



Relazione Prof. Ercole Montanari
Presidente Camera di commercio di Mantova

L'evoluzione della crescita macroeconomica internazionale è attualmente condizionata dal marcato rallentamento in atto. Le previsioni di crescita Usa, negative nel primo semestre del 2008, spostano definitivamente l'attenzione dalla probabilità di recessione negli Usa all'intensità della stessa e ai modi e tempi di uscita. Una recessione destinata certamente a non risolversi in breve tempo.

Anche il vecchio continente rallenterà la sua crescita nel 2008 e 2009 rispettivamente, per ritornare a crescere negli anni successivi. La fluttuazione ciclica sarà minore di quella americana: non una recessione ma un rallentamento, contenuto dalla crescita dell'occupazione e dal buon andamento delle esportazioni tedesche.

La stima del profilo di crescita dell'Italia, pur non difforme da quello europeo, risentirà maggiormente, come nel passato del resto, dell'attuale fase ciclica. Il rallentamento del biennio 2008-09 dovrebbe essere guidato soprattutto dalla minore dinamica dei consumi.

Anche a livello provinciale, dopo un biennio di sostanziale crescita, iniziano a delinearsi i primi segnali dell'atteso rallentamento.

I dati congiunturali dell'industria mantovana nel primo trimestre 2008, mostrano una crescita produttiva quasi nulla. Questo risultato evidenzia pertanto che la produzione industriale mantovana, in linea con quanto sta avvenendo a livello regionale, ha raggiunto un punto di stallo e che, salvo inversione di tendenza, potrebbe virare verso il basso nel prossimo futuro. Anche altri indicatori economici confermano la fase di rallentamento in atto: le vendite sono diminuite dello 0,6%; i nuovi ordini interni hanno subito un calo del 4,3%, mentre quelli esteri sono rimasti sostanzialmente stabili.

Il clima produttivo risente inoltre dei forti aumenti dei prezzi delle materie prime, la cui crescita è risultata più incisiva rispetto a quella fatta registrare dai prezzi dei prodotti finiti.

Anche le attese espresse dagli imprenditori mantovani per il trimestre in corso indicano che la percezione del rallentamento sta aumentando, con preoccupazioni rivolte principalmente al mercato interno piuttosto che a quello estero.

Ed è proprio sul versante dell'internazionalizzazione che si conferma il processo di apertura alle opportunità dell'export commerciale mantovano offerte dalla globalizzazione dei mercati. Tra il 2003 e il 2007, infatti, nella nostra provincia si è registrato un incremento delle esportazioni decisamente superiore a quanto mediamente rilevato a livello nazionale e regionale.

Oggi l'internazionalizzazione non è solo un modo per differenziare il portafoglio clienti in mercati esterni, ma è una scelta obbligata per il rilancio della competitività aziendale in senso lato. Di qui, la necessità che i percorsi di approccio ai mercati esteri siano

accompagnati da servizi opportunamente tarati su esigenze sempre nuove e diverse per le imprese mantovane. Questa consapevolezza ha portato la Camera a divenire un ente funzionale fondamentale per il supporto all'internazionalizzazione delle imprese, attraverso la creazione di una forte partnership tra ente camerale e soggetti del mercato.

Il recente Accordo quadro firmato con il governo dalla Regione Lombardia in cui si ridefinisce la rete territoriale regionale per la promozione delle imprese lombarde sui mercati esteri, definisce un network estremamente capillare di forte originalità in cui le diverse anime che connotano le due reti – pubblica e di mercato; italiana ed estera – si raccordano in un punto strategico: favorire lo sviluppo economico delle imprese mantovane in un contesto globale di relazioni di business.

Auspicio che gli sforzi di cooperazione su questo tema continuino e che le partecipazioni dei soggetti coinvolti siano ancora più convinte. È necessario, ad esempio, un maggior appoggio al perseguimento di una politica di sostegno alla “qualità di filiera” (legno, meccanica, tessile e chimica) che investa non solo le aziende, ma tutti i soggetti che vi partecipano. La persistenza di un sistema frammentato deve essere evitata, poiché rappresenta un vincolo alla conquista di quote di mercato in Paesi stranieri.

