

Pier Andrea Chevallard,
*Direttore Generale di PROMOS e Segretario Generale della
Camera di Commercio, Industria e Artigianato di Milano, Italia*

È davvero con piacere che porto i saluti della Camera di Commercio di Milano a questa V edizione della Conferenza. Per la Camera di Commercio di Milano l'America Latina è stata da sempre un'area fondamentale in cui operare tramite la nostra azienda speciale PROMOS che abbiamo creato per sostenere l'internazionalizzazione delle imprese. Dal 1996 abbiamo aperto un primo ufficio a San Paolo del Brasile, successivamente abbiamo esteso la rete dei nostri uffici in altri Paesi dell'area in modo da sostenere la capacità delle nostre imprese, soprattutto le micro e piccole imprese, di operare in un'area considerata allora estremamente difficile, lontana e in alcuni momenti realmente "a rischio".

Credo che i risultati che abbiamo conseguito in questi anni siano stati importanti. Abbiamo accompagnato circa 2 mila imprese – sto parlando solo dell'area milanese e lombarda – in America Latina; abbiamo organizzato un centinaio di missioni commerciali e partecipazioni a fiere; abbiamo organizzato a Milano – e alcuni di coloro che sono qui oggi hanno partecipato a queste iniziative – numerose *country presentation* con il fine di favorire la consapevolezza delle opportunità offerte dall'America Latina nella nostra area. Possiamo dire di aver raggiunto un buon livello di consapevolezza sulle grandi opportunità di cooperazione che l'America Latina offre, sia pure in modo variegato.

Oggi ne siamo tutti consapevoli. Abbiamo parlato molto di Brasile, ma altri paesi dell'America Latina offrono straordinarie opportunità per le nostre imprese. Noi lavoriamo per accompagnare e instradare le nostre PMI a cogliere queste opportunità. I dati sulla nostra presenza commerciale sono incoraggianti, quelli sugli investimenti diretti lo sono meno, ma credo che ciò

dipenda dalla dimensione delle nostre imprese. La piccola dimensione delle nostre imprese non favorisce l'internazionalizzazione, anche se si sono rafforzate importanti correnti commerciali soprattutto verso il Brasile, i paesi del Mercosur e il Cile. I dati sul Brasile sono straordinari soprattutto se rapportati ai volumi del nostro interscambio solo 10-12 anni fa.

Certo, la capacità del nostro sistema delle imprese di internazionalizzarsi e crescere all'estero non è ancora soddisfacente e la PROMOS si propone di essere "facilitatore" per orientare e indirizzare il sistema delle MPMI della Lombardia verso i mercati di quei paesi dell'America Latina, che offrono opportunità di crescita a medio termine. Le nuove politiche di internazionalizzazione devono partire dal presupposto che ormai da tempo la nostra economia si basa su un modello organizzativo di filiera. Anche i distretti si sono trasformati in filiere multi-localizzate, con reti che si propagano su scala internazionale verso monte (tecnologia, approvvigionamenti, lavorazioni conto terzi) e verso valle (distribuzione, servizi al cliente). Si tratta, quindi, di favorire la costruzione di "reti lunghe", con un'azione mirata di *capacity* e *institutional building* nei Paesi oggetto d'interesse, che organizzino la relazione strategica locale-globale proiettando gli attuali sistemi locali nell'economia globale.

Credo ci sia un terreno importante di cooperazione nel trasferire le nostre "migliori pratiche" sullo sviluppo locale e l'aggregazione di PMI, come ha ricordato il Presidente del SEBRAE Luiz Barreto. Grazie al supporto del Banco Interamericano di Sviluppo - e ringrazio il Presidente Iglesias, perché fu lui l'animatore di questa iniziativa - fu possibile alla PROMOS di realizzare con il SEBRAE un progetto che, al di là del suo valore intrinseco, ha lasciato un'impronta perché ha messo a fuoco una metodologia che consente di accrescere la capacità di collaborazione tra le imprese italiane e brasiliane, valorizzando la dimensione dei distretti industriali. Oggi il Brasile ha assimilato e riadattato alla sua realtà l'esperienza dei distretti industriali, che

li si chiamano *Arranjos Produtivos Locais* , e il governo federale ha messo al centro della sua politica di sostegno alle piccole imprese lo sviluppo e il rafforzamento di questi aggregati di imprese.

