
**LA VIA DEL TERZIARIO:
l'evoluzione in atto e le dinamiche dei consumi nel panorama
nazionale e provinciale**

**INTERVENTO DEL PRESIDENTE DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI MANTOVA
Prof. ERCOLE MONTANARI**

Gentili signori, illustri autorità, esponenti tutti del mondo economico, ci troviamo qui per il terzo incontro di Camera&economica, dal titolo "La via del terziario".

L'evoluzione del terziario nell'economia, specie, di quella mantovana è un tema ricorrente nei nostri dibattiti economici di questi ultimi anni. Così, come la trasformazione del commercio, il mutamento dei consumi negli anni difficili di avvio dell'Euro, il peso dell'inflazione percepita dal consumatore, spesso sentita in maniera gravosa rispetto a quella dichiarata, sono tematiche che stanno a cuore al nostro Ente e che sono state oggetto di numerose iniziative promozionali a favore delle imprese e a favore dei consumatori.

Ma vediamo come il comparto terziario si sia evoluto nella nostra provincia nel quadro dei mutamenti di settore complessivi; tra il 2000 e il 2006 le imprese iscritte alla Camera di Commercio di Mantova sono cresciute complessivamente del **6,4%**. Se da un lato il settore primario ha ridotto la consistenza imprenditoriale, a causa di profonde modificazioni strutturali avvenute negli ultimi decenni, gli altri settori tradizionali, composti da manifatturiero e commercio, hanno tutto sommato mantenuto stabile la loro incidenza nel sistema economico provinciale. Mentre inarrestabile è stata la crescita del settore edile e del settore degli altri servizi, che al netto del commercio, è cresciuto del **+21%**.

Quest'ultimo dato dimostra come negli ultimi anni si siano sviluppate specifiche aziende di servizio alle imprese più tradizionali, spesso come risultato di una esternalizzazione di attività prima curate all'interno delle imprese; questo è un fenomeno sicuramente legato ad una miglior organizzazione produttiva, nato sulla scorta dei grandi mutamenti intervenuti nei mercati.

Ed è quindi verso questo nuovo spazio, che cerchiamo di concentrare la nostra attenzione, per comprenderne le caratteristiche e le potenzialità. L'analisi del dettaglio evolutivo del comparto terziario ci mostra che tra il 2000 e il 2006, il più consistente incremento ha interessato il cosiddetto **"terziario avanzato"**, un mix di servizi professionali ad alta specializzazione rivolti, per lo più alle imprese, composto di attività immobiliari, noleggio di macchinari, di attività di consulenza, di informatica e di ricerca e sviluppo che rappresentano la ***new economy***. Complessivamente questi servizi hanno visto crescere il proprio numero di imprese del **42%**. Anche le attività che abitualmente riconduciamo al **"turismo"** (esercizi ricettivi, ristoranti e bar), comparto su cui da tempo concentriamo numerose iniziative promozionali, complessivamente sono cresciute del **15%**. Decisamente buono è anche l'incremento dei **servizi sociali e personali e alla famiglia**.

Lo sviluppo di queste nuove attività per certi aspetti è una risposta da parte delle imprese all'aumento della domanda di servizi. Si pensi ai servizi di *customer service* gestiti attraverso i *call center*, alle attività ricreative, culturali e socio-assistenziali dedicate agli anziani e ai bambini e ai servizi rivolti alla salute e al *wellness*. Inoltre, stanno venendo avanti nuove attività rivolte all'ambiente, uno dei settori con il maggiore

potenziale di sviluppo, spinto anche dai temi legati alla sostenibilità (relativamente a energia, effetto serra, risparmio energetico ed emissioni inquinanti) che determineranno effetti positivi per il settore dell'edilizia (si pensi alle case eco-compatibili), per il comparto agro-alimentare (chiamato ad essere sempre più attento alle tematiche ambientali) e per i relativi studi di consulenza.

Meno brillanti, ma comunque in crescita, sono risultati anche il settore dei trasporti, magazzinaggio e comunicazioni e il settore dell'intermediazione monetarie e finanziaria e assicurativa.

