

Handwritten notes in Leonardo da Vinci's characteristic mirror script, partially obscured by the drawing of the flying machine.



RELAZIONE DEL PRESIDENTE  
ALESSIO ROSSI

Leonardo Da Vinci  
Uomo del Futuro

# OLTRE

L'Italia nel mondo,  
il mondo in Italia.

#OLTRE  
#CAPRI17

32° CONVEGNO DI CAPRI  
GRAND HOTEL QUISISANA  
20 | 21 OTTOBRE 2017



COMITATO MEZZOGIORNO  
GIOVANI IMPRENDITORI  
CONVEGNO CAPRI



CONFINDUSTRIA  
Giovani Imprenditori

L'Italia è il 23° Paese del mondo per numero di abitanti, eppure la nostra è la quarta lingua più studiata al mondo.

L'Italia occupa solo lo 0,2% della superficie delle terre emerse, eppure il nostro Paese è il primo per il numero di beni UNESCO.

L'Italia ha solo lo 0,6% di grandi imprese, eppure siamo la 7° potenza industriale del globo.

E' quando va "oltre" che l'Italia "piccola" diventa "grande". Oltre i suoi confini, quelli fisici e quelli culturali. Oltre i suoi limiti, quelli geografici e quelli politici. Soprattutto quelli politici.

Oltre, era il nostro primo Presidente, Vallarino Gancia, che da imprenditore del vino aveva in sé entrambe le direzioni di questo Convegno: il valore delle radici e la potenza dello slancio in avanti, verso l'esterno, i mercati, il futuro. Nel suo ultimo intervento a Santa Margherita Ligure, nel 2011, ci ha salutati con questo auspicio: "siate attori e mai comparse".

Anzi, ve lo faccio sentire dalla sua viva voce.

Diamoci questo obiettivo: nella vita quotidiana, nell'impresa e nel Movimento, scegliamo di essere protagonisti del nostro tempo.

La storia ha ricominciato a correre. Si dilata il tempo e si restringono gli spazi.

Il contrario di trent'anni fa. Il tempo si restringeva fino a coincidere con la fine della Storia. E lo spazio si dilatava fino a coincidere con il mondo: era l'inizio della globalizzazione.

Ma la storia non si sarebbe fermata in una notte di Berlino il 9 novembre 1989. Ventisette anni dopo, il 9 novembre 2016, Donald Trump sarebbe diventato Presidente degli Stati Uniti, portato alla Casa Bianca da un voto di rivolta contro l'apertura al commercio mondiale.

E così quello che agli occhi dell'America, prima che a quelli del mondo, appariva come un'opportunità, è diventata una minaccia. Ed è iniziato lo scontro di civiltà che stiamo vivendo: non più vecchio contro nuovo, ma chiusura contro apertura, sovranità contro europeismo.





Questo tempo non ha risposte scontate, non più.  
Non le abbiamo noi, non le ha, probabilmente, nemmeno la politica, con cui quelle risposte le vorremmo trovare insieme per guardare al lungo periodo.

Per programmare le scelte i cui effetti si vedranno fra 10 anni.

Il mercato globale cambia volto: esistono sistemi complessi fatti di Paesi e organizzazioni in competizione fra loro per conquistare quote di mercato. Uno scenario dove cambiano attori e strategie, in un gioco a geometrie variabili, dove a volte vince il più grande, ma sempre, vince chi fa Sistema.

I Paesi che ce la fanno sono quelli in cui industria, Istituzioni e parti sociali come Confindustria remano tutti nella stessa direzione.

Il lavoro che stiamo facendo per sostenere la candidatura italiana ad ospitare l'E-MA, l'agenzia europea del farmaco, a Milano: lavorando in tandem, attori pubblici e privati, per ribadire con forza che qui da noi c'è un habitat ad alta densità di innovazione, capitale umano e tecnologie. Se vince Milano, vince soprattutto l'Europa. Perché grazie alle sinergie con l'Autorità europea per la sicurezza alimentare che ha sede a Parma, si potrebbero facilitare le sinergie e il coordinamento sui temi della salute, nutrizione e sicurezza alimentare, creando un modello simile alla Food and Drug Administration statunitense.

