



Liberalizzare: una grande opportunità

Atti convegno, Roma 22 novembre 2006



Liberalizzare: una grande opportunità

Atti convegno, Roma 22 novembre 2006

con il Patrocinio della
Presidenza del Consiglio dei Ministri
e del
Cnel Consiglio Nazionale
dell'Economia
e del Lavoro

*Un ringraziamento particolare a tutte le imprese
che hanno reso possibile l'iniziativa:
Bata, BBD, Blockbuster, Camst, Enel, Fini, Flunch, KPMG,
Maggiore, McDonald's, NaturaSì, Wall Street Institute.*

INDICE

| | |
|---|-----------|
| Prefazione | 7 |
| Introduzione | 9 |
| La liberalizzazione in Italia: cosa è stato fatto e cosa resta da fare | 11 |
| I costi di fare impresa in Italia, in Europa e nei Paesi più industrializzati | 25 |
| Conclusioni | 39 |

Da anni Confimprese chiede un mercato più libero, più competitivo, più aperto. Confimprese è nata nel 1999 per stimolare un “sistema Italia” ingessato da regole e privilegi corporativi che impediscono al nostro Paese di essere più competitivo. Nel marzo scorso, in piena campagna elettorale, abbiamo organizzato un primo convegno parlando per primi di liberalizzazione, un termine oggi molto di moda e conosciuto. Un sistema si evolve, produce, migliora se mette al centro il cittadino. Lo Stato deve capire che il cittadino vuole qualità della vita, etica, certezza del diritto e possibilità di scegliere. In uno studio realizzato dalla OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) è stato calcolato che un costante processo di liberalizzazione potrebbe aumentare il prodotto nazionale lordo pro capite dal 3% al 3,5%. E noi ancora dibattiamo su come e cosa fare. Il termine liberalizzazione è stato usato dal Ministro dello Sviluppo Economico e applaudito dai cittadini, ma gli interessi corporativi hanno soffocato qualsiasi spinta allo sviluppo. Liberalizzare vuol dire creare condizioni affinché le energie migliori del mercato possano esprimersi. Non liberalizzando non si difendono gli interessi degli operatori più deboli, ma di quelli marginali e questo è il costo che l'economia italiana sta pagando. Liberalizzazione vuol dire per il consumatore ottenere prezzi e qualità migliori, per le aziende aumentare l'impegno a innovare, differenziare e migliorare i prodotti, diventando così più competitive anche a livello internazionale. Questi sono temi fondamentali che Confimprese da tempo porta avanti per stimolare le istituzioni affinché abbiano il coraggio di abbandonare gli interessi di tipo lobbistico e corporativo. L'Italia è il penultimo Paese europeo, davanti alla Grecia, per capacità di attrarre investimenti, che è pari a 1/10 di quella della Francia

e a 1/30 rispetto all'Inghilterra. Attrarre capitali vuol dire posti di lavoro, innovazione, competizione e formazione. Una regolamentazione soffocante, un alto costo del lavoro, le barriere di accesso al mercato, la limitazione degli orari di apertura dei negozi, i vincoli enormi sulle licenze portano al sommerso. E il commercio - secondo dati Fipe Confcommercio - è uno dei settori che maggiormente soffre di "unfair competition", il sommerso appunto. I Paesi che hanno un sistema di regole chiaro e trasparente, i sistemi che hanno bassa fiscalità e un costo del lavoro flessibile sono quelli più ricchi, che si muovono più rapidamente e che attraggono maggiori capitali. I capitali infatti vanno dove possono avere un ritorno adeguato, dove i migliori trovano nel mercato la possibilità di emergere. Confimprese chiede regole semplici e chiare. Per il commercio e i servizi si potrebbe iniziare liberalizzando gli orari dei negozi e le licenze. Avete visto per taxi, farmacie, stazioni di servizio, ristoranti e bar, le licenze sono limitate e questo crea posizioni di privilegio che il sistema paga. Diamo atto che molte cose sono state fatte, però l'aspettativa del cittadino è in aumento e gli altri Stati si muovono. Il gap relativo dell'Italia rispetto agli altri Paesi, pensiamo all'Europa, non diminuisce. Ci auguriamo che il sistema Paese sappia rispondere a questa domanda che viene dal mercato, dai consumatori.

*Mario Resca
Presidente Confimprese*

Sono stati fatti due grandi esperimenti nella storia. Uno è quello dell'economia pianificata, dove si programma con grande dettaglio analitico, scendendo nei particolari. È la grande pianificazione collettivista.

L'altro grande esperimento della storia è l'economia di mercato. Questi due modi di risolvere e di soddisfare i bisogni dei cittadini si sono confrontati a lungo e il giudizio a questo punto non lo dà il singolo economista o il singolo osservatore, ma l'ha dato la storia, che ha sancito la superiorità del mercato. Ma quale mercato? Non il mercato monopolistico, che è cosa ben diversa da quella che intendevo prima riferendomi al giudizio della storia, bensì quello concorrenziale.

In Italia abbiamo situazioni monopolistiche o paramonopolistiche abbastanza diffuse nel campo delle ferrovie, del trasporto aereo, dei servizi pubblici, oltre a migliaia di società municipalizzate. Anche nel settore della distribuzione commerciale non si può dire che vi sia una concorrenza piena. Passi avanti sono stati fatti nel settore dell'energia, dove ancora esistono tuttavia concentrazioni monopolistiche con le quali ogni politica energetica deve cimentarsi. Mi riferisco alle nuove centrali, al nuovo mercato, alla Borsa elettrica, tutti passi avanti nel senso della liberalizzazione, anche se il percorso non è ancora compiuto. Anche nel settore delle telecomunicazioni sono stati fatti progressi. Ma ci sono ancora molte parti della nostra economia in cui è presente un potere monopolistico o oligopolistico.

Nel monopolio non c'è la sovranità del consumatore. La concorrenza è libertà di scelta: cosa comprare e da chi in un mercato in cui c'è concorrenza anche sulla qualità oltre che sul prezzo. Quindi il giudizio storico sancisce la superiorità del mercato concorrenziale. Ma come tutti noi sappiamo sono possibili comportamenti non corretti anche in un'economia di mercato concorrenziale. C'è il *moral hazard*, c'è l'asimmetria informativa. Quindi il passo ulteriore da fare è riconoscere che servono alcune regole per il mercato perché altrimenti si può danneggiare quel consumatore di cui si vuole riconoscere la sovranità. Il prodotto contraffatto, la pubblicità sleale, queste cose esistono. Servono alcune regole essenziali, ma se si passa a una regolamentazione asfittica che intralcia l'attività delle imprese e costringe l'imprenditore - soprattutto se è un piccolo imprenditore - a dedicare larga parte del suo

tempo ad adempiere le pratiche amministrative, anziché a cercare di diventare più competitivo, allora di nuovo non siamo più in un mercato di libera concorrenza. Il potere pubblico opprime la libertà dell'impresa e quindi spinge il sistema a livelli di minore competitività, rallentando lo sviluppo. In Italia abbiamo fatto anche un altro esperimento, intermedio fra il monopolio e il libero mercato: il capitalismo di Stato. Quello che non funzionava è che se il sistema va in deficit c'è il ripianamento a piè di bilancio da parte del contribuente, del consumatore. E torniamo quindi al problema della sovranità del consumatore. In alcuni settori la presenza statale è importante, per esempio nel settore della difesa. Sono opportuni alcuni suoi interventi diretti, ma lo Stato proprietario non è quello che ha vinto la sfida storica. Quello che ha vinto la sfida storica è lo Stato regolatore, senza eccedere nella regolamentazione. Credo si debba parlare di concorrenza anche all'interno dello Stato, forse nell'unica forma che è possibile immaginare, ossia premiando chi si impegna di più all'interno della Pubblica Amministrazione. Se non si fa in modo di premiare chi si impegna, chi dà dei risultati positivi, allora manca la concorrenza perché se tutti sanno che, lavorino o non lavorino, hanno lo stesso trattamento, non c'è concorrenza. Affinché un'economia di mercato funzioni, servono anche le infrastrutture. Noi abbiamo un patrimonio che è il nostro territorio. Se il sistema portuale italiano fosse adeguato anche sotto il punto di vista della logistica retrostante il porto, le navi che partono dall'Asia, anziché andare ad Amsterdam potrebbero venire nel nostro Paese, risparmiando giorni di viaggio e riducendo i costi. Immaginatevi se l'Italia avesse un buon sistema infrastrutturale - e nello specifico portuale - quanti investimenti esteri in più potrebbero arrivare. C'è poi il problema della pressione fiscale, della formazione, della ricerca e dell'"incertezza impropria". Il rischio è connaturato nell'attività imprenditoriale, ma ci sono le incertezze improprie che si manifestano quando non sono chiari gli obiettivi, nel caso specifico, del Governo. E quando i livelli del Governo si moltiplicano perché ci sono i Comuni, le Comunità Montane, le Province, le Regioni e infine il Governo centrale; tutto questo crea un pacchetto di incertezza impropria, cioè non connaturata all'attività d'impresa. Parlando di liberalizzazioni, è necessario riflettere su tutti questi temi e anche, possibilmente, promuovere azioni adeguate.

