



confetra

Confederazione Generale Italiana
dei Trasporti e della Logistica

PATTO PER L'EXPORT

Tavolo MAECI su Infrastrutture e Logistica

20 aprile 2020

CONFETRA rappresenta le categorie imprenditoriali operanti nei settori della logistica e del trasporto merci (dagli spedizionieri ai terminalisti portuali, dagli operatori ferroviari merci agli autotrasportatori e ancora corrieri, doganalisti, interporti, operatori del cargo aereo, magazzini logistici, operatori postali, ecc.). Il settore si è rivelato, in questa emergenza sanitaria, in tutta la sua strategicità: **quasi 100 mila imprese, 1,5 milioni di addetti, 85 miliardi di fatturato nel 2019: il 9% del PIL nazionale.**

Una lunghissima e complessa catena d'impresе e professionalità, tutte interrelate tra loro, che ogni giorno ha garantito e garantisce consumi, distribuzione, approvvigionamento, import-export, tanto ai consumatori finali (cittadini e famiglie) quanto alle aziende produttrici di ogni comparto (dalla siderurgia all'agricoltura).

Per le nostre osservazioni siamo partiti dall'analisi delle azioni elencate nel documento redatto dal Ministero degli Affari Esteri e dal MISE: "CABINA DI REGIA PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE" del 20 dicembre scorso. Riteniamo che le strategie di comunicazione, promozione e d'intervento contenute nel documento siano tutte assolutamente condivisibili e ben congegnate. Il documento è ricco d'idee e di spunti interessanti. In particolare:

a. sulla **promozione** riteniamo fondamentale la partecipazione alle fiere in generale, quindi ottima l'iniziativa anticipata dall'On Di Stefano di riproporre alcune fiere strategiche in autunno.

Diamo particolare importanza all'Expo Dubai. Seppure rinviata al 2021, crediamo che sarà una vetrina importantissima per il Made in Italy e in questa fase più che mai un'importante occasione di rilancio per il Sistema Paese.

b. Sulla **comunicazione**: è prevista un'analisi dei costi benefici per questi interventi. Si riesce a valutare la proporzionalità tra le risorse investite e il ritorno in termini di benefici per il "*Sistema Italia*"?

Si legge ad esempio che la **concorrenza sui marchi italiani** (vedi 'italian sounding') fa perdere 100 miliardi l'anno (!) alle imprese italiane. Se una comunicazione mirata servisse a migliorare anche di pochi punti percentuali questo numero, sarebbe giustificato un investimento ben superiore ai 23 milioni di euro previsti.

- c. Tema del **sostegno alle imprese**: un aiuto alle aziende che esportano non può essere solo incentrato nel loro rapporto con i Paesi esteri. Se vogliamo che le nostre imprese siano più competitive sui mercati esteri bisogna cominciare con l'**aiutarle in Italia**.

Un Paese manifatturiero deve avere un sistema infrastrutturale all'avanguardia che lo supporta.

Su questo argomento la nostra Confederazione ha più volte indicato gli interventi e le azioni da affrontare con urgenza; da ultimo con il **documento "Reagire subito"**, recentemente presentato al **Presidente Conte e alla Ministra De Micheli**, abbiamo individuato le priorità da affrontare con urgenza per ridare slancio al Paese: a partire dalla realizzazione di tutte le opere infrastrutturali programmate relative al completamento - nel nostro Paese - delle reti TEN-T per corridoi, adduzioni, nodi core e comprehensive, alla necessità di accelerare i processi di digitalizzazione, sdoganamento, etc.)

Altrettanto importanti sono le **infrastrutture immateriali**. A questo proposito, è posta, correttamente, molta enfasi sul tema della **digitalizzazione dei servizi**, ma *la prima a non essere adeguata è la nostra Pubblica Amministrazione*. Lo sta dimostrando proprio in questo periodo. I privati riescono, chi più chi meno, a continuare a lavorare in remoto. La P.A., salvo eccezioni, non è né preparata ne mostra grande entusiasmo ad adeguarsi a una diversa modalità di lavoro.

