

ASSEMBLEA PRIVATA
DI CONFINDUSTRIA SALERNO
14 GIUGNO 2007
ELEZIONE DEL PRESIDENTE
E DELLA GIUNTA

RELAZIONE
PROGRAMMATICA
DI
AGOSTINO GALLOZZI

CONSIDERAZIONI PRELIMINARI

Cosa significa fare impresa oggi?

Significa aggregare una comunità di uomini e donne, condividere con loro un'idea, una visione, un'emozione; significa reperire i capitali necessari per gli investimenti in impianti e macchinari, in ricerca, in formazione, in marketing; significa saper parlare e convincere fornitori, clienti, banche, istituzioni; significa affrontare uno straordinario confronto con culture diverse, in un contesto globalizzato in cui tutto si muove ad una nuova velocità, mai vista prima, dove le barriere e quindi le protezioni - doganali e valutarie - non esistono più e dove anche le distanze fisiche si sono ridotte grazie ad una rete di trasporti sempre più efficace.

Significa entusiasmo e preoccupazioni, caparbia e dedizione.

Significa dimenticarsi degli handicap che abbiamo, particolarmente qui, nel Mezzogiorno d'Italia.

Significa mettersi a rischio ed in discussione, pur sapendo che per vincere bisogna essere i migliori ed i più competitivi. Sempre nella forte consapevolezza di essere, assieme agli uomini e donne della nostra comunità aziendale, artefici dello sviluppo economico, e sociale della nostra terra.

Tutto questo significa fare impresa oggi. E tutto questo ci appassiona e ci coinvolge, molto! Ma tutta questa passione e tutto questo coinvolgimento diventano un valore, un vero valore sociale, solo se l'impresa sa radicare le fondamenta dei propri comportamenti in forti principi di "etica", all'interno della quale essa può, anzi deve, contribuire allo sviluppo di una vera, sentita e generalizzata "etica civile", che sappia guardare senza diffidenze anche all'etica del profitto.

Cosa significa essere Confindustria oggi?

Significa rappresentare con orgoglio e forte motivazione gli imprenditori e le imprese, sostenendone le ragioni con l'azione di un organismo associativo di grandissimo valore e reputazione.

Significa rinsaldare ulteriormente la centralità della impresa, di quella impresa a cui ho fatto riferimento prima, e della sua *mission*, capace, grazie al tenace lavoro di tanti imprenditori, di essere motore della crescita socio-economica del nostro territorio. Significa essere portatori di valori alti e condivisi, che consentano alla nostra Associazione di assumere posizioni autorevoli ed auto-



nome, sapendo coniugare, i *diritti con i doveri*.

Significa essere consapevoli delle difficoltà di *fare impresa* in un contesto in cui sussistono ritardi sinceramente non più tollerabili *rispetto ai quali l'azione associativa deve essere rigorosa*.

Significa *“uscire dal palazzo”* per incontrare, parlare, visitare, ascoltare gli associati, presso le proprie aziende, per comprenderne meglio e compiutamente aspettative, visione, difficoltà, entusiasmi e preoccupazioni; per adeguare ogni giorno l'azione associativa ai bisogni espressi dagli associati: tutti, ovunque essi siano nella nostra grande ed eterogenea provincia, assicurando particolare attenzione alle aree più periferiche rispetto al capoluogo.

Perché Confindustria rappresenta imprese che non sono semplicemente soggetti che creano ricchezza, in maniera avulsa dal contesto sociale e territoriale nel quale operano. Confindustria rappresenta imprese che sono espressione del *territorio* e quindi deve dialogare ed interloquire con esso, con le sue componenti istituzionali e sociali, esprimendo, anche con forza critica, la propria posizione, cercando di assumere come principio ispiratore dei propri comportamenti quella che è stata definita *“l'etica del bene comune”*.

La responsabilità sociale dell'impresa

La responsabilità sociale d'impresa sollecita l'integrazione di preoccupazioni di natura etica all'interno della visione strategica d'impresa: è la manifestazione della volontà delle grandi, piccole e medie imprese di gestire efficacemente le problematiche d'impatto sociale al loro interno e nelle zone di attività.

Se proviamo a scendere nello specifico di tale ambito di riflessione, comprenderemo che un'impresa che adotti un comportamento socialmente responsabile, monitorando e rispondendo alle attese economiche, ambientali e sociali di tutti i portatori di interesse coglie anche l'obiettivo di conseguire un vantaggio competitivo e riesce a massimizzare i ritorni di lungo periodo.

