



Giunte e Commissioni

RESOCONTO STENOGRAFICO

n. 11

N.B. I resoconti stenografici delle sedute di ciascuna indagine conoscitiva seguono una numerazione indipendente.

10^a COMMISSIONE PERMANENTE (Industria,
commercio, turismo)

INDAGINE CONOSCITIVA SULLA CONDIZIONE COMPETITIVA
DELLE IMPRESE INDUSTRIALI ITALIANE, CON PARTICOLARE
RIGUARDO AI SETTORI MANIFATTURIERO, CHIMICO,
MECCANICO E AEROSPAZIALE

98^a seduta: martedì 3 novembre 2009

Presidenza del presidente CURSI

I N D I C E**Seguito dell'audizione del Presidente dell'ICE (Istituto nazionale per il Commercio Estero)
Umberto Vattani**

* PRESIDENTE	Pag. 3, 9, 13	* VATTANI	Pag. 3, 10, 12
FIORONI (PD)	10		
GARRAFFA (PD)	12		

N.B. L'asterisco accanto al nome riportato nell'indice della seduta indica che gli interventi sono stati rivisti dagli oratori.

Sigle dei Gruppi parlamentari: Italia dei Valori: IdV; Il Popolo della Libertà: PdL; Lega Nord Padania: LNP; Partito Democratico: PD; UDC, SVP e Autonomie: UDC-SVP-Aut; Misto: Misto; Misto-MPA-Movimento per le Autonomie-Alleati per il Sud: Misto-MPA-AS.

Interviene, ai sensi dell'articolo 48 del Regolamento, il Presidente dell'Istituto nazionale per il Commercio Estero (ICE), ambasciatore Umberto Vattani.

I lavori hanno inizio alle ore 15,05.

PROCEDURE INFORMATIVE

Seguito dell'audizione del Presidente dell'ICE (Istituto nazionale per il Commercio Estero) Umberto Vattani

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca il seguito dell'indagine conoscitiva sulla condizione competitiva delle imprese industriali italiane, con particolare riguardo ai settori manifatturiero, chimico, meccanico e industriale, sospesa nella seduta del 7 ottobre scorso.

Comunico che, ai sensi dell'articolo 33, comma 4, del Regolamento, è stata chiesta l'attivazione dell'impianto audiovisivo e del segnale audio e che la Presidenza del Senato ha già preventivamente fatto conoscere il proprio assenso. Se non vi sono osservazioni, tale forma di pubblicità è dunque adottata per il prosieguo dei lavori.

È oggi in programma il seguito dell'audizione del Presidente dell'ICE (Istituto nazionale per il commercio estero), ambasciatore Umberto Vattani, cui abbiamo dato avvio il 23 luglio scorso. Ricordo che nella passata occasione fu posta dai membri della Commissione una serie di domande cui, per ragioni di tempo, non fu concessa all'ambasciatore Vattani la possibilità di rispondere. Anche considerato che dallo scorso mese di luglio ad oggi sono emerse nuove problematiche, cedo la parola all'ambasciatore Vattani per fornirci delucidazioni in merito e per rispondere alle domande poste.

VATTANI. Signor Presidente, la ringrazio perché sono molto felice di poter attivare l'attenzione della Commissione su alcuni dei problemi che avvertiamo nella nostra azione di promozione del *made in Italy* nel mondo.

Ci troviamo a ridosso di una crisi che ha creato non poche difficoltà, da cui alcuni Paesi sono usciti molto ridimensionati. Alcuni dei nostri concorrenti, come la Gran Bretagna e qualche Paese del Nord Europa, attraversano ancora oggi molte difficoltà. Per contro, altri Paesi – soprattutto emergenti – sembrano non aver subito gli effetti della crisi ma solo un leggero rallentamento del loro ritmo di crescita. Il Brasile, per la prima volta, non è stato affatto toccato. La Cina, grazie ad un sistema di rilancio della domanda interna, ha superato senza grandi difficoltà i primi mesi dell'anno e si avvia a raggiungere livelli di crescita dell'8,5 per cento,

in un anno che è stato considerato da tutti come un periodo di recessione. Analoghe considerazioni valgono per l'India. Per tali ragioni, la nostra attenzione si è rivolta soprattutto ai Paesi emergenti.

