

# Bisogna esportare secondo un metodo

Presentato ieri dall'Assolombarda il « Progetto rapporti con l'estero »

MILANO — Grandi elogi e riconoscimenti unanimi ai piccoli e medi produttori industriali indiscussi protagonisti della tenuta e, in alcuni casi, della crescita delle esportazioni italiane. Le statistiche parlano chiaro: il 33-35% del totale delle vendite è fatturato (l'Ice ha controllato almeno 25.000 nominativi) da piccole e medie imprese, il 60% delle quali operanti nel settore dei beni di investimento e dell'impiantistica con alto contenuto tecnologico.

In termini competitivi, questa « presenza » ha precisi connotati: rispetto di regole drastiche in termini di standard, osservanza di regolamenti di ciascun Paese in fatto di norme tecniche e di sicurezza, ed una serie di altre precise adempienze.

Elogi meritati, non vi è dubbio, perché la nuova esportazione italiana ha cambiato completamente fisionomia: le vendite di beni di investimento, con contenuto tecnologico, sono nettamente prevalenti rispetto a quelle di prodotti di largo consumo.

Conferma quindi di una crescita industriale e smentita clamorosa ai giudizi superficiali di alcuni ambienti sindacali che accusano l'industria, specie quella del Nord di « ri-

tardo tecnologico » o di « scarsa maturità ».

Ma quanto costa alle imprese, medie e piccole mantenere questa posizione? La domanda potrà sembrare superflua: se si esporta molto significa che le imprese guadagnano ed hanno successo. Tutto è vero fino ad un certo punto perché, col passare del tempo, queste correnti di esportazione risultano sostenute più sull'entusiasmo e sulla tenacia dei produttori che non su uno schema o un impianto di « politica dell'esportazione ».

Infatti se ci si sofferma a considerare come queste imprese stabiliscono i principali rapporti con i mercati si scopre l'altro volto della medaglia: la presenza delle piccole e medie imprese all'estero è il risultato soprattutto di una azione individuale, è il frutto di iniziative episodiche, spesso senza coordinamento o continuità. L'esportazione complessiva dà quindi risultati apprezzabili (per l'andamento generale dell'economia) ma, a lungo andare, le imprese che la animano escono stremate dal gioco del rischio e della ricerca individuale degli sboc-

chi e delle opportunità di mercato.

Come rimediare a questo stato di cose? Le ipotesi non sono che due. La prima chiama in causa il Parlamento, il Governo, gli enti promozionali pubblici. L'Italia non ha mai avuto in passato una politica di scambi con l'estero organica e lungimirante. C'è poco da fare conto su questi apporti anche se occorre dire, con profonda obiettività, che molte cose stanno cambiando. Ma gli apporti avranno efficacia solo a medio termine.

La seconda ipotesi, invece, chiama in causa le organizzazioni professionali che rappresentano i settori produttivi. Se il pubblico non è attivo, il privato, insomma, cosa fa, come si muove, come reagisce?

Risposta precisa ad un quesito preciso: diamo vita ad un metodo per esportare ed organizzare il rapporto con il mercato estero. A fornire questa risposta è l'Assolombarda, l'associazione industriale che annovera fra i suoi soci ben l'80% di piccoli e medi industriali.

« Ci rendiamo conto che non possiamo continuare ad invocare il miracolo delle piccole e medie imprese che continua, no ad esportare. Chiediamoci come operano, con quali difficoltà, attraverso quali strade: troveremo una risposta precisa. Queste imprese sono costrette a vivere di atti improvvisati, di continue escursioni nei mercati, di tentativi, di coraggiose ricerche. L'iniziativa individuale è grande, genera scambi più vasti, apre varchi nuovi, individua zone di produzione da coprire. Ma si può continuare senza un metodo? Quanto costa questa corsa all'esportazione? Molti operatori si accorgono quanto tirano le somme che la loro fatica non ha trovato compenso in un reddito accettabile ».

L'analisi è stata fatta dal presidente dell'Assolombarda, Alberto Redaelli, nel corso di una conferenza stampa, svoltasi ieri a Milano, per presentare il « Progetto rapporti con l'estero », messo a punto con la collaborazione della Banca commerciale italiana, della Banca nazionale del lavoro, e del Credito italiano, con il

patrocinio del ministero degli Affari Esteri.

