


**GIORNATA
DELL'ECONOMIA**
9 MAGGIO 2005 



**RELAZIONE DEL PRESIDENTE
DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI MANTOVA**

Prof. ERCOLE MONTANARI



- Signore, Signori, Autorità, rappresentanti delle associazioni di categoria, collaboratori, a nome della Giunta, del Consiglio Camerale e mio personale porgo a tutti Voi il mio fervido saluto e Vi ringrazio di essere qui oggi, in occasione della terza edizione della Giornata dell'Economia: un evento ideato a livello nazionale dall'Unione Italiana delle Camere di Commercio. Due sono le caratteristiche di questa iniziativa: tutte le Camere di Commercio diffondono simultaneamente i dati sull'andamento dei singoli territori; ciascun Rapporto presenta una lettura integrata e approfondita a livello locale, dei fenomeni che riguardano i sistemi di impresa.
- Tutto questo è possibile perché le Camere di Commercio sono **Osservatori privilegiati dell'economia locale**; dispongono di informazioni e dati esclusivi e di elevata qualità sulla demografia delle imprese, sulla loro organizzazione in reti e gruppi, sulle loro performance economiche, sui bilanci di tutte le società di capitali, sull'andamento del mercato del lavoro, sui redditi provinciali. Questo rende la Giornata dell'Economia l'occasione per un confronto e una riflessione nazionale e locale sullo sviluppo economico delle province italiane e per la predisposizione di politiche e strategie coerenti per i singoli territori.
- La capacità di conoscenza e lettura dei bisogni del tessuto produttivo è uno dei punti di forza del sistema camerale e rappresenta una delle priorità di intervento che si è data la Camera di Commercio di Mantova. Crediamo fortemente nel ruolo strategico che può assumere l'**informazione economica e statistica**: analizzare le dinamiche congiunturali per proporre e delineare scenari di intervento a favore di uno sviluppo equilibrato e integrato del sistema economico. E' quanto cercheremo di fare a Mantova nel corso dell'incontro di questa mattina: dopo avere illustrato il **Rapporto annuale sull'andamento dell'economia provinciale**, che è stato realizzato dal nostro Servizio Studi e Informazione Statistica Economica dell'Area studi e relazioni esterne, apriremo un confronto fra le varie componenti del sistema economico per ascoltare quali

siano le azioni già avviate per far fronte alle nuove sfide imposte ad un quadro economico locale, nazionale e internazionale, quali le problematiche cruciali da affrontare e quali gli interventi prioritari che potrebbero garantire un rafforzamento della capacità competitiva del sistema imprenditoriale mantovano. Parteciperanno a questo confronto (e li ringrazio vivamente per la loro presenza): Davide Salvagno, Vice Presidente Camera di Commercio in rappresentanza dell'artigianato; Stefano Speziali, Presidente API - Associazione Piccole Industrie di Mantova; Massimo Lorenzi, membro di Giunta camerale, per il settore agricoltura; Giuseppe Menzi, Consigliere camerale per il settore del credito; Alberto Righi, membro di giunta camerale per la cooperazione; Raffaella Salomoni, Presidente del Comitato Imprenditoria Femminile di Mantova; Aldo Menini, Segretario Generale CISL di Mantova. Inoltre, tra poco è previsto anche un collegamento in videoconferenza con il sistema camerale per l'intervento del presidente di Unioncamere Lombardia Franco Bettoni. Sarà, invece, il professor Giorgio Casoni, docente universitario e nostro consulente economico, ad illustrare in sintesi l'andamento economico provinciale del 2004. Prima di entrare nel vivo della giornata, consentitemi alcune brevi riflessioni.