La Camera di Commercio di Mantova, in collaborazione con altri partner, ha realizzato e continua ad averne in calendario, una serie di missioni all'estero che prevedono, da un lato, il coinvolgimento delle aziende mantovane dei vari settori, dall'altro, il fatto di stringere rapporti con istituzioni internazionali, come i Consolati, le Ambasciate, le Camere di Commercio Estere e le amministrazioni dei Paesi nei quali si svolgono le missioni economiche.

Un tema che vorrei fosse preso in seria considerazione riguarda il sostegno agli investimenti e ai progetti che agevolino il passaggio verso produzioni ad alto valore aggiunto, le uniche in grado di consentire vantaggi competitivi di medio-lungo termine. Come abbiamo dimostrato in un recente lavoro di ricerca, un terzo dei beni esportati sono a basso contenuto di tecnologia. Su questo tema abbiamo continuato a lavorare con una proposta concreta, definita con il Politecnico di Milano e con un gruppo d'impres mantovane, presentata all'interno dell'”ADP-innovazione”, che vede nella attivazione di servizi di supporto all'innovazione guidata dal design, il perno da cui partire per elevare il valore aggiunto incorporato nei prodotti esportati. La Camera di Commercio di Mantova, inoltre, di recente ha acquistato un nuovo immobile che ospiterà uno showroom destinato all'esposizione delle eccellenze mantovane da valorizzare e promuovere anche presso i buyer stranieri.

Riguardo all'Università di Mantova, mi preme rilevare la necessità di un suo più attivo ruolo che si dovrebbe sostanziare in un maggior sostegno e stimolo dei processi innovativi delle nostre imprese. Questo deve passare necessariamente attraverso almeno tre iniziative strategiche: la prima, che vede nella creazione sistematica di partenariati tra le facoltà presenti a Mantova ed Università straniere, con lo scopo di attivare possibili progetti di ricerca, di formazione e scambi internazionali che possono beneficiare di finanziamenti europei e/o del Ministero degli affari esteri; la seconda, che prevede l'istituzione di un fondo per l'attivazione di contratti per docenti internazionali, che trascorrono a Mantova

almeno un semestre, per docenza e ricerca; la terza, infine, che tenti di attrarre a Mantova, attraverso campagne comunicative e informative mirate, più studenti stranieri.

Si tratta di tre proposte minimali, ma fondamentali, per la maturazione del nascente Ateneo che ho già avuto modo di evidenziare nella sede opportuna, ma che fino ad oggi sono rimaste lettera morta. Ritengo inoltre fondamentale una svolta radicale nella gestione e programmazione strategica della Fondazione Università di Mantova, in modo da renderla più attenta a cogliere e a rispondere con rapidità alle richieste del mondo delle imprese. Mi preme sottolineare come, in questa epoca di accelerazione, nessuno può garantire ad altri il loro futuro. L'autoresponsabilizzazione è la trave portante di ogni processo educativo. Viviamo e vivremo in una società sempre più competitiva. Se i giovani non vengono educati alla competizione fin dai primi anni, si troveranno impreparati ad affrontare la vita, con gravi conseguenze individuali e sociali.

La valorizzazione delle eccellenze del sistema economico mantovano è da sempre il faro che orienta l'attività camerale. A questo riguardo, i distretti per Mantova hanno da sempre rappresentato un fondamentale motore per lo sviluppo locale competitivo; si tratta di una competenza che si è rilevata quasi sempre autonoma, rispetto a quella della classe politica, di fornire risposte di sostegno alla loro capacità produttiva. Ne è dimostrazione la storia evolutiva del distretto della Calza di Castel Goffredo. Dagli anni '90 a oggi le aziende del settore hanno dovuto subire un pesante e costante calo della loro produzione. Oggi si producono e vendono circa la metà delle calze che si vendevano 10-15 anni fa, tuttavia, la migliore qualità dei filati ha garantito un fatturato continuamente in crescita, perché il prezzo medio del collant in questi anni è continuamente salito. Ritengo emblematica l'evoluzione di questo distretto.

