

TERVISTA | Angelino Alfano | Ministro degli Esteri

«Gioco di squadra fra imprese e diplomazia»

«In due anni 756 commesse, valgono l'1,1% del Pil - Ambasciate strategiche anche contro il rischio protezionismo»

L'INTERVISTA / ANGELINO ALFANO

«Gioco di squadra tra imprese e diplomazia»

MADE IN ITALY

«Nuove risorse per 150 milioni alla promozione culturale. Non siamo terra di conquista, no a saccheggi sugli asset strategici»

di **Carmine Fotina**
e **Giorgio Santilli**

«**L**e imprese italiane hanno vinto in due anni 756 commesse in novanta Paesi. Prometeia stima che abbiano prodotto un valore aggiunto di 16,4 miliardi di euro, pari all'1,1% del nostro Pil annuo e un gettito fiscale di 6,7 miliardi, determinando, come effetto a catena, un numero di 234 mila posti di lavoro». Il ministro degli Esteri, Angelino Alfano (nella foto), traccia un primo bilancio dell'attività diplomatica a sostegno del "made in Italy".

«**È** la prima volta - dice prima di decollare dagli Emirati Arabi, dove ha incontrato 150 operatori economici italiani impegnati nell'area - che il ministero degli Esteri elabora, con il supporto di una società di ricerche, un'analisi puntuale del valore d'impatto della rete diplomatica nella fase di internazionalizzazione delle imprese italiane». Una mappa, relativa al biennio 2014-2015, che secondo Alfano delinea «la dinamicità del ruolo assunto dalla diplomazia economica, oggi più che mai importante per rispondere alle derive protezionistiche».

Il ministero, attraverso le ambasciate, è anche pronto a rilanciare la promozione culturale. «In questo campo avremo 150 milioni, da investire tra il 2017 e il 2020, che si aggiungono ai 300 milioni già previsti dalla Cabina di regia con il ministero dello Sviluppo per il piano di promozione del made in Italy».

A che cosa serviranno queste risorse aggiuntive?

Serviranno per raccontare che l'Italia non è solo tecnologia o prodotti di alta gamma, ma è soprattutto

bellezza che si esprime in tutte le sue forme, attraverso la cultura, la creatività, l'eleganza. Il ministero degli Esteri ha predisposto uno strumento nuovo: il Piano di promozione culturale integrata, che abbiamo chiamato "Vivere all'italiana". Servirà a presentare all'estero un "super marchio Italia" che costituisca il valore aggiunto a ogni promozione settoriale. Un brand che si potrà ammirare, per esempio, nello snodarsi della metropolitana di Lima, nella velocità degli Eurofighter in Kuwait, nelle fregate in Qatar o nella grandiosità del Ponte sul Bosforo. Lo vedremo anche nelle grandi mostre dei nostri maestri Leonardo, Raffaello e Botticelli e nel design italiano che proporremo nell'Italian design day, il 2 marzo, con cento eventi in cento città in tutto il mondo.

Uno dei punti deboli del made in Italy in passato è stata la scarsa sinergia fra promozione economica e attività delle ambasciate. Sta cambiando qualcosa?

In questi ultimi anni il rapporto tra imprese e diplomazia si è trasformato, determinando una vera svolta e mettendo in connessione in un "sistema Paese" l'operato dei diversi protagonisti del circuito economico, che prima lavoravano per conto proprio e in modo slegato. Abbiamo superato il vecchio approccio e abbiamo spinto perché le nostre ambasciate - e anche gli uffici Ice per il commercio estero che a esse sono fortemente legati - diventassero un punto di riferimento centrale per tutti gli attori della crescita, la rete delle imprese, le Regioni, le Grandi aree metropolitane, le banche: tutti uniti in un unico obiettivo, portare l'Italia nel mondo.

In quali attività, in particolare, si concentrerà il sostegno delle ambasciate alle imprese?

L'apporto strategico della rete diplomatica si traduce innanzitutto nell'accompagnamento delle imprese durante le varie fasi che precedono l'aggiudicazione delle commesse in tutto il mondo e in ogni ambito, dalla difesa all'energia, dall'aerospazio alle infrastrutture. L'importanza del lavoro della nostra diplomazia si avverte in termini di informazione

dei bandi, nell'assistenza per lo svolgimento delle gare e nel lavoro svolto dalle ambasciate per facilitare una soluzione amichevole con le autorità locali nel caso di contenziosi.

Finora il piano made in Italy si è concentrato molto sul Nord America. Non crede siano state trascurate aree emergenti, in particolare l'Asia?