Un altro esempio positivo sono le politiche di sostegno al made in Italy.

L'export, o meglio, la "politica" per l'internazionalizzazione non è più un'etichetta su una scatola vuota. Non è più lasciare sole le imprese e poi vantarsi dei loro risultati.

Nel 2013, infatti, il budget complessivo che investivamo sulla promozione commerciale del Paese era 23 milioni di euro, una cifra pari al budget per le relazioni esterne di una grande azienda, non certo per la promozione di una potenza manifatturiera.

23 milioni: noccioline.

Invece, dal 2015 con il piano straordinario per il made in Italy abbiamo mobilitato oltre 200 milioni per anno, con un aumento importante della capacità operativa



della nuova ICE, l'Italian Trade Agency, che è diventata più efficiente con invariati costi di finanziamento.

Ora l'export non è più un lusso per pochi: 6500 imprese si sono fatte conoscere nelle 43 tappe dei roadshow per l'internazionalizzazione, altre 1790 hanno beneficiato dei voucher per i temporary export manager: una misura cucita addosso alle PMI che non si erano mai potute permettere queste figure a tempo pieno. Adesso serve far crescere ulteriormente questi numeri.

Ed il supporto all'estero alle imprese è molto di più di un aperitivo in Ambasciata. Lo sappiamo noi come lo sanno gli stessi ambasciatori, che oggi sono qui e lavorano al nostro fianco. La politica estera è diventata finalmente politica economica estera.

In sintesi, l'export non è più solo export, ma un sistema che considera strategica l'internazionalizzazione, attraverso la razionalizzazione delle fiere, gli investimenti nella grande distribuzione, e soprattutto la centralità della diplomazia economica nell'azione della Farnesina e del MISE.

E i risultati si vedono. Da gennaio ad agosto le esportazioni sono aumentate del 7,6%, arrivando a quota 293 miliardi. Più della Germania, dove nello stesso periodo l'export è cresciuto del 6 e mezzo; e più della Francia, dove è cresciuto del 3,8 %!

4 anni di strategia, investimenti, azioni associative, come missioni e incontri b2b: risultati che certamente non bastano a rivoluzionare la politica commerciale di un Paese, ma sono più che sufficienti per capire che siamo sulla strada giusta. Ora serve proseguirla, con determinazione, e non pensare di mettere anche questo capitolo nella centrifuga perenne delle riforme italiane.

Anzi. Al Governo attuale diciamo che ha fatto bene a reinserire subito il finanziamento per il piano del made in Italy nella legge di bilancio.

E a chi ha l'ambizione di governare l'Italia dal 2018, chiediamo di scrivere sotto il capitolo "appunti per la legislatura" semplicemente questo: non cambiare rotta sulla strategia di internazionalizzazione.

Certo, in una democrazia le priorità cambiano. Ma un grande Paese conosce i suoi fondamentali e lavora per rafforzarli, a prescindere dalle maggioranze che passano. E scusate se ce lo diciamo da soli, ma del made in Italy, tutti noi italiani,



dovremmo andare proprio fieri. Ci sono tanti luoghi che ci fanno sentire orgogliosi. No, non mi riferisco solo alle bellezze, naturali o artistiche, che sono sotto gli occhi di tutti.

Mi riferisco agli scaffali dei supermercati americani, che abbiamo “invaso” con 1.200 nuovi prodotti italiani negli ultimi due anni, grazie a 368 fornitori e 7 accordi di retail.

Che cos’era, in fondo, il boom dell’Italian sounding se non il segnale che i consumatori americani erano pronti a comprarsi qualsiasi cosa purché avesse un sentore di italianità?