Oggi i nostri distretti devono puntare su tre fattori principali per migliorare i loro livelli competitivi: una maggiore attenzione al design e alla comunicazione; un budget in aumento per la ricerca e lo sviluppo di prodotti; investimenti sostanziali nelle tecnologie dell'informazione. L'esperienza ci suggerisce che le imprese di successo sono quelle che hanno saputo amministrare un percorso di modernizzazione in tutte queste aree.

Noto con preoccupazione che le istituzioni preposte per attivare programmi strategici per i nostri sistemi di specializzazione produttiva (distretti e metadistretti) hanno troppo spesso lasciato gli imprenditori soli a gestire il cambiamento. Credo che sia auspicabile definire un piano strategico di medio termine che, facendo leva sui tre fattori appena citati, trovi forme di sostegno convinto da parte delle istituzioni. Lasciare da soli gli imprenditori è pura miopia istituzionale. Dobbiamo creare, con gli imprenditori e gli altri interlocutori sociali, un processo che potremmo definire di "maggiore relazionalità" tra i protagonisti del mercato, meno governabile con semplici relazioni contrattuali e maggiormente fondato su condizioni di contesto che facilitano la cooperazione fra soggetti individuali e collettivi: dalle infrastrutture, alle relazioni banche-imprese, a quelle formali ed informali tra imprese, alla valorizzazione delle filiere produttive, alla concertazione tra le parti sociali, al dialogo tra Istituzioni locali, ecc..

L'obiettivo prioritario di tale processo è l'implementazione e la formazione di "reti di impresa in una rete di territori" con il perseguimento di una "via alta" alla competitività con la valorizzazione, in particolare, delle fasi di progettazione e di organizzazione

complessiva dei processi, rispetto a quelle di mera produzione, che possono, invece, essere più facilmente delocalizzate. Il recente Accordo di Programma Unioncamere Lombardia e Regione Lombardia opera con lungimiranza proprio per sostenere questa idea: nel 2007 per l'ADP l'Ente Camerale mantovano ha stanziato un milione di euro, raddoppiati con il contributo regionale; un contributo che anche per il 2008 si manterrà inalterato.

Merita rilevare, inoltre, il recente riconoscimento, a livello statutario, da parte di Regione Lombardia - prima in Italia - del ruolo fondamentale rivestito dalle Camere di commercio per lo sviluppo locale. Per questo rivolgo un particolare ringraziamento alla Giunta regionale di Roberto Formigoni.

Ritengo che l'accrescimento della capacità competitiva dell'economia mantovana passa anche attraverso il rafforzamento della dotazione infrastrutturale. Com'è noto a tutti, Mantova presenta, rispetto alla media nazionale, una limitata dotazione di infrastrutture, un fattore che può ostacolare la crescita economica del territorio. Occorre dare maggiore certezza ai lavori di potenziamento della rete viaria di alcune aree del territorio provinciale, poiché essi incidono con effetti positivi sull'economia. Dai progetti della città capoluogo per la creazione di parcheggi (piazzale Mondatori come pure Porta Mulina e l'Anconetta) ai collegamenti strategici di alcuni importanti distretti produttivi, come quello Viadanese-Casalasco (es. Gronda nord, ferrovia), fino agli annunciati progetti di collegamento autostradali (Mantova-Cremona, Mantova Sud) si registrano tempi di realizzazione eccessivamente lunghi, incompatibili rispetto alle impellenti necessità del mondo produttivo.

Il decollo insediativo dell'area di Valdaro, poi, deve passare attraverso l'introduzione di sistemi di agevolazione per le imprese che desiderano insediarsi (introducendo, ad esempio, riduzioni degli oneri di urbanizzazione e dei costi delle aree). Infine, sempre in materia di trasporti e logistica, maggiori sforzi di cooperazione interistituzionali con le province e le regioni confinanti dovrebbero essere adottati; penso, ad esempio, ai collegamenti con l'area emiliana.