Anche l'analisi dei dati sugli addetti alle unità locali (di fonte Istat) mette in luce la crescita dei servizi più innovativi, che tra il 2001 e il 2004 sono cresciuti del **13%** e quella del commercio, che, nonostante, i problemi di ristrutturazione del settore, ha aumentato la propria forza lavoro del **4%**.

Analogamente, la distribuzione degli occupati in provincia di Mantova al 2006, evidenzia che ormai l'intero comparto dei servizi, compreso il commercio, attrae a sé oltre la metà della forza lavoro. Una forza lavoro composta in buona parte da capitale umano qualificato che rappresenta il fattore cruciale per lo sviluppo economico e sociale e costituisce un elemento imprescindibile di una strategia volta alla riqualificazione della struttura produttiva provinciale.

L'apporto dei servizi si manifesta inevitabilmente, con la stessa intensità, sulla produzione della ricchezza provinciale.

Nel 2005 (ultimo dato disponibile) il **57%** del valore aggiunto provinciale è stato prodotto dai servizi. Questo dato, risulta, tuttavia, contenuto se confrontato con quello regionale e con quello nazionale. Nonostante i processi di ristrutturazione del tessuto economico, infatti, nella nostra provincia si mantiene forte la presenza dell'agricoltura e dell'industria.

A mio parere, la minor “terziarizzazione” del nostro sistema economico, non deve essere considerata uno svantaggio rispetto ad altre economie avanzate, ma al contrario, essa rappresenta un indicatore di filiera efficiente tra attività tradizionali e attività di servizio “avanzato” rivolte, per lo più, alle imprese. Non è certo un caso se Mantova, si mantiene in vetta alle classifiche nazionali per PIL pro-capite. Ricordo che, nel 2005, la nostra provincia si trovava al **9°** posto, con un valore pro-capite di circa **30.000** euro; si pensi che la media era invece di circa **24.000**.

Un altro parametro che mostra la forza e la robustezza del sistema mantovano è il suo successo nei mercati internazionali. Nel 2006 abbiamo esportato merci per un valore di **4,5 miliardi di euro** e, nonostante tutte le problematiche legate all’instabilità economica mondiale, alla concorrenza dei nuovi mercati, specie quelli asiatici, e al continuo apprezzamento dell’Euro, dal 2000 al 2006, il nostro export è aumentato del **30%**. Questo risultato ci pone al **5°** posto della graduatoria nazionale per export pro-capite. Anche il saldo commerciale in questi anni si è mantenuto sempre positivo, diversamente da Italia e da Lombardia che da alcuni anni, ormai, segnano bilanci commerciali negativi.

In un contesto, come quello mantovano, in cui, come si è visto, i servizi acquistano un ruolo fondamentale per valorizzare gli altri settori tradizionali, è necessario, affermare il peso di questo comparto anche a livello istituzionale, affinché la crescita si sviluppi in un ambiente economico, ben regolamentato, per permettere una perfetta sinergia con tutte le realtà che lo compongono. L’impegno della Camera di Commercio va in questa direzione, in sintonia, anche, con il recente Accordo quadro

per lo sviluppo e la competitività del sistema economico lombardo tra Regione Lombardia e Camere di Commercio.

Prima di passare ad analizzare il cambiamento dei consumi nella nostra provincia, è d'obbligo soffermarci, con alcune riflessioni, sulla dinamica del commercio al dettaglio negli ultimi anni.

Ricordo che gli anni '90, furono contrassegnati dalla liberalizzazione del settore (con il famoso decreto Bersani del '98), e dal sopravvento della Grande distribuzione organizzata che ha modificato radicalmente l'offerta commerciale, ma anche lo sviluppo urbano del territorio (si pensi agli imponenti insediamenti dei centri commerciali che hanno ridefinito la pianificazione urbana, in particolare nelle zone dell'hinterland del capoluogo e dei comuni più grandi della nostra provincia).

Superata la tempesta della riforma commerciale, in cui si era registrato un vistoso calo di imprese, specie di quelle di piccole dimensioni e un calo di occupazione, dal 2000 al 2006, come detto, il commercio mantovano ha tutto sommato mantenuto la propria consistenza di imprese e ha accresciuto la propria forza lavoro.

