



# Import-Export. Fiera di Singapore e Otc di Huston Dall'indotto petrolifero business per il made in Italy?

MARIO CASTELVETRO

**N**ormalmente quando si prende in considerazione il settore petrolifero si pensa ai grandi impianti di perforazione di ricerca e di distribuzione sia sulla terraferma che off shore. Ed è un errore perché accanto ai grandi impianti che costano un po' la punta dell'iceberg del settore c'è una vasta gamma di materiali, attrezzature, leghe, servizi per la ricerca che sono coinvolti nella produzione del petrolio e che possono costituire un valido terreno di business per il nostro paese. Tanto più che dal punto di vista della qualità dei prodotti offerti nei comparti più avanzati (dalla tritatura alle valvole a sfera per i petroli e alle saracinesche che rappresentano un anello della missiva ma impotenza) e alla catena dei prodotti finalizzati ad assicurare la sicurezza e l'affidabilità della moderna tecnologia impiantistica petrolifera. Le imprese italiane del settore sono all'avanguardia e possono coprire qualsiasi tipo di esigenza. Il problema è caso mai di far adeguatamente conoscere sui mercati internazionali alla specifica produzione e interessanti per essa (perché destinati per ragioni oggettive ad espandersi) i prodotti che le imprese italiane del settore possono

offrire. Ciò per fare in modo che l'interesse possa passare dalla fase potenziale a quella attuale con i mediati riflessi sui livelli produttivi e occupazionali di un sotto-comparto che potrebbe conquistare fette di mercato sicuramente più ampie di quelle, comunque non disprezzabili che già ora detiene. Cosa fare allora per realizzare queste potenzialità? Innanzitutto individuare i mercati più redditizi e poi puntare su di essi con il supporto di adeguate strategie di marketing all'interno delle quali va presa in considerazione l'idea di partecipare ad alcune fiere specializzate.

E in tal senso ci sembra il caso di tirare fuori dal mazzo delle varie manifestazioni fieristiche dedicate al settore petrolifero almeno due iniziative: la Fiera biennale di Singapore la cui prossima edizione è prevista per quest'anno (la precedente edizione si è tenuta infatti nel dicembre del 1990) e la Otc di Houston che avrà luogo nel maggio prossimo. Perché questa scelta? Perché si tratta di due manifestazioni che presentano una combinazione favorevole rispetto alle due esigenze sopra esposte e cioè: fiere di richiamo perché ormai affermatasi agli occhi degli operatori intercontinentali e in un contesto geografico in cui il settore petrolifero

presenta possibilità di espansione parecchio interessanti. Prendiamo ad esempio il caso di Houston che a prima vista, potrebbe dare adito a qualche perplessità rispetto alla situazione di Singapore in quanto mentre sembrerebbe attendersi un grosso sviluppo di un mercato petrolifero relativamente nuovo come quello del Sud est asiatico che orbita intorno a Singapore ben pochi di converso, scommetterebbero sulle possibilità di espansione di un mercato ormai maturo - e quindi tendenzialmente stagnante - come quello americano. Bene pensata così sarebbe un grosso errore. Puntare su Singapore e sulla sua Fiera significa infatti puntare su un mercato relativamente nuovo e in fase di espansione e noi consigliamo caldamente ai produttori italiani di valutare le ricchezze e le opportunità che si aprono in questi due mercati. In particolare, per quanto riguarda Singapore, si tratta di un mercato in cui le lavorazioni marittime in genere non rientrano nei grossi gruppi tipo Fin Ansaldo ecc. (che hanno preferito disertare l'ultima edizione del dicembre 1990) di non mancare il prossimo appuntamento presso la città stato asiatica per le grosse opportunità che da tale partecipazione possono derivare.

Allo stesso tempo però va sottolineato la necessità di essere presenti alla Otc di Houston. Quello

americano infatti sarà pure un mercato vecchio tuttavia tutto lascia prevedere che esso è destinato ad espandersi. E, vista la base di partenza si tratta di un'espansione di grossa importanza in termini di business da concludere. Su cosa basiamo questa previsione? Non sulla sfera di cristallo ma su due fatti. Il primo: numerose imprese petrolifere statunitensi hanno acquisito importanti contratti nel campo dei programmi per la ricostruzione del Kuwait dai quali possono scaturire richieste di prodotti specifici interessanti tante ditte italiane. Il secondo: gli Usa hanno deciso di diminuire la loro dipendenza dalle importazioni di petrolio e per questo hanno avviato un piano inteso ad incrementare sensibilmente la produzione interna, se a ciò si aggiunge una parallela scelta di tipo ecologico nel senso cioè che per evitare grosse concentrazioni produttive ed estrattive con possibili negative conseguenze in termini di impatto ambientale, soprattutto in California e in Florida si sta cercando di aprire alla ricerca e alla produzione anche nuove aree che ovviamente più di quelle tradizionali hanno bisogno di investimenti in nuove attrezzature e impianti. Si capisce che il mercato petrolifero americano sarà pure vecchio ma non di meno è destinato ad essere quanto mai appetibile.