Alla fine della settimana corrente, in seno ad una missione organizzata dall'ICE, dalla Confindustria e dall'ABI porteremo i rappresentanti di circa 300 aziende prima in Brasile e poi in Cile per svolgere una serie di incontri con le imprese locali. Oltre a questi incontri, di natura *business to business* (B2B), sarà organizzata una serie di eventi che consentirà ai nostri imprenditori di conoscere meglio le opportunità di investimento o di commercio di questo grande Paese.

Alcuni anni fa abbiamo creato a Belo Horizonte un centro di formazione tecnologica per le macchine di lavorazione del legno; stiamo pensando di accrescere ulteriormente la nostra presenza estendendo la formazione sui macchinari destinati anche ad altri settori.

Per quanto riguarda la Cina, ci stiamo accingendo a partecipare alla più grande Esposizione universale che sia mai stata organizzata, quella di Shanghai, che aprirà il 1° maggio 2010 e chiuderà i battenti il successivo 31 ottobre. Per la prima volta l'ICE è presente a tutti gli effetti con un padiglione proprio, per incrementare le opportunità di affari delle nostre imprese con vari settori dell'economia cinese. Abbiamo diviso il lavoro che possiamo svolgere assieme alle associazioni di imprenditori in sei parti: ogni mese nella nostra area saranno rappresentati, in maniera diversa, i vari aspetti di un'economia che come principale punto di riferimento ha la città, ivi includendo le sue costruzioni, il suo arredo e i problemi che deve affrontare per fornire servizi efficienti ai cittadini.

L'ICE sta lavorando al progetto insieme al Commissario generale del Governo per l'Esposizione universale di Shanghai, Beniamino Quintieri, e all'architetto Uberto Siola che ha avuto l'incarico di realizzare l'area multifunzionale.

Per quanto riguarda un altro Paese importante come l'India, a dicembre invieremo una missione guidata dal ministro Scajola alla quale per la prima volta parteciperanno numerose Regioni italiane, ognuna delle quali ha l'onere di articolare la propria presenza sulla base di un criterio strategico: ad esempio, il Piemonte per l'elettronica, la Puglia e il Friuli per l'arredo ed il mobile, la Toscana per gli articoli di pelletteria, il Veneto per l'industria verde e i problemi dell'ambiente. Questa missione, dopo quella di due anni fa, dovrebbe consentire di rafforzare in India la presenza dell'ICE e delle nostre aziende.

Sono appena tornato dalla Siria, dove mi sono recato con il Ministro Scajola poiché l'ICE considera l'area del Medio Oriente prioritaria per l'Italia: per dare conto dell'interesse che c'è per le aziende italiane, informo che abbiamo portato in Siria 27 aziende e associazioni, e organizzato oltre 360 incontri B2B. Anche grazie agli incontri tra il ministro Scajola e il primo Ministro, il vice primo Ministro e 6 Ministri siriani, abbiamo esaminato l'attività che possiamo svolgere in tanti settori. Anche nella prospettiva di contribuire allo sviluppo economico della Siria, facilitati dalla

nostra forte presenza in Turchia, dovremmo essere in grado di ampliare la base delle nostre presenze in quell'area.

Ho pensato di raggruppare per unità di argomento le domande che mi hanno posto gli onorevoli senatori nella scorsa audizione. Alcuni quesiti riguardavano la struttura dell'ICE, i suoi rapporti con il Ministero degli affari esteri e la rete della diplomazia italiana. Per quanto riguarda l'ICE, le novità introdotte nell'organigramma concernono soprattutto la possibilità di guardare ai mercati sotto un profilo non solo merceologico, ma anche geografico. È un nuovo approccio che abbiamo introdotto e che ci consente di valutare meglio le esigenze delle singole aree. Un altro aspetto che è stato rafforzato nell'organigramma attiene al rapporto con le organizzazioni internazionali, perché sempre più ci rendiamo conto che le gare internazionali bandite dalla Banca mondiale o finanziate dalla Banca europea degli investimenti offrono alle nostre aziende notevoli possibilità.

Aggiungo che, anno dopo anno, ci siamo dedicati sempre di più alla promozione delle nuove tecnologie. Il nostro Paese ha fatto passi da gigante per quanto riguarda le biotecnologie e sempre più ci troviamo ad organizzare in diversi Paesi riunioni alle quali partecipano aziende italiane e perfino di altri continenti. Anche il settore delle nanotecnologie sta registrando un notevole sviluppo.