Complice dell'aumento occupazionale è sicuramente il processo di modernizzazione attribuibile alla grande distribuzione organizzata che continua ad affermarsi inesorabilmente sul nostro territorio.

Sono note, tuttavia, le problematiche dovute alla concorrenza della grande distribuzione nei confronti degli esercizi tradizionali. Il pensiero va, in particolare, ai commercianti del centro storico cittadino, che persa la tranquillità economica della licenza commerciale e costretti a fronteggiare il vincolo della chiusura delle strade al traffico urbano, hanno dovuto adottare nuove strategie per assicurarsi la clientela. In soccorso ci sono state le numerose iniziative atte a promuovere i negozi del centro. Certamente vincenti quelle legate alla valorizzazione turistica (come i

numerosi festival, le mostre, ecc.), a dimostrazione che quando le varie componenti economiche riescono a collaborare in sinergia, maggiori sono i vantaggi e i benefici che ciascuna parte può trarne.

Le tendenze in atto tendono a mutare il contesto in cui ha da sempre operato il settore tradizionale del commercio richiedendo la sperimentazione ed adozione di comportamenti innovativi da parte delle imprese. Convinti che la funzione distributiva sia il fattore centrale di integrazione e di armonia tra le diverse componenti territoriali, urbane, ambientali economiche e sociali, grazie all'Accordo di Programma tra sistema camerale e Regione Lombardia, stiamo avviando con il Politecnico di Milano una sperimentazione che cerca di trovare soluzioni nuove ed efficaci per la valorizzazione del commercio urbano. Da qui prende vita il progetto "Commercio & Città della cultura" per l'integrazione della rete distributiva con le nuove funzionalità urbane a servizio della fisionomia della città come città d'arte e cultura.

E proprio la città di Mantova, con il suo patrimonio artistico-culturale, può divenire un "contenitore" in cui si sperimentano oltre alle tradizionali attività d'acquisto svolte direttamente ed internamente al negozio, nuove modalità esperienziali ed emozionali basate su nuovi concept. L'idea è di pensare Mantova come città suddivisa in diversi "palcoscenici" per ciascuno dei quali si studieranno soluzioni di interazione con i negozi commerciali in grado di massimizzare le specificità dei luoghi e le esperienze di acquisto della clientela, generando in questo modo sistemi d'offerta che utilizzano il contesto storico della città come palcoscenico e i beni come supporto per coinvolgere il cliente finale.

Accanto a queste attività progettuali, proprio in questi giorni stiamo conducendo attraverso l'Osservatorio turistico, istituito dalla Camera di Commercio in collaborazione con l'Isnart, un'attività di ricerca per misurare le ricadute economiche del turismo sugli altri servizi che indirettamente vengono coinvolti (ad esempio la somministrazione di alimenti e bevande, i trasporti pubblici e privati, il commercio al dettaglio e le altre attività culturali e ricreative).

Il legame tra commercio e consumi è talmente stretto che è difficile stabilire quale dei due dipenda dall'altro. Sono i consumi ad adeguarsi all'offerta commerciale, o sono, piuttosto i prodotti commerciali ad adattarsi ai bisogni dei consumatori? Il confronto è davvero arduo e complicato, al punto di ritenere che non esista, in realtà, un fattore prevalente, ma che siano entrambi variabili dipendenti dai mutamenti sociali dell'uomo contemporaneo.

I consumi delle famiglie mantovane raggiungono nel 2005 un ammontare complessivo di **5.455** milioni di euro.

Meno di un quinto è destinato ai generi alimentari, mentre, la maggior parte a quelli non alimentari, tra le cui voci spiccano le spese per l'abitazione, i trasporti, l'abbigliamento, i combustibili ed energia elettrica, il tempo libero e cultura. Dal 2004 al 2005, i consumi dei mantovani si sono leggermente modificati, la quota per il vitto è aumentata di oltre **1** punto percentuale. Lo stesso fenomeno è accaduto anche per Lombardia e Italia, interrompendo una serie che vedeva la continua erosione della componente alimentare. Si pensi che negli anni '90 a livello nazionale la spesa alimentare si aggirava intorno al **23%** contro l'attuale **17%**.

I mantovani, in proporzione, comunque, spendono un po' di più per i generi alimentari rispetto alla media regionale e nazionale.

