

Bologna, 25 luglio 2007

Osservatorio sull'internazionalizzazione del sistema produttivo dell'Emilia-Romagna

Intervento del Presidente di Unioncamere Emilia-Romagna

Andrea Zanlari

I dati del Rapporto dell'osservatorio sull'internazionalizzazione restituiscono la fotografia di un sistema di imprese regionale in buona salute. Le previsioni per i prossimi anni confermano un ritrovato vigore. Nel 2007 la nostra regione si posizionerà al terzo posto per tasso di crescita, preceduta da Lombardia e Valle d'Aosta. Nel 2008 sarà la prima regione d'Italia, l'unica con un incremento superiore al 2 per cento.

Un quadro positivo determinato principalmente da **due componenti**. Innanzitutto, la **ripresa degli investimenti** stimolata dal processo in corso di riorganizzazione; in secondo luogo, il **commercio con l'estero**, un volano in grado di trainare l'intera economia.

Risultati tangibili sono stati consentiti dalla ritrovata competitività del nostro sistema delle imprese. Un processo di ristrutturazione realizzato – anzi tuttora non completato – non attraverso un cambiamento radicale, ma cercando di migliorare e valorizzare i nostri punti di forza, ciò che sappiamo fare meglio,.

I dati dell'osservatorio ne sono una chiara testimonianza. Si conferma la robusta **vocazione manifatturiera** della regione, si assiste anzi a una ulteriore specializzazione nella meccanica. In altri settori, come nell'abbigliamento e nell'agro-alimentare, si punta sul **binomio qualità e innovazione** per consolidare i mercati tradizionali e per conquistarne di nuovi.

Senza trascurare le fasce ad alto reddito di realtà emergenti come la Cina e l'India. Non a caso, si tratta dei due Stati considerati nelle linee direttrici del Ministero del commercio internazionale quelli prioritari rispettivamente nel 2006 e nel 2007.

A fronte della globalizzazione dei mercati, sono molte le imprese che hanno imboccato percorsi di crescita adottando **logiche di rete**. L'aggregazione e la collaborazione tra aziende è una leva competitiva essenziale. Pensiamo al ruolo dei consorzi export e all'aggregazione in filiere. Più recentemente ai **gruppi d'impresa**, modello organizzativo ormai radicato in ambito regionale.

Tutte le imprese, non solo quelle più strutturate, traggono profitto dall'appartenenza al gruppo. Lo hanno ben evidenziato le analisi di Unioncamere. Una fattiva collaborazione che si traduce in migliori risultati economici e nella crescita del fatturato all'estero. Ovviamente la competitività cresce quando i gruppi sono costituiti con finalità operative e non perseguono esclusivamente vantaggi fiscali.

Il percorso di crescita delle imprese avviene anche all'interno di reti informali: reti semplici e meno articolate – è il caso della subfornitura - o più complesse come le filiere.

Il rapporto dell'Osservatorio conferma quanto già si intuiva senza il conforto dei dati: dove la filiera è radicata e ben funzionante, si registra una crescita delle esportazioni di tutte le sue componenti, accompagnata dall'acquisizione di nuove quote di mercato.

Le logiche di rete conferiscono dunque capacità concorrenziale in un mercato globale raffigurabile come un grande oceano con onde alte dove un'impresa piccola difficilmente riesce **da sola** a navigare e a non affondare.

Ma vi è una rete altrettanto importante che svolge un ruolo fondamentale nel determinare il successo delle imprese dell'Emilia-Romagna. È la rete che collega le imprese alle istituzioni, agli enti locali, al mondo associativo, alle Università. Possiamo definire questa rete il "sistema Emilia-Romagna". Compito delle imprese è stare sul mercato e rimanere competitive; compito del "sistema Emilia-Romagna" è creare le condizioni migliori perché ciò possa avvenire.

Un sistema regionale deve essere in grado di dialogare e collaborare con le istituzioni nazionali ed internazionali; al tempo stesso, deve trovare al proprio interno le sinergie e le modalità operative più efficaci.

In questo ambito si inquadra il percorso di collaborazione che Regione e Unioncamere Emilia-Romagna hanno intensificato, a partire dalla stipula dell'Accordo quadro. L'obiettivo della collaborazione è evidente. Una continua ricerca di sinergie, la condivisione di conoscenze per mettere in campo più efficacemente azioni coordinate a sostegno dello sviluppo economico e, più in generale, del territorio.

L'accordo per lo sportello regionale per l'internazionalizzazione costituisce una tappa importante di questo percorso di collaborazione. Uno sportello in ciascuna provincia per essere vicini alle imprese e accompagnarle nei percorsi verso i mercati esteri.

La logica alla base delle politiche integrate messe in campo da Ministero per il commercio internazionale, Regione e sistema camerale è la predisposizione di un'offerta di servizi che sappia crescere insieme all'impresa: in grado accompagnarla nei primi passi verso l'estero; di sostegno quando il processo di internazionalizzazione diventa più intenso; di consulenza e assistenza personalizzata (come attesta l'esperienza del centro servizi in Cina) per penetrare nei mercati più difficili.

Chiudo con due considerazioni finali suggerite dai dati dell'osservatorio. La dinamica delle quote di mercato mette in luce **la rilevanza delle peculiarità dei contesti territoriali e l'importanza della diversificazione**, sia in termini di prodotti che di mercati.

Tradotta in linea d'azione, tale informazione spinge da un lato a far convergere le risorse del territorio in pochi e ben selezionati obiettivi-paese: penso a Russia, Cina, India e America Latina. Dall'altro è fondamentale non lasciar cadere le iniziative in grado di esaltare la diversificazione dei sistemi di impresa.

Accanto ai progetti che richiedono larghe convergenze e grandi numeri per essere efficaci, ve ne sono altri, derivanti da peculiarità e specializzazioni dei territori provinciali, che possono produrre ricadute altrettanto positive sul territorio.

Un'offerta di servizi tagliata su misura dell'impresa e che sappia evolvere con essa è, in definitiva, un obiettivo centrale del sistema delle Camere di commercio. In questa logica collaboriamo, insieme al mondo associativo, con la Regione, con l'ICE, con il Ministero del commercio internazionale per consentire al singolo imprenditore di aggregarsi per essere competitivo nel mercato globale mantenendo la sua identità, le specificità produttive e il radicamento nel contesto territoriale di riferimento.

L'ultima considerazione su un tema che rischia di alterare il funzionamento competitivo del mercato. Mi riferisco al fenomeno della contraffazione. Secondo l'Ocse il giro d'affari dei prodotti falsi, a giugno 2007, ammontava a 200 miliardi di dollari, pari a circa l'otto per cento del commercio mondiale. La contraffazione del made in Italy sottrae ogni anno alle nostre industrie manifatturiere oltre 6 miliardi di euro. Un fenomeno che coinvolge tutti i settori, dall'abbigliamento all'agro-alimentare. Una ricerca realizzata dalla Camera di commercio di Parma e dall'Ice di New York ha calcolato che se tutti i prodotti alimentari "italian sounding" fossero effettivamente italiani le nostre imprese avrebbero un fatturato aggiuntivo di oltre 4 miliardi di dollari.

Per contrastare il fenomeno della contraffazione non occorre proporre politiche protezionistiche, è sufficiente pretendere il rispetto delle regole che sono alla base delle economie di mercato.

Da un lato è necessario promuovere la concorrenza e le liberalizzazioni per migliorare il funzionamento del mercato a tutela dei consumatori. Ma, dall'altro occorre fissare e far rispettare le regole per evitare distorsioni e comportamenti sleali.