Seguendo questo ragionamento, rimettiamo al centro di tutto - come è giusto che sia - la *“dignità della persona”* che si esalta e si valorizza attraverso il lavoro, che diventa responsabilità civica, riferimento morale, aggregazione di vocazioni personali.

E proprio in questo ambito di analisi si inseriscono grandi temi fondanti: sicurezza sul lavoro, rispetto ambientale, lotta al sommerso, al lavoro nero, all'evasione fiscale.

Perché l'impresa quindi non è semplicemente *“conto economico”*. Pur avendo come fine ultimo e più che legittimo la creazione di profitto, indispensabile per la sussistenza e la crescita della impresa stessa, per essa assume fonamen-

tale importanza il “metodo ed i comportamenti” che si assumono per il conseguimento del profitto.

L'impresa diventa quindi il mezzo per ampliare non solo gli spazi di benessere materiale della persona, ma anche gli spazi di libertà e di auto-affermazione, di rispetto sociale delle individualità. È questo il senso di una corretta relazione tra etica e impresa, tra logica del profitto e moralità del business.

L'impresa e il territorio

Dal punto di vista delle relazioni con il territorio è chiaro che l'impresa è chiamata ad assumere un atteggiamento attivo e costruttivo, nel rispetto dei ruoli e delle competenze.

Mi sembra comunque importante approfondire una riflessione. Alla luce di una serie di considerazioni relative alla mission fondamentale dell'impresa - produrre beni, ricchezza, reddito - può sorgere il dubbio che la concezione etica dell'attività imprenditoriale possa rappresentare un fattore di debolezza, un vero e proprio handicap. Perché chi sceglie questa impostazione si trova di fronte un problema di non facile soluzione: conciliare la legittima logica del profitto con la salvaguardia della centralità della persona umana nell'ambito di una responsabilità sociale. Due opzioni che potenzialmente sono in contrasto. Per cui la necessità di operare in un contesto fortemente competitivo indurrebbe a considerare la prospettiva etica non praticabile.

E, invece, ritengo che questo sia un grave errore di valutazione, frutto di una visione legata ad una ricerca del risultato a breve, che viene posto al di sopra e al di là degli interessi complessivi. Non c'è dubbio: nel breve termine è più redditizia l'impresa che definirei “non socialmente consapevole”. Ma penso che nel medio e nel lungo periodo la correttezza dell'azione imprenditoriale si trasformi in un fattore di competitività perché è in grado di coinvolgere le diverse componenti del territorio in merito al raggiungimento di obiettivi secondo modalità comportamentali animate da principi universali condivisi.

È senza dubbio più forte l'impresa che cresce favorendo la crescita dell'intero contesto, sociale e territoriale nel quale essa opera.

Lo scenario generale

Confindustria oggi è sempre più un'Associazione degli Imprenditori (o delle Imprese) rispetto ad un'Associazione degli Industriali in senso stretto. Questa è una evoluzione comprensibile, visto che la società produttiva si è proiettata in un contesto che definirei “postopificio”. Vorrei però rimettere la barra al centro



rispetto alla esigenza reale per un Paese come l'Italia, con una popolazione prossima ai 60 milioni di abitanti: l'Italia non può fare a meno di un'importante, forte, centrale componente manifatturiera.

Si ascoltano a mio avviso molti discorsi su Turismo, Terziario, Servizi, Infrastrutture, e pochi discorsi sull'urgenza di una vera politica industriale.

È assolutamente ovvio che in Italia si debba puntare sul turismo, che lo si debba rilanciare (perché anche qui stiamo perdendo colpi!), lo si debba industrializzare. Questa sarà una linea strategica anche della attività di Confindustria Salerno. Non vorrei però che si parlasse solo di turismo, che ripeto è una ovvietà, perché non si sa, in realtà, proporre altro. Anche per il turismo assistiamo ad azioni di governo del territorio che non sempre sono coerenti con questa conclamata vocazione (vedi: rifiuti, degrado ambientale, sicurezza e legalità, viabilità, etc. etc.). Ma un Paese come l'Italia, una provincia come quella di Salerno, una regione come la Campania non possono vivere di solo Turismo! Ogni azione possibile deve essere intrapresa per il rilancio della componente manifatturiera, ricercando i necessari fattori di competitività.

Nel contesto mi appaiono sterili i dibattiti su prodotti maturi e prodotti innovativi e quindi sull'indirizzo delle politiche regionali di sostegno a questo o a quel comparto. Non è il prodotto maturo a perdere rispetto ad un mercato competitivo, o non lo è necessariamente. Perché prodotto maturo in realtà significa prodotto consolidato. Prodotto cioè che spesso è radicato nel nostro sistema territoriale. Mi riferisco per esempio all'agroalimentare, al metalmeccanico.