Mi riferisco ai 686 cantieri targati Italia aperti in 90 Paesi del mondo, di cui 10 nuovi, solo nel 2016. Tra questi, c’è anche la diga di Mosul, dove a pochi metri dai combattimenti si lavora per consolidare un’infrastruttura fondamentale, che fornisce acqua ed energia elettrica a 2 milioni di persone.

Mi riferisco a Zohr, il giacimento di gas, scoperto da un’impresa italiana, l’Eni, quando tutte le altre avevano smesso di crederci e che oggi può cambiare in positivo la stabilità di tutto il Mediterraneo.

Eccola la risposta alla domanda iniziale: che cosa significa, oggi, portare l’Italia nel mondo?

Significa aver protetto negli anni della crisi posti di lavoro e bilanci del Paese.

Esportando abbiamo sorretto il Paese.

Un successo di cui dobbiamo ricordarci tutti: noi, che siamo in questa sala, e i nostri colleghi che oggi non sono qui perché in viaggio tra Pechino, Dubai, Buenos Aires o Mosca. Chi di noi è stato capace di unire la qualità italiana, che è stata innalzata più di quella tedesca, a competenze manageriali per entrare in nuovi mercati, ha contribuito a salvare l’Italia nei suoi anni più difficili.

Ai giovani che ancora sono a scuola raccontiamola di più questa storia: quella di persone che, pur restando qui, portano l’Italia nel mondo, quella di un Paese che ha ricchezze industriali enormi e che vuole coltivare competenze, talenti e ambizioni dei suoi giovani.

Fare crescere imprese internazionalizzate significa, prima di tutto, creare posti di lavoro per i giovani. Sia per quelli italiani emigrati, addirittura 51 mila nell’ultimo



anno, diplomati e laureati, un punto di PIL di capitale umano perso secondo il nostro Centro studi. Sia per quelli stranieri di talento, che vogliamo attrarre a lavorare nel nostro Paese.

Portare l'Italia nel mondo significa anche questo: esportare prodotti e importare cervelli, anziché il contrario.

Non siamo una potenza militare, siamo una potenza industriale. Non invadiamo i Paesi con le armi, ma con i prodotti.

Tanto è stato fatto, ma possiamo e dobbiamo fare ancora molto.

L'obiettivo del piano made in Italy tre anni fa era aumentare il numero delle imprese esportatrici abituali di 20mila unità. Ci siamo riusciti. Ora diamoci un obiettivo più complesso: aumentare la loro dimensione. Le imprese italiane sono ancora troppo piccole e guardano ancora troppo ai soli mercati limitrofi. Ma serve crescere, anche mettendosi in rete, per poter entrare nelle aree più complesse, a partire da Cina e Stati Uniti.

Ci sono ampi margini per crescere in un mercato più grande, più complesso, più interconnesso.

Ogni singola impresa è oggi potenzialmente di fronte a innumerevoli rotte commerciali. Come nella geometria piana: da un punto passano infinite rette.

Con l'idea di essere un "centro di gravità", ogni impresa affronta il mercato globale, dove può immettere un bene intermedio oppure servirsene. Per poi riversare nuovamente la produzione nella catena globale del valore.

Ha sempre meno senso ragionare in termini di import ed export nei Paesi avanzati: ogni prodotto finito ingloba beni intermedi provenienti da più parti del mondo e probabilmente a sua volta verrà esportato. Quello che conta è il valore aggiunto in questi passaggi: è il valore aggiunto che crea occupazione e benessere.

Così, la filiera produttiva diventa una rete, che entra ed esce dai confini nazionali e comunitari.

In questa rete globale di scambi, il raggio d'azione delle aziende si allarga, e così le loro potenzialità.



E allora il nuovo piano per il made in Italy deve vedere l'Italia come un hub. Un luogo dove passano infinite opportunità. Come dal punto da cui passano infinite rette.

Pensate a Trieste, che potrà diventare il luogo d'incontro tra la nuova via della seta cinese e l'Europa.

