

«All'Europa chiediamo di avere più coraggio»

L'INTERVISTA Antonio Marcegaglia: il contesto internazionale è sempre più complesso, c'è bisogno di scelte importanti in tema di politica industriale

SANDRO MORTARI

s.mortari@gazzettadimantova.it

L'industria europea e, quindi, italiana, in un contesto geopolitico alquanto inquieto come l'attuale, è chiamata ad una sfida da far tremare le vene ai polsi per restare un punto di riferimento. In prima linea ci sono gli imprenditori più attivi a livello internazionale.

Come il Gruppo Marcegaglia, il cui presidente Antonio Marcegaglia, al MaMu, è stato intervistato da Marta Federica Ottaviani, editoria- lista del Gruppo Athesis, durante l'anteprema, dedicata al settore agro-alimentare, del Festival del Futuro che si terrà a Verona dal 27 al 30 novembre. Antonio è figlio di Steno fondatore del gruppo nel 1959, «che cominciò a lavorare - ha ricordato la giornalista - nell'alleanza dei contadini nel 1967, ai tempi di Di Vittorio, quando si occupava di difenderli nelle controversie legali».

Questo accenno ha colpito Antonio che ha ringraziato

l'intervistatrice per «aver ricordato le origini contadine nel senso più nobile e più vero del legame con il territorio di mio padre, che poi ha trasmesso a me e a mia sorella, Emma».

Poi, via alle domande a cui l'imprenditore ha risposto senza risparmiare critiche all'Europa.

Il contesto internazionale è molto complesso. Come fanno le aziende europee a rimanere competitive in un mondo dove ci sono due guerre in corso più una che potrebbe scoppiare, prodotti cinesi che invadono sempre più i mercati e gli Stati Uniti che hanno adottato una politica fiscale che ha scatenato gli investimenti privati?

«L'industria europea è stretta tra la morsa che viene dalla competizione dell'Asia e quella degli Stati Uniti che sono forti con alcune caratteristiche che in Europa non abbiamo: un grande mercato comune, un governo unitario capace di scelte politiche,

e un mercato interno forte con materie prime e energia. Noi possiamo reagire su due livelli. Il primo, a livello di sistema europeo. Dobbiamo affrontare le nostre debolezze con coraggio. Abbiamo un problema di governance: l'Europa fa fatica a mettere in pista politiche monetarie e fiscali. Fare riforme di sviluppo richiede una leadership diversa.

Lo ha ricordato bene Draghi con le sue indicazioni; e quella che trovo più vincolante è la difficoltà di decidere. Leggo l'impostazione che Von der Leyen ha dato alla nuova commissione che, per i meccanismi di autolimitazione delle varie



aree, riconduce come mai prima alla stessa presidente una serie di poteri piuttosto importanti. Credo che senza la capacità decisionale della Von der Leyen si muoverà poco. Dall'altro lato, a livello di risorse, dovremmo avere il coraggio di ampliare il deficit attraverso gli eurobond, il debito comune, che ci permetterebbero di spendere perché le grandi riforme richiedono risorse finanziarie, quindi investimenti. Le stesse cose valgono a livello delle singole imprese. Credo che contare sullo sviluppo della domanda sia difficile in un mercato piuttosto maturo come il nostro e, dunque, abbiamo bisogno di puntare sugli investimenti orientati soprattutto alle innovazioni di prodotto e di processo e sulla valorizzazione delle competenze, perché siamo di fronte ad una grande discontinuità tecnologica, l'intelligenza artificiale. Servono investimenti, innovazione, competenze e, per chi può, bisogna essere aperti e orientati all'esportazione perché l'Europa rimane una grande economia di trasformazione».

