

Signora Presidente, colleghe e colleghi, rappresentante del Governo, sappiamo tutti che il nostro tessuto produttivo è il cuore pulsante del nostro Paese. Le micro, piccole e medie imprese, come abbiamo sentito anche prima, costituiscono il 99 per cento del nostro tessuto connettivo industriale. Non solo, ma l'80 per cento di tutta l'occupazione è dato dalle piccole e medie aziende. Il nostro è un saper fare, è una forza di lavoro complessiva del nostro Paese.

Tuttavia, se essere piccoli è un valore, restare isolati è un grande rischio. In un mercato globale dominato da giganti e da algoritmi, la frammentazione è un punto debole. Fare rete diventa dunque strumento di sopravvivenza e di crescita: bisogna trasformare le debolezze individuali in una forza collettiva. Solo una cosa dev'essere costante in un'azienda: l'innovazione.

Singolarmente, una microimpresa ha un potere contrattuale debole, mentre facendo rete si può negoziare acquisti, abbattere costi e accedere a servizi che sarebbero altrimenti inaccessibili per questo genere di aziende. Per fare un esempio, la transizione tecnologica è un investimento non affrontabile dalle micro, piccole e medie imprese. Condividere gli investimenti in ricerca, sviluppo e infrastrutture digitali permette anche alla bottega artigiana o anche alle aziende startup di competere a livelli più alti. Anche affrontare i mercati esteri richiede competenze legali e di marketing complesse e una rete di imprese può presentarsi unita nelle fiere internazionali, aumentando in modo esponenziale la reputation del nostro made in Italy.

La politica non deve solo annunciare, ma deve fattivamente agevolare. L'impegno nostro e del Governo corre su direttrici molto chiare. Noi questa legge l'abbiamo applicata per la prima volta già dal 2011, dopo un silenzio assordante; oggi ci dite che dobbiamo approvarla, ma siamo stati i primi a farlo. (*Applausi*).

Quali sono le direttrici su cui ci stiamo muovendo? La prima è la semplificazione burocratica: basta con i lacci che frenano i contratti di rete, dobbiamo rendere la collaborazione tra le imprese semplice, ma giuridicamente salda, perché non vogliamo avere aziende che non fanno il proprio dovere.

La seconda è rappresentata dagli incentivi fiscali: proponiamo sgravi mirati per chi investe in progetti comuni, premiamo chi sceglie la via dell'aggregazione rispetto all'isolamento.

La terza è la formazione, forse la più importante: è fondamentale supportare i piccoli imprenditori nel cambio generazionale; sappiamo che il 99 per cento delle micro e piccole imprese passa generazionalmente di padre in figlio, ma bisogna assolutamente agire in qualche modo sulla formazione sia del padre che deve trasmettere al figlio, sia del figlio. Le aziende che fanno prodotti seriali sono necessariamente qualche cosa che oggi dobbiamo vedere come più lontano, perché sono copiabili. Un prodotto seriale può essere fatto in tanti altri Paesi e anche in Europa con costi del lavoro molto più bassi, pertanto non sono davvero queste le aziende che salveranno il nostro made in Italy. Il *genius faber* è questo: fare prodotti di assoluta qualità in una sorta di artigianato industriale. Questo è il paradigma che deve cambiare: da artigianato ad artigianato industriale, che fa propria quella materia prima, creando in modo sapiente un prodotto che è frutto dell'esperienza e del know how tutto italiano.

Diffidiamo però degli imprenditori compiaciuti, quelli che si accontentano perché, bene o male, riescono a portare a casa un utile che ritengono soddisfacente, senza fare più crescita. Accontentarsi senza cercare di fare meglio è solo l'inizio della fine. Talento, passione e creatività sono le caratteristiche che ci rendono unici al mondo, la cifra distintiva del nostro saper fare. (*Applausi*).

Una domanda: cos'è l'innovazione? È quando si inventa qualcosa di nuovo che cambia in meglio la vita delle persone. È questo che fanno le nostre aziende. L'imprenditore, se è veramente tale, ha un'innata propensione a investire in ricerca e sviluppo per continuare a migliorarsi; poi però c'è bisogno che questi capitali siano ben investiti e che dall'altro lato ci siano persone formate, in grado di sfruttare quest'opportunità.

Per tale motivo ben venga la politica che sta portando avanti il Ministero dell'istruzione, con la costituzione e lo sviluppo degli istituti tecnici superiori (ITS), in grado di avviare i nostri giovani al mercato del lavoro. *(Applausi)*.

Inoltre, anche il Piano Mattei è un sistema per avere immigrazione qualificata, che possa entrare nelle nostre aziende e migliorarle. Il Piano Mattei oggi è fondamentale anche per il futuro.

Dobbiamo vedere i nostri limiti come delle opportunità. Per esempio, affrontiamo la tematica dell'italian sounding, cioè quel mercato di prodotti che rappresentano nomi e slogan riconducibili al nostro Paese, ma che nulla hanno a che fare con l'Italia. È il mercato del falso italiano con l'intento evocativo del made in Italy. Per questo motivo, il confronto fra imprese e istituzioni è fondamentale per sostenere e tutelare l'economia soprattutto dell'agroalimentare, che fattura, sì, 60 miliardi, ma l'italian sounding ne vale 120.

Come dicevo prima, vediamo questo limite come opportunità. Abbiamo 120 miliardi da scalare, perché il consumatore che compra prodotti italian sounding crede a volte di comprare prodotti italiani e la concorrenza non viene necessariamente dalla Cina o da Paesi molto lontani, viene anche dalla Francia, dalla Gran Bretagna o dall'America.

Questo fenomeno ha due aspetti estremamente negativi: colpisce i produttori italiani, sottraendo loro grosse fette di mercato, e colpisce i consumatori che credono di comprare un prodotto di eccellenza. Può essere anche un prodotto eccellente, ma non viene fuori dalle nostre aziende e ciò crea un grave danno anche al made in Italy, che ricordo essere il terzo brand al mondo.

Lo ripeto: il mercato dell'alimentare vale 60 miliardi, ma potrebbe arrivare a 120. Bisogna quindi contrastare il fenomeno, informando correttamente i consumatori sulla qualità dei prodotti. C'è bisogno di una riduzione della burocrazia e delle barriere tariffarie e doganali per favorire il commercio dei prodotti made in Italy a discapito di quelli falsi.

Le nostre istituzioni devono opporsi al fenomeno in modo compatto, portando avanti all'estero politiche di promozione del vero cibo italiano. Bisogna proteggere in modo assoluto il nostro brand identificativo. La tracciabilità è fondamentale in tutta la filiera. In questo giocano un ruolo fondamentale, ovviamente, anche gli imprenditori. Dietro un'azienda, infatti, c'è un imprenditore. Un soggetto che sia un vero imprenditore è un visionario e un innovatore che, con impegno, non fa altro che dare corpo a un sogno assieme ad altre persone, che non lavorano per lui, ma lavorano con lui.

Se c'è crisi, i grandi licenziano, mentre i nuovi investono. La parola d'ordine dev'essere crescita. Bisogna aumentare la percentuale di occupati, di donne e di laureati, anche con l'aiuto di un'immigrazione di qualità che possa darci una mano.

Per tutti questi motivi, annuncio il voto favorevole di Fratelli d'Italia