

Audizione del Presidente Lunelli in X Commissione Attività Produttive della Camera dei deputati

PREMESSA

Un Saluto al Presidente Barbara Saltamartini e a tutti i membri della X Commissione Attività Produttive.

Siamo lieti di essere parte di questa Audizione su temi che sono molto vicini all'Industria di Altagamma e salutiamo finalmente la nuova Strategia Industriale Europea che bene si allinea con molte delle nostre priorità.

Partirò con alcune considerazioni di carattere generale.

1. **IL COMPARTO DELL'ALTO DI GAMMA** - MODA, DESIGN, ALIMENTARE, OSPITALITA', AUTOMOTIVE, NAUTICA, GIOIELLERIA – è una locomotiva per l'economia Italiana e anche Europea.

Fondazione Altagamma riunisce 107 marchi dell'eccellenza del Made in Italy ed è parte di ECCIA:..

In Europa il comparto pesa per il 4% del PIL, ha 2,1 milioni di occupati tra diretti e indiretti (nel 2018) con 300,000 posti di lavoro creati dal 2014.

Il settore del lusso a livello mondiale valeva circa 1.3T nel 2019 a livello Globale e l'EUROPA è leader di questo comparto: .

L'Europa è:

- **Il più grande produttore di lusso:** Le Imprese europee di alta gamma detengono il **72% del mercato globale (2018)**
- **Il più grande mercato del lusso:** **34% delle vendite totali** del comparto avvengono nell'Unione Europea.
- **Il più grande esportatore di lusso:** **75% delle esportazioni** del settore viene dall'Unione

L'Europa non ha dunque una Silicon Valley ma con il Lusso Europeo è un comparto locomotiva che è ambasciatore dei nostri valori e del nostro patrimonio culturale (manifattura, territori)

Il Lusso è dunque un asset Europeo che va tutelato prima di perdere la leadership verso Paesi, che stanno rapidamente acquisendo quote di mercato. **Ci spiace vedere che questo comparto non venga citato nel documento di Strategia Industriale Europea e non venga messo al centro delle nostre Politiche Industriali proprio per il peso Reputazionale e il Soft Power di questo comparto.**

2. **SUPERARE IL DUOPOLIO e RIPORTARE L'EUROPA AL CENTRO**

La situazione macropolitica **post covid** segna un rafforzamento del bipolarismo fra USA e CINA. L'EUROPA in questo contesto deve trovare un Suo posizionamento.

Il comparto di Altagamma e del lusso è un'eccellenza europea che va protetta e tutelata, un settore in cui l'Europa può giocare un ruolo da protagonista e può essere il baricentro.

Peraltro per le Industrie Culturali e Creative - operare una scelta fra USA o CINA o metterli a rischio con posizioni dure che rendono ancora più complessi i rapporti non è pensabile in quanto AMERICA E CINA costituiscono i due Paesi con cui si hanno i maggiori rapporti commerciali. Se consideriamo gli acquisti di Personal Luxury Goods:

- per Geografie: 33%Europa e 31% America (9% Cina);

- per Consumatori: 33% Cinesi, 22% Americani, Resto of ASIA 21% e solo 18% Europei

Come Unione Europea dobbiamo evitare di essere strumentalizzati dall'uno o dall'altro ed evitare di rimanere schiacciati. Soprattutto bisogna ritrovare il senso d'Europa: gli Stati nazionali europei non possono pensare di affrontare e rapportarsi individualmente a grandi *players* come Stati Uniti, Cina e Russia.

Il nostro settore è da sempre fortemente proiettato alle esportazioni e per questo noi siamo contrari ad ogni forma di protezionismo. Tra l'altro, il nostro settore è sempre stato fair.. ogni volta che si parla di dazi sui beni di altagamma è sempre una risposta a conflitti che non sono causati dal nostro settore.

In particolare riteniamo che in questo momento sia assolutamente inaccettabile ipotizzare dazi e barriere su settori come la moda , il vino o l'alimentare che sono stati fortemente penalizzati da COVID: mi riferisco alle Trade War in atto (Carosello dei Dazi di Trump sta mettendo a dura prova la nostra economia). Bisogna negoziare per riportare il free trade e superare l'impasse.

Certamente andrebbero adottato un atteggiamento "SOFT" ci vuole una Descalation dei toni relativi alle varie TRADE WAR_adoptando una posizione negoziale autorevole ma dialogica perché le nostre aziende hanno bisogno di continuare ad intensificare i nostri rapporti con Cina e Stati Uniti.