Con il Green deal, un piano ambizioso, sono più le opportunità o i rischi per l'industria europea? Il Green deal è molto bello, però rischia di mettere in ginocchio buona parte dell'industria manifatturiera.
«Sono più i rischi, quanto meno dal punto di vista dell'industria e, in particolare, dell'industria di base. Io faccio parte di uno di quei settori per i quali la riconversione, la decarbonizzazione sono sfide complesse perché molto costose e tecnologicamente, in termini di tempi, difficili da realizzare. Come Marcegaglia siamo profondamente convinti che il percorso di decarbonizzazione vada perseguito anche per una responsabilità sociale. Tuttavia, dobbiamo stare attenti a non dichiarare obiettivi, tempi e tecnologie imposti che rischiano di non essere praticabili. Se vogliamo essere seri, dobbiamo affiancare la sostenibilità ambientale a quella economica

e, andare verso tecnologie, tempi e modalità pragmatiche e quindi più reali. Innanzitutto, dandoci obiettivi raggiungibili perché pensare di governare il mondo con l'esempio dell'Europa è una pia illusione. Dobbiamo essere leader nella decarbonizzazione, ma non possiamo isolarci. Anche il tema dell'idrogeno ha bisogno di tempi e di tecnologie. Oggi l'idrogeno costa circa sei volte il gas naturale e la strada per arrivarci è ancora lunga, senza negarne l'importanza ma l'utilizzo va affrontato in tempi e le modalità giuste. L'altro sbaglio è pensare che i costi della decarbonizzazione, del Green deal, devono essere a carico solo dei produttori, magari di un pezzo dei produttori di quei settori che sono più inquinanti. Deve essere un tema di filiera. Questo onere costoso va distribuito attraverso tutta la filiera, incluso il consumatore finale. Ad esempio, il cliente pubblico negli investimenti infrastrutturali e in edilizia può avere una quota di green in qualche modo definita: oggi non è così».

Parliamo del gruppo Marcegaglia. Durante il Covid vi siete distinti per la tempestività con cui siete riusciti a differenziare l'approvvigionamento di materie prime. Come siete riusciti a mettere in campo una strategia tanto efficace in così poco tempo, in una situazione oggettivamente difficile?
«Lei ha citato il Covid, ma io cito anche la guerra. Russia e Ucraina erano due partner fondamentali per le materie prime, per i semiprodotti e i prodotti finiti. Allo scoppio della guerra abbiamo attivato il nostro network internazionale. Abbiamo avuto la capacità anche finanziaria di sostituire fornitori strutturati con una capacità decisionale molto rapida. Per fare impresa di successo oggi sono fondamentali le competenze e le capacità di impen-

ditori, collaboratori e di tutte le organizzazioni. Servono l'agilità, bisogna essere snelli e poco costosi; l'adattabilità, la capacità di cambiare anche in corsa le condizioni del proprio modello di business; la flessibilità, che è una forma culturale e l'impresa familiare qui ha un vantaggio; la rapidità con la quale mettere a terra le soluzioni. Là dove ci sono incertezze, volatilità, cigni neri, incognite commerciali e geopolitiche, diventa ancora più importante la capacità di adattarsi e di reagire, gli atout che per l'impresa italiana giocano la differenza nei confronti di competitor anche in Europa».

Marcegaglia è un gruppo internazionale con 8 miliardi di fatturato, però mantiene un saldo legame con il territorio. Qual è la vostra ricetta per rimanere così Glocal?

«La nostra caratteristica di imprenditori familiari legati al territorio è da ricondurre al patrimonio valoriale che ci appartiene, che ci deriva dai genitori, molto comune a tante imprese mantovane. L'imprenditore non dimentica mai che svolge anche un ruolo a favore del territorio, della comunità, la responsabilità sociale che porta a fare scelte non legate al breve termine, non di ottica speculativa. Quel legame con l'origine contadina nel senso più nobile e più vero è per tanti di noi un valore assoluto».

«Il Green deal? Gli obiettivi indicati devono essere raggiungibili»

«I valori di fondo degli imprenditori possono fare la differenza»



Il confronto
Antonio Marcegaglia, al MaMu è stato intervistato da Marta Federica Ottaviani, editorialista del Gruppo Athesis. A destra il pubblico