« L'iniziativa — ha detto ancora Redaelli — nata dai profondi mutamenti che hanno cambiato, specie negli ultimi anni, lo scenario economico internazionale, si propone di offrire alle aziende industriali un efficace strumento per meglio conoscere le particolari condizioni sociali ed economiche che caratterizzano i Paesi esteri e poter quindi individuare le concrete possibilità di stabilire con loro rapporti economici e sfruttare le potenzialità dei mercati esteri ».

Redaelli ha poi spiegato l'articolazione del progetto che prevede due momenti: l'invio di missioni economiche all'estero, ed un programma di formazione. Si tratta di due strumenti tradizionali, sui quali, anzi, in passato non sono mancate critiche e polemiche. Ma l'originalità dell'iniziativa dell'Assolombarda consiste proprio nell'adozione di una metodologia che attribuisce alle missioni d'affari ed ai programmi di formazione il massimo contenuto di professionalità e di efficacia senza alcuna concessione alla forma o all'accademia. Per intendere le missioni che si muovono lungo direttrici identificate, e non a caso; corsi di formazione, specificamente studiati per tipi di esigenze, e riferiti a precise ed identificate categorie di operatori.

« Abbiamo bisogno di essere presenti all'estero — ha detto ancora Redaelli — con un metodo che consenta a tutti, ma specialmente ai piccoli e medi produttori, di riparo dalla aleatorietà delle tendenze del mercato ».

Negli anni passati — ha continuato — la crisi economica a livello mondiale se da una parte ha portato ad una più agguerrita concorrenza tra i Paesi industrializzati su tutti i mercati, dall'altra ha ridato vita a pratiche protezionistiche, con il risultato di rendere sempre più difficile e complesso l'operare all'estero ».

L'Assolombarda attua una iniziativa precisamente finalizzata all'individuazione delle aree di mercato, alla conoscenza delle loro caratteristiche, nonché all'identificazione dei caratteri della ragione dello scambio; e poi mette in moto, in sintonia con questa ricerca, il rapporto con le imprese.

Le missioni portano nei mercati scelti, o da esplorare, uomini adatti per affrontare specifici temi; i corsi di formazione, anch'essi realizzati in sintonia, forniscono il corredo di nozioni conoscitive che riguardano lo scibile delle norme, dei trattati, delle procedure, che abbracciano quindi anche il campo finanziario e valutario.

Le missioni economiche consistono in viaggi organizzati sulla base di studi e ricerche condotti dall'Assolombarda e da altri Enti che con essa collaborano.

Il programma di formazione, invece, pur rivolgendosi in particolare ai partecipanti alle missioni (ecco il raccordo logico), va considerato come un momento di formazione di tutte le imprese indistintamente.

Il programma è articolato in due fasi: la prima, più panoramica, affronta e approfondisce gli aspetti generali e comuni a tutti i Paesi; la seconda, strettamente collegata ad ogni singola missione, fornisce elementi precisi di conoscenza per parteciparvi più proficuamente.

Nel gioco delle parti, quindi, il « Progetto rapporti con l'estero » dell'Assolombarda si colloca sicuramente in una posizione avanzata.

Oggi si sa per certo che molti errori del passato non verranno più commessi; ma non si ha ancora nessuna garanzia che i promessi metodi nuovi verranno adottati.

Comunque l'impegno a livello pubblico esiste. Lo ha confermato anche l'ambasciatore Mondello che nella conferenza stampa ha rappresentato il ministero degli Affari esteri, così come per la Banca commerciale italiana, rappresentata dal presidente Innocenzo Monti, dal Credito italiano rappresentato da uno degli amministratori delegati Mario Rivocechi, e dalla Banca nazionale del Lavoro, rappresentata dal direttore della sede di Milano, Fanuzzi. L'adesione al progetto dell'Assolombarda, non è una pura formalità ma un impegno preciso. Tanto più che, sulla partecipazione del sistema bancario italiano all'azione di promozione degli scambi con l'estero, il discorso rimane sempre aperto anche per quanto riguarda l'efficacia, la funzionalità e la presenza.

Dante Ferrari