



Giunte e Commissioni

RESOCONTO STENOGRAFICO

n. 1

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

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

INDAGINE CONOSCITIVA SUGLI STRUMENTI PER FAVORIRE
L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE E SULLE
NUOVE PROSPETTIVE DEL COMMERCIO ESTERO

302^a seduta: martedì 29 maggio 2012

Presidenza del presidente CURSI

I N D I C E**Audizione del presidente dell’Agenzia per la promozione all’estero
e l’internazionalizzazione delle imprese italiane (Ice) Riccardo Maria Monti**

PRESIDENTE	Pag. 3, 7, 9 e <i>passim</i>	* <i>MONTI</i>	Pag. 3
CASOLI (PdL)	8, 9		
FIORONI (PD)	11		
GHIGO (PdL)	9		
IZZO (PdL)	10		

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: Coesione Nazionale (Grande Sud-Sì Sindaci-Popolari d’Italia Domani-Il Buongoverno-Fare Italia): CN:GS-SI-PID-IB-FI; Italia dei Valori: IdV; Il Popolo della Libertà: PdL; Lega Nord Padania: LNP; Partito Democratico: PD; Per il Terzo Polo (ApI-FLI): Per il Terzo Polo:ApI-FLI; Unione di Centro, SVP e Autonomie (Union Valdôtaine, MAIE, Verso Nord, Movimento Repubblicani Europei, Partito Liberale Italiano, Partito Socialista Italiano): UDC-SVP-AUT:UV-MAIE-VN-MRE-PLI-PSI; Misto: Misto; Misto-MPA-Movimento per le Autonomie-Alleati per il Sud: Misto-MPA-AS; Misto-Partecipazione Democratica: Misto-ParDem; Misto-Partito Repubblicano Italiano: Misto-P.R.I.; Misto-SIAMO GENTE COMUNE Movimento Territoriale: Misto-SGCMT.

Interviene, ai sensi dell'articolo 48 del Regolamento, il presidente dell'Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, Riccardo Maria Monti, accompagnato da Roberto Luongo, direttore dipartimento promozione per l'internazionalizzazione, e Samuele Porsia, della segreteria di presidenza.

I lavori hanno inizio alle ore 15,50.

PROCEDURE INFORMATIVE

Audizione del presidente dell'Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane (Ice) Riccardo Maria Monti

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'indagine conoscitiva sugli strumenti per favorire l'internazionalizzazione delle imprese e sulle nuove prospettive del commercio estero.

Comunico che, ai sensi dell'articolo 33, comma 4, del Regolamento, è stata chiesta l'attivazione dell'impianto audiovisivo e del segnale audio con diffusione radiofonica, nonché di trasmissione sul canale satellitare e sulla *web-TV*, e che la Presidenza del Senato ha già preventivamente fatto conoscere il proprio assenso. Se non si fanno osservazioni, tale forma di pubblicità è dunque adottata per il prosieguo dei lavori.

È oggi prevista l'audizione del presidente della nuova Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane (Ice), dottor Riccardo Maria Monti, cui do il benvenuto e che ringrazio per la sua presenza, accompagnato da Roberto Luongo, direttore dipartimento promozione per l'internazionalizzazione, e Samuele Porsia, della segreteria di presidenza.

Il tema dell'audizione è importante proprio in relazione all'attività della Commissione (che si occupa di industria, commercio e turismo), perché riguarda i processi di internazionalizzazione e quindi di promozione; sappiamo che le aziende all'estero in questo momento stanno andando abbastanza bene, rispetto al panorama complessivo nazionale. Siamo pertanto interessati a sapere come si intenda procedere e quali siano le idee del nuovo presidente.

Cedo ora la parola al dottor Monti, pregandolo possibilmente di contenere il suo intervento in 10-15 minuti, per consentire poi ai colleghi di intervenire.

MONTI. Signor Presidente, innanzi tutto la ringrazio per l'invito. Sono molto contento di questa opportunità, perché la nuova Agenzia è un cantiere ancora aperto ed abbiamo pertanto bisogno del coinvolgimento e del supporto di tutte le istituzioni per costruire l'Agenzia, che vuole ri-

partire e consolidarsi sulla falsariga delle migliori *trade promotion organization* del mondo. Vorremmo un'Agenzia che sia supporto centrale per l'*export* del Paese, che in questi anni è stato sicuramente un pilastro fondamentale per l'economia nazionale. Quest'anno probabilmente supereremo i 400 miliardi di euro di esportazioni; nel 2011 abbiamo raggiunto i 375 miliardi di euro. Nel 2011 l'*export* è cresciuto di circa l'11 per cento e ci attendiamo anche per quest'anno di crescere, sebbene ad un ritmo più moderato, del 6-7 per cento; si tratta di cifre molto importanti.