IL RUOLO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

- Il nuovo testo dell'art.118 della Costituzione Italiana prevede espressamente che Comuni, Province, Città metropolitane, Regioni e Stato riconoscano e favoriscano l'**autonoma iniziativa degli enti di autonomia funzionale, quali sono le Camere di Commercio**, per lo svolgimento di attività di interesse generale, sulla base del principio di sussidiarietà. Nello stesso articolo si afferma inoltre che l'ordinamento generale delle autonomie funzionali potrà essere regolato solo con una legge dello Stato.
- Si tratta di **un importante riconoscimento istituzionale**, mai ottenuto dalle Camere di Commercio in precedenza, che non solo salvaguarda, ma rafforza in modo decisivo l'autonomia degli enti camerali e li tutela nel loro carattere di sistema, aprendo nel contempo prospettive di grande rilievo per quanto riguarda il rapporto con gli Enti locali, le Regioni e le Amministrazioni centrali.

- Mi soffermo su due verbi richiamati dalla norma costituzionale: “riconoscere” e “favorire”. “Riconoscere” significa che le Camere sono enti che pre-esistono allo Stato come espressione autonoma di una parte della società. Con il verbo “favorire”, poi, si introduce una nuova accezione dei rapporti con gli enti territoriali e con lo Stato, che non possono sottrarre competenze alle Camere di commercio, ma, semmai, le possono ulteriormente arricchire. Inoltre, avere stabilito che l’ordinamento generale degli enti ad autonomia funzionale rientra tra le competenze legislative dello Stato significa avere riconosciuto il valore di sistema delle Camere. Questo si traduce per le Camere in una capacità di pensare e operare in autonomia a livello locale, ma con la forza dell’unitarietà d’azione che deriva dall’essere la **“casa delle imprese”** e con la consapevolezza di essere “nodo” all’interno di un sistema più ampio di relazioni e di funzioni al servizio del Paese.
- Ci tenevo a sottolineare brevemente questi aspetti, in quanto così come ritengo fondamentale la collaborazione tra le Istituzioni per favorire lo sviluppo socioeconomico, è altrettanto importante che non si verifichino sovrapposizioni e “invasioni” di campo, come purtroppo anche nella nostra realtà continua ad accadere. Penso che in questo modo non si vada da nessuna parte: si crea solamente confusione e a rimetterci è sempre e solamente l’utenza. **La collaborazione tra le istituzioni, quindi, non può prescindere dall’osservanza delle rispettive competenze e funzioni.**

L’IMPORTANZA DELL’INNOVAZIONE E DELLA RICERCA

- In un sistema economico sempre più globalizzato come il nostro per essere competitivi occorre investire pesantemente sull’innovazione e sulla ricerca, sui processi di modernizzazione e di comunicazione. E’ una sfida impegnativa che deve coinvolgere non solo le imprese, ma anche, e soprattutto, le Istituzioni che hanno il compito di divulgare e favorire l’utilizzo delle nuove tecnologie e di promuovere e sostenere la ricerca universitaria.
- Su questo tema ci siamo impegnati in prima persona con **azioni concrete** e con una precisa volontà strategica: l’innalzamento della cultura digitale nel tessuto

economico mantovano. Concepirsi come pubblica amministrazione moderna in grado di svolgere un ruolo nella diffusione capillare della cultura digitale significa per la Camera di commercio diventare un **interlocutore qualificato del mondo delle imprese**.

- Con il supporto di Infocamere, stiamo promuovendo l'utilizzo di **LegalMail**, offrendo alle imprese mantovane gratuitamente sino al 31 dicembre 2005 una casella di posta elettronica certificata.
- Sempre nell'ottica di uno snellimento delle procedure amministrative, stiamo per attivare presso il Comune di Viadana il primo degli 8/9 **sportelli** che la Camera di Commercio aprirà in provincia di Mantova per andare sempre di più incontro alle esigenze delle imprese. In particolare, si tratta di uno sportello che effettuerà il rilascio del certificato d'origine per le attività legate al commercio con l'estero e di certificazioni, visure ed elenchi del Registro delle Imprese.
- Abbiamo, inoltre, recentemente introdotto anche nel Mantovano la **Carta nazionale dei servizi** riservata agli imprenditori (Cns).
- Il Sistema camerale lombardo sta sviluppando da tempo iniziative per la promozione dell'innovazione tecnologica. In particolare, tra le Camere lombarde è nata la necessità di conoscere e ripensare organicamente le varie esperienze in atto, nella prospettiva di affermare un proprio ruolo specifico di animazione del territorio attraverso un sistema permanente di trasferimento tecnologico basato su una rete di "**Innovation Point**". Nel 2004 è stato avviato un progetto con l'obiettivo di co-progettare la rete e definire un percorso per l'apertura di queste strutture.
- A Mantova abbiamo la fortuna di avere da alcuni anni una **Università**, una struttura che tuttavia corre dei rischi, soprattutto di carattere economico: se pensiamo di mantenere un'Università a Mantova dobbiamo investire da qui a 10 anni con un progetto preciso e con importi sempre più consistenti. Ci siamo già mossi in questa direzione per sensibilizzare su questo tema non solo gli istituti di