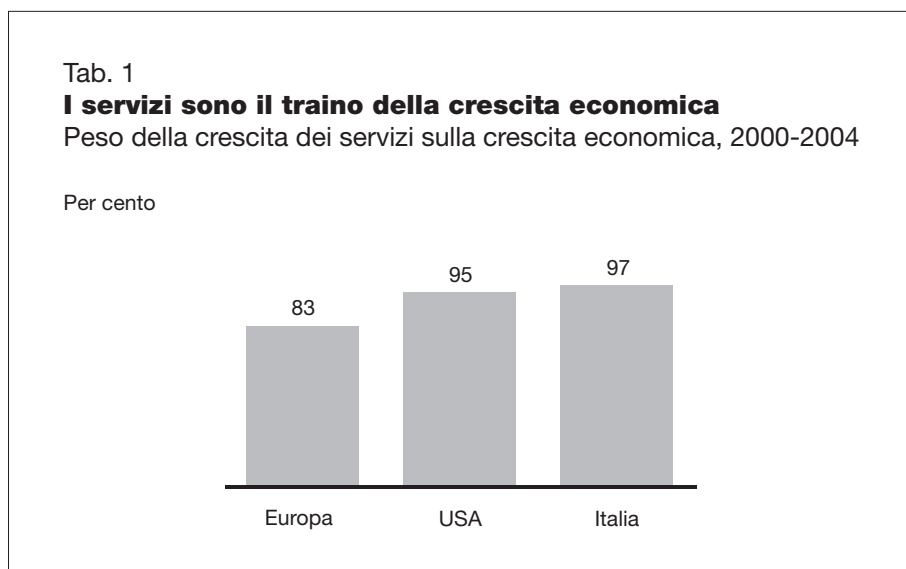
*Antonio Marzano
Presidente Cnel*

La liberalizzazione in Italia: cosa è stato fatto e cosa resta da fare*

I servizi, motore dell'economia

di Yoram Gutgeld, Director McKinsey

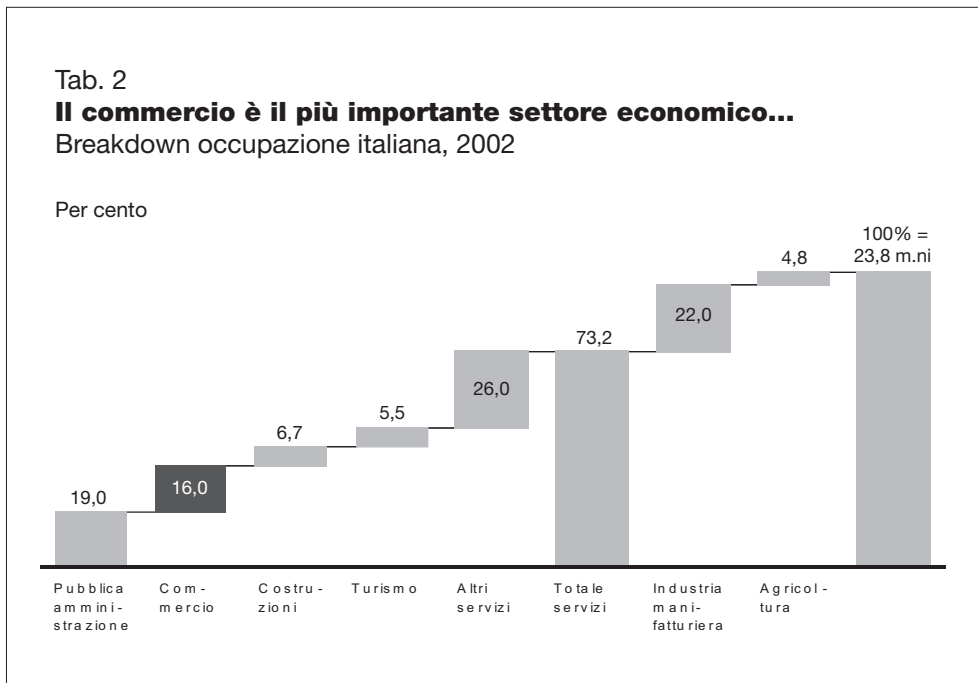
Tutti i Paesi dell'Europa Continentale, il Giappone e gran parte dell'economia avanzata, dopo il grande sviluppo del dopoguerra, negli ultimi vent'anni sono regrediti rispetto agli Stati Uniti. McKinsey Global Institute ha analizzato questo fenomeno e ha raggiunto la conclusione che il motivo per cui gli Stati Uniti crescono più velocemente rispetto alle altre economie è che sono riusciti negli ultimi vent'anni a sviluppare in modo molto più efficace il settore dei servizi. In Italia dal 2000 al 2004 il 97% dello sviluppo dell'economia è arrivato dai servizi, negli Stati Uniti il 95% e nel resto d'Europa l'83% (tab. 1).



Fonte: Analisi McKinsey su dati Eurostat, Bureau of Economic Analysis (BEA)

* Trascrizioni degli interventi non riviste dai singoli relatori

Dall'analisi dei diversi settori dei servizi emerge un altro dato interessante: oltre alla Pubblica Amministrazione - che resta molto importante - in realtà i settori più rilevanti sono il commercio, le costruzioni e il turismo. I fatti dicono quindi che lo sviluppo economico di tutti i Paesi avanzati dipende in gran parte dai servizi. Pensiamo al dibattito politico-economico che avviene in gran parte delle economie europee e anche in Italia, quanto di questo dibattito si è concentrato sullo sviluppo dei servizi? Si parla di scuola, di ricerca, di università, di competitività delle nostre aziende all'estero, ma solo ogni tanto si parla di servizi e di liberalizzazione.



Fonte: Analisi McKinsey su dati Istat

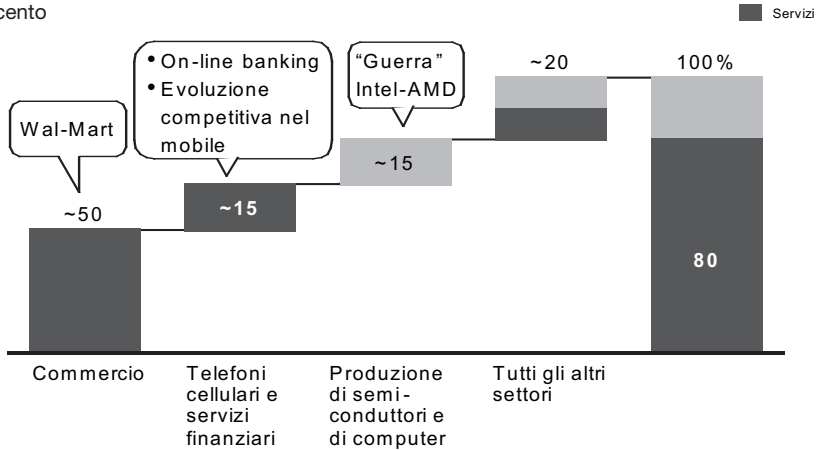
Nel dibattito economico in corso in Italia, quando si parla di liberalizzazione si parla di servizi finanziari, di assicurazioni, di energia, in realtà i grandi settori dei servizi sono: il commercio, le costruzioni e il turismo. Il commercio è quindi un settore di grande importanza per lo sviluppo economico del Paese. Tra l'altro metà dello sviluppo economico degli Stati Uniti, dalla metà degli anni Novanta in poi, deriva dal commercio, non dall'hi-tec, dalle telecomunicazioni o da internet.

Tab. 3

... e il motore di crescita più importante del Paese leader della crescita

Fonti di crescita della produttività USA, 1995-2003

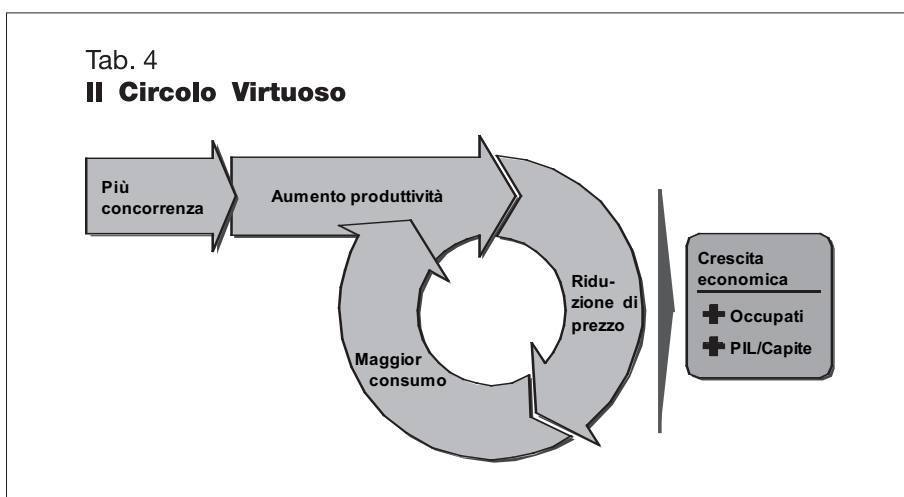
Per cento



Fonte: Analisi McKinsey su dati OECD

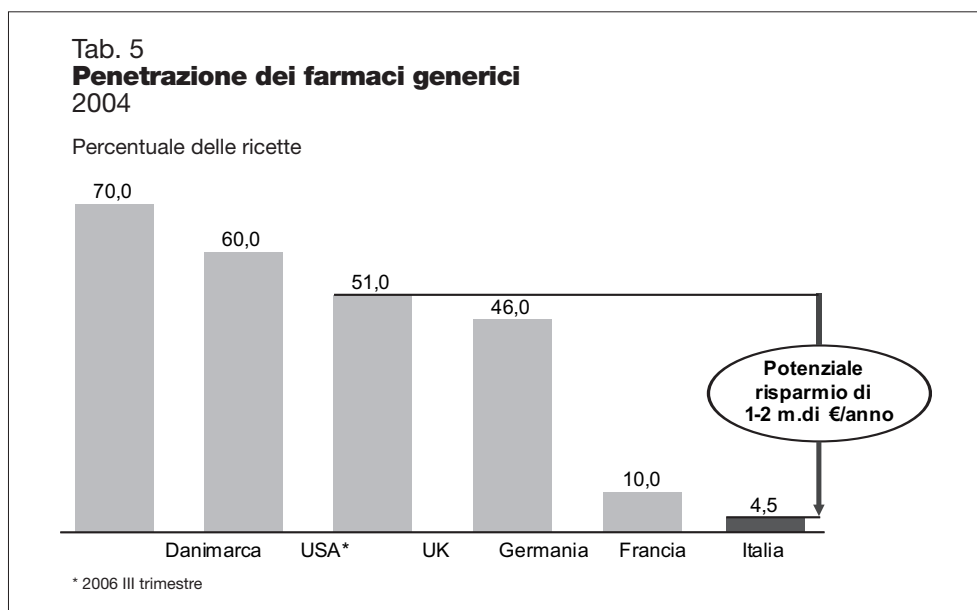
Come si fa a creare uno sviluppo economico efficace nel settore dei servizi? È necessario innescare un circolo virtuoso: la concorrenza crea un aumento di produttività, quindi prezzi più bassi e maggiori consumi. Tutto questo porta più occupazione e maggiore crescita. McKinsey Global Institute ha evidenziato quattro fattori importanti per innescare questo circolo virtuoso. Il primo è la liberalizzazione e una regolamentazione orientata alla concorrenza. Le regole ci vogliono, ma devono essere volte a promuovere la concorrenza. Il secondo elemento è la riduzione del costo del lavoro. Costo del lavoro più basso significa - in un regime concorrenziale - prezzi più bassi, quindi maggiori consumi e sviluppo economico. Ridurre il costo del lavoro nel settore del commercio comporta anche una sua flessibilizzazione. Contratti di lavoro che rendano l'uso del lavoro più efficiente e flessibile sono particolarmente importanti nel settore dei servizi, che ha picchi di domanda e la conseguente necessità di modificare il modello di staff. Il terzo elemento è la lotta all'evasione fiscale che falsa la concorrenza, protegge e tiene in vita aziende e operatori economici che altrimenti uscirebbero dal mercato. Quindi eliminare l'evasione fiscale in realtà significa, nel lungo termine, rendere i vari settori più efficienti e concorrenziali. Il quarto elemento è il risveglio della "coscienza consumeristica". Tutto questo può avvenire

solo se 56 milioni di italiani capiscono che concorrenza e liberalizzazione sono importanti. Per una parte dei cittadini italiani infatti non è così ovvio che la lotta all'evasione fiscale porta crescita economica, così come la riduzione del costo del lavoro e le liberalizzazioni per la concessione delle licenze. Certo nel breve termine l'impatto è negativo perché chi viene colpito direttamente ne soffre e i benefici si vedono solo nel lungo periodo. È quindi molto importante che questa consapevolezza diventi parte del patrimonio culturale dei consumatori.