Ma oltre alle esportazioni l'Agenzia dovrà sostenere le aziende italiane negli investimenti all'estero, raccordandosi con Simest per la parte finanziaria, e lavorare per attrarre investitori dall'estero. Una moderna agenzia per l'internazionalizzazione deve essere in grado di operare su questi tre fronti.

Stavo dicendo che l'*export* è stato sicuramente una storia di successo in questi anni. La componente di investimento delle aziende all'estero è sicuramente una storia di minore successo, anche se il 2011 ha visto un consistente incremento (quasi un raddoppio). L'attrazione degli investimenti non è stata invece una storia di successo in questi anni, anche se proprio nel 2011 c'è stato un cambio di rotta, con una serie di investimenti importanti.

Cosa vuol essere la nuova Agenzia? Illustrerò anzitutto le linee programmatiche su cui stiamo lavorando e poi parlerò dei problemi che stiamo incontrando. Ci farebbe infatti piacere, oltre a recepire *input*, commenti e critiche, anche chiedervi un sostegno per questo processo lungo e faticoso.

La nuova Agenzia sarà il braccio operativo/perno d'attività della cabina di regia; quindi non più un'emanazione del Ministero dello sviluppo economico (Mise), ma un'Agenzia che riporta ad una cabina di regia, copresieduta dal Ministro degli affari esteri e dal Ministero per lo sviluppo economico, che coinvolgerà tutti gli attori che hanno una proiezione internazionale (il Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo, Confindustria e Unioncamere-Regioni). All'interno di questa cabina di regia tutti gli attori nazionali con una proiezione internazionale potranno condividere le priorità e partecipare all'allocazione delle risorse, in chiave di priorità Paese e settore industriale.

L'Agenzia vuole lavorare sui settori nei quali l'Italia ha una grande competitività, perché vogliamo potenziare filiere già forti; è inutile investire in filiere deboli e non in grado di valorizzare le risorse.

Vogliamo essere fortemente orientati ai servizi. L'Agenzia è un'azienda di servizi, che vuole farsi misurare sulla base di azioni concrete, sul numero e sul tipo di azioni, sul risultato di queste azioni (l'*export* e gli investimenti attratti) e sulla soddisfazione dei clienti, vale a dire delle aziende che utilizzano i servizi dell'Agenzia.

La nuova Agenzia si prefigge l'obiettivo di potenziare tutti gli strumenti moderni di promozione (quindi non solo i formati classici come le fiere), ma punta a missioni *incoming*, perché riuscire ad attrarre i *decision maker* dall'estero è fondamentale per la promozione.

Ci proponiamo di lavorare molto sulla capacità di negoziare accordi con la grande distribuzione, perché se si vogliono realizzare volumi elevati, specialmente in alcune categorie merceologiche come ad esempio l'agroalimentare e i vini, la grande distribuzione è il canale principale. Vogliamo lavorare molto sulle forme di promozione digitale, come l'*e-commerce*, che permetterebbe anche ad aziende piccole o molto piccole di accedere ad un mercato non locale, e su tutte le forme intelligenti di investimento in comunicazione che permettano di valorizzare il *Made in Italy*.

Un altro aspetto cui teniamo molto è che la nuova Agenzia sarà aperta alle associazioni nazionali di categoria. Per esempio l'Unione nazionale dei cantieri e delle industrie nautiche e affini (Ucina), che opera nel settore della nautica, già ha deciso di distaccare delle risorse umane proprie presso l'Agenzia; quindi non vogliamo solo superare la logica della netta divisione tra cliente, fornitore ed erogatore, ma vogliamo anche integrare completamente le competenze, l'entusiasmo, la comprensione del mercato delle associazioni di categoria all'interno dell'Agenzia. Altre associazioni di categoria nazionali stanno studiando tale opportunità.

