

L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE TRA PATRIOTTISMO E PROTEZIONISMO

FRANCO LOCATELLI

Sarebbe stato imbarazzante per tutti giurare sulla strategicità del latte e condurre una battaglia all'ultimo sangue per la difesa dell'italianità della Parmalat. Ecco perché quando gli intraprendenti francesi di Lactalis hanno deciso di lanciare l'Opa sull'azienda di Collecchio in molti anche in Italia hanno tirato un sospiro di sollievo e nessuno in casa nostra s'è sentito umiliato o offeso.

Il caso del Nuovo Pignone che, dopo la privatizzazione e la cessione dell'Eni alla General Electric, ha conosciuto una nuova primavera è lì a dimostrarci che il colore della proprietà è spesso, anche se non sempre, indifferente e che l'interesse di un'azienda e, ancor di più, del sistema-Paese chiama in causa e dipende da ben altre variabili.

Tuttavia la Parmalat story, intesa come punta dell'iceberg dell'arrembante campagna transalpina in terra d'Italia, non sarà archiviata tanto facilmente e prima o poi bisognerà riconoscerle il merito di averci risvegliato da un sonno che dura da troppo tempo.

Sono lontani anni luce i giorni in cui i più blasonati settimanali parigini celebravano, un quarto di secolo fa, le cavalcate intrepide degli indomiti cavalieri italiani che scavalcavano le Alpi per andare alla conquista, sotto le bandiere del fior fiore del nostro capitalismo privato, dei pezzi pregiati dell'industria francese. Quei giorni non solo appartengono a un'altra era geologica ma non torneranno più. Per molte ragioni, ma soprattutto perché lo shopping all'estero richiede spalle larghe e il capitalismo italiano, pur annoverando punti di eccellenza indiscussi, è basato sull'esercito leggero delle piccole e delle piccolissime imprese e sul dinamismo delle 4.500 medie imprese ma, al contrario del capitalismo francese, può schierare un numero sempre più ridotto di grandi gruppi.

Non sorprende perciò che nell'interminabile partita con i nostri vicini di casa, i francesi, anche in virtù di un sistema-Paese più solido e più chiuso, siano spesso all'attacco e noi si giochi in difesa, almeno

quando la posta si fa grossa per le dimensioni delle prede. Era già successo negli anni Novanta con la scalata di EdF alla Edison, con lo sbarco di Bnp Paribas in Bnl e con il pollice verso di Parigi all'Enel mascherata dalla discutibile ma fulminea fusione tra Suez e Gaz de France. Per non dire della conquista a tappe di Air France all'Alitalia che, prima o poi e al di là delle smentite di rito, arriverà al traguardo.

E per non dire delle puntate più recenti della calata dei francesi in terra d'Italia. Dopo Parmalat, non sarà facile sbarrare definitivamente la strada a EdF nella sua lenta ma inesorabile scalata alla Edison, anche se l'ultima parola non è ancora detta e bisognerà vedere se il Governo italiano abbia non solo la volontà ma anche la possibilità di giocare le sue carte nel campo dell'energia. Intanto, dopo aver tentato senza successo di mettere le mani sulla Premafin dei Ligresti con Groupama, i francesi si sono già portati a casa con Lvmh quel gioiello del lusso che è Bulgari e tutti i riflettori sono ora puntati sulla partita che si giocherà in autunno in Mediobanca quando i francesi di Bolloré, pur ridimensionati ai vertici delle Generali, vorranno certamente dire la loro e far pesare il loro tesoretto azionario nel rinnovo del patto di sindacato dell'istituto di Piazzetta Cuccia.

Nell'era della globalizzazione senza frontiere è del tutto evidente che la difesa degli interessi nazionali s'è fatta ancora più dura di prima, soprattutto per chi come l'Italia non ha un sistema-Paese forte ed efficiente come i maggiori partner europei. La lezione che arriva dalla campagna francese a casa nostra è chiara e ci manda segnali inequivocabili. Ci sono cinque domande, una più impegnativa dell'altra, che la Parmalat story ci pone e che, a questo punto, non possono più essere eluse:

1) quali sono oggi, nel campo dell'economia e in particolare nel mercato dei diritti di proprietà, i veri interessi nazionali del nostro Paese?