Accanto a questi problemi riguardanti l'ICE come tale, dovrei ricordare la convenzione, firmata con il Ministero degli affari esteri e l'allora Ministero delle attività produttive (oggi Ministero dello sviluppo economico).

Questa convenzione, firmata quando ero ancora al Ministero degli affari esteri in qualità di segretario generale, prevedeva per la prima volta la possibilità di accreditare i funzionari dell'ICE insieme ai funzionari dell'ambasciata in modo da facilitare loro la presa di contatto con le amministrazioni locali. Fino ad allora, infatti, tale dialogo non era consentito e i funzionari dell'ICE (al massimo) potevano parlare con gli operatori economici. Ora, invece, possono interagire con il Ministero delle politiche agricole, con quello del commercio con l'estero o con altri Dicasteri, come quello delle infrastrutture. L'effetto di tutto ciò è che oggi i funzionari ICE sono chiamati a svolgere un'azione diretta per l'eliminazione di un certo numero di barriere, tariffarie e no, a proposito delle quali erano state rivolte diverse domande l'ultima volta che ho avuto l'onore di essere audito da questa Commissione.

Ebbene, ad esempio siamo riusciti a ridurre alcune delle limitazioni riguardanti le importazioni delle arance in Giappone. Con gli Stati Uniti abbiamo avviato un negoziato per far sì che certe norme sulla sicurezza alimentare venissero discusse e approfondite, perché non esiste altro modo per raggiungere il risultato se non convincendo i nostri interlocutori della bontà e della sicurezza che caratterizzano i nostri prodotti. Quanto in genere ai problemi creati da barriere non tariffarie e, talvolta, addirittura da ostacoli che impediscono del tutto l'accesso dei nostri prodotti, la nuova posizione che occupano i direttori dell'ICE nell'ambito della rappresentanza diplomatica facilita enormemente i necessari contatti.

Per quanto riguarda la rete di uffici in Italia, l'ICE ha 17 uffici sparsi sul territorio, ma stiamo riflettendo su come ridurre il loro numero senza sacrificare i rapporti con le Regioni. In alcuni casi, infatti, ci siamo resi conto di come un funzionario dell'Istituto possa rendere di più se inserito direttamente nell'organico della Regione, ad esempio presso l'assessorato alle attività produttive, perché in quella sede è in grado di farci capire meglio le attese della Regione e di consentirci di reagire in senso costruttivo alle domande che ci vengono rivolte.

Una serie di domande poste riguardava, invece, quelle imprese di piccole dimensioni che avevo citato come desiderose di partecipare al processo di internazionalizzazione nonostante il fatto che il loro ruolo complessivo sull'esportazione totale sia piuttosto modesto.

Per rispondere ad alcune delle domande che mi sono state rivolte nella passata audizione, osservo che la maggior parte di queste microimprese si situano nelle aree maggiormente produttive, come la Lombardia e il Piemonte, mentre, avvicinandoci al Centro e al Mezzogiorno, la loro quota diminuisce. Ciò non sorprende, perché le piccole aziende riescono a svilupparsi attraverso l'interazione con imprese di maggiori dimensioni. Proprio per questo motivo (e perché nel Mezzogiorno si concentrano relativamente ancora poche imprese di questo tipo), l'assistenza da noi prestata alle Regioni del Mezzogiorno è aumentata e stiamo facendo in modo di accrescere sempre più i servizi dell'ICE sul territorio. Posso elencare le tipologie di questi servizi: analisi dei mercati, informazioni doganali locali, ricerca di professionisti locali, informazioni di orientamento e sulla contrattualistica, individuazione delle controparti e di possibili *partner*, promozione dei prodotti e assistenza operativa e di sostegno alle aziende. Il nostro *database* rivela che sono circa 25.000 i servizi di questo tipo che vengono erogati a queste piccole imprese. Ciò dimostra che lo sforzo dei nostri uffici è indirizzato proprio a fornire informazioni e forme di assistenza, che sono molto importanti per queste piccole aziende. Il *database* riguardante, invece, il totale delle aziende rientranti nella categoria (e da noi suddivise per categorie di prodotti: dalla fabbricazione di macchine ed apparecchi meccanici, agli apparecchi e macchinari elettrici, ai prodotti chimici, alle lavorazioni di minerali ed altro) comprende oltre 6.500 aziende di questo tipo. In un certo senso, quindi, noi manteniamo rapporti continuativi con circa 6.500 di queste piccole aziende, che hanno un numero di addetti al di sotto delle 10 unità ma che sono importanti perché in esse è concentrata una notevole conoscenza tecnologica che consente loro di svolgere un'importante azione di fornitura o di subfornitura di componentistica. Ricordo, infatti, che la prima voce delle nostre esportazioni è la meccanica. Con questo termine noi ci riferiamo a tutte le macchine per la lavorazione di gomma, plastica, legno e marmo o di tipo agricolo.