E, visto che ci siamo restiamo negli Stati Uniti per parlare di un altro settore che interessa il made in Italy da vicino. Parliamo del settore alimentare che, almeno secondo i dati del 1990 e salvo conferma per il 1991, sta conquistando buone posizioni sul mercato Usa. Basti pensare, ad esempio che nel 1990, appunto, gli americani hanno aumentato i loro acquisti di vino, olio, pasta, formaggi ecc. di quasi il 10% rispetto all'anno precedente sfiorando in valore assoluto la soglia dei 600 milioni di dollari di acquisti. A che si deve questa «performance»? Indubbiamente alla qualità dei prodotti italiani che sono riusciti a salire in tempo sul treno della «moda» sempre più generalizzata negli Usa della cucina sana e con bassi contenuti di quei grassi «attivi» che provocano il colesterolo. Accanto a questo motivo oggettivo che lascia ben sperare per il futuro c'è però da tener presente l'impatto positivo determinato dalla scelta - e si tratta di una novità - di partecipare ad alcune manifestazioni fieristiche (tipicamente «Fancy Food») organizzate non solo a New York, ma anche in altre località meno centrali degli Stati Uniti.

Perché il problema di ulteriore, e possibilissima espansione del made in Italy alimentare negli Usa è proprio questo: non fermarsi a New York, Los Angeles o San Francisco, ma puntare anche ai mercati delle medie e piccole città sparse in tutto il paese. Tanto più che si tratta di mercati potenzialmente ben disponibili nei confronti dei prodotti italiani. Occorre dunque far conoscere e rendere disponibili in loco detti prodotti. In questo senso una trentina di orecchi agli operatori italiani del settore che continuano a puntare solo su due o tre grosse città andrebbe fatta.

## Il giro delle poltrone

- Giuseppe Arcadi e Alberto Garocchio sono stati confermati in speditamente presidente e vicepresidente di Lombardia Informatica, la società di servizi costituita dalla Regione Lombardia per la realizzazione e l' gestione del servizio informatico regionale.
- Giovanni Battista Scotti consigliere delegato e direttore generale della Ge Plastic Italia è stato nominato membro del Supervisory Board della Ge Plastic Europa.
- Il consiglio di amministrazione della Ciro Bertoli De Rica (gruppo Sme) ha nominato Costantino Savoni amministratore delegato della società.
- L'assemblea della Sviluppo Investimenti ha cooptato nel consiglio Franco Bosio e Giovanni Enzen in sostituzione dei dimissionari Gianfranco Cassol e Franco Taddei.
- Eugenio Menarini è stato eletto presidente del gruppo Autobus dell'Anifa. Associazione nazionale fra le industrie automobilistiche. La sua nomina all'associazione ha molto nominato Mauro Cavalletti vice presidente. Del consiglio fanno parte anche Giuseppe Amato, Ivo De Simon e Ambrogio Mann.
- Giuseppe Frisella è stato nominato vicepresidente del Banco di Sicilia. Frisella è docente di tecnica industriale e commerciale nella facoltà di Economia e Commercio dell'Università di Palermo.

- Gianni Marini è il nuovo presidente e amministratore delegato dell'Italia. Insieme a questa carica ininterrotta quella di direttore generale di ICI Pharma e assumerà l'incarico di national manager alla guida del Gruppo ICI in Italia.
- Ugo Alessi responsabile della divisione fertilizzanti dell'Enchem agricoltura è stato eletto al presidente del Tjx (Trade policy committee) il comitato sulla politica commerciale in seno all'Efma, l'associazione dei produttori europei di fertilizzanti. Alessi sostituisce Henn Cambier della Kemira.
- Franco Tronca è il nuovo presidente dell'Assitalia, l'Associazione nazionale dei costruttori e installatori di impianti aderente a Confindustria.
- Il consiglio nazionale dell'Ania, l'Associazione nazionale delle imprese di trasporti automobilistici, ha riconfermato alla presidenza dell'associazione Giacomo Sarzina. Vicepresidenti sono stati nominati Vito Manella e Augusto Figliacelli.
- Il gruppo finlandese Nokia ha nominato presidente Jorma Ollila che assumerà in giugno anche la carica di amministratore delegato.
- Giovanni Bisignani amministratore delegato di Alitalia è il nuovo presidente dell'associazione delle compagnie europee Aea in sostituzione di Bernard Attali, presidente di Air France.
- Giuseppe Benigni è il nuovo responsabile delle attività internazionali del gruppo Fondiaria.
- Sergio Ulli è stato nominato condirettore generale con deleghe per l'economia e la finanza della Finstel, la finanziaria del gruppo In che opera nel settore dei sistemi informatici elettronici.