2) nell'età della globalizzazione, ha un senso il patriottismo economico e in che cosa si distingue dal protezionismo?

3) nel campo dei diritti di proprietà delle imprese, quanto conta lo Stato e quanto conta il mercato?

4) come si concilia il ruolo dell'Europa con la difesa degli interessi nazionali sul versante delle imprese?

5) è possibile difendere le imprese nazionali considerate nevralgiche e attirare al tempo stesso investimenti esteri?

Per rispondere a queste domande non bisogna mai dimenticare il dato di partenza di ogni discorso sulla realtà economica del nostro

Paese, che è caratterizzata da un altissimo debito pubblico e da un basso tasso di crescita. Gli economisti sostengono che c'è una relazione diretta tra alto debito e bassa crescita e questo è accertato ma, a parità di debito, il tasso di sviluppo non è sempre stato basso come negli ultimi anni.

Negli anni Ottanta il debito pubblico debordò ma la crescita, pur notevolmente inferiore a quella dei decenni precedenti, non era magra come oggi.

La benemerita nascita dell'euro ha certamente precluso le facili scorciatoie alla crescita italiana e il disinvolto ricorso alle svalutazioni competitive per sostenere il nostro export, ma l'origine del peggioramento delle nostre performance non è l'euro ma l'assenza di riforme strutturali che l'euro aveva reso ancora più improcrastinabili.

Il risultato, che è sotto gli occhi di tutti, è stato ed è che tra il 2000 e il 2007 il nostro Pil è aumentato solo del 7 per cento (cioè meno della metà del decennio precedente) mentre nello stesso periodo l'area euro è cresciuta di circa il doppio.

Recuperare un decente livello di crescita è dunque il primo degli interessi nazionali, da cui dipendono non solo lo sviluppo dell'occupazione e il miglioramento del reddito pro capite, in vistosa contrazione da anni, ma la tenuta del nostro Welfare e più in generale la vivibilità sociale ed economica dell'Italia.

Come per il debito pubblico, il cui graduale assorbimento dipende da buone politiche di bilancio reiterate nel tempo, anche la crescita non passa da illusorie ricette magiche ma dalla soluzione di nodi cruciali che sono da tempo chiari a tutti ma che l'accanita difesa di interessi miopi e di egoistiche rendite di posizione ha finora rinviato o reso impossibile.

A differenza del primo dopoguerra, quando la ricostruzione e il successivo boom economico avvennero anche grazie a colossali investimenti pubblici, l'assenza di risorse e gli obblighi che derivano dalle regole europee impediscono oggi allo Stato di spingere la crescita sulla base di adeguati fondi pubblici.

Ma il punto cruciale non è questo e nulla sarebbe più controproducente della nostalgia per lo Stato imprenditore. Essenziale e urgente è invece che lo Stato si metta a fare quello che deve fare in un'economia moderna e cioè rimuovere gli ostacoli alla crescita e approntare le condizioni pre-competitive che favoriscono realmente lo sviluppo.

Insieme al risanamento dei conti pubblici e all'alleggerimento del debito, quel che dovrebbe fare oggi lo Stato per sostenere la crescita e

favorire il benessere generale non richiede studi complessi ma la sola volontà di agire e di farlo con tempestività e coerenza.

Sono due le priorità di marcia: la realizzazione delle infrastrutture materiali e soprattutto immateriali – legalità e ricerca prima di tutte – e lo sviluppo della concorrenza. Se e quando questo avverrà, gli effetti positivi sulla nostra economia e sulle nostre imprese si percepiranno ad occhio nudo. In primo luogo perché l'ambiente italiano sarà bonificato e il nostro Paese non alimenterà più solo suggestioni di conquista ma tornerà ad attrarre investimenti esteri che potranno concorrere a far aumentare il tasso di crescita del Paese e, in secondo luogo, perché per le imprese italiane sarà più facile puntare sull'innovazione e sull'internazionalizzazione che sono le armi vincenti, insieme ad una adeguata dimensione e qualità aziendale, per competere con successo non solo nel giardino di casa ma nel mondo.