Vogliamo inoltre essere rigorosissimi nella gestione dei costi: abbiamo già identificato circa 10 milioni di euro di risparmi da realizzare attraverso chiusure di sedi, accorpamenti all'interno di ambasciate e consolati, riduzione di costi informatici e razionalizzazione delle strutture. Tengo poi a sottolineare che la nuova Agenzia partirà probabilmente con 450 dipendenti di ruolo, contro i circa 1.000 di sei anni fa: mi piacerebbe che qualcuno mi indicasse un'altra organizzazione del mondo pubblico e statale che abbia già ridotto di oltre il 50 per cento le proprie risorse. L'Agenzia ha inoltre avuto una riduzione pesantissima degli stanziamenti. Segnalo che Gran Bretagna e Stati Uniti, in un processo generale di riduzione degli stanziamenti pubblici del 20-30 per cento, hanno invece aumentato le risorse per la promozione dell'*export* e per il processo di internazionalizzazione, quindi il messaggio è che questa gamba del nostro sistema economico, che è l'unica che può generare crescita reale, va rinforzata: una buona attività promozionale genera ordini e crescita in tempi molto rapidi; non sono processi che generano ricchezza ed occupazione nel medio-lungo termine, nei cinque-dieci anni prossimi, ma generano ordini, lavoro e fatturato nel breve termine, a partire dai prossimi mesi. Qui sono presenti anche degli imprenditori che sono grandi esportatori e credo possano testimoniare.

Abbiamo il dovere di spendere al meglio ogni euro a disposizione. La nostra leva per fare meglio il lavoro di promozione è di mettere a fattore comune le risorse. Quindi abbiamo già concluso un accordo con il Ministero delle politiche agricole e forestali, e abbiamo già rinnovato un accordo con il Ministero dell'ambiente. Quindi la proiezione internazionale di altri Ministeri non va fatta improvvisando competenze e un radicamento che non si hanno, ma appoggiandosi all'unica rete internazionale che è quella costituita *in primis* dalle ambasciate, a seguire dagli uffici Ice coordinati dalla rappresentanza diplomatica, dall'Enit e per certi versi (seppure

con delle sfumature un po' diverse) dalle camere di commercio italiane all'estero, che sono un pezzo di questa unica rete nazionale. Il nostro dovere è di far sì che ogni euro speso da una Regione o da un Ministero fuori dall'Italia sia canalizzato in maniera intelligente, ma non perché l'Ice si voglia arrogare il diritto di decidere per conto di altre entità cosa promuovere e dove, bensì perché deve offrire un servizio per farlo al meglio. Se una Regione vuole promuovere il suo vino, il suo prodotto alimentare o la sua nautica in Cina ha il dovere e il diritto di farlo, ma prima di avviarsi in Cina ha anche il dovere di rivolgersi a chi già opera *in loco*, magari ha 30 dipendenti di cui 28 cinesi e che conosce esattamente dove e come farlo: se non altro ha il dovere di interfacciarsi per pianificare in maniera intelligente le proprie iniziative. Chi ha fatto promozione sa molto bene che a volte un'iniziativa promozionale ottima può avere un risultato nullo semplicemente perché la data è sbagliata o perché gli interlocutori, i *buyers* sono altrove per un'altra fiera: quindi è inutile improvvisare un *know how* quando c'è una rete qualificata e presente che va solo ingaggiata. Questa è per noi «la chiave».

Abbiamo bisogno di un minimo di supporto da parte delle istituzioni proprio per far sì che il messaggio passi e devo dire che i segnali sono molto positivi. Ho parlato con vari presidenti di Regione che hanno assunto l'impegno di imporre in modo netto la regola per cui niente del loro *budget* regionale destinato alla promozione venga speso all'estero se non sia stato condiviso, se non altro a livello di pianificazione generale, con l'Agenzia. I Ministeri dell'ambiente e delle politiche agricole e forestali hanno condiviso il principio di avviare con l'Agenzia qualunque iniziativa all'estero. Stiamo lavorando in maniera molto intensa con le associazioni nazionali di categoria appartenenti a Confindustria per far sì che ogni iniziativa venga condivisa e co-finanziata dal privato.

Il piano di promozione della seconda metà del 2012 e dei primi mesi del 2013 nasce così: non c'è neanche una iniziativa promozionale di questo piano che non sia condivisa dalle associazioni di categoria; quindi vogliamo superare in modo totale il conflitto con alcuni attori del sistema confindustriale, vogliamo integrare completamente le competenze e le conoscenze dei vari mercati e condividere a pieno le linee guida sulle quali vogliamo lavorare.