Abbiamo parlato di questi temi già a marzo, nel primo convegno organizzato in materia da Confimprese. La buona notizia è che nel frattempo qualcosa è successo. Cosa? Prima di tutto i temi di cui abbiamo parlato fanno parte dell'agenda del Governo: le liberalizzazioni, la riduzione del costo del lavoro, la lotta all'evasione fiscale. Questo è un fatto positivo, molto importante. Nel luglio scorso il decreto Bersani ha toccato diversi elementi che riguardano il commercio: ha eliminato i divieti sulle vendite promozionali, gli obblighi di distanza minima tra gli esercizi, la richiesta di requisiti professionali per aprire alcune tipologie di attività commerciali, i meccanismi di programmazione per limitare lo sviluppo delle catene e ha introdotto libertà totale di assortimento merceologico. È stata eliminata la licenza per la produzione del pane, è stata consentita la vendita dei farmaci da banco negli esercizi commerciali, è stata data libertà di sconto e la possibilità per il farmacista di essere proprietario di più di una farmacia. È stato eliminato, sempre per le far-

macie, il principio ereditario che prevedeva che un individuo che ne eredita una può continuare a mantenerla, pur non essendo farmacista, per 10 anni. Quindi alcune cose sono state fatte, ma rimane però ancora molto da fare. In primo luogo i vincoli su orari e giorni di apertura e i processi di autorizzazione per le licenze commerciali rappresentano ancora un problema per la concorrenza. Molto è stato fatto sui farmaci, però finora non si è agito in maniera significativa per favorire quelli generici, che in Italia hanno uno sviluppo abissalmente basso e rappresentano, secondo una stima al 2004/2005, meno del 5% dei farmaci venduti a fronte del 70% in Danimarca, del 60% negli Stati Uniti e del 50% in Inghilterra. I farmaci generici costano tra la metà e l'80-90% meno di quelli brevettati. Quindi per l'Italia portare il livello dei farmaci generici al livello inglese significherebbe probabilmente 2 miliardi di euro di costi in meno. Cosa fare affinché anche in Italia si consumino farmaci generici come in Inghilterra? Togliere dei vincoli alla concorrenza, ma anche regolamentare il settore in modo diverso.



Per esempio consentire le vendite di farmaci a ricetta nelle grandi superfici, mentre il decreto Bersani prevede la possibilità di vendere solo farmaci da banco. La seconda cosa è favorire lo sviluppo di catene specializzate, i famosi drugstore. Oggi la legge, pur essendo stata modificata, prevede ancora che

un farmacista non possa possedere più di quattro farmacie in una provincia, quindi comunque c'è un forte vincolo allo sviluppo delle catene. Ovviamente se si vuol vendere questi farmaci a costi molto più bassi bisogna avere catene specializzate. Però bisogna anche cambiare il modo in cui viene regolato il settore. Il motivo per cui in Inghilterra e negli Stati Uniti si sviluppano i farmaci generici è che la farmacia non è penalizzata se li vende. Negli Stati Uniti la farmacia guadagna addirittura di più sui farmaci generici che non sulla vendita del farmaco brevettato. Quindi per fare in modo che si vendano più farmaci generici bisogna cambiare il modo in cui sono remunerate le farmacie. Questo non è liberalizzare, vuol dire regolamentare nell'interesse del consumatore. Di esempi analoghi se ne potrebbero fare tanti altri. In secondo luogo la riduzione del costo del lavoro di cui si è parlato molto, prima e dopo le elezioni, ha l'obiettivo di rendere l'industria esportatrice italiana più competitiva. Questo tema è più importante per il settore dei servizi dove il costo del lavoro pesa tendenzialmente molto di più che nel settore manifatturiero e quindi una sua riduzione avrebbe un impatto ancora maggiore. Negli Stati Uniti gli stipendi lordi di ingresso nel commercio sono molto più bassi rispetto all'Italia e questo consente di sviluppare nuovi formati a costi inferiori, il tutto si traduce poi in prezzi minori per il consumatore.

Le barriere da superare per liberalizzare

di Roger Abravanel, Director Emeritus McKinsey

A che punto è la liberalizzazione? Se ne parla di più, ma mi sembra che siamo ancora lontani anni luce dal punto di arrivo. Quali le ragioni di fondo? La prima è l'enfasi che spesso è sbagliata. Per esempio continuiamo a parlare molto di liberalizzazione dell'energia. Il Financial Times ha detto che la liberalizzazione fatta in Italia nel settore dell'energia elettrica è la migliore d'Europa. Negli ultimi cinque anni l'efficienza dell'Enel è migliorata, ma andiamo a vedere quello che bisogna fare per l'Enel. Non si può introdurre più concorrenza, c'è un monopolio naturale della distribuzione, c'è già concorrenza nella generazione, bisogna, per esempio, cambiare le tariffe che proteggono le municipalizzate italiane che sono più inefficienti dell'Enel. Quindi parlare dell'energia è sbagliato, bisogna focalizzarsi su altri settori, quali il commercio. Perché non si è parlato di commercio? Perché nel commercio c'è stata una lobby fortissima. Dobbiamo cambiare il focus e cambiare le leve. Le leve della liberalizzazione non sono soltanto le leggi come il decreto Bersani, un

decreto nazionale sul commercio. Ci sono delle micro leve che agiscono a livello dei Comuni, le licenze per esempio arrivano dai Comuni. Ma quanti sindaci nelle loro campagne elettorali si responsabilizzano sui prezzi? L'altra leva è l'evasione fiscale. Abbiamo un programma di recupero dell'evasione fiscale che è interessante, ma risibile perché, se anche verrà realizzato, ci porterà a livelli comunque molto più bassi degli altri Paesi industrializzati. L'evasione fiscale falsa la concorrenza. Abbiamo poi un altro problema fondamentale. Come affrontare il costo del lavoro? Il costo e la flessibilità del lavoro nel settore dei servizi sono essenziali. Oggi tutta l'enfasi, per la spinta di Confindustria, è sulla parte industriale, non sulla parte servizi, ma le esigenze di flessibilità e di costo del lavoro di un supermercato sono totalmente differenti da quelle di una fabbrica. Quindi possiamo dire che qualcosa è stato fatto, ma c'è ancora moltissimo da fare.

Perché siamo così indietro? Vi sono quattro ragioni, alcune comuni ad altri Paesi del mondo, altre tipiche italiane. Prima di tutto c'è un problema di mentalità. Noi abbiamo una mentalità che pone la fabbrica al centro dello sviluppo dell'economia; è una mentalità del 1800, si continua a pensare che l'economia si sviluppa perché produciamo qualcosa e l'esportiamo. Non consideriamo che invece lo sviluppo dell'economia sia trainato dal consumo interno. La seconda barriera fondamentale sono le competenze. In Italia ci saranno 100 segmenti prodotto mercato sui quali per liberalizzare bisogna capire quali sono i driver della produttività. Farlo non è facile, ci vogliono delle competenze. Il terzo problema tipico italiano è l'architettura dell'aspetto normativo. Per il commercio si agisce a livello regionale, Pierluigi Bersani può liberalizzare i taxi, però quello che conta è quello che fanno Walter Veltroni e Letizia Moratti. Fino a quando non ci sarà un allineamento sulla liberalizzazione e sulla normativa non cambierà nulla. L'ultima barriera sono i politici italiani che parlano di liberalizzazione, ma poi sono - come molti altri politici - schiavi delle lobby. John F. Kennedy quando diventò presidente disse: *"io sarò il lobbista del consumatore"*.

Il ruolo della Grande Distribuzione per lo sviluppo del sistema Italia

di Mario Maiocchi, Amministratore Delegato Metro

Desidero inquadrare alcuni elementi di osservazione che aiutino a contestualizzare la situazione del commercio organizzato. Intanto siamo in presenza, da molti anni, di un trend strutturale di modifica dei consumi. Si passa da prodotti a servizi, con questi ultimi che crescono di più; la spesa passa da consumi

discrezionali a consumi obbligati, quindi rimangono meno risorse da indirizzare sui prodotti e sulle attività che più ci interessano, perché parte del reddito è destinato a consumi su cui non abbiamo scelta. Questo ha portato a una quota parte delle spese per i prodotti di largo consumo che è diminuita del 14% in 14 anni. Quindi si tratta di qualcosa di cui chi si occupa di commercio deve prendere atto, considerandolo come un dato acquisito di lungo termine, un fenomeno che molto probabilmente continuerà. Il consumatore ha molto modificato la sua attitudine nelle modalità d'acquisto. Una volta lo si clusterizzava a secondo dell'orientamento alla fascia bassa di prezzo oppure ai prodotti di alta gamma. Oggi lo stesso consumatore può avere comportamenti completamente differenti in occasioni diverse, può spendere cifre considerevoli per un oggetto d'alta moda e poi fare la spesa in un discount per l'alimentare, piuttosto che combinare anche oggetti d'abbigliamento di fasce di prezzo diverse con oggetti esclusivi. Il consumatore ha cambiato le sue esigenze anche in termini di tempi e di fruibilità del servizio. Gli piace fare shopping però non ha tempo per fare la spesa, quindi è necessario combinare questi due elementi. In tutto questo si è inserita la crisi dei consumi degli ultimi tre anni. Come si posiziona l'Italia nel commercio? Il nostro Paese ha la più bassa copertura di metri quadrati d'Europa nella grande distribuzione e questo non stupisce, dati i vincoli che sono stati finora menzionati. Quello che stupisce un pò di più è che, a esclusione della Germania, l'Italia ha la più bassa produttività per metro quadrato. Questo sorprende meno quando si va a comparare la grande distribuzione italiana, non solo prettamente italiana ma anche multinazionale presente in Italia, con quello che succede all'estero e si scopre che la possibilità di aprire nuovi punti vendita, vendere merceologie non strettamente di largo consumo, quindi merci e servizi – abbiamo detto dei farmaci, ma possiamo parlare anche di carburanti, di servizi finanziari e assicurativi, di viaggi – rendono il sistema più efficiente. Ultimo punto sulla contestualizzazione dello scenario sono i prezzi. L'inflazione nel triennio 2002-2005 è stata nel totale dei tre anni intorno al 7%, quindi poco più del 2% l'anno, in linea con le attese. Peccato che come al solito il 7% totale sia una media: abbiamo tariffe e servizi che sono aumentati del 15,8% in tre anni, i beni di largo consumo per contrasto sono aumentati dello 0,7% in tre anni e questo nonostante tutti i limiti del commercio. Lo 0,7% in tre anni, praticamente inflazione zero. Se poi analizziamo le tariffe dei servizi vediamo che ci sono dei casi aberranti. Il trasporto ha registrato un + 32%, mi riferisco solo a benzina e carburante, i servizi bancari + 24% ovvero un'inflazione dell'8% l'anno. Questi dati ci

devono far riflettere quando andiamo a vedere quali sono le liberalizzazioni più importanti. I taxisti sono sicuramente importanti, i notai forse, ma ci sono altre posizioni di beneficio e di rendita che devono essere eliminate. Cosa possiamo fare? Non si deve sempre attendere che qualcosa venga dall'alto, anzi l'imprenditore può e deve fare molto, la grande distribuzione deve e può fare molto. Intanto dobbiamo comprendere meglio il consumatore che cambia e noi dobbiamo cambiare insieme a lui, rendergli il consumo più facile, più flessibili gli orari di apertura, più ampia la gamma di scelta nei punti vendita introducendo anche merceologie che oggi non ci sono e coprire meglio il territorio. Su questi ultimi due aspetti abbiamo bisogno di un sistema più aperto, con meno vincoli. Per esempio parlavamo della liberalizzazione in materia di orario di apertura, ogni Regione poi però fa la politica che ritiene più opportuna. Ebbene nelle Regioni che hanno lasciato libera l'espansione della grande distribuzione i prezzi hanno subito delle dinamiche assolutamente differenti da altre Regioni che hanno invece praticato politiche di tipo restrittivo. Una direttiva a livello nazionale non basta perché purtroppo poi si declina in diversi regolamenti a livello regionale e comunale. La grande distribuzione può fare molto anche in termini di *supply chain*, bisogna renderla più efficiente e per questo ci impegniamo a lavorare con l'industria per migliorarne l'efficienza con l'introduzione dell'*electronic product code*, con una negoziazione più efficiente e con piattaforme di logistica.