Se questo è il quadro generale, è evidente che il benessere economico del nostro Paese e il successo delle sue imprese non dipende tanto dalla loro proprietà e dal colore della bandiera che c'è sul loro pennone. Il caso del Nuovo Pignone è sì emblematico ma è solo uno dei tanti.

Se in campo economico il nostro primo vero interesse nazionale è la crescita o, per meglio dire, una crescita sana e non drogata dal debito, per quanto riguarda le imprese il nostro primo interesse nazionale, salvo poche eccezioni, non è l'italianità della loro proprietà ma il loro successo e il loro sviluppo, da cui possono discendere più posti di lavoro e più reddito per chi lavora. Poco importa che le nostre aziende siano pubbliche o private, di proprietà nazionale o estera, l'importante è che siano ben gestite, che siano altamente competitive e che rispettino le regole nazionali ed europee.

Ma c'è qualche eccezione. Ci sono imprese che non sono eguali alle altre e che è bene restino in mani italiane perché è interesse nazionale che lo siano. Quali sono quelle per le quali la difesa del tricolore non è un optional? Sono le imprese che potremmo definire strategiche, se il termine non viene usato in modo ambiguo e statico per alimentare il protezionismo. In altre parole, sono le imprese che si distinguono dalle altre per due caratteristiche cruciali: non sono replicabili e hanno un forte impatto sullo sviluppo economico nazionale. Non sono replicabili e non sono sostituibili – almeno nello stato attuale delle tecnologie, se non a costi esorbitanti – le grandi reti infrastrutturali: quella dell'energia elettrica, quella del gas, quella della telefonia fissa ma anche quella delle ferrovie, quella delle autostrade, quella dell'acqua.

Ecco perché, per dare un nome alle imprese di cui stiamo parlando, è bene che le reti di Snam rete gas, di Terna, di Telecom Italia ma anche di Autostrade e di Ferrovie dello Stato per non dire dell'acqua restino saldamente in mani italiane. Parliamo della proprietà delle reti e non – vale la pena di sottolinearlo – dei servizi che transitano su di esse e che possono tranquillamente essere liberalizzati anche più di quanto non lo siano già, a tutto vantaggio dei consumatori.

Un'altra impresa nevralgica che deve restare in mani italiane è quella della difesa, principalmente per ragioni di sicurezza ma anche per l'enorme contributo in termini di ricerca e di tecnologie che la Finmeccanica può dare e dà allo sviluppo economico italiano. Per queste ultime ragioni, per l'impatto che ha sul nostro Pil e per il valore simbolico che ancora oggi riveste è auspicabile che in mani italiane resti anche la Fiat, che è tuttora la prima industria nazionale, la cui crescente internazionalizzazione è determinante ma è auspicabile che, con il concorso di tutte le parti in gioco, avvenga senza perdere di vista il legame con Torino e con l'Italia.

Proprio l'attenzione allo sviluppo suggerisce di difendere, ovviamente nel rispetto delle regole del mercato e della legislazione europea, anche imprese che non gestiscono reti insostituibili ma che raccolgono, indirizzano e investono in grande quantità un bene prezioso come quello del risparmio degli italiani, vale a dire le grandi banche e assicurazioni che custodiscono spesso pacchetti azionari rilevanti delle maggiori imprese e che si chiamano Unicredit e Intesa, Generali e Mediobanca.

Per la loro attuale insostituibilità, per la loro importanza sulla sicurezza o per i loro effetti sul Pil queste imprese – che si contano sulle dita di due mani – sono vitali per il nostro Paese e difenderne l'italianità nel rispetto delle regole europee e di mercato equivale a tutelare l'interesse nazionale, sapendo tuttavia che i confini tra ciò che è strategico e ciò che non lo è non possono essere definiti una volta per tutte ma cambiano continuamente in relazione allo sviluppo del progresso tecnico e del contesto sociale, economico e politico in cui ci si trova ad operare.