Mi rendo conto che servono tempo, competenze e capacità di adattamento. Ma si può fare, grazie alla tecnologia, alla resilienza, ad un'Italia che coltiva imprenditori audaci.

Abbiamo bisogno di un paese che faccia sistema attorno a noi.

Ma siamo noi i primi a dover far sistema. Aggregandoci per competere. Un esempio: il settore agroalimentare italiano si articola in circa 2000 aziende il cui fatturato medio è di 30 milioni di euro.

Se si unissero, sarebbero più grandi della Procter and Gamble.

Serve ambizione nelle strategie aziendali, così come nelle scelte politiche. Perché dopo Trump, e Brexit, governare il mercato globale non è una sfida da poco.

Nelle democrazie industriali, la globalizzazione, oggi, ha ormai pochi amici.

La prima causa è stata sottovalutare le sue conseguenze sociali ed economiche: insieme alla digitalizzazione, ha allargato la forbice sociale, facendo scivolare la classe media verso il basso.

E' comprensibile che le persone in cerca di protezione sociale, non trovandola più, si sentano fragili e vogliano demolire l'establishment. Sono persone travolte, e non accolte, dai cambiamenti.

Ecco un'altra ragione per cui è fondamentale dare risposte concrete alle nuove forme di povertà. Come ha detto la Presidente di Business Europe, una giovane imprenditrice, Emma Marcegaglia: "le politiche nazionali ed internazionali devono mirare a permettere a ciascuno di godere dei benefici della globalizzazione. Perché una cosa è certa: il protezionismo e le politiche liberiste non possono essere, in nessun modo, da sole, una risposta per l'inclusione sociale. Al contrario, danneggiano i più poveri".

Cominciamo con l'istruzione: un collante per restringere i divari sociali e aiutare a



fare il “salto digitale”, preconditione di una globalizzazione inclusiva che diventi moltiplicatore di opportunità. Come farlo? Con nuovi ITS e competence center, che preparino nuovi lavoratori. E poi, con università visionarie, che creino nuove professioni. Il linguaggio digitale deve diventare una grammatica comune, sia per gli studenti di materie umanistiche che scientifiche, ad ogni livello scolastico.

Le misure che il Governo ha adottato nella legge di bilancio vanno esattamente in questo senso, a partire dall'adozione del credito d'imposta triennale del 50% per la formazione di dipendenti in attività 4.0. Una scelta che ora va difesa in Parlamento.

Diciamolo chiaramente: la globalizzazione non è un'ideologia, ma un dato di fatto.

Sta a noi saperla sfruttare, per creare lavoro e ricchezza diffusa nel nostro Paese. E chi crede nel libero mercato è il primo a doverlo ricordare: processi complessi si governano con risposte complesse.

Protezionismo e populismo non fanno solo rima, sono complementi perfetti, accomunati prima di tutto dall'essere inefficaci nel dare risposte alla disuguaglianza.

Guardare “oltre” il protezionismo significa, prima di tutto, difenderci da pratiche scorrette, attuando forme di controllo e tutela per garantire una leale concorrenza.

Mi riferisco in concreto alla battaglia che abbiamo vinto a Bruxelles nell'ambito del riconoscimento del market economy status alla Cina e alla conseguente modifica del Regolamento anti-dumping.

MES, dumping e dazi possono sembrare slegati dalla quotidianità. E' bene invece ricordare che sono normative che impattano sulla vita di migliaia di imprese e lavoratori, mettendo a rischio interi settori industriali – dall'acciaio, alla ceramica, dalla carta alle calzature.

Settori che invece possono crescere attraverso accordi di libero scambio come il CETA – da poche settimane in esecuzione provvisoria - che il Senato, però, “si dimentica” di ratificare da 4 mesi. L'abbattimento dei dazi è solo il primo e più immediato risultato del trattato, perché il CETA apre i mercati degli appalti pubblici, abbatte ostacoli tecnici non tariffari, assicura maggior apertura agli investimenti e piena tutela della proprietà intellettuale.