A cura di ROSSELLA FUNGHI

## Quando, cosa, dove

- LUNEDÌ 17.** Si inaugura The Automated Factory Show mostra sulla fabbrica automatica organizzata dalle principali associazioni italiane impegnate nei settori dell'automazione e dell'integrazione dei mezzi di produzione. La mostra in programma nel campo delle manifestazioni promosse in occasione della Fiera di Genova metterà a disposizione dei visitatori un centro dimostrativo per la simulazione della fabbrica automatica nelle piccole e medie aziende. È una occasione che fornisce agli addetti ai lavori le ultime novità del settore. Genova Fiera Dal 17 al 21 febbraio.
- MARTEDÌ 25.** Promossa dall'Uci ma Unione costruttori macchinari automatici per il confezionamento e l'imballaggio, si inaugura Packintek mostra specializzata delle tecniche per l'imballaggio. Milano Fiera Dal 25 al 29 febbraio.
- MERCOLEDÌ 26.** Prende il via Business market '92 incontro con gli operatori del mercato immobiliare, franchising e dei servizi connessi. La manifestazione è organizzata da Expo Cts in collaborazione con la Camera di commercio di Milano. Milano Fiera Dal 26 febbraio al 1° marzo.
- Con l'obiettivo di fornire strumenti atti a risolvere i problemi legati all'applicazione della nuova legge comunitaria nella composizione dei bilanci, l'area amministrazione e controllo dell'Università Bicconi ha progettato e organizzato il seminario «Il bilancio consolidato secondo la VII direttiva Cee». Milano Sda Bocconi Dal 26 al 28 febbraio.

**LUNEDÌ 17 febbraio**  
LUNEDÌ 17. Si inaugura The Automated Factory Show mostra sulla fabbrica automatica organizzata dalle principali associazioni italiane impegnate nei settori dell'automazione e dell'integrazione dei mezzi di produzione. La mostra in programma nel campo delle manifestazioni promosse in occasione della Fiera di Genova metterà a disposizione dei visitatori un centro dimostrativo per la simulazione della fabbrica automatica nelle piccole e medie aziende. È una occasione che fornisce agli addetti ai lavori le ultime novità del settore. Genova Fiera Dal 17 al 21 febbraio.

**MARTEDÌ 25 febbraio**  
MARTEDÌ 25. Promossa dall'Uci ma Unione costruttori macchinari automatici per il confezionamento e l'imballaggio, si inaugura Packintek mostra specializzata delle tecniche per l'imballaggio. Milano Fiera Dal 25 al 29 febbraio.

**MERCOLEDÌ 26 febbraio**  
MERCOLEDÌ 26. Prende il via Business market '92 incontro con gli operatori del mercato immobiliare, franchising e dei servizi connessi. La manifestazione è organizzata da Expo Cts in collaborazione con la Camera di commercio di Milano. Milano Fiera Dal 26 febbraio al 1° marzo.



Intervista a Guglielmo Castagnetti, del Icm, membro della commissione permanente bicamerale per la ristrutturazione e riconversione industriale. Particolare attenzione al rapporto tra commercio estero e attività industriale.

# «Mancano strumenti pubblici adeguati a supporto delle imprese»

MARIO CASTELVETRO

**O**lmai è diventato una specie di bollettino di guerra parliamo dei dati relativi al nostro commercio estero. Mese dopo mese il deficit commerciale si aggrava sempre di più e per il 1991 ci si aspetta un risultato finale a livello di profondo rosso. Almeno, fino a qualche tempo fa la situazione veniva rimpatriata dal andamento della bilancia dei pagamenti che, grazie anche all'indebitamento sull'estero e all'ingresso di capitali attirati da alti tassi di interesse è stata a lungo largamente attiva. Oggi però grosse nuvole che annunciano tempo cattivo sono in arrivo anche sulla bilancia dei pagamenti. Nuove cause in primo luogo dallo stesso indebitamento verso l'estero: neppure crescente che ha ovviamente comportato una corrispondente fuoriuscita di valuta per rimborsare le varie scadenze di detto debito.