Rapportando la spesa complessiva per i consumi con la popolazione residente si scopre che la provincia mantovana raggiunge una spesa media pro-capite di **14.000** Euro annui, che ci pone tra le province con un livello di consumi medio.

Ma la capacità di consumo dipende anche dalla ricchezza delle famiglie. Dai dati forniti dall'Istituto Tagliacarne e presentati nella scorsa giornata dell'economia, risulta che il valore del patrimonio delle famiglie mantovane ammonta, nel 2005, a **397.000** Euro, un dato che supera la media nazionale di **56.000** Euro.

A confronto con le altre province lombarde, Mantova, si colloca al **3°** posto dopo Milano e Sondrio, mentre nella classifica nazionale per valore del patrimonio delle famiglie al 2005, la provincia virgiliana, si colloca al **25°** posto, nella zona medio-alta.

Nella distribuzione della ricchezza provinciale tra attività reali (immobili e terreni) e le attività finanziarie (depositi, valori mobiliari e riserve) emerge che il **62%** è investito in attività immobiliari. Il peso delle attività patrimoniali di Mantova è superiore sia al corrispondente dato nazionale che a quello lombardo, grazie anche alla maggior quota di investimenti in terreni, a dimostrazione della nostra vocazione agricola.

Un ulteriore indicatore del benessere economico provinciale ci viene fornito dal reddito lordo disponibile, ossia dall'ammontare delle risorse che le famiglie consumatrici destinano alla spesa per beni e servizi di consumo e, per la parte residua, al risparmio.

In termini di reddito lordo disponibile, la provincia di Mantova, nel 2004, ha raggiunto un valore pro-capite di **19.457** Euro, che la colloca al **3°** posto dopo Milano e Cremona nella classifica lombarda e con una media

molto simile a quella delle regioni nord-occidentali, che, sulla base di questo parametro, risultano le più ricche d'Italia. Se l'ammontare del reddito provinciale, viene ripartito per il numero delle famiglie residenti, si ottiene un reddito lordo disponibile annuo di **48.500** Euro per famiglia, il più alto di tutte le province lombarde.

Come si è visto, in provincia di Mantova, ad un buon livello di ricchezza, non corrisponde un elevato livello di consumi. Evidentemente nel determinare la quantità dei consumi intervengono altri fattori, quali, ad esempio, la distribuzione della ricchezza nelle diverse fasce di reddito familiare, la propensione al risparmio dovuta al diverso tenore di vita e alla struttura della popolazione (una popolazione mediamente più anziana tenderà a risparmiare di più rispetto ad una più giovane) o il livello dei prezzi dei beni e dei servizi che si differenzia da territorio a territorio (è dimostrato, infatti, che al crescere dell'inflazione i consumi risultino più contenuti).

In merito alla crescita locale dei prezzi dei beni e dei servizi, possiamo commentare unicamente l'andamento dell'inflazione. Non abbiamo, infatti, informazioni sull'ammontare dei prezzi, informazioni che sarebbero molto utili per un confronto valido con altri territori.

Limitandoci all'inflazione, riusciamo, comunque, a misurare quanto aumentano i prezzi nella nostra realtà e quindi come cambia, di anno in anno, il nostro potere di acquisto, il cosiddetto "costo della vita" nella città di Mantova.

Osservando l'inflazione registrata nel capoluogo di Mantova, prendendo come riferimento il mese di giugno, dal 2001 al 2007, si vede come fino al 2002, la crescita è stata molto più forte a Mantova, rispetto alla media nazionale (era intorno al **3%**, mentre in Italia intorno al **2,3%**).

Evidentemente l'impatto dell'Euro si è fatto sentire più pesantemente nella nostra realtà locale.

Negli anni dal 2003 al 2005, invece, l'inflazione è stata più contenuta nel nostro capoluogo, mentre dal 2006 ha ripreso a crescere e a discostarsi dalla media nazionale. A giugno 2007 l'inflazione a Mantova era il **2,2%**, mentre in Italia era l'**1,6%**.