Per questo a tutti quelli che soffiano sopra il fuoco delle paure degli agricoltori,





voglio dire: “sembrate dei populistici qualsiasi”. Quale Europa andiamo cercando se non quella che ha portato a un accordo strategico ed equilibrato come il CETA? E’ la stessa Europa che per ogni miliardo in più di export genera nel continente 14 mila posti di lavoro, come ha detto il Presidente Juncker nello stato dell’Unione.

Ma guardare “oltre” per le imprese italiane significa, anche, cogliere le opportunità della cooperazione internazionale. Una grande occasione di crescita e un asse strategico della nostra politica estera, per essere partecipi dei processi di pace e di lotta al terrorismo.

E’ di pochi giorni fa il primo bando per le imprese profit della nuova Agenzia per la cooperazione.

“Aiutiamoli a casa loro” deve essere sempre meno uno slogan da dibattiti tv e sempre più un piano coerente di politica estera ed economica. L’“External Investment Plan”, cioè il piano per l’Africa difeso caparbiamente dall’Italia a Bruxelles, un veicolo da 3,3 miliardi di euro, è solo un primo passo.

Come ha detto il Presidente Tajani, dobbiamo “andare verso l’Africa prima che l’Africa venga da noi.” Con il prossimo bilancio dell’Unione Europea dobbiamo prevedere almeno 10 volte il livello degli stanziamenti attuali: 30 miliardi di euro necessari per sviluppare una base manifatturiera e un’agricoltura moderna, creando opportunità di crescita per l’Africa e di business per le imprese europee.

Se 30 miliardi vi sembrano tanti, pensate che la Cina vuole investire circa 60 e che nel 2050 ci saranno oltre 2 miliardi e mezzo di africani, che rappresenteranno la popolazione più giovane del pianeta.

E visto che parliamo di Mediterraneo, voglio parlare dei nuovi italiani. Sarà deformazione professionale, ma quando sento queste parole a me vengono in mente gli investitori esteri, che scelgono di investire qui, in aziende da far crescere, creando nuova occupazione o salvando quella in crisi, facilitando il salto dimensionale e l’innovazione. Ecco, a me piace raccontarli così gli investitori esteri con cui vogliamo lavorare: nuovi italiani, disposti a giocare nella nostra stessa squadra.

Gli investimenti esteri, che in un paese maturo sono soprattutto acquisizioni, hanno un ruolo fondamentale nella crescita dell’Italia. Il 23,9% della spesa in ricerca e sviluppo sostenuta dalle imprese in Italia proviene proprio dalle multinazionali. È questa la sinergia positiva che bisogna creare.



Nel 2014 le multinazionali estere presenti in Italia erano circa 13.600 aziende, che hanno prodotto un aumento di 55 mila posti di lavoro. È ancora poco, lo 0,3 per cento del totale delle imprese. Ma produce il 17,8% del fatturato e occupa il 7,6% dei lavoratori.

A Milano c'è la capitale mondiale per il microwave Global competence center di Huawei.

In provincia di Bologna c'è il greenfield di Philipp Morris, dove si realizzano prodotti innovativi senza la combustione del tabacco; un'innovazione che riposizionerà l'intero mercato del fumo.

A Taranto c'è ILVA. Con il completamento dell'acquisto della cordata indo-italiana potremmo passare in soli 5 anni da una crisi che rischiava di cancellare un'impresa di 14 mila persone al rilancio del più grande impianto siderurgico d'Europa. Con la programmazione di 2,4 miliardi di euro di investimenti, 1,1 per opere ambientali e bonifiche.

Per questo, a un passo dal traguardo, è importante farcela. Farcela, agendo tutti nella stessa direzione. Perché dal rilancio di ILVA - unico impianto in Italia a "ciclo integrale", in grado di produrre acciaio di qualità superiore - non dipende solo il futuro di migliaia di lavoratori e di Taranto, ma quello dell'intero settore siderurgico italiano, che nell'ultimo anno ha visto in crescita produzione ed export.