Per quanto riguarda i problemi, questi vanno ricercati nella legge di soppressione dell'Ice. In questa sede mi piace ricordare che non c'è alcuna grande economia mondiale che non abbia una *trade promotion organization*. Quindi credo che l'idea di sopprimere l'agenzia sia stata assolutamente bizzarra, perché se ci si va a confrontare, nessuno al mondo ha condiviso questa idea: forse siamo stati troppo innovativi e l'innovatività a volte è pericolosa. La legge che sopprimeva l'Ice ha lasciato una serie di strascichi e quindi l'Agenzia in questo momento non è ancora pienamente operativa, perché per esserlo deve formalmente recepire risorse umane, finanziarie e beni strumentali dall'Ice in esercizio provvisorio, qui rappresentata dal dirigente delegato, dottor Luongo, cui voglio dare atto in questa sede istituzionale di aver fatto di tutto per non far mai ve-

nire meno, pur tra grandi difficoltà operative, il supporto dell'Agenzia alle aziende, perché in questi 12 mesi di soppressione di fatto l'attività si è ridotta ma non si è mai fermata; anzi, le attività importanti sono proseguite e comunque c'è stata un'attività promozionale del tutto accettabile rispetto alla complessità della soppressione. Questo processo di riattivazione è molto complicato, perché la legge istitutiva prevede che le risorse umane vengano assegnate alla nuova Agenzia non attraverso un meccanismo di selezione vera, ma con un concorso per titoli, quindi idealmente si voleva poter scegliere come partire; in realtà il concorso per titoli è per definizione uno strumento molto rigido, ma questo è quanto richiede la legge e noi ci atterremo a quanto la legge impone di fare.

Un altro tema molto importante è rappresentato dagli stanziamenti: nessuna delle varie amministrazioni dello Stato cui mi sono rivolto mi ha ancora portato un esempio di una organizzazione che abbia ridotto già di oltre il 50 per cento le sue risorse e del 40 per cento gli stanziamenti finanziari. Direi quindi che la nostra *spending review* l'abbiamo già fatta e se dobbiamo prendere esempio da quello che accade nelle varie parti del mondo, le uniche linee di attività sulle quali i Governi stanno investendo sono quelle di promozione dell'*export* e dell'internazionalizzazione. Invito quindi questo prestigioso organismo istituzionale ad aiutarci in qualche modo, a fronte del nostro impegno ad essere molto cauti ed oculati nello spendere queste preziose risorse, a non lesinarle, perché abbiamo in programma un piano straordinario di sviluppo dell'*export* che verrà presentato entro l'estate. Il *target* che ci diamo, anche se stiamo ancora lavorando, è di raggiungere circa 200 miliardi di *export* aggiuntivo nei prossimi quattro anni (quindi entro la fine del 2016); ma per far questo ci vogliono risorse, competenze e ci vuole anche tutto il supporto istituzionale per far sì che il sistema Italia si muova in maniera intelligente e coordinata.

Un altro tema molto importante è quello che riguarda il Sud del nostro Paese. In Italia abbiamo un enorme *deficit* di *export* da parte del Meridione. I dati sono schiacciati: il Mezzogiorno, comprese le isole, rappresenta il 35 per cento della popolazione, ma solo il 24 per cento del PIL, il 9,5 per cento dell'*export* e il 4,5 per cento degli investimenti attratti. Si tratta però di dati che non dobbiamo considerare ineluttabili. Stiamo infatti cercando di rendere operativo un accordo di massima raggiunto tra i ministri Barca e Passera per fare in modo che una parte dei fondi di coesione venga allocata per il sostegno a uno sforzo straordinario di promozione dell'*export* nelle regioni meridionali.

Queste sono le linee guida su cui stiamo lavorando ed è su questo che accoglierò con piacere domande, critiche e suggerimenti.

PRESIDENTE. Mi fa piacere verificare tanto entusiasmo da parte del presidente dell'Ice Monti. In primo luogo vorrei però far notare che dovrebbe esistere una struttura che oggi ancora non c'è. Quando è stato ricostituito l'Ice, si è stabilito – ritengo con notevole semplicità – che il suo personale sarebbe stato composto da dipendenti dei Ministeri dello svi-

luppo economico e degli affari esteri. Ciò ben sapendo che, quando si mettono insieme personalità dipendenti da due diversi Ministeri, difficilmente ne nasce una simpatia reciproca. La cabina di regia mi sembra che debba essere ancora fatta ed è ancora da decidere chi la coordinerà.