Quindi, seguendo le direttive del ministro Scajola, stiamo effettivamente tentando di orientare maggiormente la presenza di queste piccole aziende nei Paesi a noi vicini per eliminare o ridurre i costi molto gravosi di un loro eventuale intervento in mercati più lontani.

Stiamo dunque moltiplicando le iniziative nei Balcani e nel Mediterraneo, mentre l'ultima missione in Siria dimostra chiaramente come, a distanza di circa tre ore di volo, si possa trovare un ambiente favorevole al radicamento di aziende sul territorio o all'accrescimento dei loro sbocchi per le esportazioni.

Mi è stato domandato come altri Paesi stiano affrontando la crisi. Naturalmente, abbiamo seguito molto da vicino le politiche dei nostri concorrenti, perché la tentazione di introdurre forme più o meno larvate di protezionismo è inevitabile quando – per così dire – «il tempo diventa cattivo». Nonostante la famosa legislazione «*buy american*», abbiamo proseguito non poche iniziative promozionali con gli Stati Uniti, anche perché sul mercato americano esiste il fenomeno dell'*italian sounding* (del quale probabilmente gli onorevoli membri di questa Commissione sono perfettamente al corrente), che sottrae al prodotto italiano una cospicua quota di mercato. Quindi, l'azione di informazione al consumatore e di precisazione degli elementi e delle componenti dei nostri prodotti è rimasta fondamentale e noi l'abbiamo proseguita.

Per quanto riguarda la Cina, barriere non tariffarie sono state introdotte anche lì, ricorrendo a *standard* tecnici sanitari e fitosanitari. In Cina, però, la presenza di un certo numero di studi italiani che si sono ormai impiantati a Pechino, a Shanghai e a Hong Kong ha fatto in modo di contrastare questa tendenza ad applicare in maniera discriminatoria barriere tariffarie ai nostri prodotti.

Recentemente, abbiamo voluto monitorare l'attività svolta dai 14 *desk* che abbiamo aperto nella nostra rete aventi come oggetto la lotta alla contraffazione. Avendo reso molto più trasparente la loro attività, oggi siamo in grado di assicurare che l'azione si svolga in maniera più incisiva rispetto all'ultimo anno. Ovviamente abbiamo riscontrato che non siamo l'unico Paese i cui prodotti sono soggetti a contraffazione, ma non vogliamo essere da meno dei nostri *partner* o dei nostri concorrenti nel difendere il prodotto italiano, seppure con alterne vicende, perché in alcuni casi abbiamo vinto in prima istanza, ma abbiamo perso in seconda. In tutti i casi che si sono presentati – che l'azienda Ferrero conosce bene – cerchiamo di difendere con tutti i mezzi le imprese coinvolte, ponendo in evidenza soprattutto che le pratiche *unfair*, non in linea con l'Organizzazione mondiale del commercio, dovrebbero cessare. Come forse gli onorevoli senatori sanno, possiamo perfino farci carico del finanziamento di alcune azioni giudiziarie in difesa di una determinata azienda, laddove il prodotto che si intende tutelare rientri in una categoria più ampia ovvero se l'azione difensiva possa andare a beneficio anche di altre aziende della medesima branca, anche se per prodotti diversi. Ad esempio, nel caso in cui venisse contraffatto un apparecchio di illuminazione e per difendere l'azienda produttrice si desse avvio ad un'azione giudiziaria, il fatto stesso di uscire vittoriosi dal procedimento scoraggerebbe altri contraffattori dal fare altrettanto nei confronti di altri apparecchi di illuminazione italiani.

Tale è il quadro che ho voluto rappresentare.