E allora diciamolo chiaramente: gli investimenti esteri in Italia sono benvenuti. Per gli acquirenti che possono così salvare realtà produttive, per le aziende che, entrando in reti globali, possono diventare più competitive, per il Paese che può crescere con idee e competenze nuove. E gli investitori possono aiutarci a percorrere la strada della riorganizzazione dell'attività d'impresa, oggi sempre più essenziale per l'attrazione di nuovi capitali introducendo anche nuovi skill e procedure, fondamentali soprattutto nei periodi di crisi.

Tra la nostalgia per la proprietà di marchi storici che passano in mano straniera e l'entusiasmo nel vedere aziende storiche rilanciate sul mercato globale, noi scegliamo la seconda strada.

Chi investe in Italia non deve esibire il passaporto, ma piani industriali.

E non deve chiedere il permesso, ma solo rispettare le regole. Se c'è un controllo lo si dichiara, se c'è da fare una notifica al Governo la si fa. La norma anti-scorrerie



può essere, in questo quadro, uno strumento efficace, se presto verrà armonizzata a livello europeo, come ha annunciato il Presidente Juncker nello Stato dell'Unione.

Ho detto rispettare le regole, non tornare all'autarchia. Chi vaneggia norme protezionistiche, difesa dell'italianità tout court, nazionalizzazioni o dazi vuol rinunciare a 1 milione e 200mila posti di lavoro che oggi danno le aziende a controllo straniero.

Aumentare gli investimenti esteri deve invece continuare a essere il nostro obiettivo.

Per riuscirci dobbiamo ridurre il rischio Paese. Cioè quell'insieme di ostacoli "storici" come tribunali lenti, burocrazia anestetizzata, criminalità organizzata.

A cui, nei mesi prima delle elezioni, si aggiunge, immancabilmente, il fenomeno delle norme kafkiane. Ultimo arrivato il codice antimafia, che equipara le logiche da adottare nella lotta alla mafia alla corruzione.

Siamo i primi a volere sanzioni severe per reati gravi, ma qui si fa altro: si legittima la cultura del sospetto verso gli imprenditori, fino ad incorporarla in un testo legislativo. Questo non possiamo accettarlo.

Da qui a fine legislatura c'è il tempo per correggere le storture di questo codice antimafia.

Questo continuo cambio di normative è esso stesso una forma di rischio politico. Lo stesso per cui Moody's, pur confermando il rating, mantiene il nostro outlook negativo. Per la considerevole incertezza su quelle che saranno le politiche portate avanti dal prossimo Governo.

La fine del quantitative easing della BCE si avvicina – con tutte le conseguenze per i tassi italiani - e così anche le elezioni. Due fenomeni diversi che portano alla stessa conclusione: il rischio politico può mettere il Paese in difficoltà finanziaria.

C'è una soluzione, ad opinione di noi Giovani Imprenditori: governare per andare avanti, anziché litigare per tornare indietro. Lo spiego meglio. Le riforme che stanno portando l'Italia fuori dalla crisi sono un passo avanti da non rimettere in discussione.

Chiunque vinca - o non perda – le prossime elezioni, deve essere in grado di creare

una coalizione, con un vero e proprio patto di legislatura. Serve per creare un governo solido, ma a noi basterebbe anche solo un governo utile!

Chi vince le elezioni ha il diritto di governare il Paese, ma ha anche il dovere morale di non far fare all'Italia il gioco dell'oca.

Sì, mi riferisco al Jobs Act. L'OCSE sostiene che con le riforme del mercato del lavoro ed il taglio temporaneo dei contributi, siano stati creati 850 mila posti di lavoro, con una crescita di contratti a tempo indeterminato.