E che la situazione anche sul versante della bilancia dei pagamenti tenda al brutto lo si è potuto constatare dai dati concernenti i conti complessivi con l'estero degli ultimi mesi nel corso dei quali - oltretutto, vi è stato un minore afflusso di capitali esteri sempre meno attratti dai tassi di interesse reali italiani rispetto a quelli di altri paesi.

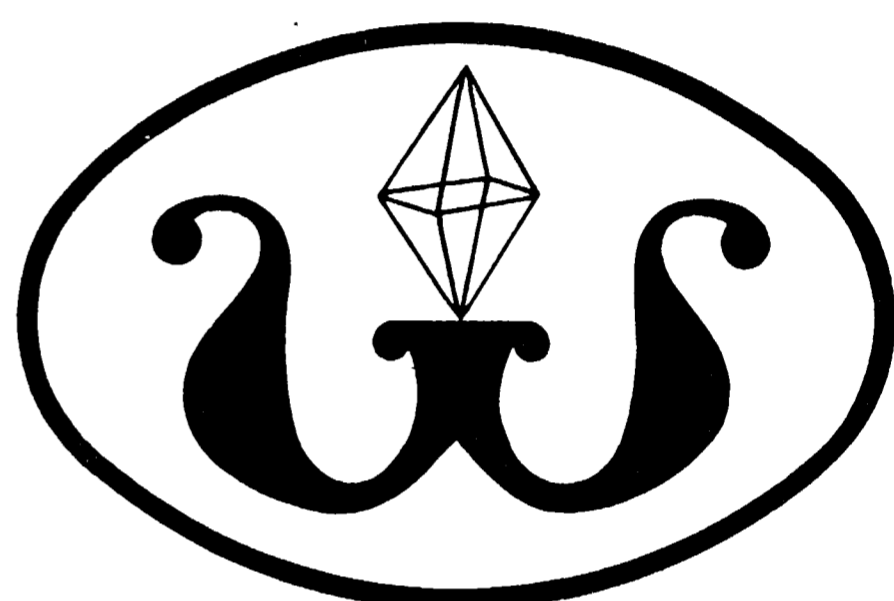
Stando così le cose sarebbe necessario un intervento deciso per nequibrare la situazione sul versante dell'import-export.

Solo che un tale intervento per essere positivo dovrebbe implicare - a livello statale e di governo - una serie di scelte politiche, istituzionali, legislative e amministrative che almeno per il momento neanche vengono abbozzate. E ciò rischia di provocare gravi conseguenze per la competitività già traballante delle imprese italiane che, invece, di sostegni mirati e produttivi avrebbero bisogno come il pane. Fatte queste premesse, ci è sembrato utile fare una chiacchierata sullo stato di salute del nostro commercio estero con un personaggio come Guglielmo Castagnetti che, per essere stato - in rappresentanza del Pci - sottosegretario al ministero dell'Industria e per essere attualmente membro della Commissione Permanente Bicamerale per la ristrutturazione e riconversione industriale e per i programmi delle partecipazioni statali, conosce bene il legame inscindibile tra commercio estero e attività industriale.

In fondo l'ultimo grande intervento legislativo in materia è costuito dalla legge Ossola che al di là di qualsiasi giudizio, appare oggi quanto meno obsoleta non potrebbe essere diversamente dato che essa è stata emanata nel 1977, e sempre meno adeguata alle esigenze attuali.

La situazione già di per sé negativa non è poi aggravata da una gestione per così dire politico-clientelare degli strumenti a disposizione?

Direi di sì. Prendiamo i finanziamenti agevolati che - o si tratta di un errore - costituiscono lo strumento di maggiore sostegno delle



## I finanziamenti agevolati sono stati usati generalmente dalle grandi imprese

Molto cattivo stando non ai parenti personali ma ai dati. È questo stato non mi piace affatto. Primo, perché esso non si confà con la struttura economica italiana e poi perché esso deriva da una carenza di indirizzo politico.

Dal primo punto di vista, infatti, non posso che ribadire quanto già detto da alcuni autorevoli interlocutori intervistati su questo stesso argomento in altri numeri di Spazio Impresa circa la «condanna» alle esportazioni che grava sulle imprese italiane.

Solo che, e così veniamo al secondo punto da me enunciato, se oggi le nostre aziende trovano sempre maggiori difficoltà sui mercati esteri la colpa non è tanto in una loro pretesa scarsa competitività quanto nel fatto che da parte dello Stato non sono stati predisposti adeguati strumenti pubblici di supporto all'attività esportativa delle imprese italiane.