Ma tornando ai documenti condivisi, nel complesso Altagamma non può che sposare pienamente i temi evidenziati.

1. LE MISURE DI DIFESA COMMERCIALE DELL'UE

Gli strumenti di difesa commerciale adottati nei decenni dall'Unione Europea hanno un ruolo fondamentale nel proteggere i produttori di beni europei nel settore manifatturiero dalle pratiche di concorrenza sleale dei concorrenti e di alcuni player commerciali a livello globale.

Tali misure sono importanti per un paese come il nostro, ma riguardano prodotti relativi all'industria pesante (quali ghisa, acciaio, lamiera, piatti laminati etc) e risultano meno incisive per l'industria della creatività in cui deve essere in primo luogo tutelata la proprietà intellettuale.

Le misure qui in questione, pertanto, dovrebbero essere affiancate da una fitta regolamentazione volta alla lotta alla contraffazione, con un relativo sistema sanzionatorio ed una protezione dell'intangibile.

La contraffazione provoca danni enormi al commercio mondiale, alle aziende, ai posti di lavoro Europei e italiani oltre che alla sicurezza delle persone.

ECCIA stima che le importazioni in EUROPA di prodotti contraffatti ha raggiunto nel 2016 i **121 miliardi di dollari ovvero circa il 6,8% delle importazioni EU** (nel 2013 era il 5%) con danni alle imprese e all'occupazione significativi (EUIPO stima 760.000 posti di lavoro persi solo nei 9 settori e 88.000 in Italia nel 2019).

Bisogna dunque ribadire l'importanza di un PIANO DI DIFESA della PROPRIETA' INTELLETTUALE, soprattutto online, ed il Digital Services Act – ovvero la revisione della Direttiva e-commerce – che la Commissione europea dovrebbe presentare entro fine anno è un'opportunità importante per aiutare imprese e soprattutto rendere Internet più sicuro anche per i consumatori.

In sintesi: Altgamma riconosce l'utilità e la necessità di queste misure MA desideriamo sottolineare come sia necessario trovare equilibri negoziali tali da poter garantire una libera circolazione delle merci e in particolar modo di quelle ad alto valore aggiunto come i prodotti di Altgamma:

- La politica estera e commerciale europea deve poter continuare a fondarsi sul **dialogo e la cooperazione fra Stati**,
- La garanzia della **libera circolazione di beni, servizi, persone e capitali** deve essere in ogni momento tutelata ed assicurata (durante la pandemia non sono mancati tentativi di **pratiche commerciali sleali**, come la richiesta di certificazioni *Covid-free*; ostacoli al trasporto che hanno richiesto l'istituzione di corridoi verdi ed impedimenti per i lavoratori, soprattutto stagionali);

2. LA NUOVA STRATEGIA INDUSTRIALE EUROPEA

Venendo ora alla strategia industriale delineata nel documento della Commissione, quest'ultima ci sembra pienamente condivisibile.

“Abbiamo bisogno di una politica industriale europea basata sulla concorrenza, su mercati aperti, su una ricerca e su tecnologie di primo piano a livello mondiale e su un mercato unico forte che abbatta le barriere e riduca gli oneri amministrativi. E dobbiamo resistere alle tentazioni semplicistiche del protezionismo o delle distorsioni del mercato, senza ingenuità, però, di fronte alla concorrenza sleale.”

La nuova strategia industriale europea poggia su alcuni pilastri rilevanti anche per Altgamma:

- A. Mercati aperti, concorrenza e, come dicevo, no al protezionismo: per essere competitivi c'è bisogno di concorrenza a casa propria e nel mondo.
(Qui si parla di MERCATO UNICO ma certo sarebbe interessante in una strategia Europea ridurre sensibilmente le Barriere Tariffarie Extra EU esistenti in India, Egitto, Brasile. Basti pensare che se queste non ci fossero probabilmente i 1300 mld del comparto sarebbero di circa il 20% più elevato (10/20% Ocse) (es: VINO e LAMPADA italiana se sbarca in un aeroporto Brasiliano costa il 95% in più).
- B. Ricerca e tecnologie di primo piano

