

Europa e globalizzazione

Cremona, 12 luglio 2010

Sono particolarmente lieto di dare il mio più cordiale benvenuto a tutti coloro che hanno voluto partecipare a questa prima tappa del road show *Europa e globalizzazione*.

Un ringraziamento particolare al Vice Ministro per il commercio internazionale Adolfo Urso e alla Vice Presidente della Commissione Commercio Internazionale del Parlamento Europeo Cristiana Muscardini che, con la loro autorevole presenza, testimoniano l'attenzione delle istituzioni al mondo dell'impresa.

L'internazionalizzazione rappresenta, oggi più che mai, una priorità ai fini dello sviluppo.

Ne è ben consapevole la Camera di Commercio di Cremona che negli ultimi anni ha investito circa 3 milioni di euro per sostenere l'export e consentire alle aziende di affacciarsi in modo sempre più adeguato sui mercati esteri.

E, in effetti, se escludiamo il 2009, *annus horribilis*, in cui anche a Cremona l'export era diminuito di oltre il 20%, la nostra provincia nel periodo 2003/2008 aveva fatto registrare un aumento pari al 75,8% - contro una media regionale del 36,5% - affermandosi come la più dinamica in Lombardia.

Ed anche dopo il forte impatto della recente crisi economica, il livello generale degli scambi con l'estero della nostra provincia è quello che sembra aver superato meglio, all'interno della regione, le difficoltà.

Con soddisfazione rileviamo dai dati ISTAT sull'import-export: che siamo ormai al quarto trimestre consecutivo di crescita e, nel primo trimestre 2010, abbiamo aumentato le nostre vendite all'estero di un consistente + 16,4%, collocandoci così al primo posto in Lombardia, contro una media regionale del 4.4%.

Segnali estremamente incoraggianti che confermano l'importanza, in questo contesto, di puntare sui mercati esteri, e soprattutto sui paesi emergenti, caratterizzati da livelli di crescita molto elevati, per cercare di riacquistare competitività.

Se la capacità delle nostre imprese di stare sul mercato passa inevitabilmente dall'internazionalizzazione, è evidente che sostenere il processo di internazionalizzazione delle piccole e medie imprese - favorendo alleanze e *partnership* che consentano alle aziende l'acquisizione di importanti vantaggi in termini di sinergie e di economie di scala - rappresenta oggi più che mai un obiettivo strategico della Camera di Commercio.

Oggi disporre di supporti adeguati diventa fondamentale per muoversi sui mercati globali con la necessaria competenza e con le adeguate informazioni.

Considerazioni che valgono ancora di più per le piccole imprese che, senza dubbio, incontrano maggiori difficoltà nell'affrontare i mercati esteri, soprattutto quelli emergenti, caratterizzati da un potenziale elevato di opportunità, ma anche di difficoltà e di rischi.

Ricordo che, presso la nostra Camera, è attivo lo sportello Lombardia Point che, utilizzando gli strumenti internazionali, comunitari, nazionali e regionali, supporta le imprese locali nella loro attività con l'estero, fornendo

un'assistenza costante, puntuale e personalizzata in tutte le fasi del radicamento sui mercati internazionali.

Una rete, quella dei Lombardia Point, nata dall'intesa tra Regione Lombardia, Ministero dello sviluppo economico, Unioncamere Lombardia, ICE, SACE (Servizi assicurativi per il commercio estero) e SIMEST (Società italiana per le imprese all'estero).

Un ruolo, quello camerale, riconosciuto dagli imprenditori che – in una indagine condotta da Unioncamere e Assocamerestero su un campione qualificato di aziende italiane – affermano di vedere nella Camera di Commercio un referente fondamentale per crescere all'estero, con il 66% che si è rivolto, per espandersi sui mercati esteri, proprio alle Camere di Commercio.

Un ruolo riconosciuto anche dal legislatore che, nella recente riforma del sistema camerale, formula un forte richiamo alla funzione strategica che la rete delle Camere svolge come supporto per l'internazionalizzazione, raccordandosi con i programmi del Ministero dello Sviluppo Economico.

