

COSTRUIRE LA CULTURA DEL MICROCREDITO

Intervista del Segretario Generale della Farnesina Michele Valensise
per parlare di economia e formazione nel vecchio e
nel nuovo mondo con gli occhi e l'esperienza di chi l'ha vissuto

di EMMA EVANGELISTA

Il Ruolo che Lei ricopre, dall'Unità d'Italia ad oggi, è fondamentale per il Paese e per la Sua proiezione sullo scacchiere internazionale. L'Italia, da sempre 'sul confine' per scelte religiose, alleanze politiche e posizione geografica, oggi sembra vivere una stagione sottotono. Secondo il Suo particolare punto di osservazione quali sono le prospettive per il nostro Paese, quale la programmazione per il prossimo futuro, intesa come apertura ai nuovi mercati?

La vera sfida, per l'Italia e per l'Europa, è ricominciare a crescere. Per affrontarla, è indispensabile rivolgere l'attenzione ai mercati internazionali. La Farnesina sta facendo sino in fondo la sua parte, con quella che definiamo "diplomazia per la crescita", componente fondamentale della nostra azione.

Le imprese italiane, anche in questi anni di crisi, hanno raddoppiato i loro sforzi per mantenere le loro posizioni sui mercati esteri, in particolare fuori dall'Europa. Anche a causa delle loro dimensioni, generalmente ridotte rispetto a quelle delle aziende dei principali partner europei, le imprese italiane sono piuttosto concentrate sulla mera attività di esportazione, anziché su forme più impegnative di internazionalizzazione (società miste, insediamenti pro-

duttivi, sviluppo di reti di distribuzione). L'export, che vale circa un quarto del nostro PIL, è fondamentale per la nostra economia, ma da solo non è sufficiente: per vincere nei mercati esteri occorre comprenderne le regole, le consuetudini e gli interlocutori, è necessario radicarsi. Per questo la Farnesina sta lavorando, da un lato, per sostenere l'internazionalizzazione delle imprese, e dall'altro per attrarre in Italia sempre più investimenti, capitale umano qualificato e flussi turistici, ponendo la sua rete di Ambasciate e Consolati nel mondo al servizio di questi obiettivi.

L'Africa guarda l'Italia, ma per il nostro Paese e le sue imprese è una risorsa? Un tributo sociale o una opportunità per l'impresa e lo Stato italiani?

Se vogliamo essere efficaci nel sostenere gli oltre 4 milioni di piccole e medie imprese, che, ricordiamolo, rappresentano il 98% delle imprese italiane, dobbiamo concentrare i nostri sforzi sui grandi mercati emergenti.

L'Africa subsahariana offre potenzialità enormi. Si tratta di un mercato potenziale di oltre 800 milioni di persone che, secondo le stime del Fondo Monetario Internazionale, nel 2017 arriverà a 950 milioni di abitanti. Parliamo di una popolazione giovane, dina-



Ambasciatore Michele Valensise

mica e con un potere d'acquisto in crescita.

Molte nostre aziende possiedono il know how giusto nei settori decisivi per radicarsi in quei Paesi, penso soprattutto a infrastrutture e trasporti. Inoltre, il modello dei distretti industriali, che ci permette di essere leader a livello mondiale in molti settori, è molto apprezzato dai nostri partner africani, che hanno il problema di diversificare la loro economia e guardano a noi per competenze, formazione e tecnologia.

Sotto questo profilo, per l'Italia si aprono in Africa spazi importanti nei comparti tradizionali del nostro commercio, come macchinari, agro-industria, design e arredamento, ed anche in ambiti nuovi, come la formazione professionale e la green economy, in particolare le energie rinnovabili, tenuto conto che nel continente africano è possibile attuare modelli di sviluppo sostenibile.

La Farnesina è molto attiva sull'Africa. Nell'ultimo anno abbiamo realizzato numerosi eventi dedicati alle imprese in concomitanza con le visite in Italia di delegazioni istituzionali provenienti da Paesi come Etiopia, Angola, Mozambico, Somalia. Abbiamo voluto favorire occasioni di incontro e

confronto con le controparti private e con i rappresentanti istituzionali di quei Paesi. Abbiamo tutta l'intenzione di continuare su questa linea e di mostrare l'interesse italiano per l'Africa anche con visite dei nostri vertici politici nel continente.

Il microcredito nasce nell'alveo della Cooperazione internazionale del MAE, su un appello di Kofi Annan e delle Nazioni Unite, come strumento per il raggiungimento degli obiettivi del millennio. Oggi a distanza di circa un decennio possiamo ancora considerare le attività microfinanziarie e la 'via italiana al microcredito' una valida opportunità per lo sviluppo della diplomazia preventiva?