-
- i. **Mercato unico.** Durante COVID la libera circolazione delle merci è stata fortemente impattata e ha messo l'accento sul valore del MERCATO UNICO e sulla **libera circolazione delle merci** che ha un impatto positivo sul PIL dell'UE dell'8-9%. Come Altgamma non possiamo che essere assolutamente d'accordo e riteniamo che la Comunità Europea debba proseguire in questa direzione per ridurre ulteriormente le frizioni ancora esistenti fra i diversi paesi. Se a questo aggiungiamo che le nostre imprese sono PMI, è evidente che la semplificazione della legislazione, riduzione degli oneri amministrativi e una migliore circolazione delle informazioni non può che facilitazione tutto il nostro comparto.
 - ii. **Un industria più verde e più digitale.** La duplice transizione, ecologica e digitale toccherà ogni componente dell'economia e della società. L'industria Europea non può permettersi semplicemente di adattarsi ma dovrà essere acceleratore e motore del cambiamento e

dell'innovazione. La politica industriale deve contribuire a tradurre in realtà questa ambizione. Altagama ha messo al centro della propria Strategia INNOVAZIONE E SOSTENIBILITA' e dunque si trova fortemente allineata.

Cruciali saranno i finanziamenti per la spesa di ricerca e sviluppo, per raggiungere l'obiettivo di industria sostenibile e digitalizzata riservando particolare attenzione alle PMI e alla loro capacità di trasformare nuove idee in prodotti del mercato.

La capacità innovativa delle imprese europee è un patrimonio economico e culturale e un valore aggiunto inestimabile per tutta l'industria, che necessita di essere ancora una volta incentivato e promosso.

Gli investimenti delle imprese vanno promossi e sostenuti perché Post Covid potrebbero subire ritardi significativi se non adeguatamente supportati. **L'idea di creare degli incentivi in tal senso – come prefigurato dal GREEN DEAL EU del 2019 è dunque più che auspicabile**

Peraltro la Sostenibilità è un elemento cruciale per il rilancio della Leadership Europa. chi meglio **dell'EUROPA può divenire il GREEN LEADER**: nessuno a livello globale oggi può vantare la nostra expertise e l'impegno in tal senso.

Insieme ad ECCIA (European Cultural and Creative Industries Alliance che raggruppa tutte le Industrie Europee del Lusso), Altagama raccomanda inoltre alcuni aspetti di carattere generale ma rilevante in tal senso:

- a) Assicurare il più alto livello di armonizzazione delle normative sostenibili a livello Europeo ed eventualmente anche Global con gli accordi Trade Internazionali.
- b) Definire gli obiettivi insieme alle industrie del Comparto.
- c) Focalizzarsi su obiettivi a lungo raggio e nel frattempo cooperare per capire come mutuare la transizione e con quali tempi.

- iii. Infine, la strategia avrà come target la **crescita e la transizione industriale delle PMI (il 98,8% delle industrie Europee sono PMI e 93% da PMI e l'ITALIA è LEADER)**, che rappresentano oltre metà del valore aggiunto europeo. Bisogna qui incoraggiare l'Innovazione; facilitare il commercio CEE e l'accesso ai Finanziamenti (Horizon 2020, LIFE sul Clima, DESI per digitale). Favorire gli INVESTIMENTI delle aziende in questa direzione sarà cruciale.

Durante la pandemia abbiamo assistito all'affermazione di nuove metodologie di lavoro, vendita ed apprendimento, quali *smart working, e-learning, e-commerce*. Allo stesso tempo si è potuto riflettere sulla graduale **trasformazione dei consumatori**, delle loro nuove abitudini di acquisto e di consumo

PER CONCLUDERE

Il settore Altodigamma è un pilastro Europeo ma anche un pilastro del sistema Italia non solo per l'economia diretta, ma anche per la leadership e la reputazione dell'Italia nel mondo. Si caratterizza per:

- La creazione di valore aggiunto e lavoro qualificato lungo **tutta la filiera** a beneficio di tutte le regioni di Italia
- **La vocazione all'export** anche nelle lavorazioni e nelle materie prime, da cui dipende in misura importante tutta la filiera mondiale: oltre la metà della produzione mondiale di alto di gamma di abbigliamento, accessori e gioielleria è riconducibile alla filiera italiana; questa leadership sale ad oltre **i due terzi nell'altissimo di gamma;**

- **Il ruolo di industria “flagship” dell’Italia nel mondo** (con una rete di oltre 25 mila negozi nel mondo che impiegano più di 150 mila addetti e che rafforzano il soft-power del Bel Paese)

L’attuale crisi ed i relativi effetti implicheranno una forte decrescita sull’intero comparto – sia sulle vendite al consumo che sulla produzione industriale proveniente dal nostro Paese – pari al -30/40% nel 2020 (ovvero -50/70 miliardi di Euro). A rischio la sopravvivenza di oltre i 2/3 delle aziende Italiane del comparto.

