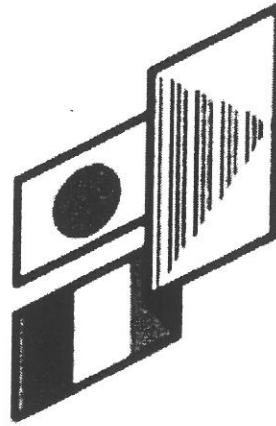


**ITALY-JAPAN  
BUSINESS  
GROUP**



XII Assemblea Plenaria  
13 febbraio 2001

intervento

Dr. Umberto AGNELLI  
Co-Presidente IJBG

In apertura dei lavori desidero salutare il signor Yoshiharu Fukuhara, che assume il ruolo di Co-presidente.

Il suo sarà un contributo prezioso per rafforzare i già saldi legami tra le nostre "business communities".

\*\*\*\*\*

La nuova Amministrazione americana ha fatto sapere che intende rafforzare i rapporti con il Giappone: con meno politica e più collaborazione con l'industria giapponese.

Facilitando le relazioni tra le aziende e lavorando con le imprese giapponesi.

L'Italia, con le dovute proporzioni, lo ha fatto con l'"Italy-Japan Business Group": che, nel suo ruolo, credo possa dire con orgoglio che questo obiettivo e questa strategia li ha perseguiti da sempre.

Lavorare con le imprese e favorire buoni rapporti tra l'industria giapponese e italiana è ciò che abbiamo fatto da quando il Business Group è nato, più di dieci anni fa.

\*\*\*\*\*

Piccole e medie imprese come strumento di sviluppo per il commercio internazionale: è il tema di questa sessione.

Il contesto è favorevole.

La moneta unica europea, l'Euro, che tra un anno sostituirà le monete nazionali, offre una eccezionale opportunità di espansione delle attività imprenditoriali all'interno dell'Europa.

L'Euro, infatti, garantisce, fin da adesso, un più stabile contesto economico e favorisce la riduzione dei costi.

Diventando nel 2002 moneta corrente, offrirà maggiore certezza per operare sui mercati internazionali.

Inoltre, da tempo l'Unione Europea ha posto tra le sue priorità quella di sostenere l'internazionalizzazione delle imprese di medie e piccole dimensioni.

Alcuni programmi comunitari prevedono incentivi agli accordi tra imprese che siano finalizzati alla produzione di alta qualità e all'ingresso su nuovi mercati.

L'Italia è uno dei Paesi europei più sensibili a questi sviluppi.

Proprio perché la nostra struttura produttiva è caratterizzata da una altissima percentuale di imprese medie e piccole che riescono a creare ricchezza e innovazione.

Crescono, in Italia, gli investimenti nelle nuove tecnologie che consentono alle PMI di essere più competitive, pur conservando una dimensione contenuta.

Comincia a farsi strada, anche nelle imprese minori, una certa consuetudine con l'"e-commerce".

Anche se non è ancora matura e diffusa la consapevolezza dei vantaggi di "business" che potrebbero derivare dalla creazione di reti di piccole e medie imprese, sfruttando le potenzialità delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT).

Deve, infine, ancora rafforzarsi la dimestichezza delle PMI italiane con il mondo e gli strumenti della finanza.

\*\*\*\*\*

Aprire una discussione sulla internazionalizzazione delle imprese minori significa, nel caso dell'“Italy-Japan Business Group”, discutere di possibili collaborazioni tra imprese italiane e tradurre le ipotesi in fatti.

Vorrei citare una considerazione di qualche tempo fa del signor Chino.

I nostri Paesi – affermava – hanno tutti i presupposti per sviluppare una collaborazione particolarmente interessante.

Voi Italiani avete la capacità di disegnare la forma, siete creativi e capaci di capire il mercato.

Noi Giapponesi abbiamo la tecnologia e l'organizzazione del lavoro.

Si tratta, a questo punto, di assumere un impegno reciproco per incontri tra aziende, collaborazioni e investimenti produttivi.

Credo che i tempi siano maturi:

- sia per una “cross fertilisation” tra imprese dei nostri Paesi
- sia per intese volte a ricercare nuove opportunità di business a livello internazionale.

Europa, Italia e Giappone hanno una comune esigenza: accrescere le capacità competitive delle proprie imprese.

E fare leva sulle aziende innovative per trainare la crescita complessiva del sistema produttivo.



