

## **Intervento del Presidente Riccardo Maria Monti (Agenzia ICE)**

La Turchia è un'economia fortemente dinamica, che ha segnato negli ultimi anni (2010-2011) tassi di crescita che hanno raggiunto anche il 9% annuo. Il grado di apertura della Turchia al commercio internazionale è elevato. Il Paese ha un sistema produttivo trainato dalle esportazioni, che a sua volta si alimenta grazie a cospicue forniture di beni intermedi e di investimento.

Per l'Italia è certamente un partner di primaria importanza. E' un partner attualmente soprattutto "compratore", ma che presenta tutte le caratteristiche per evolvere in un temibile concorrente futuro.

Anche l'Italia, vicendevolmente, rappresenta un partner importante per la Turchia con presenze di rilievo in settori d'importanza strategica (bancario, industriale, energetico).

La capacità economico-gestionale e la determinazione del Paese nel raggiungere i suoi obiettivi, la considerazione internazionale di cui gode, sono ben rappresentate dal suo posizionamento nel "Global Competitiveness index" del World Economic Forum: nel Rapporto 2012-2013, con un balzo di 16 punti rispetto all'edizione dell'anno precedente, la Turchia era stata collocata al 43° posto, immediatamente a ridosso dell'Italia, che si collocava, in arretramento, al quarantaduesimo. Nell'ultimo Rapporto 2013-2014 l'inflazione prossima al 10%, ed un crescente deficit fiscale, hanno fatto slittare il posizionamento della Turchia al 44° posto, ma superando l'Italia, ulteriormente arretrata alla 49° posizione, nell'indice mondiale della competitività, in particolare nell'efficienza del mercato dei beni, del lavoro e della finanza, pur rimanendo in dietro in infrastrutture, innovazione ed elasticità tecnologica.

I rapporti commerciali sono notoriamente eccellenti con un interscambio, nel 2012 pari a € 16 mld., per 2/3 costituito da esportazioni italiane verso la Turchia (€ 10,6 mld). L'Italia si colloca, così, al 5° posto come fornitore, dietro a Russia, Germania, Cina ed Iran.

Sul fronte dell'investimento, il quadro non è altrettanto brillante, e riflette la conformazione del nostro apparato produttivo: l'Italia si colloca in 15° posizione, con uno stock di capitale investito, al 2012, di € 2 mld., pari al 2% del capitale estero investito in Turchia (€ 73,7 mld.).

Nel definire la strategia promozionale per la nostra Agenzia, abbiamo cominciato a guardare al di là del dato immediato dell'ampio mercato di cui l'Italia tradizionalmente gode come fornitore all'industria turca di macchinario, apparecchiature ed autoveicoli. Abbiamo, infatti, cominciato a puntare sulla priorità che il Governo Turco ha attribuito allo sviluppo dei suoi rapporti economici nell'area Cento-Asiatica e Mediorientale, con l'intento dichiarato (e materialmente avviato attraverso un crescente investimento, anche infrastrutturale, nei Paesi limitrofi) di diventare uno snodo economico fra Europa e queste stesse aree: il nostro obiettivo di lungo termine si è, ora, spostato sullo sviluppo di alleanze e creazione di basi logistiche in Turchia, per distribuire le produzioni italiane nelle aree limitrofe. In queste, oggi, è tutt'altro

che semplice penetrare, ed è una operazione che non può essere rimandata pena la perdita di opportunità future di posizionamento.

In linea con le direttrici governative, il settore della logistica e dei trasporti turco sta subendo uno straordinario sviluppo: basti pensare che il Logistics Performance Index 2012 della Banca Mondiale ha collocato la Turchia al 27° posto nella classifica mondiale delle capacità e competenza in campo trasportistico, a ridosso dell'Italia (in arretramento dalla 22° alla 24° posizione) con un balzo straordinario rispetto al precedente rapporto del 2010, quando occupava la 39°posizione.

In vista del 2023, anno in cui cadrà il centenario della fondazione della Repubblica turca, e per realizzare l'obiettivi di Paese Ponte, sono stati fissati molti ambiziosi obiettivi nel settore dei trasporti e della logistica, tra cui la realizzazione di 16 nuovi centri logistici di grandi dimensioni, l'ampliamento della rete stradale fino a raggiungere 36.500 km di vie a doppia carreggiata e 7.500 km di autostrada, a cui si aggiungono, in ambito ferroviario (ad oggi poco sviluppato), 10.000 km ad alta velocità e 4.000 Km di linee tradizionali con i relativi lavori di elettrificazione e segnalamento, l'ammodernamento delle stazioni esistenti e le costruzione di nuove per i treni ad alta velocità; in ambito aereo la creazione di nuovi aeroporti con investimenti per 165 milioni di euro fino a raggiungere una capacità di 400 milioni di passeggeri; in ambito marittimo il collegamento dei principali porti con la rete ferroviaria, una capacità di movimentazione container di 32 milioni di TEU, la crescita del numero dei porti turistici per arrivare ad un totale di 100 strutture per una capacità di 50.000 yacht.

