



L'intervista. Antonio Tajani. Il vicepremier e ministro degli Esteri fa il bilancio della missione in Argentina e Brasile. Incontrate migliaia di imprese «Imprenditori argentini e brasiliani pronti a investire nel nostro Paese»

«Ora occorre accelerare sui mercati del Mercosur Diversificare unica via»

LA MISSIONE

In Argentina e Brasile c'è tanta voglia di Made in Italy. Abbiamo parlato per primi di sviluppo e opportunità commerciali

Andrea Carli

La missione di sistema dell'Italia che, forte del gioco di squadra tra Governo e aziende, si è sviluppata questa settimana in Argentina e Brasile, due dei principali mercati del Mercosur, è il primo tempo di una partita che, stando a quanto suggeriscono i numeri finali, ha tutti i requisiti per concludersi, calcisticamente parlando, con i tre punti della squadra in trasferta, in questo caso il Made in Italy.

L'America Latina è una priorità sia in termini politici sia in termini economici per la politica estera italiana, rafforzata dalla presenza di grandi comunità italiane. Antonio Tajani, vicepremier e ministro degli Esteri, in questa intervista lancia un messaggio chiaro: «Ora, dopo i risultati che abbiamo ottenuto con questa missione in termini di

I RISULTATI

Siglati due accordi con il governo argentino per aiutare le imprese sulle materie prime e sulla politica industriale

incontri B2B (1.300 nella sola Buenos Aires, ndr), non dobbiamo perdere tempo. Occorre accelerare al massimo sui mercati del Paesi del Mercosur. Ma non solo: la parola chiave è diversificare il nostro export».

Ministro Tajani, perché ritiene opportuno puntare sull'America latina. È un mercato che può offrire opportunità importanti alle nostre aziende?

Sono tornato in Italia con la consapevolezza, ulteriormente sostenuta da questa esperienza, che tanto in Argentina quanto in Brasile ci sia una straordinaria voglia d'Italia. Sono rimasti tutti colpiti dal fatto che siamo stati i primi a venire a parlare di sviluppo e opportunità commerciali dopo l'accordo tra Ue e Mercosur. Il presidente argentino Milei è stato un'ora e mezza a parlare con noi di politica industriale.

L'intesa commerciale ad

LA STRATEGIA

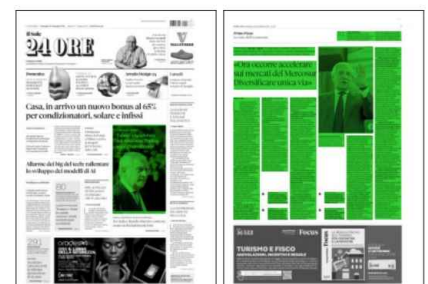
Il mercato statunitense rimane importante, ma occorre guardarci intorno e cogliere le opportunità di tutti i mercati

LA PRESENZA CINESE

Occorre essere competitivi sulla qualità. Con buone alleanze e strategie possiamo ottenere ottimi risultati

interim è in applicazione provvisoria dal 1° maggio. Ora siamo a metà settembre. Decidere di giocare d'anticipo su questi mercati, peraltro in un contesto internazionale e geopolitico complesso quale quello attuale, è stata una scelta forte.

Si è rivelata la soluzione vincente. Abbiamo firmato due accordi molto importanti con il governo argentino che ci permetteranno di aiutare ancora di più le nostre imprese. Il primo riguarda le materie prime; il secondo la politica industriale.



Quali sono i settori sotto la lente delle aziende argentine e brasiliane?

Direi l'agroalimentare, il farmaceutico-medicale, ma anche quello della transizione energetica, macchinari e impiantistica, tecnologie digitali. C'è un grande interesse per il comparto della difesa. Ma questa è solo una faccia della medaglia.

Qual è l'altra?

In occasione di questa missione è emerso anche l'interesse degli imprenditori argentini e brasiliani a investire nel nostro Paese. Ecco perché siamo pronti a organizzare in Italia un incontro con imprenditori brasiliani dopo le elezioni. Il primo turno sarà il 4 ottobre. Ma il lavoro sui "nuovi mercati" continua: c'è un grande interesse nei nostri confronti per esempio dalla Turchia, il prossimo mese organizzeremo a Roma un business forum con loro. Poi ci sarà la Repubblica Dominicana, a fine ottobre sarà la volta del Canada, a Toronto. A fine anno ci sarà presso la Fiera di Milano la riunione degli ambasciatori d'Italia, con incontri B2B tra imprenditori e diplomatici.

Argentina, Brasile, Turchia, Repubblica Dominicana, Canada: la strategia è quella di guardare in più direzioni?

La parola "diversificazione" caratterizza la nostra strategia. Oltre al Mercosur, guardiamo all'India, al Giappone, alla Corea del Sud, ma anche ai Balcani e, con il Piano Mattei, ai paesi africani. Il made in Italy ha una caratteristica che gli consente di muoversi in questa direzione.

Oververo?

Siamo duttili e malleabili. Grazie alla grande flessibilità e alla grande differenziazione merceologica possiamo occupare il maggior numero possibile di spazi. Noi siamo il paese al mondo dopo la Cina che è in grado di mettere sul mercato prodotti differenti, con una varietà merceologica considerevole. Stiamo lavorando anche insieme ad altri Paesi e insieme alla Commissione europea per favorire nuovi accordi. Pensiamo a quello con l'India.