Ritengo che sia stato giusto rafforzare la nostra attività promozionale in questo periodo e soprattutto estenderla a nuove forme di iniziativa. Due settimane fa è stata inaugurata ad Istanbul la Torre dell'orologio, situata nei giardini del Palazzo del sultano di Dolmabahce: è stata l'Italia ad occuparsi dei lavori di restauro e dell'adeguamento dell'impianto di illuminazione. Ebbene, non era passata neanche una settimana che già venivano formulate ad aziende italiane altre richieste, perché la nostra iniziativa aveva agito da volano per promuovere altri interventi a beneficio della nostra industria con l'utilizzo dei nostri macchinari per il restauro di altri edifici. Un processo analogo è avvenuto, ad esempio, a San Pietroburgo, dove ci siamo occupati del restauro del grande portale di Domenico Trezzini nella fortezza dei Santi Pietro e Paolo, che ha la stessa importanza simbolica che ha da noi il Campidoglio, perché è la prima costruzione ordinata da Pietro il Grande nella nuova capitale: grazie a quel restauro, cui lavorammo assieme alle maestranze russe, ci siamo poi occupati dell'illuminazione di quasi tutta la città. In questo modo i lavori di illuminazione e di restauro si estendono.

Ho voluto citare questi esempi per far capire come forme innovative di promozione del *made in Italy* possano progressivamente portare al conseguimento di risultati che vanno al di là dei risultati iniziali. È per questo motivo che ci stiamo impegnando molto per l'Expo di Shanghai dell'anno prossimo, perché il numero di visitatori che si aspettano – i cinesi fanno previsioni sempre molto conservative – si aggira intorno ai 100 milioni. Ammesso pure che soltanto il 10 per cento dei visitatori provenga da Paesi esteri e che il resto sia prevalentemente composto da cinesi, si tratta comunque di un'esposizione straordinaria ad amplissimo raggio.

Stiamo sollecitando le aziende, le associazioni e gli Enti locali a partecipare, così come le città di Venezia e Bologna che avranno un proprio padiglione all'interno dell'Expo. Per quanto riguarda Roma, probabilmente riusciremo a realizzare, per cinque settimane, nel Museo di arte contemporanea di Shanghai (il primo ed unico museo di arte contemporanea aperto in Cina) una mostra tematica sulle piazze romane e, più in generale, sulle piazze italiane, che costituiscono un esempio di architettura che ha reso le nostre città le più belle del mondo, amate da chi vi abita e meta graditissima dei turisti.

In questo modo siamo in grado di proiettare con forza il *made in Italy* perfino all'interno dei musei e delle università. Negli ultimi giorni l'ICE ha ricevuto una proposta interessante da parte dell'università Tongji di Shanghai (la più autorevole per quanto riguarda gli studi di architettura, scienze ambientali e beni culturali), che sta raddoppiando il suo *campus* grazie ai finanziamenti del municipio di Shanghai e del distretto in cui si trova (Huangpu). Questa università ha offerto all'Italia, attraverso l'ICE, di creare una *Italy design city*, vale a dire un vero e proprio centro dedicato all'Italia per organizzarvi mostre sul *design*, sulle innovazioni e sui nostri prodotti più avanzati. In Cina vi sono 2.000 università, ma nessuna aveva mai fatto una proposta così interessante per il nostro Paese. Al momento stiamo valutando l'offerta, che naturalmente non costerà assoluta-

mente nulla sotto il profilo degli spazi e dei contenitori. Nel caso in cui la accogliessimo, i costi riguarderanno esclusivamente le iniziative che potremmo avviare con l'università, ma tengo a sottolineare che l'Italia è stata prescelta da questa prestigiosa università come il faro per eccellenza e il Paese più avanzato per quanto riguarda l'innovazione e il *design*.

Oramai la promozione si fa a tutto campo. Nei primi anni di vita dell'Istituto nazionale per il commercio estero, nato 84 anni fa, le sue principali attività consistevano nella promozione principalmente dei prodotti agricoli e nel controllo di qualità che si esercitava sui prodotti: erano queste le due principali funzioni dell'Istituto. Oggi l'ICE si occupa di un ventaglio di nuove iniziative come i problemi delle città, i lavori di restauro, i materiali di costruzione o la promozione dell'architettura italiana all'estero. L'anno scorso l'Italia è stato paese *partner* a Hong Kong della più importante manifestazione del *design* e dell'architettura: *the «business of design week»*. Abbiamo avuto un successo straordinario anche perché alla manifestazione hanno partecipato architetti del calibro di Fuksas, di Mario Bellini ed altri. Si è creato un effetto a macchia d'olio per tutto quanto riguarda l'arte italiana di costruire e produrre.