Concludendo quali sono le raccomandazioni che possiamo fare, non per la grande distribuzione, ma per far progredire il sistema Italia? Identificare le rendite di posizione che rendono meno efficiente il sistema e non considerarle un dato di fatto. Mettere la soddisfazione del consumatore al centro delle nostre decisioni. Eliminare il disequilibrio regionale e tenere a mente soprattutto che la liberalizzazione non è un gioco a somma zero. Le liberalizzazioni creano valore per il Paese e per gli operatori. Nel breve termine possono distruggere valore per qualcuno degli operatori che ha beneficiato, forse per troppo tempo, di posizioni di favore, ma il sistema poi progredisce.

La liberalizzazione e i servizi al cittadino

di Paolo Palomba, Direttore Commerciale Sigma

Sicuramente è necessario risvegliare la coscienza consumeristica perché in effetti, da parte dei clienti e dei consumatori, spesso manca la consapevolezza o la capacità di poter prefigurare tutti gli effetti a cascata che possono

derivare da un sistema di liberalizzazioni. Mi riferisco in particolare al mondo del commercio, agli orari di apertura, che sicuramente sono molto importanti nei grandi centri urbani e a torto si crede siano solo a favore delle grandi superfici, mentre noi riteniamo che possano consentire anche ai piccoli punti di vendita di offrire un servizio migliore. Dobbiamo poi considerare un elemento fondamentale del mercato italiano: la popolazione è distribuita nel territorio in maniera molto frammentata. La popolazione di Milano e Roma messa insieme arriva a poco più del 10% della popolazione italiana contro una concentrazione in Francia tra Parigi e le banlieu di circa il 20%. Questo elemento è tipico di un'Italia di 5.000 Comuni dove spesso è richiesto dalle amministrazioni comunali di mantenere aperti degli esercizi commerciali. Spesso quando si creano dei modelli di sviluppo in cui si integrano le logiche dei punti di vendita con quelle dei punti di servizio ci si imbatte in barriere legislative. Un punto di servizio che unisce una serie di servizi e di beni per ridurre i costi di trasporto e di gestione - quali la benzina, la vendita di farmaci, i servizi postali e altri servizi ancora - spesso si scontra con il problema legislativo da una parte e con il problema di regolamentazione regionale dello sviluppo della distribuzione moderna dall'altro. E' evidente che questo tipo di progettualità non può essere discussa con le amministrazioni di questi piccoli Comuni, non ci sono le condizioni, ci dovrebbero essere dei piani gestiti quanto meno a livello regionale e provinciale. Qui nasce il dubbio. Ma la gestione e la regolamentazione del commercio nelle Regioni come avviene? Da un solo dato. In provincia di Pistoia ci sono 119 mq di distribuzione moderna per abitante, in provincia di Firenze 230 mq e siamo nella stessa Regione, in due Province limitrofe. Un auspicio è che si possa inserire nelle agende del Governo dei prossimi mesi la possibilità che anche il sistema dello sviluppo della distribuzione possa contemplare soluzioni a favore delle realtà locali. Questo permetterebbe di mantenere vivi i territori - soprattutto quelli dove ci sono le 500, 1.000, 10.000 imprese che producono dei beni che rendono l'Italia protagonista nel mondo - e ci consentirebbe di valorizzare il territorio a fini turistici, cercando di superare Paesi come la Francia e la Spagna. Questo è un tema che noi riteniamo possa andare di pari passo con quello della liberalizzazione degli orari nei grandi centri. Si tratta di elementi concreti e, con un'adeguata comunicazione, tutti i consumatori, tutti i cittadini, direi di più, tutti gli elettori potrebbero rendersi ben consapevoli del valore che queste scelte potrebbero avere sull'economia e anche sulla vita sociale.

L'impegno delle aziende italiane per l'internazionalizzazione

di Giovanni Rana, Presidente "Italia del Gusto"

Il Pastificio Rana investe molti milioni di euro ogni anno, da tantissimi anni, in molti Paesi stranieri. L'unico modo per far conoscere il *made in Italy* e i nostri prodotti originali è quello di buttarsi e rischiare. E' necessario quindi comunicare tanto senza guardare troppo alle vendite nel brevissimo periodo e nello stesso tempo promuovere i prodotti nei supermercati in modo da farli assaggiare ai consumatori. I nostri prodotti italiani sono talmente buoni che poi si venderanno da soli. Certo che fare questa strategia da solo, e in tutti i Paesi, è impossibile. E' per questo motivo che abbiamo cominciato a pensare come fare, anche per farci aiutare dalla politica in questo sforzo nobile. Da qui l'idea di costituire il consorzio "Italia del Gusto", che raggruppa il meglio del *made in Italy* (per esempio Barilla, Illy, Parmalat, Auricchio, Parmacotto, ecc.). Le aziende più grandi e prestigiose che faranno sinergia nel promuovere e fare pubblicità all'estero. Il Consorzio è partito a pieno ritmo e faremo tra pochi mesi tre grandi attività in Croazia, Ungheria e Russia. Credo che dovremmo imparare e fare tante iniziative simili per promuovere le nostre aziende all'estero.

La concorrenza e il ruolo delle associazioni dei consumatori

di Carlo Rienzi, Presidente Codacons

Liberalizzare in Italia è un vero problema. Antonio Marzano diceva che la storia ha sancito il dominio del mercato e non quello dei monopoli, ma non la storia d'Italia. In Italia è sempre il contrario. Ricordate la liberalizzazione del 1998 che fece Bersani? La liberalizzazione del commercio portò a un'evasione fiscale più massiccia, i commercianti sono arrivati a denunciare 6.000 euro l'anno di reddito, cioè come un operaio o un pensionato. Al mercato nazionale il mercato è libero? Com'è possibile allora che le carote che costano 0,08 euro all'origine vengono vendute con il 1.150% di aumento? Com'è possibile che le clementine vengono vendute con il 383% di aumento, i pomodori con il 319%, i cavolfiori con il 344%? Allora qui c'è qualcosa che non funziona, lì il mercato è libero. L'Italia ha un gap terribile da superare. È uno dei Paesi con le maggiori restrizioni alla concorrenza, dopo l'Ungheria, il Messico, la Turchia e la Polonia. Abbiamo un controllo della concorrenza assolutamente inefficiente perché le nostre authorities non si occupano dei mercati, ma si occupano soltanto di grandi problematiche, intervengono troppo tardi, senza

avere gli strumenti e senza sanzioni penali come negli Stati Uniti. Nel settore elettrico, per esempio, abbiamo il 3-4% di percentuale di cambiamento di gestore. Io ho provato a mandare una richiesta di preventivo alla Sorgenia e poi alla Edison, non mi hanno nemmeno risposto.

Veniamo al settore dei trasporti: delle ferrovie passeggeri non ne parliamo, per le merci c'era addirittura un concorrente al quale rifiutavano le locomotive per andare dalla stazione al porto dove doveva caricare le merci. Questa è la situazione. Non parliamo poi delle professioni. Come si fa a superare questa situazione? Innanzitutto non è vero che manca la concorrenza soltanto in questi settori di cui si parla sempre nei convegni, manca anche nella telefonia dove i gestori ricorrono continuamente a cartelli sui servizi che rendono di più, come per esempio le ricariche dei telefonini o il costo degli sms. Manca concorrenza nel trasporto aereo dove per andare da Roma a Milano si paga lo stesso prezzo che per andare a San Francisco. Dove si fanno le privatizzazioni non c'è liberalizzazione. Prendete l'acqua, l'hanno privatizzata e ora costa cento volte di più. I consumatori hanno innanzitutto bisogno di strumenti nuovi a partire dalla class action. Non possiamo continuare ad avere 7.000 persone davanti al giudice a fare la fila uno per uno, a depositare la costituzione di parte civile. Per il caso della metropolitana di Roma erano circa 400, ognuno con il proprio pezzo di carta, ma ci rendiamo conto che inciviltà. L'unica cosa che è stata fatta con il decreto legge di Bersani è stata la class action e già se ne parla male dicendo che non bisogna farla. Usciamo dall'ipocrisia. Qui voi volete tutti la concorrenza, è giusto e vi apprezziamo, ma volete anche dare ai consumatori strumenti efficaci per tutelare la concorrenza, il prezzo giusto e la qualità? A questa domanda dovete rispondere in modo chiaro, non posso sentir dire che Bersani ha cancellato i divieti sulle vendite promozionali quando di fatto ognuno fa quello che vuole, i negozi aprono quando vogliono e nessuno controlla, fanno i saldi sempre quando vogliono da anni e nessuno ha mai controllato. Noi chiediamo concorrenza anche sulla qualità. Le imprese che vanno a far fabbricare in Cina come fanno a parlare senza ipocrisie di concorrenza. Vediamo intanto se questi prodotti vengono fatti in modo etico, andiamo insieme a controllare nelle fabbriche cinesi come vengono fatti e creiamo una certificazione di eticità. Cosa chiedere a Bersani? Intanto che le liberalizzazioni non devono essere fatte solo dal Governo e dalla maggioranza, è un tema su cui dovrebbero essere tutti d'accordo. Chiediamo al Governo e al Parlamento di creare subito leggi che possano essere utili. Noi oggi faremo una denuncia in 20 Regioni perché non è possibile che le carote abbiano un ricarico del 1.150% (dati SME ottobre 2006).

La legge 231/2005 all'art. 2 dice che quando ci sono andamenti anomali nei prezzi l'Agenzia delle Entrate e la Guardia di Finanza intervengono, questi ultimi invece dicono che dobbiamo essere noi a segnalare i prezzi anomali. Facciamo subito un regolamento di attuazione di questa legge e stabiliamo che quando il prezzo al dettaglio supera di tre volte quello all'ingrosso è da considerarsi anomalo. Mettiamo sotto processo per aggravi questa gente, perché non ci sono altri strumenti, perché le authorities sono lente, non hanno strumenti, non sono in grado di dare sanzioni efficaci e quindi il consumatore è in balia di sé stesso e di questo mercato che non è un mercato libero, ma ingessato e quando è libero si organizza per fare cartelli di fatto. Non arretrare davanti agli attacchi delle lobby come quelle dei taxisti, come è avvenuto di recente, privilegiare le imprese che accettano di far controllare l'eticità della propria produzione e infine creare un organismo di coordinamento fra tutti i Ministeri, perché si dovrebbe parlare di liberalizzazione e concorrenza al Ministero dello Sviluppo Economico, ma anche negli altri.