Credo che questa sia la strada giusta perché le nostre imprese hanno bisogno di avere come interlocutori in America Latina realtà imprenditoriali omologhe e altrettanto propense ad operare in una dimensione internazionale. Ritengo inoltre - e le esperienze che facemmo allora ce lo confermano - che ci sia molto da fare sul piano degli strumenti finanziari, su cui è necessario mettere in campo qualche creatività addizionale perché la questione dell'accesso al credito a medio termine per le MPMI sia in Italia che in Brasile rimane un problema irrisolto e aggravato dalla crisi che stiamo vivendo. Una delle difficoltà del progetto che facemmo allora con il SEBRAE fu quella di sostenere dal punto di vista finanziario gruppi di imprese che volevano crescere sul mercato interno, ma anche muovere all'estero.

Complessivamente la presenza delle nostre imprese in America Latina è in crescita. Ci sono aree come il Brasile che hanno una capacità attrattiva superiore. I dati che ci ha fornito l'ambasciatore d'altronde lo confermano. Credo che la sfida sul futuro delle relazioni tra l'Italia e l'America Latina si giochi sulla nostra capacità e sulla capacità degli amici dell'America Latina di far sì che le imprese latinoamericane vedano nell'Italia un interlocutore primario nel contesto dell'Unione Europea. Il ministro Mercadante prima richiamava l'importanza strategica delle relazioni tra Unione Europea e Brasile. Certo che talvolta si ha la percezione che per le imprese dell'America Latina l'accesso al mercato europeo passi più per la Spagna, la Francia o la Germania che non per l'Italia. E questo è un elemento di cui dobbiamo tener conto. Nel giro di pochi anni la crescita del sistema delle imprese in queste aree genererà delle opportunità e delle capacità produttive su cui credo l'Italia possa giocare un ruolo importante nel proporsi come piattaforma per il Sud Europa e il Mediterraneo. Allo stesso tempo ritengo che dobbiamo proporci

come mercato per attrarre investimenti delle multinazionali latino-americane che si proiettano verso i mercati più dinamici dell'Asia, dell'Africa e del Nord America, ma non ancora verso l'Europa e l'Italia in particolare.

E qui - l'ha richiamato il rettore Puglisi a nome delle Università italiane - si apre un terreno fondamentale di collaborazione, tenuto conto anche della vicinanza culturale che unisce l'Italia con il continente latinoamericano. Il tema della valorizzazione del capitale umano nelle relazioni tra le nostre due aree, che finora non è stato sufficientemente valorizzato. Sono pochi gli studenti latinoamericani presenti nelle nostre Università, sono pochi i nostri studenti che si recano nelle Università latinoamericane a conseguire master, nonostante l'indubbia qualità di alcune università. Credo che questo potrebbe essere un tema di grande rilevanza che nel favorire poi quella cooperazione economica la cui intensificazione noi tutti auspichiamo.

Ultima considerazione: c'è l'appuntamento dell'EXPO 2015 su cui per il tema che è stato scelto come filo conduttore – quello dell'alimentazione – l'America Latina dovrà giocare un ruolo importante; e in secondo luogo la prossima edizione della Conferenza che avremo l'opportunità di ospitare a Milano nel 2013. Come Camera di Commercio di Milano saremo a fianco del Ministero degli Esteri e della Regione Lombardia nel promuovere la VI Conferenza, che mi auguro si possa tenere in un clima economico rasserenato e stabile.