Riteniamo si debba responsabilizzare maggiormente i propri funzionari perché si adeguino alle nuove tecnologie, e siano essi stessi i promotori del cambiamento.

Altri suggerimenti:

Collegamento con la Cina a mezzo ferrovia - Le merci italiane che viaggiano su ferrovia sono subordinate ad hubs europei (Germania/Polonia), un routing che ci penalizza.

Un set up ferroviario governato dal sistema Paese Italia, con linea diretta da Milano/Melzo (un bacino di esportatori ricchissimo ed un hub già ben attrezzato), attraverso accordi con rail operators / hub

intermodali, sostenuto da incentivi statali utili a rendere competitiva l'offerta sia in termini prezzo che di transito (sussidi / accordi con le autorità cinesi), prevedendo un soggetto coordinatore, costituirebbe uno strumento strategico per il nostro export verso molteplici destinazioni orientali, e non solo la Cina, anche grazie alle *free trade zones* che trasformano le destinazioni cinesi in punti di transito ed interscambio da e per i Paesi del Sud Est Asiatico e dell'Australia.

Un'innovazione, **green**, della proposta del "Made in Italy" che oggi viaggia per la maggior parte via aerea (veloce, ma con impatto economico e di emissioni CO2) o via mare (sempre più lenta, con impatto ambientale/tempistiche di transito/congestionamento nei porti/emissioni CO2).

Precedenti esperienze non hanno avuto continuità. L'iniziativa dovrebbe essere sostenuta da azioni di promozione e di marketing tali da consentire il raggiungimento e il mantenimento di una massa critica di merce da destinare a questa modalità.

Modalità di vendita all'export - Nelle vendite export italiane è molto diffuso l'**ex work**.

I motivi che spingono le aziende a questa scelta possono essere molti e alcuni anche comprensibili. In realtà, delegando questa fase importantissima al compratore estero *non ci si sottrae dalle stesse responsabilità doganali, fiscali, e spesso neanche ai rischi legati al credito, che si avrebbero vendendo, ad esempio, a condizioni C&F*.

Al contrario **si perde ricchezza** per le imprese della logistica italiane che, se va bene, lavorano per conto di altre aziende estere, ma soprattutto **perde il nostro Paese** che delega ad altri scelte strategiche nella costruzione di un sistema logistico che, come abbiamo visto anche in questa emergenza, è fondamentale a tutto il "sistema Paese".

Il nostro suggerimento è **una comunicazione mirata alle imprese per promuovere il valore della gestione della fase logistica come parte integrata nel processo produttivo.**

L'argomento ne introduce un altro. **L'oligopolio che si sta creando nella logistica mondiale**, spesso sostenuto da Stati che sono dietro a grandi compagnie di navigazione o gruppi finanziari e alle loro politiche di espansione.

Forse non c'è stata la giusta sensibilità su questo fenomeno che potrebbe portare a due conseguenze:

- *l'indebolimento, o peggio, di gran parte degli operatori della logistica italiana, creando invece ricchezza a favore di soggetti stranieri;*
- *la possibilità per questi gruppi, attraverso scelte logistiche e tariffe mirate, di influenzare il commercio delle merci (quindi anche del nostro export) per favorire strategie commerciali di altri Paesi.*

La nostra Confederazione ha evidenziato più volte questo pericolo insieme a quasi tutti gli stakeholder della logistica europea ma questo non è servito a evitare la decisione della **DG Competition di Bruxelles**, il 24 marzo scorso, di prorogare di altri 4 anni l'esenzione delle più grandi compagnie marittime del mondo dagli obblighi antitrust (BER - Block Exemption Regulation).

Il nostro suggerimento è che l'argomento entri nell'agenda del Governo e siano valutate strategie e contromisure a difesa della logistica 'italiana'. A tal proposito l'On. Di Stefano ha parlato di un'ipotesi di piattaforma commerciale nazionale a sostegno dell'export delle aziende italiane. Infatti, questo è uno dei tanti casi in cui c'è bisogno del sostegno di una logistica italiana forte e organizzata.