Cerchiamo sempre più di estendere e di internazionalizzare non soltanto l'attività tradizionale commerciale delle nostre aziende, alle quali teniamo moltissimo e che vediamo per fortuna crescere in tanti mercati, perché intendiamo anche studiare in che modo le nuove leve, le future generazioni (oggi rappresentate dagli studenti universitari e dai ricercatori ed esperti che si affacciano all'insegnamento) possano rafforzare l'immagine del *made in Italy* per farne qualcosa di vincente sui mercati senza temere la concorrenza di altri Paesi.

Ci sono molti settori in cui vantiamo una *leadership* assoluta. Ce ne sono altri in cui, invece, facciamo parte della costellazione dei principali produttori. Vorremmo quindi estendere sempre più il numero delle aziende che si esprimono a livello internazionale attraverso queste azioni di promozione.

Non bisogna però dimenticare il settore della formazione, che è stato istituito all'ICE 40 anni fa e che ha ormai portato a circa 2500 il numero di giovani che si sono formati da noi, che oggi sono *export manager* attivi presso varie aziende. Continuiamo a formare giovani laureati e diplomati perché il tasso di occupazione che si registra dall'uscita di questi corsi nel giro di sei mesi è elevatissimo: l'85 per cento di loro trova un'occupazione presso le aziende dove hanno fatto uno *stage* o alle quali li abbiamo presentati.

In conclusione, signor Presidente, ribadisco la mia disponibilità a rispondere ad eventuali ulteriori domande dei senatori.

PRESIDENTE. Ringrazio ancora il presidente Vattani, il quale ci ha fornito ulteriori importanti indicazioni, specialmente per quanto riguarda l'Expo 2010 di Shanghai, che rappresenterà un evento di rilevanza mondiale.

Prima di dichiarare conclusa l'audizione, che era una prosecuzione della precedente svolta il 23 luglio scorso, chiedo ai colleghi se desiderino porre ulteriori domande, stante la disponibilità appena dichiarata dall'ambasciatore.

FIORONI (PD). Presidente, la mia domanda all'ambasciatore Vattani riguarda una questione sorta di recente, in ordine all'audizione del Vice Ministro Urso svolta qui la scorsa settimana relativamente all'Accordo bilaterale di libero scambio tra l'Unione europea e la Corea del Sud.

In ordine a questo Accordo sono state sollevate perplessità da parte di alcune associazioni di categoria rappresentative di interessi di imprese operanti anche nel settore dell'*export*.

Chiedo al presidente Vattani se sia possibile conoscere alcune sue considerazioni, in qualità di presidente dell'ICE, sull'opportunità della sottoscrizione di questo accordo e sulle eventuali conseguenze che possono sorgere per il nostro *export* e per il *made in Italy* in particolare.

VATTANI. Ringrazio la senatrice Fioroni per aver sollevato questo punto, sul quale avevamo avuto qualche «segnale» già in fase di negoziazione dell'Accordo tra la Corea del Sud e l'Unione europea.

Negli ultimi anni la Corea del Sud ha compiuto progressi straordinari: è uno di quei Paesi, come il Brasile, che non ha subito alcun rallentamento nella crescita a causa della crisi globale.

In Corea del Sud esistono due associazioni, una che assomiglia alla Confindustria, la *Korea trade-investment promotion agency* (Kotra), ed un'altra che riunisce esclusivamente gli importatori, cioè i soggetti interessati non ad esportare ma a importare, la *Korea importers association* (Koima). Come ICE, noi intratteniamo rapporti tanto con la Kotra quanto con la Koima, con la quale ho stipulato io stesso alcuni accordi.

Certo, la Corea del Sud è un temibile concorrente però devo anche ricordare che in quel Paese vi sono delle storie di successo di aziende o industriali italiani. Probabilmente gli onorevoli senatori conoscono il *notebook Acer*, costruito dall'azienda numero uno del comparto informatico coreano che ha raggiunto posizioni di rilievo in quasi tutti i Paesi dell'Europa e dell'America del Nord e del Sud. Ebbene, il *notebook Acer* è il risultato di una collaborazione tra un ingegnere italiano e un imprenditore coreano che, all'epoca, produceva soltanto dei *chip*. Questo è appunto un esempio di come con i coreani si possano realizzare anche buone collaborazioni.