C'è poi da considerare il ruolo delle ambasciate e dei consolati. Come penso sappiate tutti, quando si va in ambasciata o al consolato a presentare un determinato lavoro, non sempre seguono i loro grandi applausi ed abbracci.

Ma proviamo a non tenere conto dei due suddetti fattori di «grande» entusiasmo. Si consideri invece che i dipendenti dell'Ice sono 300, ma dovrebbero essere 450. In più, ci sono da considerare le Regioni. Il presidente Monti ci ha riferito con grande entusiasmo di aver stabilito un rapporto con le Regioni. Ma queste ultime, che hanno competenza esclusiva in materia di turismo, non riescono a sviluppare un minimo di rapporti. Provo a fare un esempio. Se una Regione come il Molise, che ha poco più di 300.000 abitanti, decide di spendere qualche centinaio di migliaia di euro, partirà verso Washington, New York o in Kazakistan (più si tratta di Paesi «strani» e più ci si va) per andare a spendervi del denaro.

Va ricordato che esiste un protocollo d'intesa dell'ottobre del 2010, concluso dal Ministero del turismo con le Regioni, secondo il quale tutte le iniziative da avviare dovrebbero essere concordate con tale Dicastero. Ebbene, non penso che questo sia mai avvenuto, visto che le Regioni continuano a muoversi per conto loro. È pertanto ammirevole che il presidente Monti voglia coordinarsi con le Regioni, ma per farlo bisognerà mettere intorno a un tavolo anche il Ministero del turismo, che tra l'altro audiremo tra pochi giorni.

Dal nostro punto di vista è importante conoscere il programma operativo dell'Ice. Noi le daremo una mano, sostenendo l'Ice anche sul piano delle risorse finanziarie, che al momento sono sicuramente sottostimate, in occasione dell'esame dei provvedimenti di nostra competenza. Mi auguro che la *spending review* non tocchi chi abbia già subito dei tagli, altrimenti non riuscirete nemmeno più a pagare gli stipendi del vostro personale.

Vi suggerisco inoltre di chiedere al nuovo segretario generale della Farnesina un incontro operativo per stabilire con il Ministero procedure e modalità. Le ambasciate e i consolati sono un elemento fondamentale di promozione, visto che l'*export* e i mercati esteri sono ancora un fattore trainante per le nostre imprese. In questo settore l'Ice può svolgere una grande funzione.

CASOLI (*PdL*). Signor Presidente, esprimo il mio apprezzamento per l'entusiasmo dimostrato dal presidente Monti, perché è soltanto con questo spirito che si può riuscire in un'impresa che personalmente considero titanica. Monti ha definito l'*export* italiano come una storia di successo. Io aggiungo che si tratta di un successo casuale e sicuramente indipendente dalla precedente gestione dell'Ice. Infatti, non sono assolutamente soddisfatto del lavoro che aveva svolto l'Ice per promuovere il commercio estero. Ho una modesta esperienza di esportazione in giro per il mondo,

ma tutte le volte che abbiamo contattato l'Ice ne abbiamo ricevuto più danni che vantaggi. Pertanto, come imprenditori ci guardiamo bene dal contattare l'Ice per promuovere i prodotti e i nostri servizi.

Ciò premesso credo che, come ad esempio avviene in Paesi come la Germania dove c'è un grandissimo fermento nelle esportazioni e un forte supporto da parte del Governo, per riuscire a creare qualcosa di nuovo sia indispensabile tanto entusiasmo, una cabina di regia e un'azione interdisciplinare da parte dell'Ice.

A proposito della cabina di regia, ho sentito parlare di Confindustria, di rappresentanti sicuramente autorevoli, ma non ho sentito parlare delle piccole e medie imprese. L'Italia è formata da una colonna vertebrale fatta di piccole e medie imprese. Se l'Ice deve essere una struttura di promozione solo dell'ENI, dell'Enel, delle Poste e di Finmeccanica...

PRESIDENTE. Non ne hanno bisogno: quelle società vanno già per conto loro.

CASOLI (*PdL*). Come suggerisce il presidente Cursi, tali società non ne hanno bisogno. Ma se ciò dovesse accadere, difficilmente renderemmo competitivo questo Paese. Le chiedo dunque di inserire una rappresentanza forte della piccola e media impresa, quella che ha più difficoltà quando opera all'estero a strutturarsi nel contattare i clienti.

