi – all'eliminazione dei vincoli finanziari, al sostegno alle Pmi sul fronte dell'internazionalizzazione con un piano triennale di investimento di 220 milioni. Infine è necessario lavorare per l'apertura verso il mercato di capitali e per attrarre capitali dall'estero.

Anche per Francesco Merloni la crisi è un "fenomeno" tipicamente italiano ed in parte europeo, ma vi sono sintomi positivi che fanno sperare nel cambiamento. In una situazione di domanda stagnante bisogna potenziare l'export e sviluppare la capacità di penetrazione delle imprese all'estero. Il settore manifatturiero in Italia è sempre stato il traino dell'economia, infatti, il 95% delle esportazioni italiane deriva da questo. L'Italia, però, è giunta impreparata di fronte alla globalizzazione e le imprese hanno cercato la diversificazione dei loro investimenti puntando alla rendita. Ci sono però ampi spazi, nonostante l'Italia sia un piccolo paese, dato che il mondo richiede con forza prodotti italiani di qualità.

Emblematico è il caso delle Marche, regione fortemente colpita dalla crisi, per il peso determinante che ha nel settore manifatturiero in Italia. Dopo il 2009, le imprese marchigiane hanno reagito meglio delle altre regioni italiane. Le esportazioni sono cresciute nel 2012 e nel 2013 rispettivamente del 6,3% e 12,3%, mentre la media nazionale si è attestata sul 3,8% nel 2012 e sul -0,1% nel 2013. Nel primo semestre del 2014 l'export regionale è aumentato del 6,6% contro l'1,3% del resto d'Italia. Si è registrata anche una crescita di investimenti all'estero delle imprese marchigiane pari al 20%; è altresì aumentato il numero degli investitori esteri nella regione. Accanto a questi dati emerge la crescita di *start up* nuove quanto a personale, qualità e attenzione all'estero, sostenute, tra l'altro, da diverse istituzioni e fondazioni locali. Bisogna puntare sulla qualità, ha concluso Merloni, sull'apertura e sulla possibilità di collocarsi all'estero. Chi può rilanciare l'economia? Solo l'imprenditoria che nei giovani per necessità o virtù sta crescendo.

Manca – fa notare Giovanni Sabatini – un sistema strutturato che sostenga le Pmi. Fanno difetto in particolare gli investimenti in promozione e quelli che esistono sono troppo diversificati. È necessario che un maggior numero di imprese esportino stabilmente. Si stimano 70mila potenziali aziende esportatrici, ma in Italia, rispetto al resto d'Europa, è preponderante la presenza di micro imprese. La dimensione risulta il principale ostacolo alla loro globalizzazione e all'accesso dei capitali. In un contesto globale del credito che vede aumentare le regole, sarà sempre più difficile per le banche concedere finanziamenti a imprese poco aperte a strutturarsi secondo i criteri internazionali di *governance* e trasparenza.

La struttura dell'export italiano rende difficoltoso per le banche finanziare le micro imprese anche per gli obblighi imposti dalle regole europee, e ha consentito di modellare pochi strumenti di sostegno. Ora esistono accordi con la Cassa depositi e prestiti che possono modificare la situazione.

Chiudendo il suo intervento Sabatini ha ripreso la questione degli scarsi investimenti in promozione osservando che, rispetto agli altri paesi Ue, da noi manca una struttura e una strategia per

internazionalizzare realmente le nostre imprese. La cabina di regia Mise/Mef è sicuramente importante ma occorre intervenire per migliorare la *governance* con maggiore organizzazione, procedure più chiare e personale qualificato, in modo da comunicare con l'Europa e con i sistemi istituzionali.

Le potenzialità ci sono, afferma Vincenzo Grassi: a settembre 2014, come rileva una ricerca elaborata da PwC, le esportazioni sono aumentate dell'1,5%, sostenute dai mercati extra-Ue (+4,1%). I prodotti Made in Italy si confermano ai vertici della classifica mondiale del commercio internazionale nei settori di forza dell'Italia (beni strumentali, moda, arredo, alimentare, ecc.). Ma su circa 4 milioni di Pmi presenti in Italia, solo 200mila esportano. L'obiettivo del governo, attraverso il pacchetto di azioni inserite nel decreto Competitività nella legge di Stabilità (220 milioni in tre anni) è aumentare il numero di imprese che esportano stabilmente. Expo Milano 2015 può rappresentare una straordinaria occasione di accelerazione del processo consentendo alle Pmi italiane di entrare in contatto con le più interessanti realtà imprenditoriali internazionali. Per favorire questo processo e agevolare lo scambio di informazioni tra imprese, PwC ha partecipato al progetto Expo Business Matching che mira a far incontrare a Milano nei sei mesi dell'esposizione universale migliaia di imprese provenienti da oltre 140 Paesi. L'iniziativa verrà presentata alla Farnesina il prossimo 18 dicembre nell'incontro Expo delle imprese.

Nell'intervento che ha concluso i lavori, Enrico Letta ha ringraziato Andrea Guerra per quanto detto in apertura e ha affermato che se fosse chiesto allo stesso Guerra un contributo concreto per il paese sarebbe un bene per tutti perchè l'Italia ha bisogno di persone come lui.

Ha proseguito il suo intervento sottolineando che la mancanza di stabilità del quadro istituzionale italiano penalizza fortemente le imprese impedendo una seria programmazione. La continuità è l'elemento fondamentale e bisogna unire all'attrazione naturale dell'Italia l'organizzazione di lungo periodo. Ha inoltre sottolineato che tagli e tasse alla Pubblica amministrazione, seppur necessari, hanno reso più difficile il sostegno dello Stato alle imprese. Le Pmi devono essere aiutate a raggiungere una "massa critica" tale che permetta loro di costituire un'attività di rete per poi procedere all'internazionalizzazione. Lo stesso vale per il sistema bancario in cui esistono molte difficoltà, anche se il nostro paese ha costruito due grandi e solide banche europee.

La finanza, inoltre, è una parte essenziale del problema: c'è bisogno di alternative che vanno aiutate e non demonizzate, ma servono altri stimoli alla finanza per la crescita e per l'impresa. È essenziale superare il cosiddetto "passaporto degli investimenti": esiste un problema culturale molto forte che non è solo italiano ma anche europeo. Se arrivano capitali dall'estero che salvano i marchi italiani questi vanno aiutati e non contrastati. È necessario creare un meccanismo virtuoso di fusioni e accorpamenti essenziale per la crescita. Vanno anche favoriti accordi commerciali internazionali perché più è forte il protezionismo nel mondo più è debole l'Italia. Tutti devono fare la loro parte: Stato, banche e imprese. L'internazionalizzazione non è un «one way ticket», un'Italia aperta e forte nel mondo è un'Italia che sa attrarre investimenti dall'estero. Letta ha concluso i lavori sottolineando la necessità di sviluppare i fondi pensione e favorire i loro investimenti in Italia e non penalizzarli, come previsto attualmente dalla Legge di Stabilità che stabilisce l'aumento dall'11% al 20% della tassazione sui rendimenti.