Per questo agli "appunti per la legislatura" di cui dicevamo prima, chiediamo di aggiungere questo: non smontare la riforma del lavoro, ma invece completare gli interventi sulle politiche attive e le misure per favorire ulteriormente l'inserimento dei giovani, in particolare al Sud.

La decontribuzione per i giovani inserita nella legge di bilancio, appena approvata dal Governo, è un risultato importante. Da industriali ci siamo battuti affinché il Governo stanziasse risorse a favore dei giovani, considerando questa misura una nostra priorità. Perché non basta dire che la disoccupazione giovanile è un'emergenza e poi scordarsene il giorno dopo.

Ma si può fare di più.

Si è detto che la manovra doveva occuparsi di pensioni.

Siamo d'accordo. Ma per noi il modo giusto di farlo è reintrodurre un contributo di solidarietà a carico di chi percepisce pensioni d'oro, così da poter rendere la decontribuzione totale per i giovani per 3 anni, secondo la proposta originaria di Confindustria.

Sarebbe una redistribuzione generazionale all'interno del sistema previdenziale: decisione legittima, ma soprattutto decisione necessaria a fonte dei dati che ci dicono che la popolazione italiana è sempre più anziana e sempre più diseguale tra le generazioni.

Ma per favorire l'occupazione giovanile serve non solo agire sul "costo del lavoro" – quanto un imprenditore paga tasse e contributi per assumere, - ma anche sul "valore del lavoro", ossia le competenze che un giovane porta in azienda.



L'alternanza scuola-lavoro è una grande sfida di modernità e il perno di una politica industriale, capace di sanare la frattura tra mondo della formazione e del lavoro.

Se c'è qualcuno che si chiede se ci sono in giro ancora difensori dell'alternanza scuola-lavoro, noi rispondiamo: eccoci. Saremo qui in prima linea per attuare e, se necessario, difendere questa misura. A patto di ricordarsi che l'alternanza è un'opportunità per i giovani e un onere – che ci accogliamo volentieri- per le imprese; non il contrario.

Per questo, non vorremmo finire nell'assurdo per cui sono gli industriali a preoccuparsi del futuro degli studenti, più di quanto lo facciano loro stessi. Gli studenti dovrebbero preoccuparsi meno delle occupazioni delle scuole, e più dell'occupazione: la loro.

Perché i giovani sono il primo asset di un Paese.

E un Paese maturo difende ciò che considera strategico.

Se la promozione e la tutela delle nuove generazioni erano un obiettivo cruciale cento anni fa e lo saranno per altri cento, lo stesso non vale per gli asset economici.

Il modello economico cambia ed è giusto che anche le norme si adeguino per tutelare ciò che oggi è davvero essenziale per l'interesse industriale italiano.

E' in questo contesto che si inquadra la revisione della normativa sulla Golden power.

Per un'economia dei grandi monopoli, erano strategiche soprattutto le reti infrastrutturali.

Per l'economia della conoscenza, in cui la prima azienda per capitalizzazione al mondo è Apple, sono strategiche anche le imprese ad alto contenuto tecnologico, che vanno protette da operazioni opache o predatorie. Non per limitare la libertà di una impresa, ma per tutelare tutte le altre imprese che di quella tecnologia hanno bisogno per essere competitivi.

Ma quando lo Stato eserciterà la Golden power, non lo faccia per entrare a gamba tesa nei meccanismi di mercato.



Eserciti invece il proprio ruolo di abilitatore della crescita.

In coerenza con il suo nuovo ruolo in economia: incentrato non più sul salvataggio di imprese decotte, ma sempre più sull'attività di partner strategico per lo sviluppo. Prendiamo il fondo 4R: investirà in aziende medie, con un conto economico sostenibile, ma in difficoltà dal punto di vista finanziario o patrimoniale; con la mission di ricapitalizzare, ristrutturare, riorganizzare e rilanciare.

Le aziende di cui lo Stato è oggi azionista sono anche quelle che producono dividendi cospicui per il Tesoro e che rappresentano campioni a livello mondiale.