Fondamentale, a questo proposito, appare l'esigenza di raccordare il porto di Mantova con Brescia e Verona, utilizzando infrastrutture ferroviarie già esistenti. E' inoltre necessario una maggiore attività di coordinamento con l'aeroporto Gabriele D'Annunzio di Montichiari (BS) (struttura anche questa appetibile per una parte non trascurabile del territorio mantovano) nel sistema degli aeroporti del Garda. Auspico un sostegno da parte delle istituzioni locali più convinto e collaborativo al progetto di costruzione della metropolitana leggera con Verona e mi auguro, infine, che, la decisione di Autobrennero di insediare un'area logistica attrezzata nel tratto Verona-Modena, trovi gli enti mantovani pronti a cogliere questa opportunità insediativa per l'area di Valdaro.

Un altro fattore competitivo fondamentale per la nostra provincia è certamente lo sviluppo del comparto turistico, specie quello artistico-culturale, che può garantire un'offerta alternativa rispetto a quella che caratterizza i territori specializzati nelle produzioni di massa, quindi meno esposta alla concorrenza internazionale.

Il recente riconoscimento di tre distretti culturali a livello provinciale è una conferma delle opportunità che potrebbero derivare da uno sviluppo turistico basato sulla cultura, che

rappresenta sempre più un canale privilegiato di produzione di pensiero innovativo e, più in generale, di orientamento all'innovazione. Oggi però manca un chiaro disegno strategico sul ruolo che deve essere giocato dalla cultura: essa è ciò che determina i comportamenti individuali, vale a dire un insieme di identità, valori, conoscenze disponibili e competenze possedute a livello generale e a livello individuale.

E' fondamentale definire se la cultura si debba considerare un modello diretto al consumo, dove la promozione di attività culturali si lega alla filiera commercio al dettaglio-ospitalità-mostre, oppure se debba prevalere un orientamento alla produzione, dove ciò che è enfatizzato è il processo di accumulazione del capitale culturale e gli effetti socioeconomici derivanti dalla presenza di imprese culturali. Ritengo che entrambe le prospettive siano valide, ma mentre la prima è perseguita con convinzione e investimenti specifici, l'altra manca di visione e sostegno.

Per concludere, volevo ricordare il ruolo dell'informazione e della comunicazione. Il livello morale e professionale di un territorio è sempre meno dissociabile dal livello morale e professionale dei suoi mass-media più significativi. La situazione dei mass-media presenta, sia pure con le debite eccezioni, alcune peculiarità. La comunicazione è spesso focalizzata sui soli diritti anziché sui doveri, su scandali, cronaca nera ed aspetti negativi, anziché su esigenze e risultati positivi, sulle affermazioni fatte, anziché sui fatti realizzati e sui risultati conseguiti o non conseguiti, sulla fortuna anziché sul merito. I mass-media si differenziano spesso nel modo di comunicare i fatti, gli stessi fatti, alimentando la profonda divisione di cui il Paese soffre. La comunicazione, per essere veramente tale, deve rispondere a criteri rigorosi: distinguere i fatti dai giudizi o dalle opinioni; rappresentare ciò che chi comunica ritiene essere, con riferimento al tema ed alla sua competenza ed esperienza, la profonda verità. Solo così la comunicazione può essere un valido supporto alla crescita, perché no, anche economica.

In un'epoca in cui, in nessun settore di attività, una generazione di conoscenze e competenze dura più di cinque anni - e questa durata tende progressivamente a ridursi - nessuno può garantire ad altri il loro futuro: ognuno è più che mai l'arbitro del proprio destino, alla guida della propria vita, leader di se stesso.

Le grandi trasformazioni intervenute e quelle in corso a tutti i livelli, significano discontinuità: la probabilità che il futuro sia la replica del passato è nulla. Si sta realizzando progressivamente un nuovo mondo.