Concludo il mio intervento facendo un piccolo esempio. La settimana scorsa ho svolto una missione personale in Cina, dove ho comprato un'azienda. Lì ho trovato un'associazione che mi sta sostenendo nella vendita dei miei prodotti in Cina.

Questa associazione è il Partito comunista cinese, che si è messo a disposizione e mi ha addirittura organizzato una serie di incontri. Dico tutto questo, perché nelle conclusioni del presidente Monti non ho molto apprezzato la frase in cui diceva che avrebbe concordato come spendere i fondi con le Regioni e con tutti gli altri Enti. Secondo me è bene che la 10^a Commissione dia forza a questa presidenza e a questo organismo per permettere loro non di concordare, ma di avere una funzione di indirizzo coercitivo su certe spese (vedo che il presidente Cursi annuisce) che in questo momento sono delegate ad enti, come le Regioni, che a mio avviso non fanno altro che sprecare tanti soldi della nostra comunità con scarsi risultati.

GHIGO (*PdL*). Signor Presidente, rivolgo al presidente Monti il migliore augurio per il lavoro che dovrà svolgere e che, come avrà potuto metabolizzare, sarà piuttosto complesso e difficile sia per quanto riguarda i rapporti istituzionali e la competenza esclusiva delle Regioni che per l'assoluta necessità (lo dico da *ex* presidente di Regione) di razionalizzare il percorso di promozione all'estero delle nostre imprese.

Noto che lei ha molto indirizzato la sua attività sull'altra direttrice della strategia dell'Agenzia, quella cioè di attrarre investimenti. Rispetto

a questo compito le faccio i miei più sentiti auguri, ma credo che in questo momento sia un lavoro obiettivamente ciclopico.

Per quanto riguarda le considerazioni svolte dal collega Casoli, informo che la scorsa settimana si è svolta una missione in Brasile cui hanno partecipato alcuni imprenditori del settore dell'arredamento e del *design* italiano, selezionati dall'Ice come migliori rappresentanti e potenziali esportatori in un mercato così innovativo come il Brasile. Ho ricevuto alcune lettere di commento sul risultato di questa missione e soprattutto sull'impressione che tali imprenditori hanno ricavato da questa iniziativa che mi permetterà di riferirle, presidente Monti. Onde evitare che si travisi il senso delle mie affermazioni, le dico subito che le considerazioni non sono particolarmente positive, soprattutto per quanto riguarda i cosiddetti incontri «B2B», cioè *business to business*, quelli che gli imprenditori che entrano in un mercato come quello brasiliano avrebbero voluto sviluppare nel modo più efficiente possibile. Si sono tenuti tanti incontri istituzionali, c'è stata tanta rappresentazione istituzionale, ma (al di là della buona volontà che non si nega mai a nessuno) dalle osservazioni che mi riferiscono il risultato di questa missione sembrerebbe essere, con qualche sfumatura, non corrispondente alle aspettative, anche perché non dimentichiamo che questi imprenditori fanno un investimento, perché si pagano il viaggio e tutto ciò che serve. A fronte di questo e del tempo dedicato (che per un imprenditore costituisce un valore assolutamente comprensibile) non hanno tratto il beneficio che si aspettavano.

Mi permetto di riferirle queste considerazioni in modo che lei possa operare opportune verifiche e – mi auguro – organizzare in futuro una missione che possa garantire risultati migliori di quelli che sembrano essere stati prodotti con questa.

IZZO (*PdL*). Signor Presidente, a mio avviso sarebbe opportuno chiedere al presidente Monti di tornare per ascoltare le considerazioni dei colleghi e quelle che verranno dall'ulteriore dibattito che svolgeremo.

Vorrei soltanto fare due osservazioni per rappresentare le mie aspettative nei confronti del presidente Monti e del suo *staff*, fermo restando la necessità di approfondire il tema. Innanzitutto, come Commissione competente, avremmo piacere di avere cognizione, al di là delle dichiarazioni, del piano straordinario cui ha fatto cenno. Capisco l'entusiasmo e le do atto, non attraverso la conoscenza della sua attività ma dalle dichiarazioni che ha avuto modo di fare, che certamente vi è la volontà di rendere davvero efficiente l'Istituto, che ha conservato il nome e che vogliamo ricordare non per quello che è stato, ma per quello che deve essere e che è nelle aspettative non soltanto delle istituzioni, ma anche dei cittadini italiani che provvedono al relativo sostentamento.