L'impegno della Camera a favore della liberalizzazione

di Daniele Capezzone, Presidente X Commissione Camera dei Deputati

Credo che i mesi passati ci abbiano rivelato due grandi errori che il ceto politico ha compiuto. Il primo errore è stato quello di cedere alle prime resistenze corporative. Quello che è accaduto sulla vicenda dei taxi è doloroso. Si trattava di un decreto legge, i decreti legge vanno convertiti in 60 giorni, in questo caso con agosto di mezzo, si doveva resistere ancora una settimana. È bastato che alcuni facinorosi e qualche sindaco si mettessero in mezzo perché una battaglia simbolica si trasformasse in una battaglia di fatto persa.

Il secondo errore grave è l'incapacità di fare una campagna di comunicazione. Il mondo anglosassone insegna. Tony Blair quando deve fare una cosa difficile va in televisione, la spiega, accetta le domande difficili, i contraddittori più pesanti, si espone al rischio di perdere e quindi conquista anche la possibilità di vincere. Credo che pensare di poter fare queste cose nel chiuso del palazzo, dimenticando che c'è un'opinione pubblica, dimenticando che certo ci sono 40.000 taxisti, ma ci sono anche 40 milioni di utenti, significa commettere un secondo errore fatale. Allora che fare? Evoco alcuni temi, ma soprattutto un metodo. Sui temi abbiamo l'imbarazzo della scelta. Credo che sulla questione delle ferrovie occorra guardare al modello inglese: salto di qualità, cambio, anche con elementi di liberalizzazione, dove possibile di pri-

vatizzazione. Sul trasporto aereo so di dire una cosa poco popolare in alcuni settori politici, perchè c'è sempre qualcuno che alza il bandierone dell'italianità. Per me l'unico bandierone è quello dell'utente che non deve spendere 200 euro per andare da Roma a Milano. Fatemi unire qui al grido di dolore che ieri ha lanciato, ovviamente col silenzio della stampa di stamattina, Ryanair che dice "attenzione, ci stanno cacciando da Ciampino". Questo è un Paese nel quale da un lato si fa la guerra contro le compagnie low cost e dall'altro ci sono tentativi di salvataggio a spese dello Stato.

Altro fronte quello dei servizi pubblici locali. Penso alle Province e all'antico monito di Einaudi "*abolire le Province, via i Prefetti!*", per me è un tema da rimettere in agenda. Sull'energia bisogna fare i passi in avanti indicati tante volte dal presidente Ortis ed è una linea politica certa, solida. C'è poi il tema del mercato del lavoro che è stato ricordato. Faccio parte della maggioranza, ma l'aria che tira sulla legge Biagi è un'aria che va contrastata. Il tema degli orari e dei giorni di apertura dei negozi è stato già menzionato. Vorrei però ricordare altre due questioni. Sento molto parlare di lotta all'evasione. Questa lotta non si fa criminalizzando le imprese e dicendo che bisogna stanare gli evasori perché così si alimenta proprio il meccanismo di nero e di sommerso che si dice di voler combattere. La lotta al sommerso si fa con il contrasto di interessi, inducendo ciascuno ad avere l'interesse a poter detrarre, scaricare fatture, ricevute e scontrini. L'altro tema è quello della burocrazia. Ho l'onore di essere presidente della X Commissione, dove si lavora insieme, maggioranza e opposizione. A tempo di record stiamo cercando di approvare una legge che sarà, io spero, un pò rivoluzionaria. L'abbiamo chiamata "Sette giorni per aprire un'impresa". Questo è un Paese in cui per avviare una lavanderia, che non è una centrale nucleare, occorrono 85 autorizzazioni preventive da 20 amministrazioni differenti. Dobbiamo eliminare tutto questo con l'autocertificazione; l'imprenditore apra, i giusti controlli avvengano dopo. Noi dobbiamo competere con Paesi, penso alla Polonia, dove lo start up di un'impresa richiede dieci giorni e ha una pressione fiscale del 19%. Come possiamo pensare di competere?

Concludo parlando del metodo. Io sono un parlamentare di maggioranza leale, ma essere leali non significa essere sordi, ciechi e muti. Io credo che il nostro compito, il compito delle persone ragionevoli ovunque collocate, sia quello di capovolgere il paradigma, di parlare di contenuti, di imporre all'agenda politica questi temi. Per quanto mi riguarda proseguirò l'esperienza di provare a far lavorare insieme i ragionevoli dei due schieramenti su obiettivi politici concreti, quali la liberalizzazione.

I costi di fare impresa in Italia, in Europa e nei Paesi più industrializzati

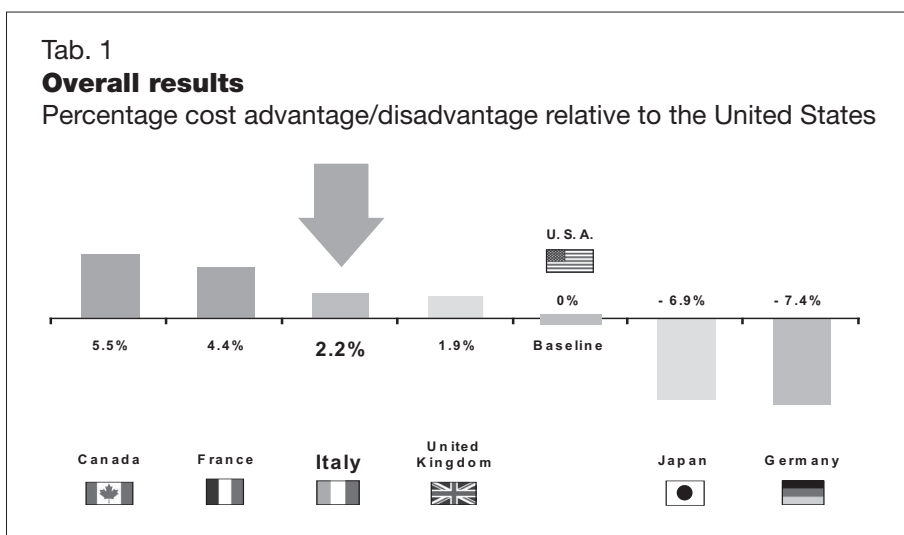
I costi di fare impresa: l'Italia a confronto con le principali economie mondiali

di Ruggiero Cafari Panico, Partner KStudio Associato (Kpmg)

Il nostro è un Paese che ha in sé la capacità imprenditoriale per poter crescere, abbiamo indubbiamente dei settori dove poter migliorare e la liberalizzazione dei servizi è un'arma vincente. Quando affrontiamo il problema delle liberalizzazioni non dobbiamo dimenticare che il caso italiano non è un fenomeno isolato, non ci stiamo muovendo sul sentiero della liberalizzazione per nostra volontà, ma l'Italia fa parte del più ampio disegno che è stato tratteggiato a Lisbona nel 2000: fare dell'Europa l'economia più competitiva del mondo. E' un obiettivo che spaventa, di cui tutti i Paesi sono parte e la scommessa è proprio sul rilancio del settore dei servizi. Per questo l'Italia non ha l'obbligo di procedere sulla via delle liberalizzazioni soltanto verso i cittadini, ma anche verso l'Europa in quanto liberalizzare significa far crescere l'economia.

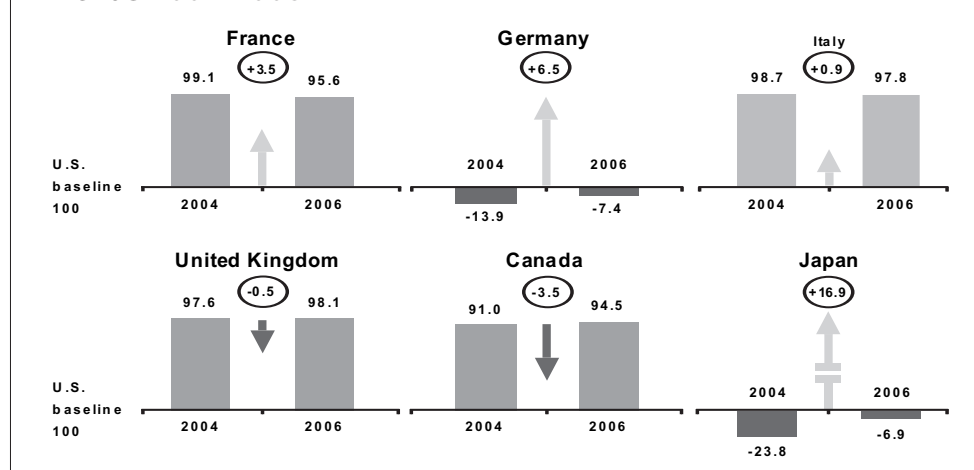
A oggi la scommessa sul futuro dell'Europa - dice la Commissione - si gioca sul settore dei servizi che rappresentano il 70% del Pil e occupano il 55% dell'occupazione complessiva nell'economia di mercato dell'Unione Europea. La percentuale di occupazione creata dal settore dei servizi è ben lontana dall'80% degli Stati Uniti; stiamo parlando di percentuali che vanno dal 65% nel Regno Unito e nei Paesi Bassi, a percentuali fra il 45-50% in Portogallo, Germania e Italia. Lo spazio di crescita è enorme. Per capire cosa sta accadendo oggi dobbiamo riflettere sul fatto che lo sviluppo e la crescita della produttività del lavoro in Europa nella prima metà degli anni Novanta era superiore a quella degli Stati Uniti (1,9% vs. 1,2%). Nella seconda metà degli anni Novanta si sono esattamente invertite le posizioni: il tasso di crescita europeo è sceso dall'1,9% all'1,2%, mentre quello degli Stati Uniti è salito all'1,9%. La differenza è stata data dai servizi, settore che si è fortemente sviluppato negli USA. La sfida politica che la Commissione ha posto ai Paesi membri può essere riassunta nel miglioramento della qualità e fruibilità dei servizi. Il mercato interno si è realizzato, ma non per i servizi: questa è la

grande sfida del prossimo futuro. L'altro impegno che l'Italia ha assunto in sede europea è una drastica riduzione degli oneri burocratici e amministrativi. Il terzo impegno assunto è quello di un corretto approccio, insieme a tutti gli altri Paesi, al problema delle barriere fiscali e all'apertura definitiva del settore degli appalti. Questi obiettivi europei trovano conferma nello studio realizzato da Kpmg - e terminato nel gennaio 2006 - che prende in esame i costi di start up, di crescita e di sviluppo dell'impresa (ossia quelli collegati all'esercizio dell'impresa, alla localizzazione intesa come costruzione delle strutture, al costo del lavoro, ai trasporti, alla distribuzione dei prodotti, alle utilities, alle telecomunicazioni e all'energia, al reperimento di risorse finanziarie e all'impatto fiscale). Non sono stati considerati invece altri fattori quali i costi legati all'ambiente e alla qualità della vita. Sono quattro i settori di riferimento: manifatturiero, ricerca e sviluppo, software e servizi all'impresa. L'analisi dei costi si è focalizzata sul costo del lavoro - inteso come somma della remunerazione e dei costi sociali connessi - e sui costi delle facilities, cioè costi di acquisto del terreno e costruzione o comunque di acquisizione delle strutture, costi di trasporto, finanziari collegati all'esercizio d'impresa e legati al regime fiscale vigente nel Paese considerato.