La sfida strategica è sostenere l'innovazione di processo e di prodotto, anche in comparti cosiddetti maturi, per aumentarne la capacità competitiva sui mercati nazionali ed internazionali.

In estrema sintesi: senza produzione diretta di ricchezza sono destinati a scivolare in secondo piano tutte quelle attività che hanno una funzione ed una valenza solo in ragione della presenza di un'industria competitiva. Sotto questo aspetto anche nel campo del turismo occorre passare da un approccio al turismo inteso come erogazione di servizi ad una nozione di "industria del turismo": solo così il turismo può rientrare a pieno titolo tra le priorità industriali del nostro comprensorio locale.

Bisogna, poi, con atti concreti, sciogliere il nodo della inadeguatezza del sistema delle infrastrutture, materiali ed immateriali, a sostegno della accresciuta mobilità, nazionale ed internazionale, di merci e di persone.

Il processo di globalizzazione, che ha caratterizzato lo sviluppo della economia mondiale degli ultimi anni, è stato in parallelo accompagnato da una crescita straordinaria della libera mobilità di merci e persone. Un percorso senza l'altro non sarebbe stato possibile. Ed anzi oggi la globalizzazione ha

come premessa la capacità di gestione della mobilità. Per un Paese come l'Italia la capacità di captare e gestire questo eccezionale fenomeno planetario della mobilità assume carattere di dogma. Non riuscirci significherebbe uscire dal "Club dei Paesi che contano" sullo scenario internazionale, relegando le nostre aziende ad un ruolo marginale: esse non sarebbero più né *competitors*, né *players*. Le nostre imprese hanno bisogno di dialogare, dal punto di vista mercantile, con il mondo. Non si tratta di una opzione, si tratta di scegliere se esserci o non esserci! Ma per esserci è indispensabile un urgente riallineamento della offerta infrastrutturale ad una domanda espressa da sistemi di trasporto in crescita esponenziale (porti, aeroporti, viabilità stradale e ferroviaria, messa in rete dei differenti sistemi) con interventi che nell'immediato puntino ad un adeguamento delle infrastrutture esistenti, traguardando però nello stesso tempo obiettivi ambiziosi di lungo periodo.

Di fronte a questo scenario così complesso ed articolato il sistema politico ed istituzionale italiano mostra i segni di una crisi profonda, lontana da una soluzione. Nel corso della recente Assemblea Nazionale di Confindustria il tema ha tenuto banco: l'auto-referenzialità della politica e la distanza dalla logica delle imprese ha portato il Paese in una situazione grave. Non tutti stanno facendo la propria parte: le nostre aziende sì! O almeno ci stanno provando. Sono loro il motore della ripresa, che però in Italia stenta a consolidarsi, sono loro che creano nuovi posti di lavoro.

Nell'affrontare tematiche così scottanti si corre sempre il rischio di essere visti e considerati come i rifondatori del Partito dell'"Uomo Qualunque".

Correrò il rischio! Perché si tratta di una questione centrale, forse anche più centrale della tanto complessa e discussa "Questione meridionale", visto che l'apparato pubblico assorbe oltre la metà della ricchezza prodotta dal Paese. Cioè oltre la metà del lavoro che facciamo noi tutti, che fanno le donne e gli uomini delle nostre aziende. È un atto di consapevolezza morale. Ma non è solo l'enormità della spesa a spaventare, è principalmente la assoluta inadeguatezza rispetto al fare che veramente mette i brividi. L'Italia appare ingessata, con un apparato chiuso in se stesso, che pensa a sopravvivere, mentre il Paese non vive più, strangolato da procedure lunghissime e lentissime. Realizzare opere è sempre una impresa titanica, perché si è bravissimi a trovare le "ragioni del no", mai le "ragioni del fare".

Le considerazioni che mi vengono in mente sono sostanzialmente tre: riorganizzazione dello Stato; eccesso di regolamentazione; sprechi. Purtroppo negli anni si è assistito ad un atteggiamento bi-partisan (destra o sinistra nulla cambia), con una certa accondiscendenza del mondo sindacale ed anche imprenditoriale. Forse perché si vedeva nell'apparato pubblico il più grande e



vero ammortizzatore sociale del Paese. Da un po' di tempo l'argomento è però divenuto prioritario.

Su questo tema dobbiamo spenderci senza alcun risparmio, esso è di fondamentale importanza rispetto alla vita del Paese, perché è alla base di molti dei nostri problemi. Pensioni, Sanità, Mezzogiorno, Sicurezza e Legalità, Istruzione, Infrastrutture, rilancio dello Sviluppo: tutto richiede maggiori risorse, ma se non si fa prima ordine "in casa" da dove verranno le risorse?

