

AZIENDE Il ministro Lanzillotta: «Occorre favorire le imprese»

La politica deve essere amica del Made in Italy

Roma | «La politica deve fare in modo di creare le condizioni affinché le pmi possano crescere e internazionalizzarsi»: a lanciare il monito è il ministro per gli Affari Regionali, Linda Lanzillotta, a margine di un convegno sul futuro del made in Italy organizzato a Milano da Symbola.

Le piccole e medie imprese costituiscono l'asse portante del Made in Italy e dunque è necessario che il mondo politico si faccia carico di intraprendere iniziative in grado di favorire l'universo imprenditoriale italiano. È il pensiero di Alessandro Profumo, anche lui intervenuto al convegno. «Occorre prendere atto che nel Made in Italy operano principalmente pmi e distretti. Per questo - ha affermato l'ad di Unicredit - bisogna costituire piattaforme per fare crescere ed internazionalizzare queste realtà». Secondo Profumo, que-

ste piattaforme sono costituite principalmente da banche e fiere, che fanno da supporto per la proiezione delle piccole e medie imprese italiane nel mondo. «Il problema - ha spiegato - è l'evoluzione dimensionale delle aziende di questo settore. Stiamo perdendo quote di mercato nel commercio internazionale». Imprese che operano principalmente nelle "4 A", ha ricordato, ossia abbigliamento, arredamento, automazione e agroalimentare; queste «assorbono i due terzi di tutte le imprese manifatturiere del Made in Italy. Queste aziende occupano il 90,7% degli addetti e il 76,6% dell'export», cosa che «dimostra la centralità assoluta delle pmi e dei distretti». Profumo ha poi sottolineato il duplice valore della Cina, sia come opportunità che come competitore. «La Cina - ha detto - è un grandissimo mercato, ma non possiamo pensare di potere competere con loro sul costo. Dobbiamo puntare sulla qualità e l'eccellenza del prodotto». L'ad di Unicredit ha affrontato inoltre «la legge in discussione in questo momento sul Made in Italy. La proposta del cento per cento italiano - ha concluso - come banca ci lascia perplessi. Alcuni fenomeni di delocalizzazione non sono negativi di per sé, ma permettono di conquistare nuovi mercati». Sulla questione si è espresso anche Diego Della Valle: «Per rendere il Made in Italy competitivo occorre puntare sull'innovazione del prodotto e sulle scuole professionali». Poiché «il Made in Italy è una valenza assoluta per l'Italia», secondo il presidente di Todd's bisogna «puntare sulla ricerca e sull'innovazione del prodotto» e «fare in fretta», poiché la questione temporale - ha spiegato - è determinante. Sono anni che le aziende aspettano tempi migliori. E le scuole professionali non devono costare alle imprese, «ma è necessario tramandare il know how ai nostri giovani». A fianco del Made in Italy anche «lo stile di vita italiano può essere allargato a prodotti, come il turismo, importanti per il nostro futuro», ha spiegato Della Valle. «Abbiamo un mezzo fondamentale - ha concluso - che è il turismo per fare conoscere l'Italia e il nostro stile di vita».