Come ricordava spesso nei suoi saggi e anche nei suoi ultimi libri, un europeista convinto come il compianto Tommaso Padoa-Schioppa il patriottismo economico ha una ragion d'essere anche nell'era della globalizzazione e del mercato. Ma a condizione che sia ben chiaro qual è il vero interesse nazionale e sia sempre ben netta la distinzione tra patriottismo economico e protezionismo. Nelle ultime appassionante

pagine del suo “Italia, una ambizione timida – Classe dirigente e rischi di declino”, Padoa-Schioppa spezzava una lancia a favore del patriottismo economico, scrivendo che “spirito di corpo e ambizione collettiva non sono mali da condannare e, se ben instradati, sono l’indispensabile lievito del successo, anche economico, di ogni comunità, sia essa regionale, nazionale o europea”, a patto però che sia nitida la distinzione tra patriottismo e protezionismo in quanto il primo ha per l’obiettivo di promuovere il benessere di tutti, mentre il secondo crea il privilegio di alcuni.

Ben venga, dunque, il patriottismo economico se è la via per difendere il benessere di tutti, ma attenzione a non creare steccati ideologici e attenzione a non ostacolare le regole del mercato e la coerenza con la nostra vocazione europeistica.

Anche nel campo dei diritti di proprietà delle imprese, stare in Europa non vuol dire porgere l’altra guancia di fronte alla protervia altrui e pretendere la reciprocità delle regole in materia di imprese e mercati è il meno che si possa fare.

Però, anche da questo punto di vista, la Parmalat story ci consegna più di una lezione. La prima è che, in tema di proprietà, lo Stato non può far leva sull’arbitrio e che far parte dell’Europa non permette di fare ciò che si vuole ma solo ciò che è condiviso e codificato dalle regole comuni. La seconda è che Stato e mercato il primo cerca spesso di farla da padrone ma spesso il mercato si vendica perché le azioni non si pesano ma si contano. Non sempre è così, ma il fatto che i francesi di Lactalis abbiano deciso di aprire il portafoglio e di lanciare l’Opa su Parmalat ha messo fine a ogni discussione sul futuro dell’azienda di Collecchio.

Questo la dice lunga anche per l’avvenire. Senza imprenditori che credano nelle imprese e siano pronti a riscoprire il gusto del rischio mettendo mano al portafoglio sarà difficile difendere la proprietà delle aziende che sempre di più hanno bisogno di aprirsi al mondo e al mercato per vincere al sfida competitiva dei nostri tempi. Il capitalismo senza capitali ha il fiato corto.

Malgrado la montagna del debito pubblico, la cui dimensione non è ineluttabile, non sta scritto da nessuna parte che l’Italia sia spiazzata dalla globalizzazione e dalla competizione moderna e che non possa crescere a tassi più elevati come è accaduto in altre epoche storiche. La crescita però non sarà un gentile regalo dello stellone e se vogliamo riprendere la corsa evitando il destino amaro del declino

dobbiamo diventare, come dice qualche economista, un po' meno cinesi e un po' più tedeschi.

Bisogna capire che non abbiamo più nessuna chance di successo affidandoci alla pura concorrenza di prezzo e occorre puntare invece sulla qualità dei nostri prodotti. Che vuol dire innovazione e internazionalizzazione, talento manageriale e solidità imprenditoriale, fiducia nel mercato ma anche, oggi più che mai, forza del sistema-Paese.

ABSTRACT

*The Enterprises Internationalization
between Patriotism and Protectionism*

Recent incidents involving French and Italian companies (such as the Parmalat case) lead the author to reflect on the current situation of Italian capitalism. Italy has a high public debt and low growth rate. This is due to the lack of structural reforms, which are necessary to strengthen the country's economic system, foster economic growth and attract foreign investment. The solution is not to protect Italian companies so as to ensure that they do not fall into "foreign hands" (except for those few companies that have a strategic character, due to their indispensability or to their impact on economic development), but rather to invest in research, in order to focus on product quality rather than competition based on the price of goods.