Valgano le considerazioni che sono già state fatte dai colleghi circa il giudizio assolutamente negativo che ciascuno può esprimere, sia in via diretta e personale, laddove abbia avuto occasione di lavorare con l'Ice, che è nato anche sulla base di esperienze riferite. Vorremmo avere ulteriori informazioni sul piano straordinario, per renderci conto di ciò che davvero

dobbiamo fare ed eventualmente per formulare suggerimenti e osservazioni sulla base delle esperienze maturate da ciascuno di noi.

Da ultimo, siccome finora l'Ice ha utilizzato anche delle professionalità della società *in house* RetItalia internazionale che, a fronte della riduzione dei contributi che l'Ice poteva trasmettere, ha avviato un'attività di licenziamento dei dirigenti – credo che ne siano stati già licenziati tre – e di circa 20 dipendenti su 60, vorrei sapere se si abbia intenzione di utilizzare quell'esperienza nonché l'attività prodotta da RetItalia internazionale e se quest'ultima venga considerata dalla nuova dirigenza come una risorsa che possa essere recuperata, rilanciata e reindirizzata verso gli obiettivi del piano strategico di cui si parlava poc'anzi.

FIORONI (PD). Signor Presidente, ringrazio il presidente Monti, al quale rivolgo i miei migliori auguri per una missione molto difficile e per un'eredità che trae origine da una situazione confusa: infatti, non vi è stato un coordinamento e nemmeno un convincimento unitario a livello politico rispetto alle potenzialità di un'Agenzia per la promozione del commercio estero.

Condivido le considerazioni fatte dal Presidente e dai colleghi circa le difficoltà di contesto, che sono legate a scarsità di risorse e incertezza circa le iniziative che saranno programmate, ma anche ad una insufficiente dotazione organica che probabilmente potrebbe rendere non efficiente un'Agenzia che porta avanti una *mission* a 360 gradi, volta non solo a sviluppare promozione, ma anche e soprattutto a facilitare il rapporto B2B. Quest'ultima è l'esigenza maggiore di un sistema di piccole e medie imprese parcellizzato sul territorio, caratterizzato da una produzione eccellente che potrebbe costituire comunque un valore aggiunto per il nostro Paese, ma che anche nei mercati internazionali non trova veramente chi la possa aiutare a realizzare dei contatti commerciali fondamentali.

Sono tantissime le imprese che sono spaesate da questo punto di vista e che non sanno a chi rivolgersi, pur essendoci una rete di contatti, dalle camere di commercio all'estero alle ambasciate, alle Regioni. Spesso queste imprese si ritrovano da sole; probabilmente il sistema, per come ha funzionato fino ad ora, non è efficiente.

Penso pertanto che la finalizzazione di questa Agenzia debba essere volta a facilitare il sistema di rete, proprio per raggiungere questi obiettivi e per aiutare le piccole e medie imprese. Allo stesso tempo, penso che l'Agenzia, con il sistema delle Regioni, debba riuscire a trovare una modalità di approccio che impedisca la dispersione delle risorse, perché le Regioni hanno le loro competenze e devono anche valorizzare l'identità territoriale, le loro produzioni tipiche e le loro caratteristiche fondamentali di produzione (turismo e tutto quello che significa un sistema integrato regionale). Penso che dovremo sviluppare un discorso approfondito per il futuro e che dovremo cercare di capire se l'attuale organizzazione dell'Ice, per quella che sarà la sua futura funzione, debba mantenere le sedi territoriali sia in Italia che all'estero, per facilitare questo raccordo. Su questo si dovrà sviluppare una riflessione, al fine di valutare se sia il caso di eli-

minare gli uffici territoriali o di mantenerli per facilitare questo raccordo. Penso che anche su questo punto il presidente Monti dovrà rispondere e dirci quale sia il suo intento, sia per l'Italia che per l'estero.

PRESIDENTE. Appreziate le circostanze, concorderemo con il presidente Monti una data per il proseguimento di questa interessante audizione. Ringrazio il presidente Monti per il suo contributo e gli auguro buon lavoro: l'entusiasmo è tanto, speriamo che arrivino i risultati.

Rinvio il seguito dell'audizione e dell'indagine conoscitiva in titolo ad altra seduta.

I lavori terminano alle ore 16,30.