È vero, il primo anno abbiamo dedicato maggiori risorse negli Stati Uniti e nel Canada, in considerazione dell'alto potenziale esistente per il nostro export. Ora aggiungeremo consistenti risorse anche per la Cina, per i Paesi dell'Asia e del Golfo.

Oltre agli obiettivi di promozione, siete in grado di aiutare le imprese sotto il profilo della sicurezza, soprattutto quando operano in aree ad alto rischio? Un esempio può essere quello della diga di Mosul.

C'è una strettissima interazione e uno scambio continuo di informazioni con le nostre ambasciate, con le unità di crisi e le nostre strutture di sicurezza.

Tutto questo sforzo diplomatico non rischia di essere frenato dalle spinte protezionistiche che arrivano soprattutto dall'elezione di Trump? Non sarà più difficile per le nostre imprese lavorare in questo mondo che si intravede?

Con l'amministrazione Trump e l'indebolimento degli accordi di commercio internazionale ci sarà ancora di più l'esigenza di dare un sostegno forte e sistematico alle nostre imprese, soprattutto quelle che operano al di fuori dell'Unione europea. Proprio i rischi di derive protezionistiche rilanciano l'importanza della diplomazia economica, chiamata a difendere in modo sempre più proattivo i nostri interessi.



La Farnesina vuole rilanciare questa attività da ministero per l'“internazionalizzazione” e girerà i distretti industriali italiani per dire alle imprese di usare sempre di più la nostra rete.

C'è in questo momento, oltre all'esigenza di promozione dell'Italia all'estero, una questione di difesa degli asset strategici? Il governo si muoverà con strumenti nuovi o potenziati in questo campo?

Esiste un'attività di monitoraggio, da parte del Governo, per assicurare la tutela di asset strategici, nel rispetto delle regole europee. Detto questo vorremmo essere molto chiari: sono benvenuti gli investimenti stranieri che portano occupazione, innovazione e finanza per le imprese, non quelli che dovessero rivelarsi tentativi di saccheggio. Non siamo terreno di conquista per nessuno e in questi casi faremo valere ogni regola possibile per tutelare l'italianità delle imprese con condizioni di reciprocità.

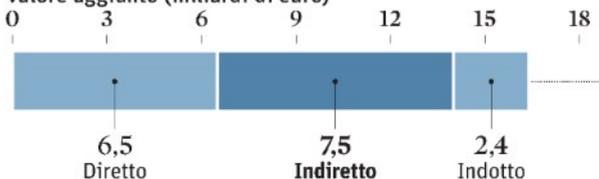
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fra risultati e progetti

I RISULTATI

Anno 2015

Valore aggiunto (miliardi di euro)



Impatto totale
1,1% Pil

Valore aggiunto

16,4
mld di euro

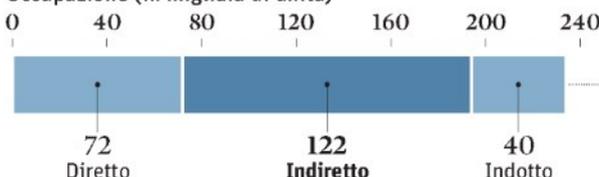
Gettito fiscale

6,7
mld di euro

Posti di lavoro

234 mila

Occupazione (in migliaia di unità)



756 PROGETTI

Possibilità di interventi multipli (anni 2014-2015)

Sensibilizzazione Autorità locali in relazione alla partecipazione alle gare d'appalto

360

Orientamento al mercato

298

Accompagnamento nello sviluppo del business con le autorità locali

124

Intervento presso le autorità locali per la risoluzione di controversie

73

Fonte: ministero dell'Interno

QUANTO VALE LA DIPLOMAZIA

Il convegno

■ Sarà presentato oggi, in occasione di un convegno organizzato presso la sede di Confindustria a Roma, lo studio Prometeia «Diplomazia economica: quale impatto sulla crescita del Paese». Saranno presenti, tra gli altri, il ministro degli Affari esteri Angelino Alfano e il presidente di Confindustria Vincenzo Boccia. La ricerca sarà illustrata da Angelo Tantazzi, presidente Prometeia, e Alessandra Lanza, partner Prometeia.

■ Partecipano al convegno anche Licia Mattioli, vicepresidente per l'internazionalizzazione di Confindustria, Vincenzo De Luca, direttore generale per la promozione del sistema Paese del Mae, Francesco De Bettin, presidente e ad Db group, Vito Pertosa, presidente Mermec, Cesare Trevisani, vicepresidente gruppo Trevi