Ho avuto modo di visitare uno dei parchi industriali coreani e ho fatto molto per far capire in Italia come un parco industriale possa funzionare anche da noi, creando un clima di emulazione e di concorrenza. Per certi versi, noi dovremmo imparare alcune cose dai coreani e, soprattutto, cercare di adottare le loro pratiche promozionali così aggressive.

I giapponesi, ad esempio, hanno inventato il famoso grande schermo *form led* ma, per qualche motivo, hanno tardato a immetterlo sul mercato. I coreani ne hanno allora acquistato la licenza, hanno immediatamente

fatto un'azione commerciale di promozione a tutto raggio e questo modello di grande schermo è diventato forse una delle principali voci dell'esportazione coreana. I coreani sono riusciti a vendere questi schermi anche durante la crisi perché la gente, non volendo acquistare oggetti di lusso considerati non assolutamente necessari ma disponendo di risparmi, ha preferito acquistare un oggetto di utilizzo nella vita quotidiana.

La Corea del Sud rappresenta infatti grandi rischi ma anche grandi opportunità. Posso dire di conoscere alcuni armatori italiani che si recano regolarmente in Corea per il varo di alcune navi trasporto, che per l'appunto ritirano lì. Certamente, signor Presidente, noi preferiremmo che le acquistassero da noi in Italia, ma allora bisognerà fare nostro il modo di agire coreano teso a conquistare occupare aree di mercato con la pubblicità e con le promozioni.

Noi italiani non siamo certo da meno. Siamo riusciti ad occupare le più belle strade del mondo e non esiste una sola città che non sogni di avere vetrine italiane. Ebbene, dobbiamo raggiungere lo stesso risultato con prodotti di largo consumo, perché questa possibilità esiste. Un qualsiasi telefono cellulare, ad esempio, ha al suo interno almeno 11 componenti provenienti da Catania, dalla STM. Questo dato, però, è noto a pochi. Ora, avendo noi creato il primo mercato dei telefoni portatili e disponendo sia della più grande rete di ripetitori che della tecnologia, avremmo anche potuto cercare di realizzare un telefono. È mai possibile, infatti, che dobbiamo acquistarlo da Paesi piccolissimi come l'Estonia o la Lettonia?

Anche laddove ci troviamo in difficoltà, dobbiamo cogliere l'occasione per capire dove siano i punti di forza degli altri Paesi, seguirli quando non possiamo batterli e cercare di agire allo stesso modo.

La Corea del Sud (dove il Presidente della Repubblica ha compiuto un mese fa una visita di Stato) ha dimostrato di avere un grandissimo interesse a rafforzare i rapporti con l'Italia; noi dobbiamo rafforzarli in un confronto ad armi pari, cercando di occupare spazi dato che, tra l'altro, è un Paese che vanta una straordinaria posizione commerciale in Cina: la Corea del Sud, infatti, è l'unico Paese ad avere una bilancia dei pagamenti fortemente positiva nei confronti di quel Paese e di questo dobbiamo tenere conto.

Proprio tra pochi giorni arriverà in Italia il Presidente del Vietnam, accompagnato da una nutrita delegazione di operatori vietnamiti. I nostri rapporti commerciali con il Vietnam stanno procedendo molto bene e, quindi, questo è un altro Paese di quell'area con il quale abbiamo buone possibilità di intrattenere rapporti commerciali. In questa occasione particolare, il Vietnam restituirà una visita da noi compiuta circa un anno e mezzo fa.

Il quattro novembre, invece, vi sarà un'importante visita da parte del Kazakistan. Il presidente Nazarbayev sarà accompagnato dai suoi Ministri, i quali verranno all'ICE per una presentazione delle opportunità di affari e per una serie di incontri fra imprenditori kazakhi e italiani.

Questa, dunque, è una partita che si gioca a tutto raggio e stare semplicemente a guardare quanto accade in un Paese può essere inutile.

Certo, se il Paese ci preoccupa dobbiamo aprire gli occhi ed essere molto vigili, ma dobbiamo anche essere abili a cogliere le occasioni (come fanno loro ed alcuni Paesi emergenti) senza temere che possano sorgere dei problemi. Certamente, però, per un settore particolare come quello automobilistico potrebbe sorgere qualche momentanea difficoltà.