Nell'arco di questi sei anni, tra i vari capitoli di spesa che vanno a formare l'inflazione totale al netto dei tabacchi, ad aumentare sono state soprattutto le voci relative ai generi non alimentari. Ad incidere sulle famiglie sono state più le spese per l'acquisto di altri beni e servizi, come i servizi assistenziali, assicurativi e finanziari, i servizi ricettivi e di ristorazione, i servizi ricreativi e culturali e le spese inerenti i mobili, l'arredamento e la manutenzione della casa.

Come vedete gli argomenti relativi all'incontro di oggi, sono tanti e complessi e possono tutti aprire interessanti dibattiti, perché riguardano tematiche davvero sentite e che stanno a cuore sia alla compagine imprenditoriale, ma anche a quella sociale rappresentata dai consumatori che sono l'espressione della domanda di beni e di servizi. Un vecchio slogan pubblicitario diceva "L'economia gira con te". Questo breve messaggio sintetizza molto bene tutte le dinamiche, del terziario e dei consumi, che abbiamo tentato, fin qui di esporre e risulta sempre attuale, alla luce dei recenti suggerimenti del governatore della Banca d'Italia, Mario Draghi, che raccomanda la necessità di aumentare i redditi degli italiani per far riprendere i consumi e la produttività nazionale.

Da parte della Camera di Commercio è sempre viva l'attenzione al consumatore: da anni, è funzionante un servizio per renderlo edotto sulle

informazioni utili alla sua tutela nell'acquisto di beni e di servizi e dal 2004 è stato istituito un apposito Osservatorio, con l'intento di monitorare costantemente la giurisprudenza e le iniziative a favore del consumatore, operando in continuo colloquio con le associazioni dei consumatori presenti sul territorio.



LA VIA DEL TERZIARIO

Economia e consumi: analisi e prospettive

CAMERA DI COMMERCIO

Mantova 16-11-2007

Mariano Bella

Direttore Ufficio Studi Confcommercio

MODIFICAZIONI PLANETARIE:

- 1) riallocazione di risorse, rischi, opportunità e performance nel mondo: chi farà cosa e come, con un ruolo decisamente crescente dei paesi "emersi"**
- 2) Dematerializzazione del consumo e del valore**

IL CONTRIBUTO DEI SERVIZI AL VALORE AGGIUNTO (IN %)

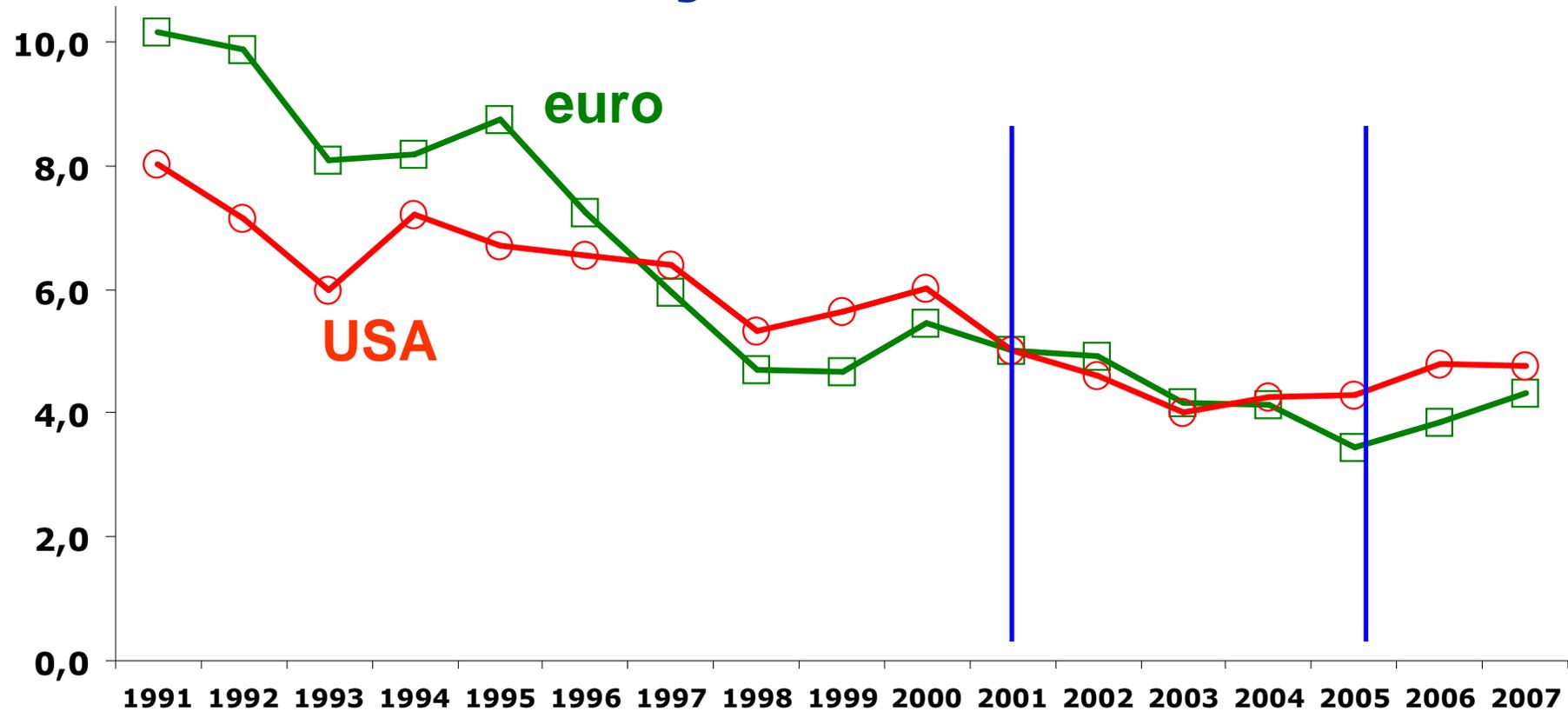
	1990	2005
ITALIA	64,4	71,2
USA	73,8	78,7