E’ un contesto in cui c’è bisogno di Politica: Lo Stato Italiano ha fatto molto, l’Europa ha fatto molto ora bisogna facilitare l’accesso alle risorse messe in campo, aiutare le aziende ad acquisire informazioni circa le opportunità in campo e non stancarsi di narrare le nostre specificità e le nostre eccellenze che sono già aziende che producono localmente, legate al territorio e portavoci di filiere straordinarie e culturalmente rappresentative dei nostri valori.

Dovendo segnalare punti concreti di focalizzazione sintetizzerei ribadendo la necessità di:

- garantire la **libera circolazione di beni, servizi, persone e capitali** deve essere in ogni momento tutelata ed assicurata (durante la pandemia non sono mancati tentativi di **pratiche commerciali sleali**, come la richiesta di certificazioni *Covid-free*; ostacoli al trasporto che hanno richiesto l’istituzione di corridoi verdi ed impedimenti per i lavoratori, soprattutto stagionali);
- **Rafforzamento dell’armonizzazione fiscale** rimuovendo uno fra i principali ostacoli incontrati dalle imprese quando operano a livello transfrontaliero;
- **Promuovere il MERCATO UNICO e la conoscenza e la consapevolezza delle opportunità e dei vantaggi offerti dal mercato unico** al pari degli obblighi che ne derivano;
- Insistere nel proporre **l’Altodigamma come Industria Simbolo dell’Europa** e asset reputazionale

Una riflessione generale imposta dal Coronavirus

Ripensando a questi ultimi mesi di *lockdown*, paralisi delle principali attività economiche e produttive e rallentamento generale, si impone una riflessione, ovvero **saper cogliere** da questa pandemia **nuove opportunità**, riuscendo a trasformare le lezioni - nostro malgrado apprese - in **strumenti di rilancio e di ripresa**, sia a livello nazionale che europeo.

A tale proposito nella prima fase dell’emergenza si è accusata “l’Europa” di inerzia, senza però riflettere a sufficienza sul fatto che spesso sono stati gli stessi governi nazionali a porre resistenze verso la possibilità di ampliare le competenze e le prerogative delle Istituzioni europee.

Il Covid-19 ha invece mostrato al mondo l’importanza e la forza della **solidarietà**, sottolineando come di fronte a **sfide globali occorra una risposta collettiva**: nessuno si salva da solo (un concetto ripreso in questi mesi anche dal Commissario Hogan). Gli Stati nazionali europei non possono pensare di affrontare e rapportarsi individualmente a grandi *players* come Stati Uniti, Cina e Russia. In questo senso anche la **Brexit** potrebbe trasformarsi in un **“vaccino” per l’Europa**, mostrando alle autorità nazionali ed ai cittadini l’importanza di restare uniti e far parte di una comunità fondata su valori, risorse e principi condivisi, come quelli portanti di libera circolazione. Proprio la **libera circolazione, in primis quella di beni e di persone**, è stata messa a dura prova dall’emergenza sanitaria e mai come in questi mesi abbiamo potuto comprendere l’importanza della sua tutela, che non va data per scontata. Mai si era assistito ad un blocco così capillare delle **frontiere**, la cui **apertura** è al contrario alla base della politica commerciale nazionale ed europea.

Infine, le discussioni attualmente ancora in corso sul **Recovery Fund** sono l'occasione per imprimere un cambio di passo, eliminando tutte quelle discriminazioni sociali, economiche e politiche inevitabilmente imposte dalla visione di un'Europa **"a due velocità"**, cercando di **ricompattare i diversi fronti**, in particolare quello Paesi del Nord vs Paesi del Sud (altrimenti, come è stato provocatoriamente detto: "a chi venderanno i fiori gli Olandesi?"), costruendo **una ripresa possibile, efficace e coraggiosa per il rilancio dell'economia europea** senza dimenticare nessuno dei suoi attori: **Imprese, Lavoratori e Famiglie**.