Un esempio di come si possa agire in ottica politica e industriale! Quella che si addice a uno dei paesi fondatori dell'Unione Europea, che guarda al mondo con l'obiettivo di intercettare quella catena globale del valore che farà la differenza fra l'andare avanti o restare indietro.

Fuori dai populismi, oltre i protezionismi: non è uno slogan, è politica.

Quella di cui l'Europa ha un bisogno vitale, oggi che il suo destino è minacciato da localismi di apprendisti stregoni. Gli stessi che in Catalogna ne vorrebbero minare l'unità non per cercare maggiore libertà e democrazia - quelle che l'Europa garantisce da 60 anni - ma al contrario per avventurarsi in vicoli ciechi.

Ciechi politicamente, perché una minoranza cerca di imporsi fuori dalle regole costituzionali. Ciechi economicamente; penso alle multinazionali di Barcellona che hanno spostato la propria sede legale nelle ore successive il referendum fantoccio.

Il prossimo anno l'Italia avrà un nuovo governo.

Ci piacerebbe che quell'Esecutivo fosse in grado di rispondere a una domanda, la stessa a cui ha saputo dare una risposta la Cancelliera Angela Merkel in un'intervista in cui le veniva chiesto "quale Germania per i prossimi 30 anni e quali riforme per raggiungerla?".

Quale Italia vogliamo per i prossimi 30 anni proveremo a dirlo oggi: un Paese industriale, competitivo verso l'esterno e coeso al suo interno.

Per riuscirci non ci basterà solo ricordare che l'economia italiana è in ripresa; non ci basterà ribadire che il PIL, i posti di lavoro, la produzione industriale, le esporta-



zioni sono in crescita. E' questo che i risultati delle ultime elezioni nell'Europa e nel mondo ci insegnano.

Nonostante le performance del PIL britannico, è arrivata nel 2016 Brexit, al grido di meno burocrazia europea e meno immigrati.

Nonostante crescita e condizioni sociali favorevoli, negli USA ha vinto un leader che ha chiuso le porte degli Stati Uniti.

Nonostante Angela Merkel abbia garantito alla Germania stabilità, i voti della CDU – soprattutto nelle zone più ricche dell'Ovest - si sono spostati a vantaggio di un partito antieuropeista.

Non è l'economia, ma la politica, oggi, a decidere le elezioni.

Quella che di fronte ai cambiamenti del nostro tempo – dalla globalizzazione, all'immigrazione, dalla tecnologia al cambiamento climatico – spesso preferisce esacerbare le paure, per creare consenso, anziché competere sulle soluzioni.

E sulla giusta concorrenza abbiamo molti consigli da dare!

Se il populismo fosse un fattore economico sarebbe una forma di concorrenza sleale, basato sull'impaurire il consumatore per evitare di fargli comprare i prodotti dei competitor. Pensate al risultato: vincerebbe chi investe più soldi nel marketing, ma distruggerebbe contestualmente anche il settore in cui opera. Risultato: il deserto.

Per il sistema Paese è uguale. La politica di bassa lega è dumping, che distrugge e inflaziona la politica con la P maiuscola.

E allora basta, il rischio Paese deve diventare un valore Paese.

E si può fare se tutti si prendono la responsabilità di fare bene il proprio mestiere. Il valore Paese è la sommatoria delle cose fatte bene, da ognuno di noi, ogni giorno.

"Oltre" è dove la nostra generazione vuole arrivare.

"Oltre" è il nostro mantra: perché chi vuole cambiare il paradigma deve sapersi spingere oltre.

Chi vuole interpretare il presente, deve indagare oltre quello che già sa.

E' lo spirito del nostro tempo: oltre.

Ecco la nostra visione: come Leonardo da Vinci immaginava l'ala del suo marchingegno volante, bisogna oggi saper guardare oltre l'immaginabile. Ed è lì che l'Italia che vogliamo.