Si parla di "tesoretto" - si badi bene frutto del lavoro delle imprese private (cioè di imprenditori, lavoratrici e lavoratori) - e si parla di ripresina.

Devo dirlo con orgoglio, perché Confindustria rappresenta questa realtà, le imprese in questi anni di "purgatorio" si sono sapute ristrutturare, spesso con grandi sacrifici. Hanno saputo rivedere la propria mission, i propri prodotti, la propria organizzazione, i propri mercati. Hanno fatto ripartire il sistema. E lo Stato? Quello Stato che brucia l'altro cinquanta per cento della ricchezza del Paese cosa ha fatto nel frattempo? Non mi sembra molto!

È giunto il momento di porre mano ad una grande e significativa riforma della organizzazione del Paese. Abbiamo troppi e spesso sovrapposti livelli istituzionali ed amministrativi: Parlamento Europeo, Parlamento Nazionale, Commissioni di ogni genere e grado, Regioni, Province, Comuni, Circoscrizioni, Enti, Authority, Comunità, Soprintendenze, etc, etc, etc, l'elenco sarebbe senza fine. Ripeto, non è solo il costo a preoccupare, ma l'assoluta inefficienza del sistema che non regge più. La filiera va accorciata, altrimenti addio per sempre investimenti.

In merito agli sprechi purtroppo in Campania abbiamo il primato di una sintesi che ci pone alla ribalta nazionale: rifiuti e sanità. Ci troviamo di fronte alla massima espressione sul come bruciare una enormità di risorse pubbliche a risultato zero (mi riferisco in particolare ai rifiuti e alla sanità), con la tassazione regionale più alta d'Italia. Il tutto con un livello di sicurezza e legalità tra i più bassi ed un degrado ambientale, particolarmente nelle zone periferiche, assolutamente inimmaginabile per un Paese civile.

E poi ci meravigliamo che non si riescano ad attrarre maggiori investimenti?

Credo che il nocciolo della questione stia proprio in questo: le imprese facciano le imprese e lo sanno fare; ma lo Stato, a livello centrale e locale, *faccia lo Stato*, garantendo le condizioni, o meglio le pre-condizioni, per lo sviluppo.

In un contesto da economia matura come quello dell'Unione Europea non esistono altre leve di competitività, non il costo del lavoro, non i costi energetici, non quelli ambientali. È l'efficienza del sistema che fa la differenza. Le

aziende semplicemente chiedono che a parità di costo ci sia anche parità di efficienza, altrimenti la competizione in Europa sarà persa.

La “Business Community Salernitana”

Questa definizione racchiude un obiettivo certamente ambizioso: elaborare come Confindustria Salerno un piano strategico per la realizzazione tra gli associati e con gli associati di una “Comunità del business”, che, innanzitutto, conosca meglio se stessa. Sarebbe importante che ciascuno sapesse con esattezza chi è e cosa fa ogni Collega associato, perché, nell'ambito delle proprie autonome scelte, che guardano al binomio qualità-competitività, non mi sembrerebbe di poco conto creare una forte filiera fornitore/cliente, nell'ambito della nostra “comunità territoriale”, che possa contribuire alla crescita endogena della economia locale. Così come ritengo di grande valenza condividere visione, temi, principi ed obiettivi di carattere generale e particolare per sviluppare la coesione e caratterizzare le realtà positive di questa “Business Community”, che immagino dinamica, protesa alla crescita, pronta a cogliere ogni opportunità di sviluppo, che abbia dimestichezza con i mercati internazionali, che faccia della innovazione, della conoscenza e della capacità commerciale i fattori di ulteriore spinta rispetto ai canoni di eccellenza della qualità e della competitività che sono oggi pre-requisiti ovvi per essere sul mercato, ma che da soli non bastano più.

Per conseguire questi obiettivi a mio avviso si dovrà lavorare su alcuni temi, la cui sintesi potrebbe anche suonare banale: saranno i contenuti operativi a determinarne l'efficacia. Innanzitutto immagino una “Associazione con la valigetta”. Una Associazione, cioè, che esca fuori dal *palazzo*; che sia strutturata per visitare tutta la base associativa, ed anche quella della platea delle aziende non associate, per comprendere meglio, faccia a faccia, la realtà e le prospettive delle nostre imprese. Comprendere per affiancare nel modo più efficace le aziende nel proprio cammino.