Lo è senz'altro. La microfinanza è uno strumento molto valido per stimolare processi di sviluppo anche nei Paesi in crescita di Asia, Africa ed America Latina, dove più facilmente si instaurano reti di piccola imprenditoria. Penso a modelli di sviluppo nei quali quel che conta è poter raggiungere direttamente le famiglie, e promuovere in modo immediato la crescita del capitale umano e delle capacità produttive.

La Farnesina ha stimolato molte esperienze di microcredito nell'ambito dei programmi di cooperazione allo sviluppo, in collaborazione con le Organizzazioni Non Governative. Abbiamo realizzato progetti in Senegal, in Perù, in Marocco, per fare qualche esempio. È significativo che abbiamo realizzato un programma di sostegno alla microfinanza e alle piccole e medie imprese anche in Afghanistan, nelle Province di Herat e Farah. Oggi la Farnesina lavora molto bene per promuovere la microfinanza sul piano internazionale con l'Ente Nazionale per il Microcredito.

Il ruolo del nostro Paese nelle missioni internazionali negli stati di crisi è oggi molto controverso e, spesso, oggetto di critica, nonostante si sia sempre rivelato anche di sostegno per le popolazioni. Lei che ha ricoperto il delicatissimo incarico di ambasciatore in Bosnia nel 1997, alla fine del conflitto, potrebbe raccontarci della Sua particolare esperienza e del ruolo dell'Italia in questo particolare ambito internazionale?

Il ruolo dell'Italia nelle missioni di stabilizzazione è molto apprezzato >

La microfinanza è uno strumento molto valido per stimolare processi di sviluppo anche nei Paesi in crescita di Asia, Africa ed America Latina

da parte dei Paesi nei quali i nostri uomini sono impegnati e dai partner internazionali. Ricordo con ammirazione l'opera svolta in particolare a Sarajevo dai nostri contingenti militari, che contribuirono subito dopo gli Accordi di Dayton alla pacificazione di un Paese profondamente lacerato dalla guerra. Anche in quella occasione i militari italiani seppero distinguersi per capacità, per motivazione e per una innata vocazione al dialogo e all'interazione con le popolazioni locali. Queste operazioni - ancorate ai principi della nostra Costituzione e al consenso della comunità internazionale - costituiscono quindi un prezioso strumento di affermazione dell'Italia nel mondo.

Berlino e la Germania sono stati due dei suoi punti di riferimento, la Sua scelta diplomatica per capire meglio un mondo a noi vicino, oggi quanto il Suo incarico può avvicinare le nostre economie? La Germania è un punto di riferimento per il nostro Paese? In quali prospettive?

Le relazioni economiche tra Italia e Germania sono caratterizzate da forte interdipendenza, profonda complementarità industriale, integrazione dei tessuti produttivi e intensità senza uguali al mondo.

Cito solamente i dati dell'interscambio bilaterale (circa 104 miliardi di euro); il valore delle nostre esportazioni verso la Germania (circa 50 miliardi di euro, pari a cinque volte quello verso la Cina, dieci volte quello verso il Brasile); il rilievo dei flussi di investimento nelle due direzioni e la presenza di tutto rispetto, in vari casi ormai storica (Generali, Ferrero, Pirelli), dell'imprenditoria italiana in Germania. Ma l'essenza dei rapporti economici italo-tedeschi è ancora più profonda. C'è affinità della struttura produttiva, basata sull'industria manifatturiera; sulla vocazione all'export; sulle piccole e medie imprese e sulle aziende a conduzione familiare; sulla dipendenza dalle fonti di approvvigionamento energetico; su un consolidato rapporto reciproco di subfornitura che fa sì che molti prodotti tedeschi incorporino alta tecnologia italiana e viceversa.

Tutti fattori che rendono Italia e Germania partner naturali e che non a caso fanno sì che i rapporti tra le due confindustrie siano eccellenti, cementati dalla convergenza di interessi e di obiettivi.

Il Brasile, un'altra nazione che Lei conosce per espe-



rienza diretta, quali sono a Suo avviso le prospettive economiche e sociali per questa nazione? Con l'Italia ci sono stati rapporti a volte complessi, oggi come sono le relazioni con questo Paese?

Il famoso musicista brasiliano Tom Jobim affermava che: "Il Brasile non è un Paese per principianti". L'Italia ha il vantaggio di avere già una certa comprensione del Brasile grazie alla presenza di una forte comunità di origine italiana in Brasile e a rapporti economici, culturali e sociali collaudati. Nel 2013 le relazioni tra Italia e Brasile saranno rafforzate con la convocazione, a ottobre, del Consiglio Italia - Brasile per la cooperazione economica, industriale, finanziaria e per lo sviluppo cui di dovrebbe aggiungere anche un Business Council che riunisce una parte significativa degli operatori economici attivi nei due Paesi. La cooperazione nel campo delle piccole e medie imprese costituirà uno dei settori su cui concentreremo l'attenzione sia a livello istituzionale sia a livello di contatti tra le due realtà imprenditoriali.