Bisogna superare un pregiudizio critico: l'oggetto dello scambio non sono beni materiali ma conoscenze, abilità, competenze e tempo, tutte caratteristiche del capitale umano (che certamente può essere reso più produttivo dalle macchine ma anch'esse sono supporti materiali dell'accumulazione di conoscenze).

Il futuro è nel capitale umano e quindi per accrescere il nostro potenziale di crescita dobbiamo puntare:

- * su istruzione e formazione (che generano innovazione)**
- * sul capitale imprenditoriale (di cui fortunatamente disponiamo ma che necessita di adeguati canali di trasmissione alle giovani generazioni: cultura della responsabilità e dell'assunzione del rischio). Questi sono i paradigmi generali...**

Lo scenario internazionale Tasso d'interesse a medio-lungo termine UEM-USA



abbiamo ristrutturato le nostre dotazioni di capitale in questo periodo favorevole di bassi tassi? NO (abbiamo ristrutturato le case private grazie agli incentivi)...; c'era liquidità in cerca di rendimenti poco rischiosi ... come quelli legati alle assicurazioni demografiche ...; né abbiamo ristrutturato il capitale immateriale (giustizia, sistema della formazione, fisco, immigrazione, mercato del lavoro)

Lo scenario internazionale: var % reali del PIL

	1992-2006	2007	2008	2009
PIL MONDIALE	3,8	5,1	4,7	4,8
USA	3,2	2,1	1,7	1,6
UEM 13	1,9	2,6	2,2	2,1
ITALIA	1,3	1,7	1,4	1,6



Il riflesso di ciò si vede dai dati storici e previsionali del Pil italiano ...

IN 15 ANNI: Mondo +75% reale, Italia +20% ...