Intendo, poi, proporre la realizzazione di un *Annuario degli Associati*, sia stampato che telematico, con una scheda illustrativa delle attività svolte da ogni singolo imprenditore, per settore merceologico di appartenenza. Uno strumento di promozione del sistema che ci consenta di sviluppare relazioni “business to business territoriale”.

Ed infine (ma non per ultimo) lo strumento più antico di tutti: incontrarsi per parlare, per ascoltarsi, per ragionare assieme, per illustrare, utilizzando - forse un po' diversamente - gli strumenti che già abbiamo.

Le riunioni di Giunta finiranno probabilmente con il durare di più, ma a mio



avviso esse devono essere veri momenti di dialogo e confronto, nel corso dei quali non si dovrà soltanto deliberare su questo o quell'argomento, ma ciascuno sarà invitato a condividere con i Colleghi difficoltà, aspettative, proposte relative alla propria azienda, al proprio comparto, alla propria area provinciale.

Con queste stesse finalità, ma con una focalizzazione ancora maggiore, desidero promuovere a cadenza regolare una *Consulta "informale"* dei Presidenti dei Gruppi, perché credo che i Gruppi possano rappresentare un forte collante di conoscenza e relazione tra Associazione, Associati, Territorio. Alla fine dei conti l'Associazione avrà valore solo se saprà essere la somma del valore delle idee di ciascun associato, idee da recepire tutte con uguale forte attenzione e considerazione, a prescindere dalla dimensione aziendale, dall'area territoriale, dal settore di appartenenza. Perché Confindustria Salerno è e sarà sempre l'Associazione degli Associati, mai l'Associazione del Presidente.

Le priorità

L'elenco delle emergenze da affrontare a livello provinciale e regionale, sulle quali occorrerà ancora vigilare e misurarsi è tristemente noto, ma si tratta di prerequisiti fondamentali senza i quali investimenti e sviluppo certamente non guarderanno alla nostra terra con favore:

- **Legalità, sicurezza territoriale e sicurezza sul lavoro**
- **Snellimento delle macchina burocratica con tempi tassativi e certi per il completamento degli iter amministrativi**
- **Riqualificazione e rilancio dei sistemi infrastrutturali (ferro, gomma, mare, aria, viabilità)**
- **Energia**
- **Ciclo integrato dei rifiuti**
- **Sanità**
- **Valorizzazione, qualificazione e riqualificazione del capitale umano e dell'ambiente**
- **Lotta al sommerso**
- **Internazionalizzazione**
- **Accesso al credito**

Questo panorama è, purtroppo, un'eredità con la quale siamo destinati a convivere ancora per un lungo periodo. La diagnosi dei mali del Mezzogiorno è ben chiara da diversi anni; le terapie però non appaiono sempre messe a fuoco: è appena il caso di ribadire che continueremo a batterci - nel solco della

Presidenza uscente - per costruire un territorio "Meridionale" a misura delle imprese, ma - prima ancora - a misura dei cittadini che intendono sentirsi a pieno titolo "cittadini europei".

Se questo è il quadro di riferimento, nei prossimi anni Confindustria Salerno - a mio giudizio - dovrà rinsaldare il ruolo di agente di sviluppo del territorio, rafforzando l'identità di "presidio operativo" della rappresentanza imprenditoriale con uno spirito non miope e corporativo, ma con la consapevolezza di essere parte attiva dei processi di governance del territorio. Oggi non si può governare la crescita socio-economica senza la condivisione degli obiettivi. Non a caso dico condivisione e non concertazione. Perché la condivisione degli obiettivi è l'unico insegnamento che resta valido della stagione della concertazione a tutti i costi, concertazione che troppo spesso è divenuta sinonimo di consociativismo.

La rappresentanza imprenditoriale può essere coerentemente esercitata giorno dopo giorno: se le imprese sono "etiche", hanno più forza nel pretendere il riconoscimento del proprio ruolo e dei propri diritti.

È francamente intollerabile continuare a subire il pregiudizio latente che focalizza nelle imprese - e negli imprenditori - interessi distorti e poteri forti. Si ha la sensazione di "essere sopportati" a fronte, invece, del rischio e della fatica quotidiana che produce reddito, benessere, occupazione.

Confindustria Salerno ha tutte le carte in regola per tutelare i propri Associati in piena trasparenza e legittimità: il valore sociale dell'impresa non è uno slogan ad effetto, ma una semplice constatazione.

Le proposte programmatiche

La griglia delle proposte che discende da questo ragionamento è volutamente scarna, perché si è consapevoli della complessità dei problemi che si intendono affrontare e perché essi andranno man mano integrati con le indicazioni che verranno dagli associati.