L'Italia è molto più competitiva, in relazione ai settori considerati, della Germania e degli Stati Uniti su cui abbiamo un vantaggio del 2,2%, comunque meno rispetto al Canada (tab. 1).

Tab. 2

Trends 2004-2006

Se analizziamo invece il trend di sviluppo dei costi (tab. 2), avendo sempre come riferimento gli Stati Uniti, vediamo che l'Italia dal 2004 al 2006 ha visto migliorare la propria posizione, è diventata un po' più competitiva (+0,9%) rispetto agli Stati Uniti, la Germania e il Giappone, mentre la Gran Bretagna e il Canada hanno subito un leggero peggioramento.

Tab. 3

Cost components

| Labour cost | | | | | | | | |
|----------------|---------------------------|----------|--------------------|----------|--------------------|----------|------------------------------|----------|
| | Salaries and Wages | | Benefits | | | | Total Labour | |
| | | | Statutory | | Other Benefits | | | |
| | Average per Employee (US) | Rank | Percent of Payroll | Rank | Percent of Payroll | Rank | Average per Employee (US \$) | Rank |
| Europe | | | | | | | | |
| France | \$ 41,333 | 2 | 42% | 6 | 19% | 2 | \$ 66,686 | 3 |
| Germany | \$ 57,350 | 6 | 23% | 5 | 27% | 4 | \$ 86,314 | 6 |
| Italy | \$ 41,194 | 1 | 29% | 7 | 29% | 6 | \$ 65,035 | 2 |
| United Kingdom | \$ 47,234 | 3 | 13% | 3 | 40% | 7 | \$ 71,947 | 5 |
| North America | | | | | | | | |
| Canada | \$ 49,252 | 4 | 8% | 1 | 20% | 3 | \$ 62,891 | 1 |
| United States | \$ 52,036 | 5 | 9% | 2 | 27% | 5 | \$ 71,087 | 4 |
| Asia Pacific | | | | | | | | |
| Japan | \$ 60,565 | 7 | 18% | 4 | 12% | 1 | \$ 78,411 | 7 |

Si dice sempre che in Italia il costo del lavoro è eccessivo, ma dobbiamo chiarire cosa si intende. La busta paga italiana è quella più bassa tra tutti i Paesi considerati. Ma allora perché il costo del lavoro è così alto? Perché sono più elevati i costi collegati alla busta paga, tutto ciò che l'impresa paga in aggiunta al netto (tab. 3). E' lì che noi non siamo competitivi. La busta paga dell'italiano difficilmente può essere compressa, ma abbiamo spazio di recupero in tutti i costi connessi. In base ai risultati complessivi nel settore manifatturiero, l'Italia è in una buona posizione anche per quanto riguarda i costi del software e R&S. Ma possiamo recuperare competitività nei servizi connessi alle imprese.

Tab. 4
Cost components

| Utility costs: electricity, natural gas, telecommunications | | | | | | |
|---|---------------|----------|-----------------------------|----------|--------------------------------|----------|
| | Electricity | | Natural Gas | | Telecommunications | |
| | US\$ per KWh | Rank | US\$ per CCF ⁽¹⁾ | Rank | US\$ per Minute ⁽²⁾ | Rank |
| Europe | | | | | | |
| France | 7.3 ¢ | 2 | \$ 0.80 | 2 | 8.7 ¢ | 5 |
| Germany | 12.5 ¢ | 6 | \$ 1.07 | 6 | 4.8 ¢ | 1 |
| Italy | 10.8 ¢ | 5 | \$ 0.83 | 3 | 13.8 ¢ | 6 |
| United Kingdom | 7.3 ¢ | 3 | \$ 0.77 | 1 | 5.1 ¢ | 2 |
| North America | | | | | | |
| Canada | 7.0 ¢ | 1 | \$ 0.98 | 4 | 7.8 ¢ | 4 |
| United States | 8.9 ¢ | 4 | \$ 1.00 | 5 | 7.7 ¢ | 3 |
| Asia Pacific | | | | | | |
| Japan | 12.9 ¢ | 7 | \$ 1.59 | 7 | 26.6 ¢ | 7 |

(1) Equals 2.83 m3 or 29.87 gJ.

(2) Weighted average cost-per-minute across all relevant calling destinations, including local, national, long distance and international.

L'impresa italiana può migliorare anche agendo sui costi delle utilities (tab. 4); il nostro Paese occupa la quinta posizione per costo dell'elettricità e dell'energia, la sesta per le telecomunicazioni. Un costo nella media lo abbiamo invece nel settore del gas. Si parla di liberalizzazione, di spazi di recupero della competitività dell'impresa mediante una riduzione dei costi, dell'eliminazione delle lungaggini burocratiche, ma siamo proprio sicuri di volerlo fare? Perché la liberalizzazione è un fenomeno che ci apre verso l'esterno, liberalizzazione significa anche essere pronti ad aprirsi agli altri Paesi. Non dimentichiamo che l'anno scorso c'è stata una vera e propria rivolta in

Francia contro la direttiva Bolkestein, che in realtà non faceva altro che ribadire il principio del mutuo riconoscimento, principio che è alla base della liberalizzazione. Siamo sicuri che il contesto politico europeo sia favorevole alla liberalizzazione intesa come apertura di un mercato europeo? E' dell'altra settimana la notizia che la Gran Bretagna ha chiuso le frontiere ai prestatori di servizi dei nuovi Paesi membri dal primo gennaio 2007. La Gran Bretagna ha detto basta, si è avvalsa della clausola che blocca la libera prestazione, la libera circolazione dei lavoratori autonomi. Questo significa che c'è un ripensamento dei Paesi a livello europeo sui costi della liberalizzazione? Credo comunque che l'Italia non debba preoccuparsi del contesto generale, ma andare avanti con il proprio processo di liberalizzazione, con la consapevolezza che le nostre imprese hanno degli spazi di recupero. E poi aspettare che l'Europa ci segua perché non tutti gli altri Paesi, questo è certo, stanno molto meglio di noi in questo momento.

Le asimmetrie competitive

Luigi Abete, Presidente BNL

Sono fiducioso che nel breve termine l'Italia abbia buone capacità competitive, sono meno fiducioso sulle prospettive di lungo periodo. L'Italia è un Paese in cui tra la realtà formale e la realtà sostanziale ci sono, in alcuni casi, differenze notevoli. I nostri delta competitivi reali, e non quelli presunti, sono in alcuni casi di tipo relativo e vanno a incidere sui valori monetari; penso agli oneri aggiuntivi al costo del lavoro che abbiamo visto essere molto elevati in Italia e alla fiscalità in riferimento alla quale noi abbiamo delle competitività maggiori rispetto a certe culture e minore rispetto ad altre. In altri casi dobbiamo parlare di delta assoluti che incidono invece sui differenziali normativi, dall'ambiente a tutte le autorizzazioni che servono per fare impresa. Proprio questi delta competitivi assoluti sono quelli che pesano maggiormente, ma è anche vero che questi delta non sono uguali per tutti perché le differenti dimensioni delle imprese incidono sul modo di porsi rispetto al sistema delle norme. L'impresa più strutturata è indotta a rispettare le norme sostenendo dei costi importanti, le imprese più piccole invece corrono spesso il rischio di non rispettarli. Abbiamo problemi quali i delta monetari e il costo del lavoro da governare, ci sono poi dei problemi normativi che devono essere reimpostati per evitare che diventino un differenziale competitivo tra noi e il resto del mondo. Questo è il problema del costo di fare impresa in

Italia, in termini di differenziale. Ci sono poi i problemi più generali. L'Europa deve liberalizzare di più e quindi l'Italia deve liberalizzare di più e quindi la Regione Lazio deve liberalizzare di più e quindi Roma deve liberalizzare di più perchè il processo deve essere integrato e globale. Noi sappiamo che mentre questo processo a livello nazionale ha fatto dei passi avanti, a livello locale - e non solo nel caso italiano - i passi avanti sono stati molti meno, anzi paradossalmente l'apertura alla liberalizzazione a livello nazionale ha portato a un arretramento a livello locale.

Pensare di liberalizzare soltanto un settore e non procedere in modo coordinato, coerente e indistinto è un'utopia; o il processo si allarga a macchia d'olio oppure resta un fatto simbolico, ma non si riescono ad aggregare tanti fatti simbolici, perchè gli interessi corporativi si oppongono. E allora un processo di liberalizzazione che voglia essere effettivo deve toccare tutti i mercati, quelli finanziari, industriali e dei servizi. A mio parere stiamo facendo dei passi avanti e non siamo in una posizione così negativa come sembra, però abbiamo dei delta differenziali che soprattutto per chi viene dall'esterno sono considerati insuperabili. L'economia va avanti indipendentemente dalla capacità di ostacolo o di supporto dei governi. Nei prossimi tre anni l'economia andrà meglio, perchè le imprese nei primi cinque anni del nuovo millennio si sono riorganizzate. Quelle che operavano in mercati a basso valore aggiunto hanno cercato di aumentare la propria competitività puntando su fasce di mercato a maggior valore aggiunto. Le medie imprese innovative, di cui il nostro Paese è ricchissimo, hanno accelerato il processo di internazionalizzazione e innovazione perchè in questo secolo hanno dovuto competere con tanti eventi eccezionali, dal terrorismo a scelte politiche internazionali non sempre condivise. Ma questo le statistiche non lo dicono perchè non appaiono né nella bilancia import export né nella bilancia dei pagamenti.

Le imprese italiane e gli ostacoli alla crescita

Maurizio Beretta, Direttore Generale Confindustria

Ci sono alcuni temi di carattere generale su cui riflettere quando si parla delle difficoltà alla crescita, alla competizione, alla capacità di essere più agguerriti a livello internazionale. Pensando al costo del lavoro, dobbiamo fare due constatazioni che sono una a valle e l'altra a monte del problema. La prima - la più importante - è che se non andiamo a considerare quello che è il complesso di tutti i fattori e ci limitiamo a un ragionamento che tocca la produ-

zione, non abbiamo l'esatta percezione di quanto sia grave il problema italiano della produttività, che ha un andamento fortemente negativo in confronto agli altri Paesi non solo europei. Quello che emerge è che, se abbiamo perso molto terreno in termini di produttività dei fattori interni alla produzione, abbiamo perso molto più terreno nella produttività del complesso dei fattori. Il nostro Paese vive oggi un anno tutto sommato positivo per la crescita economica, che tutti i centri e gli osservatori stimano consolidata tra l'1,6% e l'1,8%. E' un risultato in larga misura attribuibile alle imprese che hanno investito anche negli anni difficili, si sono rinnovate, hanno arricchito la gamma di prodotti, ottenendo risultati apprezzabili sia in termini di produzione industriale che di esportazioni. Certamente si può crescere di più e in parte dipende da ciò che succede all'interno delle imprese, ma molto dipende anche da ciò che accade al di fuori delle stesse. Per usare un esempio molto semplice, io posso aumentare straordinariamente la produttività interna dei fattori - e quindi aumentare la produzione - dopodichè se sono costretto a dimezzare le uscite e le entrate degli automezzi dai miei stabilimenti, perchè dalla tangenziale di Mestre alla Milano-Bergamo i tempi di consegna e di fornitura si sono raddoppiati, è evidente che questo non può non avere un impatto molto pesante. In una maniera forse meno evidente, ma altrettanto importante impattano anche altri fattori - come ricordava Luigi Abete - che sono oggetto più specifico delle riflessioni di oggi.