Lei ha fatto riferimento alla Cina. La presenza economica di Pechino in America Latina è cresciuta in modo esponenziale negli ultimi due decenni. Come possiamo affrontare questo tipo

di concorrenza?

Dobbiamo essere competitivi sulla qualità, che è il nostro asso nella manica. Con buone alleanze e valide strategie possiamo ottenere ottimi risultati.

In Argentina e Brasile le persone che discendono da italiani sono numerose. Questo elemento può aiutarci a crescere in quei mercati?

In America latina c'è un grande interesse per la cultura e la tradizione italiana. La collaborazione in questo settore e in quello dello sport, ambiti che sono sempre più motori di crescita e innovazione, è stata al centro della missione. L'Argentina ospita la più grande collettività italiana all'estero, con oltre un milione di cittadini italiani e circa 20 milioni di discendenti di origine italiana, un patrimonio umano che rappresenta uno dei pilastri del rapporto tra i due Paesi. Durante la missione è stato firmato un Accordo quadro di collaborazione e coproduzione Internazionale tra il San Carlo e il Teatro Colón, che prevede fino al 2029 iniziative artistiche congiunte, scambi e progetti formativi, rafforzando ulteriormente i profondi legami culturali tra Italia e Argentina. Milei ci ha chiesto di far venire il direttore d'orchestra Riccardo Muti per dirigere a Buenos Aires.

Dal 28 novembre al 6 dicembre l'Italia sarà protagonista alla 40ª Fiera Internazionale del Libro di Guadalajara, il più importante appuntamento dedicato all'editoria in lingua spagnola e uno dei principali eventi del settore a livello mondiale.

L'accordo di libero scambio Ue-Mercosur è il più grande accordo di libero scambio mai negoziato (su forte impulso italiano) dalla Commissione europea. Che ruolo può avere ora Bruxelles in questa fase in cui l'obiettivo è conquistare nuove fette di quei mercati?

L'Europa, e in particolare la Commissione europea, è la vera titolare della politica commerciale. Quando ero commissario, avevo organizzato delle missioni per la crescita. Bruxelles potrebbe accompagnare le imprese europee e sostenerle nella ricerca di nuove opportunità commerciali e mercati di sbocco.

Anche perché le crescenti limitazioni al libero commercio, a cominciare dalla politica dei

dazi promossa dal presidente Usa Trump, danneggia tutti.

È proprio per questo motivo che ci siamo mossi in anticipo, puntando su una strategia di diversificazione. Il mercato statunitense rimane chiaramente importante, ma occorre guardarsi intorno e cogliere le opportunità che ci offrono tutti i mercati. L'export è stato ed è uno dei fiori all'occhiello della politica dell'esecutivo. Abbiamo raggiunto la quota record di 650 miliardi e l'obiettivo è quello di arrivare entro la fine del prossimo anno a 700 miliardi. Questo significa che oggi l'export rappresenta tra il 30 e il 40% del prodotto interno lordo italiano. Siccome siamo la seconda potenza industriale in Europa e siamo diventati la quarta potenza commerciale mondiale abbiamo voluto dare una strategia alle nostre esportazioni, in una fase caratterizzata dalla guerra dei dazi e dai due conflitti in Ucraina e Medio Oriente.

In questa strategia di diversificazione dell'export che ruolo riveste l'India per l'Italia, e in particolare il corridoio Imec?

L'India così come il Mercosur rappresenta un'opportunità straordinaria. L'accordo commerciale fatto dall'Unione europea farà sicuramente crescere l'export anche nei confronti di quel Paese, con il quale abbiamo straordinarie relazioni. Abbiamo già organizzato tanti business forum. Il corridoio Imec rappresenta un'altra straordinaria opportunità perché collegherà l'India, al Medio Oriente, ai Paesi del Golfo attraverso l'Egitto per arrivare nel Mediterraneo. E uno dei terminali sarà il porto di Trieste, con tutti i porti che sono nell'area dell'Adriatico.

Alcune categorie di motocicli e prodotti di valigeria in pelle, hanno lamentato di non avere vantaggi dell'accordo tra Ue e Mercosur. Quali margini ci sono per una revisione nel loro interesse?

Per arrivare ad un accordo, le due parti hanno escluso dalla riduzione tariffaria alcuni settori "sensibili". Evidentemente quelli indicati sopra sono stati esclusi dai sudamericani perché i rispettivi settori industriali si sentono molto minacciati. Questo non significa che tutto debba rimanere bloccato per sempre,

l'accordo già prevede la possibilità di nuove liberalizzazioni, che andranno negoziate. Abbiamo registrato le buone ragioni di alcuni settori produttivi italiani e stiamo seguendo le loro richieste sia a Roma che a Bruxelles.

RIPRODUZIONE RISERVATA

31

PAESI COINVOLTI

Quello tra Ue e Mercosur è il più grande accordo di libero scambio mai negoziato dalla Commissione Europea. L'intesa, che comprende 31

paesi, circa 730 milioni di consumatori e un Pil complessivo pari a $\frac{3}{4}$ di quello mondiale, prevede la liberalizzazione per linee tariffarie che rappresentano oltre il 90% dell'export Ue



Antonio Tajani. Ministro degli Affari esteri e della Cooperazione internazionale



IMAGOECONOMICA

L'America Latina è una priorità.

Il ministro degli Esteri Antonio Tajani ha guidato con il presidente di Confindustria Emanuele Orsini la missione in Argentina e Brasile per presentare le opportunità dell'accordo Ue-Mercosur