In mancanza di tale coordinamento è vero che il nostro commercio estero non solo è in perdita ma è in perdita anche in termini di competitività. E questo è un errore che non si può più ripetere.

Le nostre esportazioni. Essi sono stati utilizzati generalmente dalle grandi imprese che - oltre tutto - hanno potuto sfruttare anche le provvidenze della cooperazione allo sviluppo, concepite più come forme di sostegno e pubblicità ai partiti e alla intermediazione politica che come reale iniziativa a favore dei paesi del Terzo mondo.

Quanto lei dice non pone l'esigenza, al di là della questione politica e morale che pure dovrebbe pesare qualcosa, di un corretto coordinamento tra i vari organismi che in un modo o nell'altro si occupano del commercio estero?

Direi che tale coordinamento non solo è implicito nel mio ragionamento, ma è una delle condizioni da realizzare per migliorare lo stato di salute dei nostri conti con l'estero.

Se è vero infatti che la sfida internazionale si vince con un management all'altezza del compito è altrettanto vero che una corretta gestione e il coinvolgimento di tutti gli operatori del settore in un quadro programmatico chiaro non può prescindere da un coordinamento tra i vari soggetti pubblici che si occupano di commercio estero.

In mancanza di tale coordinamento è vero che i soggetti in questione sono numerosi essi assolvono

## La riforma dell'Ice non va nella giusta direzione

non oggi un ruolo non positivo ed in flussano quindi negativamente sulla competitività del made in Italy.

Pensa forse ad un accorpamento in un unico centro delle varie competenze attualmente distribuite secondo una logica casuale?

Mi sembra che, essendo inevitabile ridefinire ruoli e funzioni in questo campo, sia assolutamente necessario altresì accorpate in un unico organo direzionale le competenze attualmente disseminate tra ministri e enti vari. Insisto su quanto ho già detto: i soggetti pubblici so-

no troppi e non si può ad andare avanti con un numero di competenze tra i quali quello degli Esteri, quello degli Interni, quello del Bilancio o per uscire dall'Industria, quello del Bilancio e per uscire dal ministero della Sanità ecc. Il primo passo da fare è l'accorpamento in un solo ministero dell'estero nel ministero della fusione in un unico ministero più agile e funzionale delle competenze della Sacce, credito e dell'Ice.

Lei cita anche l'Ice, poco tempo fa la legge di questo Istituto?

Si è infatti in seguito al del 18 marzo 1988 l'Ice. Solo che a mio parere non sembra a giusta direzione. Vorrei fare un solo esempio.

L'articolo 1 della legge stabiliva un obiettivo per l'Istituto promuovere e sviluppare con riguardo alle esigenze delle medie imprese e dei gruppi tra esse commercio italiano come sembra che in pratica non sia mai stato continuato con l'andamento delle spese visse per lo sterco molto carta e po-operative a sostegno di port. E tutto questo rap la competitività del made in Italy.

Più del costo del lavoro. Voglio in proposito esentiamo da tempo a costo del lavoro la causa della scarsa competitività in Italy.

Questo è vero solo e cioè accanto al costo di tutto un insieme di inefficienze che ne rendono più negativa la funzione di eliminati per rendere il Sistema Italia

**spazioimpresa**

Coordinato da Renzo Santelli  
Ha collaborato Maurizio Guadagni Progetto grafico di Piergiorgio Impagnatore di Claudia La Torre  
Coordinamento tecnico di Renato Angelini

**l'Unità**

Renzo Foa direttore  
Piero Sansonetti vicedirettore vicario Giancarlo Bosetti vicedirettore  
Giuseppe Caldaro vicedirettore

Editrice spa l'Unità  
Emanuele Macaluso presidente  
Amato Mattia direttore generale

Direzione redazione amministrazione 00185 Roma via dei Taurini 170  
passante 06/444901 telex 613461 fax 06/4455305  
20162 Milano viale Fulvio Testi 75 telefono 02/64401

Roma - Direttore responsabile Giuseppe F. Menella  
Milano - Direttore responsabile Silvio Trevisani

Supplemento al numero ordinario dell'Unità. Spedizione in abbonamento postale gruppo 1/70. Chiuso in tipografia martedì 28 gennaio 1992. Fotocomposizione: Rinasca Editoriale srl via dei Caudini 6/0 Stairopa Editrice TeletStampa Sud srl Virulano (Bn) Località San Superstrada Benevento Ca anello