credito, ma anche gli imprenditori e le associazioni di categoria. L'apporto scientifico e tecnologico che l'università può offrire concretamente e fattivamente al mondo economico mantovano è determinante per il futuro della nostra provincia. Infatti, sarebbe sufficiente raccordarsi e fare **rete con le altre università** italiane e straniere e con i centri all'avanguardia nella ricerca e nella brevettazione di tecniche e tecnologie innovative per consentire alla nostra Università di diventare da subito e concretamente un punto di riferimento per le nostre imprese. Inoltre, dobbiamo fare in modo che l'Università inizi a bandire i concorsi per avere gli insegnanti in loco, con il conseguente risultato di ottenere maggiore efficienza e migliori risultati didattici. Ci siamo mossi anche sul piano della **logistica**, perché riteniamo che gli studenti extracittadini e i docenti dell'ateneo mantovano necessitino di adeguati servizi di accoglienza, dovendo spesso soggiornare a Mantova per più giorni infrasettimanali per seguire le lezioni. Occorre fare sistema con gli operatori, le istituzioni e la Fondazione universitaria per creare un servizio di soggiorno convenzionato presso le strutture ricettive. Su questo tema abbiamo elaborato e diffuso un **questionario**, di cui stiamo analizzando i risultati.

- La collaborazione avviata dalla Camera di Commercio con l'Università abbraccia molteplici ambiti operativi, fra cui, in particolare, i progetti di **marketing territoriale** dell'area morenica (con l'organizzazione di una serie di laboratori tuttora in corso e di un master in management avviato nei mesi scorsi) e dell'Oltrepo Mantovano, di cui nel mese di giugno andremo a presentare i primi risultati del lavoro di ricerca.

LA FORMAZIONE E IL CAPITALE UMANO

- Strettamente collegato all'innovazione e alla ricerca è il tema dell'importanza del capitale umano e della **formazione professionale**: le imprese ricercano tecnici e operai specializzati, ma hanno anche bisogno di risorse umane acculturate nella dimensione internazionale e informatica, preparate alla flessibilità e ai mercati mondiali. La parola chiave è, quindi, quella della cultura dell'innovazione e della formazione continua. **Dalla valorizzazione delle risorse**

umane discende non solo il successo della singola impresa, ma la competitività e la capacità di innovazione di un intero sistema produttivo.