Rafforzamento dei rapporti con le Istituzioni: nel solco di una mission e di una tradizione propria di Confindustria Salerno, assumendo posizioni autorevoli ed autonome, l'azione associativa dovrà essere rigorosa, in un confronto organico e costruttivo sui temi che costituiscono i "fondamentali" per lo sviluppo economico e sociale della nostra terra, con un'attenzione particolare su: legalità e sicurezza; snellimento di procedure burocratiche e tempi certi per gli iter amministrativi; rifiuti (la più evidente delle emergenze); sanità; energia.



Intensificazione del rapporto con il mondo della conoscenza: dalla ricerca e dal trasferimento di innovazione tecnologica alle imprese all'ampliamento degli strumenti di analisi e di monitoraggio delle dinamiche economiche e produttive del territorio (Ufficio Studi sempre più ampio ed articolato); fino all'immaginazione di percorsi di qualificazione e di riqualificazione per gli imprenditori (workshop monotematici riservati agli associati, per approfondire i temi delle nuove sfide: marketing internazionale, e-education, finanza, risorse umane, etc, etc). Nell'ambito del proficuo rapporto con l'Università di Salerno dando un maggiore impulso ai "Comitati di Indirizzo" delle singole facoltà, per elaborare percorsi di studio che rispondano più adeguatamente alla domanda espressa dalle imprese.

Adeguamento della rete infrastrutturale: è un tema che, almeno nei dibattiti, trova tutti d'accordo. Porto, aeroporto, interporto, messa in rete dei sistemi e delle viabilità, sono scelte assolutamente centrali per lo sviluppo della nostra provincia, rispetto alle quali il dibattito è acceso. Come ho già detto sono la pre-condizione per la corretta gestione della straordinaria mobilità globale di merci e persone. Non sempre però i fatti appaiono coerenti con le dichiarazioni. Il dibattito sul porto corre il rischio di far dimenticare che lo scalo è, per le nostre merci, una indispensabile finestra sul mondo. Occorre quindi - con estrema urgenza - provvedere alla riqualificazione dello scalo mercantile odierno (pescaggi, imboccatura, banchine, viabilità esterna, raccordo ferroviario, servizi istituzionali di dogana e frontiera), senza per questo tralasciare la pianificazione di un grande nuovo scalo da realizzare sul versante meridionale del golfo, facendo però attenzione alle illusioni: i tempi per queste nuove opere sono sempre lunghissimi. L'aeroporto rimane una assoluta priorità, sulla quale è stato già fatto molto lavoro, ma molto ne rimane da fare, particolarmente per ciò che riguarda il collegamento tra struttura e grande viabilità, affinché i tempi per raggiungere l'aeroporto non siano poi addirittura più lunghi della durata del volo. L'interporto ha finalmente posto la prima pietra. È ora necessario procedere speditamente con l'attuazione dei lotti successivi fino al complessivo completamento della intera opera infrastrutturale. Ma innanzitutto è da porre in campo una strategia di interventi che migliori in modo significativo, qualitativo e quantitativo, il sistema di viabilità della intera provincia, collegando a rete - senza colli di bottiglia - le varie piattaforme logistiche (mare, aria, terra) con gli assi di penetrazione provinciali e nazionali, per consentire una fluida mobilità interna, nell'ambito della provincia ed esterna, tra aree provinciali ed il resto del territorio nazionale.

Internazionalizzazione: il mercato europeo è ormai mercato domestico; il resto del mondo è dietro l'angolo; sia che si tratti di acquistare materie prime, che di vendere i propri prodotti o di realizzare nuovi insediamenti produttivi. Le imprese devono saper dialogare con un mondo che è allo stesso tempo molto più ampio per opportunità e molto più piccolo per distanze geografiche. L'internazionalizzazione non è quindi una opzione, ma una realtà centrale per le aziende della nostra area territoriale, che ha già una forte tradizione in tal senso. Mentre ciò è vero per le aziende più strutturate, dovranno essere favorite a 360 gradi azioni a sostegno delle imprese di minori dimensioni, affinché la crescita possa trarre impulso da una maggiore affermazione sui mercati esteri.

Implementazione del sostegno al credito per le piccole e medie imprese, attraverso l'accompagnamento operativo nelle relazioni con il circuito bancario, prevedendo attività di "tutoraggio" aziendale (strutturazione delle politiche di bilancio e progettazione finanziaria in primo luogo). In questo contesto anche il ruolo del Confidi, in quanto braccio operativo di settore per Confindustria Salerno, andrà ottimizzato, valutandone la missione alla luce di un più ampio e complessivo range di domanda espresso dalle imprese associate. Contestualmente andrà approfondita la possibilità di accordi con un fondo che guardi con favore ad investimenti nell'area salernitana.