I rapporti economici italiani vivono una nuova stagione. Qualche anno fa ci fu una proposta di aprire le sedi delle ambasciate e dei consolati ai businessmen internazionali per farle divenire un luogo di 'diplo-

mazia economica'. Questa proposta è ancora attuale? Come si è sviluppata? Quale il suo punto di vista?

La Farnesina si è aperta moltissimo al mondo delle imprese e conferma una grande capacità di ascolto delle istanze della nostra comunità imprenditoriale. L'attività di promozione delle eccellenze italiane all'estero e l'azione, complementare, per attrarre investimenti esteri nel nostro territorio sono divenute caratteristiche qualificanti del lavoro del Ministero degli Esteri. A Roma l'attività di promozione è gestita dalla Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese, che coordina in maniera integrata la proiezione internazionale del nostro sistema economico, culturale e tecnologico. A disposizione delle imprese "sul campo" c'è la rete estera, composta da 127 Ambasciate, 92 Consolati, e 90 Istituti di Cultura, cui si affiancano 92 Unità operative dell'Agenzia-ICE e 24 Unità dell'Enit, sempre più integrate anche dal punto di vista logistico con le nostre Sedi. Grazie a questa presenza capillare in tutto il mondo, la Farnesina è il naturale punto di riferimento e di raccordo per le iniziative a sostegno delle aziende italiane, in particolare quelle medie e piccole che costituiscono la "spina dorsale" della nostra economia.

L'Italia Paese di di artisti di eroi / di santi di pensatori di scienziati / di navigatori di trasmigratori... quale l'immagine attuale del nostro Paese nel mondo? Gli istituti di cultura sono ancora centri aggregatori di grandi sinergie per il nostro Paese?

Oggi la globalizzazione ci impone di coniugare la capacità di promozione culturale con la capacità di attrazione economica, rafforzando il rapporto tra economia e cultura, entrambe pilastri del Sistema Paese. La cultura ha bisogno dell'economia per svilupparsi e diffondersi, e l'economia ha bisogno della cultura per dare solidità e continuità a qualsiasi azione di penetrazione commerciale. Del resto, la cultura è di per sé un importante motore dell'economia. Solo un dato interessante: nelle economie mature le "filiera" di produzione culturale arrivano ad attiva-

re sino al 18% del PIL. È con questa logica che lavora la rete degli istituti italiani di Cultura, mettendo a fattor comune le risorse di tutti gli attori che contribuiscono alla promozione culturale ed economica italiana all'estero. Uno dei loro compiti fondamentali, con la direzione ed il coordinamento delle Ambasciate, è proprio quello di curare il raccordo tra le varie componenti del Sistema Italia nel mondo per diffondere e valorizzare la nostra lingua e la nostra cultura. Penso alle Istituzioni scolastiche, ai Lettorati, ai Dipartimenti di Italianistica, ai Comitati della Dante Alighieri, agli enti gestori dei corsi di lingua italiana. In sostanza, direi che la rete dei nostri istituti di cultura sta evolvendo verso un modello di "Rete Promozione Paese", della quale la componente culturale è elemento qualificante.

Infine, signor Ambasciatore, per Lei che rappresenta nel mondo la più alta carica istituzionale, insieme al Ministro degli affari esteri e al Presidente della Repubblica, quali sono le tre grandi imprese che ci rappresentano all'Estero?

Non metto in dubbio il ruolo, anche di immagine, svolto dai "campioni nazionali", ma sono convinto che a rappresentare l'Italia all'estero sia, prima ancora di questo o quel marchio, il particolare mix di tradizione ed innovazione, di tecnologia ed ingegno e creatività artigianale, che ci rende unici nel mondo per produzioni di alta qualità.

La nostra tradizione manifatturiera è basata sul modello produttivo dei distretti industriali e le nostre piccole e medie imprese offrono ai mercati internazionali produzioni di eccellenza in diversi settori, dove spesso il nostro export occupa la posizione di leadership. L'ultimo indice redatto dall'International

Trade Centre del WTO classifica l'Italia prima nel "Trade Performance Index" nei comparti del tessile, dell'abbigliamento e dei prodotti in pelle, e seconda nella meccanica non elettronica e nella manifattura di base, tra cui i materiali da costruzione. Mi sembra un dato molto eloquente, che ci rappresenta bene al di là di ogni singolo marchio. ●

Oggi la globalizzazione ci impone di coniugare la capacità di promozione culturale con la capacità di attrazione economica, rafforzando il rapporto tra economia e cultura