- La Camera di Commercio di Mantova annovera, tra le proprie tematiche di prioritario interesse, la valorizzazione e l'inserimento delle risorse umane nel mondo del lavoro. Questo impegno si sostanzia in diversi livelli di intervento, condivisi con l'intero Sistema camerale regionale e nazionale. Gli interventi di tipo orientativo sono tesi a valorizzare il ruolo camerale quale interfaccia tra scuola e mondo delle imprese; ne consegue il ruolo innovativo attribuito all'alternanza scuola-lavoro come componente centrale di tutti i percorsi di istruzione e formazione della scuola secondaria superiore. Proprio su questo tema stiamo organizzando una due giorni, che si terrà nel prossimo autunno al Mamu, dedicata espressamente all'incontro tra il mondo scolastico e le imprese con **convegni, workshop e incontri mirati**.
- Il rapporto di collaborazione tra la Camera e gli istituti scolastici mantovani si sta concretizzando anche attraverso l'organizzazione di **incontri** con gli studenti per l'illustrazione delle caratteristiche della struttura economica provinciale e delle dinamiche congiunturali del sistema economico; così come attraverso la realizzazione e diffusione delle **pubblicazioni e studi** elaborati dal nostro Servizio Studi e Informazione Statistica Economica.
- Mi soffermo solo su queste osservazioni, perché gli altri che interverranno entreranno nei problemi dei singoli comparti. Sono convinto però che per testimoniare l'importanza di questa manifestazione e del tema che essa propone nel contesto generale del nostro Paese, bisogna collegare i nuovi orizzonti ed il futuro sviluppo alle opportunità del made in Italy nella globalizzazione e convincerci che questa è una verità evidente e una priorità assoluta. Promuovere le imprese italiane è il punto centrale per qualsiasi politica che si proponga di trarre il Paese fuori dalle sacche della stagnazione e di portarne la competitività al livello proprio dei paesi industrializzati più avanzati.
- Credo dunque che la politica di internazionalizzazione necessiti di una vera e propria rivalutazione culturale che le consenta di imporsi come priorità di primo

livello e come terreno di frontiera; una politica strutturata su interventi selettivi, rivolta alla qualità e all'innovazione e finalizzata al rendiconto diretto delle nostre imprese sui mercati di sbocco. Perché questo accada bisogna superare alcuni nodi che gravano sul nostro sistema economico. Sono nodi che conosciamo bene: le dimensioni limitate delle aziende; le riluttanze con cui le PMI affrontano i processi di crescita per i vincoli normativi imposti dalle imprese di maggiori dimensioni, ma anche per i riflessi sul controllo delle proprietà legati all'apertura ai capitali esterni; gli investimenti ancora insufficienti nella ricerca e nell'innovazione tecnologica. Per una vera rivoluzione culturale in questo campo sono però importantissimi i comportamenti coerenti su un piano ancora più generale. Comportamenti che vanno al di là delle strategie di impresa o degli indirizzi della politica e che chiamano in causa le responsabilità del Paese nel suo complesso. Per l'Italia, l'immagine è un punto determinante. Sappiamo infatti che la competizione globale ci vede sfavoriti nel confronto basato sui prezzi. Siamo però anche in possesso di un fattore di vantaggio assolutamente peculiare, con il quale è arduo confrontarsi anche per i competitori più agguerriti: parlo delle straordinarie risorse storiche e culturali che compongono l'identità del Paese che ne rendono immediatamente riconoscibile il volto e che lo differenziano dalle fisionomie di qualsiasi altro. Ciascuno dei prodotti italiani che viene portato sui mercati esteri ha ovviamente il proprio marchio commerciale che lo riconosce all'abilità ed alla capacità innovativa di questo o di quell'imprenditore.

- Ma anche un marchio invisibile: quello impresso dal suo collegamento con l'immagine complessiva del nostro Paese. Ovunque, nel mondo, l'Italia è simbolo di qualità, di originalità, di gusto. Ovunque, l'origine italiana rimanda ad una storia di eccellenza culturale, ad una tradizione incomparabile di spiriti liberi e innovativi. Per questo il rischio più grave che possiamo correre è quello di banalizzare o di volgarizzare l'origine italiana. Non si tratta solamente di mantenere alti gli standard produttivi o di garantire sempre e comunque qualità ed accuratezza. Si tratta soprattutto di tutelare il "bene Italia" come tale: è questo il nucleo della responsabilità collettiva cui facevo riferimento. Per questo, se dovessi ritrovare il senso un po' più forte di un'espressione tanto

ripetuta come “fare sistema”, penserei ad una precisa assunzione di responsabilità: curare e tutelare seriamente e senza cedimenti verso i tanti “cliché” negativi, l’immagine del nostro Paese come bene di tutti e di ciascuno e come motore primo della crescita, dello sviluppo e del benessere nostro e dei nostri figli.