Sicurezza sul Lavoro: è un tema sul quale Confindustria, enfatizzando la vocazione all'eticità dei comportamenti dei propri associati, intende promuovere, con gli Enti territoriali e le organizzazioni sindacali - assumendone la regia - una struttura consortile che rilanci la sicurezza sul lavoro quale valore fondante delle aziende associate, attraverso veri e propri percorsi culturali, formativi, motivazionali, che intervengano a monte e non a valle del percorso sulla sicurezza e che vedano nelle aziende non solo i destinatari di "sanzioni". Perché il bene sicurezza si consegue solo con la partecipazione, la consapevolezza, la responsabilità di tutti: aziende, lavoratori, istituzioni.

Consulta dei Presidenti dei Gruppi Associativi al fine di irrobustire il dialogo ed il confronto interno, premessa per accrescere in Confindustria Salerno quel patrimonio di conoscenze del mondo degli associati, della loro visione, aspirazioni, difficoltà, programmi, ostacoli, al fine di adeguare nel concreto l'azione e l'offerta associativa alla domanda "bottom-up".

Task Force Sviluppo: il destino di ogni impresa è crescere. Non c'è alternativa, nessuna azienda può restare così come è a lungo, perché l'azienda che non



crece è destinata a decrescere e poi ad implodere. Ciò vale sia per ciascuna azienda vista in modo individuale sia per il territorio visto in modo complessivo. Promuoveremo l'istituzione di una "Task Force Sviluppo", che andrà oltre l'approccio da "marketing territoriale", per individuare con la collaborazione degli associati e con il supporto di professionalità esterne di altissimo profilo, ogni strategia ed iniziativa tesa ad individuare e promuovere linee di sviluppo dell'economia della nostra provincia. Nella consapevolezza che far crescere le imprese significa far crescere l'occupazione: è questo un impegno morale che rispetto alle giovani generazioni della nostra terra, assieme alle Istituzioni, dobbiamo assumerci. A tale fine andrà riaffermata la regia centrale di Confindustria rispetto alle iniziative di interesse per il mondo imprenditoriale che verranno intraprese con la collaborazione di Enti o strutture esterne.

Business globale. Nell'ambito delle strategie volte alla realizzazione di una vera e propria *business community* l'Associazione promuoverà, attraverso la propria struttura, Consorzi di Imprese - settoriali o intersettoriali - finalizzati alle aggregazioni di attività che, non essendo centrali rispetto al mantenimento della propria identità e del proprio *brand* aziendale, possano consentire l'aggregazione di maggiore massa critica, sul fronte degli acquisti (costi), dei processi (logistica), della ricerca, della commercializzazione. Ciò anche in prospettiva di una maggiore internazionalizzazione delle nostre imprese. Non soltanto promozione, ma anche progettazione ed accompagnamento concreto allo start up di nuove iniziative sui mercati stranieri ritenuti interessanti (consulenza giuridica, economica, finanziaria, diplomatica eccetera).

Relazioni con le Organizzazioni Sindacali. Istituzione di una Consulta Permanente che si riunisce almeno due volte all'anno con l'obiettivo di stimolare un confronto sereno e costruttivo a trecentosessanta gradi.

La Consulta sarà insediata ai massimi livelli e potrà produrre documenti condivisi di indirizzo e di riferimento.

Per una conclusione

Sono convinto che tutto comincia da noi, da ciascuno di noi. Dal nostro modo di essere coerenti prima di tutto con noi stessi. Se crediamo in certi valori, è necessario lottare per la loro affermazione anche e soprattutto attraverso i gesti quotidiani. Qualcuno ha parlato di "etica minimale", di "morale delle piccole cose": ma è proprio dai comportamenti apparentemente non influenti che nasce la costruzione di una società più giusta e meno orientata al consumi-

simo fine a stesso, ai falsi miti del benessere e del successo a tutti i costi. Sto parlando, quindi, di una società influenzata dalla logica del *cittadino-consumatore*, inteso principalmente come terminale finale di un processo di produzione di terzi, qualunque esso sia, rispetto invece al *cittadino-produttore*, di beni materiali ed immateriali, di idee, di iniziative, di cultura, persona ed entità titolare di diritti inalienabili.

I principi dell'etica non possono essere imposti per legge, non per decreto. È una particolare responsabilità degli opinion makers, di chi come noi tutti, condividendone la suprema valenza, ne fanno la propria missione.

