

L'intervista. Antonio Tajani. Il vicepremier e ministro degli Affari esteri in missione al Cairo: «Le nostre ambasciate non siano luoghi per ricevimenti ma centri operativi per un'azione di sostegno a tutte le imprese italiane»

«Per l'export obiettivo 700 miliardi nel 2027 Spinta dalla diplomazia»

Andrea Carli

Dal nostro inviato

IL CAIRO

Dietro la corsa dell'export italiano c'è (anche) un ministero degli Esteri che, grazie a una riforma sostanziale (e probabilmente culturale) scattata all'inizio dell'anno, affianca sempre più le aziende che guardano ai mercati internazionali. «Le nostre ambasciate non devono essere un luogo dove si fanno ricevimenti con tartine e dolcetti, ma luoghi operativi da dove prende il via un'azione a sostegno di tutte le imprese. Nessuna azienda italiana che guarda alle opportunità all'estero può e deve essere lasciata sola».

Sull'aereo che lo sta conducendo al Cairo - con lui la responsabile del Lavoro Marina Calderone e il ministro dell'Ambiente e della sicurezza energetica, Gilberto Pichetto Fratin -, in una giornata densa di appuntamenti che lo vedrà impegnato in un faccia a faccia con il presidente egiziano Abdel Fattah al-Sisi e il ministro degli Esteri Badr Abdelatty, nei lavori della Commissione congiunta italo-egiziana e in quelli dei Business Forum Italia-Egitto alla presenza di oltre cento aziende italiane, il vicepremier e ministro degli Affari esteri, Antonio Tajani, racconta quello che c'è dietro a un export che, nonostante le tante incognite geopolitiche, non ultima la crisi in Medio Oriente, continua a correre. «In questi primi quattro anni di

governo l'export è stato ed è uno dei fiori all'occhiello della politica dell'esecutivo», sottolinea. «Abbiamo raggiunto quota 650 miliardi che è un record e l'obiettivo è quello di arrivare entro la fine del prossimo anno a 700 miliardi. Questo significa che oggi l'export rappresenta tra il 30 e il 40% del prodotto interno lordo italiano. Siccome siamo la seconda potenza industriale in Europa e siamo diventati la quarta potenza commerciale mondiale, abbiamo voluto dare una strategia alle nostre esportazioni».

Quali sono state le tappe?

Il punto di partenza è stato un "Piano d'azione" che punta sulla diversificazione. Perché la guerra dei dazi ha cambiato le carte in tavola. Continuando a puntare su Stati Uniti e Europa dove stiamo crescendo con l'export abbiamo deciso di accompagnare le imprese anche in altre realtà, dall'Africa all'Asia, all'America Latina.

Oggi è la volta dell'Egitto.

Nei primi sei mesi di quest'anno l'export verso questo Paese è cresciuto del 17%. Il canale di Suez è fondamentale per l'economia egiziana, ma è di straordinaria importanza anche per noi, in quanto il 40% del traffico marittimo italiano passa attraverso Suez e il Mar Rosso. Sono cargo che vanno verso il Medio Oriente o verso l'Africa. Da qui anche la sinergia con gli altri ministeri. Ad esempio con quello della Difesa, a partire dalla missione Aspides che serve a proteggere le nostre esportazioni.

C'è poi il nodo migranti.

Vogliamo rafforzare i percorsi di migrazione regolare, investendo soprattutto nella formazione dei giovani e nello sviluppo delle competenze. Un settore sul quale puntiamo molto è quello della formazione tecnica e professionale in linea col Piano Mattei, mettendo a disposizione anche l'esperienza italiana degli Its Academy. Abbiamo già esempi concreti. L'Istituto Don Bosco del Cairo è l'unica scuola italiana all'estero coinvolta nella sperimentazione della filiera tecnologico-professionale 4+2. Insieme a Its Academy, università e imprese italiane ed egiziane stiamo sviluppando percorsi in settori strategici come meccatronica, biomedico, farmaceutica, energia e scienze della vita.

Nella partita dell'internazionalizzazione le aziende, soprattutto quelle più piccole, possono incontrare delle difficoltà. Come vi siete mossi per venire in loro aiuto?

Dietro alla corsa dell'export c'è una vera e propria trasformazione della Farnesina. La riforma entrata in vigore a gennaio ha dato vita per la prima volta a una direzione generale della crescita dove donne

e uomini si occupano esclusivamente di esportazioni e di internazionalizzazione delle aziende, e lo fanno 24 ore su 24 in quanto c'è anche una sala operativa per l'export che lavora giorno e notte per dare risposte alle imprese che lavorano con fusi orari differenti. In più abbiamo organizzato centinaia di business forum. Quello di oggi è solo un esempio. La settimana prossima saremo in Brasile e in Argentina (si veda articolo a pagina 4, *ndr*), poi a metà settembre ne faremo uno a Santo Domingo. Si tratta di un sostegno a 360 gradi nei paesi grandi, piccoli, medi per far sì che, grazie alla grande flessibilità e alla grande differenziazione merceologica che caratterizzano il Made in Italy, possiamo occupare il maggior numero possibile di spazi.

La concorrenza non manca, soprattutto in una fase come quella attuale in cui proliferano barriere e ostacoli al commercio internazionale.

Noi abbiamo un asso nella manica: siamo il Paese al mondo dopo la Cina che ha la maggior capacità di mettere sul mercato prodotti differenti.

Se però ci muoviamo da soli, tutto questo può non bastare.

Stiamo lavorando anche insieme ad altri Paesi e insieme alla Commissione europea per favorire nuovi accordi. Penso a quello con l'India e a quello con la Bosnia ed Erzegovina.

Il governo Meloni di cui lei è esponente di primo piano ha puntato molto sul Piano Mattei per l'Africa.

Alla fine l'obiettivo è creare le condizioni per ridurre l'immigrazione irregolare e favorire quella regolare. La partita si gioca anche sul campo della formazione: puntiamo a formare giovani con competenze tecniche che possano essere appetibili per le nostre aziende.

© RIPRODUZIONE RISERVATA