Questi obiettivi di sviluppo infrastrutturale sono opportunità affari, e vi vorremmo agevolare l'inserimento delle imprese italiane sia come fornitrici che, come Vi anticipavo, come controparti e alleate nello sviluppo delle piattaforme logistiche in programmazione. Vi sono poi le opportunità già offerte dalle numerose zone franche del Paese (20), e dalle "Zone industriali organizzate" (con infrastrutture e servizi pronti per l'uso in regime di agevolazione) per avviare l'organizzazione dei servizi distributivi per le PMI italiane. .

I vantaggi offerti dalle Zone Industriali Organizzate sono i seguenti:

- Esenzione dall'IVA per l'acquisto dei terreni
- Esenzione dall'imposta sugli immobili per cinque anni
- Riduzione dei costi di alcuni fattori produttivi (acqua, gas, telecomunicazioni)
- esenzione dall'imposta comunale per la costruzione e l'utilizzo dello stabilimento produttivo

Dunque, verso la Turchia, all'azione promozionale tradizionale, abbiamo deciso di affiancare una linea di intervento fondamentale basata sulla logistica. Questa, come tutti sappiamo, è molto più di un insieme di tecniche e di servizi: in effetti si tratta di un approccio, tanto concettuale quanto operativo, all'ottimizzazione simultanea dei fattori produttivi, distributivi e di commercializzazione, che è poi il fondamento della globalizzazione economica.

Se vogliamo, la novità sta proprio nel fatto che l'azione promozionale dell'Agenzia superi il tradizionale e semplice sussidio di informazione ed immagine alle aziende, facendosi processo attraverso azioni multiple e progressive con le imprese in un programma di penetrazione e crescita commerciale duratura, perché basata sull'organizzazione della distribuzione e degli approvvigionamenti.

Questo ci riporta, più in generale, al grande problema dell'eccessivo ancoraggio delle PMI italiane al "franco fabbrica" (le stime variano, ma non scendono sotto al 50% dell'esportato), ovvero alla logistica lasciata ai compratori esteri; è un lusso che l'Italia non può più permettersi: i mercati globalizzati esigono tecniche di fornitura più fini e complesse, e chi non è in grado di gestirle è semplicemente fuori mercato o, nel migliore dei casi, in balia del committente, senza nozione o controllo sulle evoluzioni del mercato. A questo andrebbe aggiunto il peso di una bilancia dei noli in cronico e macroscopico passivo (circa € 8 miliardi annui), conseguenza delle ormai esigue quote di mercato dei vettori residenti in Italia sui flussi di merce che il nostro Paese genera con l'estero (12% marittimo, 21% aereo, 27% stradale, dati Federtrasporto)

Tornando alle nostre iniziative prossime, intendiamo, in termini pratici, organizzare incontri fra operatori logistici, distributori, imprese, gestori di infrastrutture, italiani e turchi, selezionando ed invitando i portatori di interessi in nuovi progetti commerciali focalizzati sull'espansione di catene distributive e di approvvigionamento transnazionali con la Turchia come fulcro, o "Hub".

La Turchia, infrastrutturalmente, si sta impegnando molto nella crescita dell'intermodalità "nave-ferro e gomma" - e sarebbe opportuno inserire nei workshops una partecipazione coordinata di porti, ed interporti italiani per sviluppare un dialogo con le zone economiche speciali turche, finalizzato alla facilitazione dei flussi legati alle aziende italiane.

Gli incontri, prenderanno la forma di workshops, congegnati per favorire una discussione franca ed aperta fra i delegati partecipanti per lo sviluppo di potenziali alleanze.

Gli incontri verranno organizzati sia in Italia sia in Turchia, secondo opportunità.

Il primo workshop è stato programmato per il maggio 2014.

ICE-Agenzia si avvarrà in questo Programma, già finanziato e deliberato, della collaborazione del Politecnico di Milano, Dipartimento di Gestione aziendale, economia ed ingegneria industriale, che, attraverso l'Osservatorio sul Contract Logistics, svolge in Italia, da anni, una validissima azione di studio per, e di networking fra, primarie aziende di produzione ed operatori logistici.

Il Politecnico di Milano lavorerà in collaborazione con la Rete Estera degli Uffici dell'Agenzia per le analisi connesse alle catene logistiche e la ricerca/documentazione delle idee imprenditoriali emergenti fra Italia e Turchia.

In chiusura ritengo doveroso un accenno ai Programmi di collaborazione triennale che abbiamo varato con le Autorità Portuali di Taranto, Gioia Tauro e Messina, nell'ambito del Piano "Export Sud", finalizzati allo sviluppo delle catene di approvvigionamento e distribuzione delle aziende meridionali. Il mercato turco, ovviamente, costituisce un obiettivo preminente di questi Programmi.