Dipende, dunque, da noi. Dalla nostra coerenza.

Al centro di tutto si colloca la persona umana. Un valore imprescindibile dal quale non è mai possibile derogare. Solo tenendo presente questo principio inalienabile riusciremo, insieme, a costruire un percorso - più o meno valido, non dipenderà solo da me e da Voi - che conduce al progetto di impresa etica capace di contribuire, all'affermazione di una nuova etica civile.

Io ci credo. E sono fortemente convinto che insieme riusciremo a mettere in campo proposte forti, autorevoli, efficaci, operativamente adeguate alla domanda di partecipazione, confronto, condivisione, sostegno che il nostro sistema di imprese lascia emergere.

Io ci credo, perché sono certo di potere contare su tutti Voi, su tutti noi.

E sono certo che tutto ciò sarà possibile perchè riusciremo a centrare l'azione di Confindustria Salerno sulla affermazione di quello spirito di squadra che è alla base del mio personale pensiero associativo, dove tutto è importante perché ciascuno è importante.

È una sfida che vale la pena di vivere con convinzione. Sono certo che - al di là degli esiti - con questo spirito e con questa carica di tensione ideale ed emotiva, possiamo provare insieme a migliorare le cose.

Salerno, 14 giugno 2007

Agostino Gallozzi



Agostino Gallozzi è nato a Salerno il 3 settembre 1955.

È presidente di Gallozzi Group S.p.A., cui fanno capo numerose società che operano nell'intero comparto della logistica marittima e portuale, con uffici in Italia, Inghilterra, Malta, Tunisia, USA e, dal prossimo settembre, in Cina. È stato nominato Cavaliere del Lavoro nel 2004.

Dopo gli studi in economia presso il British Council Institute e un periodo di tirocinio in Inghilterra, a 21 anni è entrato nell'azienda di famiglia fondata nel 1952 dal padre Giuseppe. Dal 1981 a oggi nei ruoli di presidente e amministratore delegato ha ricoperto la responsabilità di gestione delle società del gruppo, promuovendone, insieme con i fratelli Vincenzo ed Enrico, una costante espansione. Nel 1981 ha costituito la società Con-Ter S.r.l. con l'obiettivo di sviluppare il trasporto marittimo combinato attraverso la creazione e la gestione di centri intermodali portuali. Nel 1983 condivide con il padre Giuseppe la nascita della Gallozzi Shipping Ltd per l'esercizio dell'attività di Agenzia Marittima e Spedizioni. Nel 1986 fonda l'azienda metalmeccanica Salerno Container (M&R) Services S.p.A. per la manutenzione dei contenitori e nel 1990 la Salerno Container Terminal S.p.A. con le quali ha sviluppato nel porto di Salerno un terminal contenitori tecnologicamente avanzato, oggi tra i maggiori "regional terminal" d'Italia. Nel 1991 vara la Marittima Trasporti S.p.A., specializzata nel trasporto su strada "da e per" ogni località d'Italia. Nel 1994 costituisce la compagnia di navigazione Med-Feeder Italia S.p.A. e a Malta la Med-Feeder Company Ltd, per l'articolazione di collegamenti marittimi di corto raggio tra porti del Mediterraneo. Continuando il processo di espansione nel 1999 acquisisce Cargo Services Salerno S.p.A.. Nel 2001 fonda la Salerno Terminal Traghetti S.r.l. per servizi di supporto al comparto delle Autostrade del Mare. Nel 2002 lancia a Londra la Gallozzi Shipping U.K. Ltd e nel 2004 la Costamar Agenzia Marittima S.r.l. e la J.M.A. Joint Mediterranean Agency S.r.l., entrambe con sede a Napoli.

Gallozzi Group S.p.A. è presente anche nel business dei porti turistici con le società per azioni Marina d'Arechi, Marina di Lipari e Marina di Tropea.

Qualificata la presenza nel settore informatico dal 1994 con la Sea-Cont S.r.l. e la Esoware S.r.l. per lo sviluppo e l'elaborazione di software ed applicativi dedicati ai sistemi terminalistici ed alla logistica portuale. Dopo Vado, Palermo, Catania, è stato concluso un accordo operativo per fornire al terminal contenitori del porto di Civitavecchia il sistema di informatizzazione.

Alla fine del 2006 il Gruppo Gallozzi acquisisce un'importante partecipazione azionaria in T.I.N. (Terminal Intermodale Nola) SpA ed Agostino Gallozzi ne è nominato amministratore delegato, realizzando una strategica joint venture con Interporto di Nola SpA.