Se a un sistema imprenditoriale, e non solo manifatturiero, esposto a una concorrenza sempre più agguerrita, si affiancano settori che rappresentano un elemento importante di costo nel processo di realizzazione dell'output da parte delle imprese che per decenni sono stati protetti, è evidente che questo riduce l'efficienza, la competitività e la produttività. Le resistenze a cui abbiamo assistito in questi mesi da parte di settori che sono stati per anni ingiustamente protetti ci dice come in realtà la difesa di situazioni di privilegio sia forte e radicata. Il punto vero è che il costo del lavoro non è il solo elemento che può fare la differenza, così come - questa è stata una grande battaglia di Confindustria in questi ultimi mesi - non è irrilevante la composizione di questo costo, perchè nei salari medio bassi abbiamo ancora un cuneo, cioè una differenza tra il netto che il lavoratore percepisce e il costo per l'azienda, per cui se il salario netto è 100 il costo complessivo è 180. Se andiamo in Regioni a più alto tasso di industrializzazione, con aziende più grandi dove quindi le qualifiche si addensano sui livelli più alti, questo cuneo passa da 100/180 a 100/210. E' un unicum che non trova riscontro in nessu-

na parte del mondo, dovuto in parte ai contributi e in parte alla pesante fiscalità a carico di imprese e lavoratori. E' evidente che il problema delle aziende è un problema di controllo dei costi e sarebbe preferibile se a parità di costi il netto dei lavoratori fosse più alto per due ragioni evidenti: minore pressione sui contratti e maggiore potere di acquisto per alimentare i consumi. Il problema non è quindi il salario netto, ma il costo complessivo del lavoro. La pressione fiscale e quella contributiva, che gravano sulle imprese italiane, è fra le più alte del mondo e questo purtroppo è un altro elemento di asimmetria competitiva, di svantaggio per le imprese. Bisognerebbe inserire in tutti i settori, nessuno escluso, la stessa attenzione che la competizione quotidiana mette nel sistema imprenditoriale e che certamente per molti anni non ha messo nel grande settore della Pubblica Amministrazione.

Se consideriamo poi alcune deviazioni ancora più singolari quali questo fenomeno straordinario per cui il pubblico si organizza e si trasforma in Spa al 100% pubbliche, che fanno concorrenza sleale al privato senza essere legate alle regole del settore pubblico, ma avendo il vantaggio di poter utilizzare i soldi della collettività, è evidente come l'efficienza e la capacità competitiva di questo sistema sia molto minacciata e ridotta rispetto ai sistemi con cui dobbiamo competere. Io penso che questo sia il problema di fondo che l'Italia ha di fronte. E' evidente perchè la scelta della liberalizzazione, della concorrenza e quindi della competizione e dell'efficienza sia uno dei punti chiave su cui Confindustria insiste. Se la crescita è la vera missione che abbiamo davanti, qualunque riforma, qualunque intervento di politica economica o sociale deve essere letto con una chiave molto semplice: serve o non serve allo sviluppo, è utile o non è utile alla crescita. Se ci allontaniamo da una griglia di lettura di questo genere possiamo fare tante cose, ma deviamo il nostro cammino dalla giusta direzione.

Le liberalizzazioni nel settore delle telecomunicazioni

Corrado Calabrò, Presidente Autorità Garante delle Telecomunicazioni

Dalla ricerca Kpmg è emersa una situazione italiana un pò sorprendente e il settore delle telecomunicazioni è una sorpresa nella sorpresa. A fronte di un aumento generale dei prezzi al consumo del 17% negli ultimi cinque anni, nel settore delle telecomunicazioni i prezzi sono diminuiti del 15%, mentre quelli degli altri servizi di pubblica utilità sono aumentati del 15%. In un panorama della ricerca scientifica che in Italia langue, l'evoluzione tecnologica è

straordinaria ed è all'avanguardia in Europa e nel mondo. Parlando di liberalizzazione nel campo della telefonia mobile abbiamo imprenditori cinesi, inglesi ed egiziani oltre che italiani ed è opinione della Commissione Europea che il settore realizza una piena liberalizzazione. Quella liberalizzazione dei servizi, che negli Stati Uniti è stata salutata come un momento di svolta, da noi è già stata effettuata. Diverso il discorso per la telefonia fissa. Si sono affacciate nuove realtà quali per esempio Fastweb e Tiscali, ma in questo campo il discorso è più lungo e problematico, l'obiettivo è di separare la proprietà dalla gestione commerciale della rete. Con la privatizzazione si è passati semplicemente dal monopolio pubblico a quello privato. La concorrenza nel settore delle telecomunicazioni non è spontanea, ma indotta dalle regole che detta l'Autorità Garante per le Telecomunicazioni. Questo è un settore un pò particolare in cui se non si sbloccano alcune situazioni la concorrenza non può dare i suoi frutti. Stiamo parlando di un settore che l'anno prossimo genererà entrate nel mondo per 1.300 miliardi di dollari e, nonostante i costi elevati e le regole imposte dall'Autorità per una continua riduzione dei prezzi, ha avuto un alto margine di profitto. Certamente si deve intervenire sui costi, ma prima ancora lo si deve fare sulle dimensioni. Per loro fortuna i servizi di telecomunicazione si sottraggono in gran parte alle amministrazioni locali, hanno un riferimento unico nazionale e delle regole che vengono poste in un tempo che va da una settimana a sei mesi. Se si pensa ai tempi normalmente occorrenti per una legge o anche per i provvedimenti delle pubbliche amministrazioni, il nostro settore viaggia veramente su un treno ad alta velocità. Oggi le imprese si dimensionano nell'ambito europeo, data la libera circolazione di merci e di lavoro. A maggior ragione questo vale nel settore delle telecomunicazioni che non ha confini burocratici e geografici e le cui imprese vanno in tutta Europa. Qui stiamo segnando dei passi indietro. Telecom Italia, che è il nostro campione nazionale, attualmente ricava dall'estero solo il 20% del suo fatturato a fronte di una media delle imprese europee del 42%. Cosa fare? Sostenere il campione nazionale come sta facendo la Germania pur contro le regole dell'Unione Europea? Noi non pensiamo di farlo, vogliamo continuare a offrire le stesse opportunità a tutti, senza per questo fare nessuna discriminazione inversa con Telecom.

Abbiamo parlato di questa espansione rapidissima del mercato. Per la verità se l'Europa è all'avanguardia per quanto riguarda la produzione tecnologica non lo è per la conquista del mercato, in questo il primato spetta a Stati Uniti, India, Cina e Corea del Sud. Nel software noi siamo avanti, nell'hardware no.

In un recente incontro con il ministro coreano delle telecomunicazioni ho riferito dei buoni risultati ottenuti nell'innovazione tecnologica del software. Lui mi ha fatto notare, con un cellulare Samsung in mano, che la televisione in mobile la vediamo su un telefonino coreano. Quindi la filiera produttiva non è integrata. Finora lo sviluppo dei ricavi è stato abbastanza facile perchè c'è stata una domanda enorme. Oggi il cellulare e i servizi connessi sono accessibili a tutti, il mercato comincia a essere saturo e allora bisogna differenziare i servizi, occorre che ci sia tanta intelligenza commerciale e strategia nelle imprese per differenziare l'offerta. Questo le imprese lo stanno facendo in maniera notevole, soprattutto sfruttando a pieno la convergenza, però dovrebbero spingersi oltre. Per esempio la banda larga in Italia rispetto ad altri Stati non è abbastanza diffusa e corre su cavo di rame, tranne qualche breve tratto. Per la verità una quindicina di anni fa il progetto Socrate della Sip prevedeva la fibra ottica almeno nelle principali città, progetto abbandonato a causa di una visione miope di strategia industriale. Il rame c'è per oggi e per domani, ma vogliamo pensare oltre? Oggi si vorrebbe riprendere questo progetto perchè il rame quando arriva a una occupazione del 60% circa provoca dei fenomeni di interferenza e non dà più una buona resa. Ormai si vuole non solo la banda larga, ma proprio per questa convergenza che consente la fornitura simultanea di una molteplicità di servizi ci vuole l'altissima velocità. Ma in Italia abbiamo smesso di fabbricare la fibra ottica, anche Londra è stata cablata non dalla Pirelli, ma da una ditta cinese. Possiamo fruire di una fornitura internazionale di fibra ottica a costi anche abbastanza contenuti, resta il fatto che la fibra ottica va collocata nei cavidotti e qui le imprese di telecomunicazione, che per tutto il resto si affrancano dalle amministrazioni locali, cadono sotto la loro presa: serve l'autorizzazione per lo scavo e la concessione per la condivisione del cavidotto, tutte battute d'arresto che portano all'asfissia. Telecom e altre grandi imprese di telecomunicazioni hanno annunciato di voler destinare alcuni miliardi di euro agli investimenti nella fibra ottica però i tempi, i costi e le incertezze derivanti da questa serie di autorizzazioni locali sono tutte incognite che pesano come gioghi sul collo.

Mercato unico, regole comuni e approccio globale per il settore dell'energia

Alessandro Ortis, Presidente Autorità Garante per l'Energia Elettrica e il Gas

Io seguo l'esempio di chi mi ha preceduto e dichiaro il mio stato d'animo: sono fiducioso ma scontento, anzi dirò di più, sono fiducioso perché sono

scontento, perché capisco e vedo che dobbiamo essere scontenti, ma vedo anche che c'è molto da fare, da migliorare e dei percorsi appena iniziati da completare. I nostri concittadini, per la parte energia - mi riferisco all'elettricità e al gas - non sono contenti della sicurezza: penso al black out del 2003, alle emergenze gas degli ultimi due inverni e alle bollette. Abbiamo una disponibilità di offerta ancora insoddisfacente, scarsa e non diversificata. Allora queste liberalizzazioni in fondo hanno fallito? Nel settore dell'energia ci sono due grandi macro componenti che determinano costo e prezzo.

La prima non ha molto a che vedere con la liberalizzazione e con l'apertura dei mercati perché fa capo a scelte tecnologiche precise di sorgenti primarie, nucleare sì nucleare no, carbone sì carbone no.