Un riconoscimento che assume un valore ancora più importante in vista della riforma del settore dell'internazionalizzazione diretta a introdurre un più efficace coordinamento delle azioni di promozione del sistema Paese.

Ed è dunque anche per l'impegno del sistema camerale che l'immagine del brand Italia nel mondo non conosce crisi.

Sappiamo bene che il made in Italy continua ad essere un riferimento di straordinaria portata nel mondo.

E questo grazie ai tanti protagonisti di storie italiane di lavoro e di successo alla ricerca continua di modi per creare, difendere e accrescere le

loro quote di mercato attraverso l'innovazione, la differenziazione del prodotto, lo sfruttamento di economie di scala.

Un patrimonio, il made in Italy, da tutelare con forza, contrastando quello che è diventato ormai un problema gravissimo.

Mi riferisco alla contraffazione, un fenomeno che, a livello mondiale, negli ultimi 10 anni è cresciuto del 1850% e che oggi supera il 7% della merce scambiata a livello globale, per un valore che si avvicina ai 700 miliardi.

Un mercato del falso che in Italia una recente indagine Censis ha stimato in oltre 7 miliardi di euro.

Per troppo tempo la contraffazione è stata considerata un problema esclusivamente delle le imprese, mentre in realtà danneggia l'intero sistema Paese.

Recenti analisi stimano che l'industria della contraffazione vale, in termini di produzione sommersa, il 25 per cento del Pil.

Un dato che evidenzia come l'internazionalizzazione del sistema Italia abbia ancora importanti margini di crescita.

E come l'export sia davvero la chiave per far ripartire il nostro Paese.

La nuova geografia economica che si è andata delineando in questi ultimi anni ha visto una redistribuzione globale della ricchezza disponibile, con una crescita sostenuta in aree geografiche emergenti - dove forte è la richiesta di beni, servizi, infrastrutture - offrendo dunque, a chi ha la capacità di coglierle, opportunità sempre nuove.

Certamente anche al mondo delle imprese è richiesto uno sforzo: quello di ottimizzare la propria capacità di competere in una dimensione globale attraverso l'aggregazione, una via strategica spesso indispensabile

per affrontare congiuntamente i mercati esteri e la concorrenza internazionale, riducendo rischi, vincoli e costi dell'internazionalizzazione.

Un percorso, questo, che il sistema camerale è sempre più impegnato a sostenere, nella convinzione che il completamento della gamma di produzione, la razionalizzazione dei costi, lo scambio di tecnologie, la condivisione di reti commerciali e l'allargamento dei mercati siano determinanti in un'ottica di competitività.

E' evidente che la partita sui mercati esteri si può vincere solo attraverso un gioco di squadra, con tutti i soggetti della promozione impegnati a tutti i livelli, e una strategia d'attacco fatta di maggior credito alle aziende, di una promozione mirata del nostro Paese e, soprattutto, di una profonda conoscenza dei mercati internazionali.

In tale ottica l'incontro di oggi si presenta come particolarmente significativo per far conoscere le diverse opportunità offerte dall'Unione Europea e dallo Stato italiano per operare all'estero.

Ed è l'occasione, vista la presenza di autorevoli attori istituzionali, per rinnovare la disponibilità, come sistema camerale, a collaborare ancora più strettamente, nel rispetto delle specializzazioni di ciascuno, per un più efficace coordinamento delle azioni di promozione delle tante eccellenze del Paese.

Prima di passare la parola al Sindaco di Cremona Perri, consentitemi, come Presidente di CFI - Agenzia di Confindustria per le fiere, di sottolineare il ruolo particolarmente rilevante del sistema fieristico nel favorire i processi di apertura ai mercati internazionali delle nostre imprese e di ricordare come sia all'esame della Conferenza unificata Stato - Regioni

la costituzione di un tavolo per il coordinamento del sistema fieristico nazionale.

Iniziativa fortemente voluta proprio dal vice ministro Urso che ringrazio nuovamente per la sua presenza qui a Cremona.

Un ringraziamento particolare anche al dott. Claudio Leone, Presidente di Agite per la preziosa collaborazione.

Gian Domenico Auricchio

Presidente Camera di Commercio di Cremona