GARRAFFA (PD). Presidente Vattani, lo stesso tipo di preoccupazione che vi è nei confronti della Corea del Sud esiste anche nei confronti del Brasile? Lei, infatti, ha riferito che una delegazione di 300 imprenditori italiani si sta recando lì. Dobbiamo senz'altro cogliere questa opportunità, anche perché questo Paese ospiterà sia i Campionati del mondo di calcio che le Olimpiadi. Esiste, dunque, in Brasile la stessa preoccupazione anche per il settore dell'automobile?

VATTANI. Per il settore dell'auto questa preoccupazione non esiste: il Brasile offre all'Italia delle grandissime opportunità, anche perché nell'ultimo periodo ha voluto acquistare da noi numerose macchine utensili: in Brasile, infatti, vendiamo soprattutto macchinari. Indubbiamente, per una popolazione come quella del Brasile che ha ancora un livello di vita piuttosto basso (fatta eccezione per le alte sfere), i beni di largo consumo sono assolutamente essenziali per far uscire la popolazione da certe sacche di povertà che in quel Paese sono veramente drammatiche.

Il Brasile (pur essendo anche produttore di petrolio e gas) ha compiuto uno sforzo notevole sulla produzione di etanolo e ha dimostrato di credere nella rivoluzione verde che tutti dobbiamo affrontare. Se c'è un settore nel quale l'Italia può fare moltissimo è proprio questo. Ricordo che proprio oggi si è aperta la manifestazione H2Roma.

GARRAFFA (PD). Non lo facciamo in Italia e andiamo a farlo in Brasile?

VATTANI. In Brasile possiamo aumentare il numero di imprese che vi lavorano, far crescere i nostri investimenti, fare in modo di occupare nuovi spazi e probabilmente anche aumentare – come abbiamo già fatto a Belo Horizonte – i centri di formazione tecnologica. In Brasile sta nascendo una sfida per l'energia verde.

Citavo prima l'evento H2Roma perché l'Italia si è vista offrire (è un obiettivo che l'ICE inseguiva da un anno e mezzo) la possibilità di divenire città *partner* della più grande fiera della meccanica del mondo, che si aprirà il 19 aprile dell'anno prossimo ad Hannover. È un riconoscimento straordinario: la Corea quest'anno è stata *partner* e noi lo saremo l'anno prossimo. L'interesse tedesco – che tocca da vicino il Brasile – sta nella mobilità sostenibile, che è la prossima rivoluzione. Non possiamo più solo consumare energia, ma dovremo diventare produttori di energia, quali che siano le diverse fonti disponibili. La Germania vede nell'Italia un Paese che, proprio come la Germania stessa, può attuare questa rivoluzione sulle nuove fonti energia. È per questo motivo che ci stiamo preparando all'e-

vento, cui prenderà parte il presidente del Consiglio Berlusconi e la cancelliera tedesca Angela Merkel, insieme a vari membri dei rispettivi governi. La fiera di Hannover, nel prossimo mese di aprile e per cinque giorni di seguito, porrà l'Italia al primo posto dell'attenzione mondiale.

Intendiamo cogliere l'occasione di eventi come questo per dimostrare come non sia solo il Brasile a preoccuparsi di creare combustibili e carburanti alternativi, perché anche tutte le università e i politecnici italiani stanno mettendo a punto veicoli ibridi che funzionano con energie alternative. Tuttavia, il numero di questi progetti è eccessivo e se non decideremo in tempi brevi di adottarne uno e cercare di estenderlo in tutta la penisola sarà inevitabile che altri Paesi, che avranno sviluppato un sistema unico, avranno anche già uniformato le batterie e le tecniche di alimentazione: rischieremo dunque di arrivare in ritardo.

In conclusione, in queste settimane ci stiamo dedicando attivamente al rafforzamento della produzione italiana proprio per consentire, sin d'ora con la nostra presenza in Brasile e – in prospettiva – il 19 aprile 2010 in occasione della fiera di Hannover, di essere pronti e di non rimanere indietro rispetto ad altri Paesi in materia di energie alternative.

PRESIDENTE. Ringrazio l'ambasciatore Vattani per l'importante contributo fornito ai lavori della Commissione e dichiaro conclusa l'odierna audizione. Rinvio il seguito dell'indagine conoscitiva in titolo ad altra seduta.

I lavori terminano alle ore 15,50.