La seconda componente è appunto l'apertura dei mercati e dello sviluppo della concorrenza. Devo subito dire che io sono molto scontento, anche se riconosco che quel breve percorso fatto finora verso le liberalizzazioni ha già dato dei vantaggi. Se confrontiamo infatti i prezzi del petrolio con quelli internazionali vediamo che abbiamo subito un significativo scorrimento tra prezzi e andamento del mercato. D'altra parte abbiamo anche visto che le nostre tariffe sono ormai al meglio d'Europa per quanto riguarda trasporto e distribuzione. Quindi qualche risultato lo abbiamo ottenuto, ma siamo ancora in pieno guado. Uso sempre una similitudine sportiva per dire che noi dobbiamo ancora poter assistere a una bella gara del settore dell'energia. Per me la bella gara è fatta di un bello stadio, di buone regole e di bravi atleti. E questo vale sia per l'Italia che per l'Europa. Lo stadio è ancora in costruzione, perché questo mercato unico non c'è ancora, siamo una somma di piccoli mercati nazionali. Le regole sono in via di sviluppo e i campioni veri sullo scacchiere internazionale, in grado di competere a favore dei consumatori, dobbiamo ancora vederli. Questa situazione fa sì che in Europa, pur con una moneta unica, abbiamo ancora una situazione di asimmetrie molto robuste da superare. Abbiamo asimmetrie nel grado di liberalizzazione e di aperture dei mercati, abbiamo asimmetrie nei quadri regolatori e nei poteri delle autorità di regolazione, delle normative ambientali e fiscali, oltre a processi autorizzativi molto differenti da Paese a Paese. In questi giorni sto seguendo, non per competenza istituzionale ma per interesse a che si sviluppino le reti transfrontaliere, un'iniziativa per un cavo che deve attraversare un passo tra l'Italia e l'Austria. Fortunatamente ci sono due operatori in concorrenza tra loro che propongono chi una linea chi un'altra, uno va interrato e uno va in aerea però entrambi nei pressi del passo – dove ci sono bellissime stelle alpi-

ne - hanno il buongusto di fare il tratto finale interrato. Sapete cosa succede? Arriva una lettera del gestore della rete austriaca che dice che in Austria è proibito interrare. Da questo esempio si capisce come ci sia ancora molto da lavorare a livello europeo. Nel rapporto della Commissione Competizione dell'UE sono evidenziati come momenti negativi dello sviluppo energetico l'alto livello di concentrazione dell'offerta, gli insufficienti scambi transfrontalieri, poca trasparenza dei dati sui mercati e una formazione non efficiente dei prezzi. Quindi c'è molto da fare per recuperare queste asimmetrie. Senza contare che non viviamo solo nell'Europa dei 25, ma siamo inseriti nel sistema energetico globale, che non conosce frontiere. Facciamo un esempio per tutti: il cambiamento di clima, il Kyoto Commitment e tutte queste cose che influenzano i costi dell'energia sono un problema globale. Ma l'abbiamo affrontato con soluzioni globali? No, siamo ancora con un progetto europeo, aspettiamo l'adesione degli Stati Uniti o dell'India o della Cina. I meccanismi flessibili di Kyoto che sono a disposizione non li usiamo. Il G8 poco tempo fa ha sancito a San Pietroburgo che una leva fondamentale per lo sviluppo dei nostri rapporti è l'apertura dei mercati, staremo a vedere. Parlando di liberalizzazioni vedo anche un pò di sfiducia in giro, c'è qualcuno in Francia e in Germania che comincia a parlare di difesa delle frontiere nazionali visto che i risultati tardano ad arrivare. Ma dove stiamo andando? Abbiamo questo disegno del mercato unico europeo, allora non possiamo fermarci o tornare indietro, dobbiamo applicarci per andare oltre, uscire dal guado, fare bene le liberalizzazioni. Concludo con quattro punti fondamentali per il nostro Paese: promuovere la concorrenza e aprire di più i mercati, terziarizzare i monopoli tecnici, diversificare l'offerta e avere maggiore capacità infrastrutturale e di investimenti.

I prossimi passi verso la liberalizzazione

Sergio D'Antoni, Vice Ministro per lo Sviluppo Economico

Liberalizzazione e deregolamentazione, riduzione del costo del lavoro, lotta all'evasione fiscale e promozione della coscienza consumeristica sono i quattro punti chiave evidenziati dall'interessante dibattito odierno. Sul tema della liberalizzazione e deregolamentazione, non ci sono obiezioni in Italia, siamo tutti d'accordo in teoria, purchè non ci riguardi. Tutti gli esempi di liberalizzazione degli anni passati dimostrano che anche nell'applicazione siamo carenti. Porto tre esempi veloci. Primo, abbiamo liberalizzato le tariffe Rc

auto. E' aumentata la concorrenza? I consumatori danno un giudizio positivo? Il 99% di loro dicono che sono scontenti, non se ne è accorto nessuno. Abbiamo due primati assoluti: l'Rc auto più alta d'Europa e il livello di fedeltà più alto d'Europa. Mettere insieme le due cose è un record. Se il cliente è fedele vuol dire che non trova un'offerta migliore. Sarebbe interessante aprire un dibattito su questo. Secondo esempio. Abbiamo liberalizzato i prezzi dei prodotti energetici, della benzina. Possiamo dirci soddisfatti? Al di là dei problemi che poneva Alessandro Ortis in termini generali, e che mi trovano d'accordo, c'è un'altra questione. C'è l'idea che se il prezzo del petrolio aumenta si ha una ricaduta immediata e totale, se diminuisce la ricaduta è più lenta. Terzo esempio. Potremmo parlare di autostrade, cioè della liberalizzazione del rapporto che questo ha determinato e sta determinando. Credo che se le liberalizzazioni devono essere vissute dai cittadini come veri elementi di civiltà, è necessario che abbiano delle ricadute positive, cioè maggiore concorrenza e prezzi più bassi. Altrimenti parliamo di cose teoriche che la gente non capisce. Siamo stati accusati per aver liberalizzato, se pur parzialmente, la vendita dei prodotti farmaceutici da banco. Il vantaggio che si misura è effettivo. I prezzi sono diminuiti del 30% e questa è una liberalizzazione riuscita perché si nota, si vede. E siccome era accusata di essere fatta per le coop sappiate che su 300 nuove richieste di vendita di farmaci pervenute solo il 20% è di supermercati, l'80% è di piccolissimi negozi, erboristerie e altro. Questa è la dimostrazione che così si aumenta la concorrenza e si mette in moto un processo che serve al cittadino.

Nel perseguire le liberalizzazioni dobbiamo seguire queste direttrici. Le autorità – e seguiremo le indicazioni emerse dal dibattito odierno – devono dare un impulso forte perché si vedano i vantaggi per i cittadini. Abbiamo solo cominciato, ma dobbiamo proseguire perché è l'unica strada percorribile, con un controllo complessivo del Parlamento, di tutte le istituzioni, dei giornali, di tutti gli opinion leaders. In Parlamento c'è un disegno di legge sulla questione delle public utilities, sarà un bel dibattito, la maggioranza non è compatta, ma nemmeno l'opposizione. Mi auguro che le forze che autenticamente vogliono liberalizzare si uniscano, altrimenti avremo grandi difficoltà. Parlando poi del costo del lavoro, mi pare evidente che l'unico intervento forte che facciamo con questa finanziaria è diminuirlo. Anche la lotta all'evasione fiscale è un punto del nostro programma. Infine promuovere la coscienza consumeristica è esattamente quello che abbiamo detto fin qui. Allora il problema è come trasformare tutto questo in comportamenti per

diventare attraenti agli occhi degli investitori stranieri. Abbiamo una difficoltà che il nostro Paese si porta dietro da anni, cioè che gli stranieri preferiscono acquistare quello che già esiste e non investire cominciando da capo. E' un problema sempre esistito. In Italia la giustizia li preoccupa, nel Sud li preoccupa la sicurezza, li preoccupano gli innumerevoli passaggi delle Pubbliche Amministrazioni. Ma perché tutto questo non li preoccupa se devono comprare? Perché non riusciamo a essere attraenti quando si tratta di decidere un investimento? La differenza tra la volontà di acquistare e la volontà di investire da parte dell'estero è abissale. Quindi c'è qualcosa che non funziona, di questo dobbiamo preoccuparci. In questo senso una riconversione di Sviluppo Italia può dare un grande contributo perché può aiutarci a superare queste difficoltà. Sviluppo Italia deve tornare alla sua missione originaria e deve diventare un'agenzia di expertise per le Pubbliche Amministrazioni locali e regionali che non hanno gli strumenti per poter fare questo lavoro. Poi c'è un vizio tipicamente italiano. Faccio un esempio banale. I nostri porti hanno costituito Assoport, ma quando vanno all'estero - in Cina in questo momento - non vanno come Assoport ma singolarmente, pensando di ottenere qualcosa di più. Non c'entra il problema degli assetti, delle regole, c'è proprio un problema di cultura.

E vengo al tema finale. Noi abbiamo un delta di ignoranza rispetto agli altri Paesi che dobbiamo recuperare, altrimenti ne pagheremo le conseguenze. Serve una politica che sia in grado di rivitalizzare la voglia, quella che spingeva questo Paese a sacrificarsi, a lottare e a studiare. E' un problema che riguarda cultura e politica, il modo di fare governo e la capacità di innescare un processo che determini questo tipo di conseguenza positiva. Sono circondato da ottimisti. C'è una ragazza Vanessa Ferrari, una sedicenne, che è diventata campionessa di ginnastica e nella sua stanza hanno trovato un quadretto con questo motto "*Se lavoro sodo, raggiungerò l'impossibile*" e lei l'ha raggiunto. Questo è il momento dell'Italia e se lavoriamo sodo raggiungeremo le cose che sono state dette nel corso di questo convegno.

Ringrazio gli oratori estremamente autorevoli che ci hanno onorato della loro presenza e tutti i partecipanti. Tutti condividiamo l'esigenza di avere un Paese più competitivo, più aperto, dove la concorrenza sia più libera. "Liberalizzare: una grande opportunità" è il titolo del convegno odierno, perché noi siamo ottimisti. In realtà in Italia liberalizzare è un grande problema. E credo che anche questo sia condiviso.

Confimprese è un'associazione spontanea che vuole dare il proprio contributo di stimolo a un sistema Paese che riteniamo abbia tanto bisogno di essere competitivo, affinché gli operatori italiani e gli investitori esteri possano operare al meglio. La più grande barriera che spinge gli stranieri a non venire in Italia è la burocrazia, non il costo del lavoro o la tassazione. Tutti elementi importanti, ma il problema vero è che siamo ingessati in un sistema burocratico e qui chiediamo l'intervento dei politici. Io credo che si succederanno molti governi se non saranno in grado di rispondere a ciò che l'elettore, il cittadino, il cliente chiede. Noi che siamo imprenditori e viviamo a contatto con il consumatore sappiamo perfettamente che la domanda del cliente finale è semplice: vuole qualità, servizio e prezzi minori.

Mario Resca
Presidente Confimprese

Impaginazione e stampa
DG.TAL - Roma

Finito di stampare nel mese di aprile 2007

CONFIMPRESE - LE IMPRESE DEL COMMERCIO MODERNO

Milano, Piazza Sant'Ambrogio 16 - Roma, Piazza di Spagna 35
Tel. 0289013233 - Fax 02874475 - www.confimprese.it - info@confimprese.it