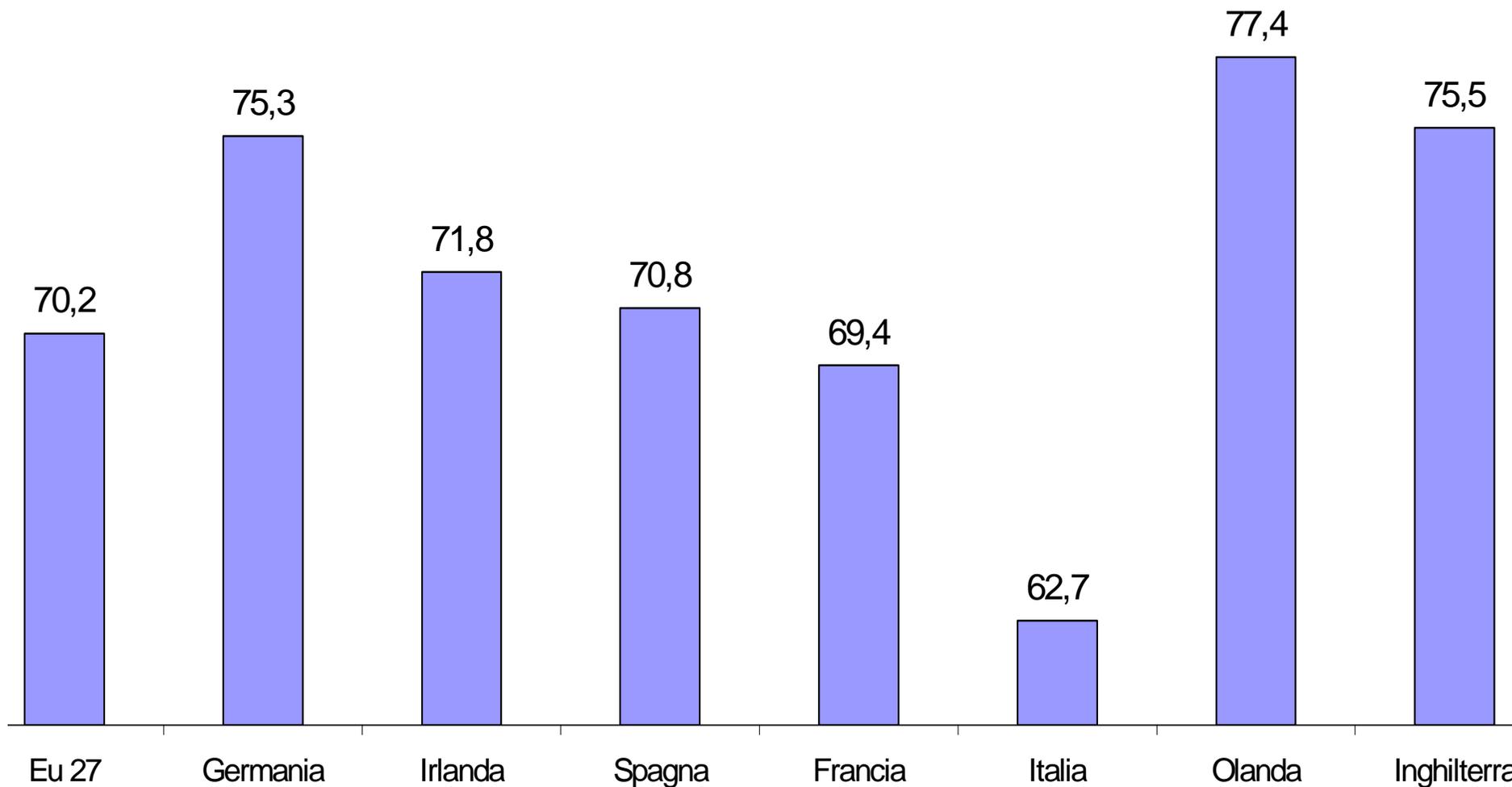
Il quadro italiano: il conto economico delle risorse e degli impieghi (var % reali)

	2001-2006	2007	2008	2009
PIL	0,9	1,7 1,8	1,4	1,6
IMPORTAZIONI	1,3	2,0	2,4	4,0
CONSUMI DELLE FAMIGLIE	0,8	1,6 1,8	1,3	1,9
Consumi sul territorio	0,6	1,5 1,7	1,2	1,8
SPESA DELLE A.P.	1,8	0,9	0,6	0,9
INVESTIMENTI	1,4	2,6	2,0	2,3
ESPORTAZIONI	0,3	2,2	2,4	4,0

Perché continua a crescere?
 Proviamo ad abbandonare la logica incrementale e chiediamoci a cosa serve l'ammontare...

In Italia lavorare legalmente conviene relativamente poco...

TASSO DI ATTIVITA': FORZE DI LAVORO SU POPOLAZIONE 15-64 ANNI
% ANNO 2006



Il tasso di attività problema centrale: in particolare per la classe 55-64 anni

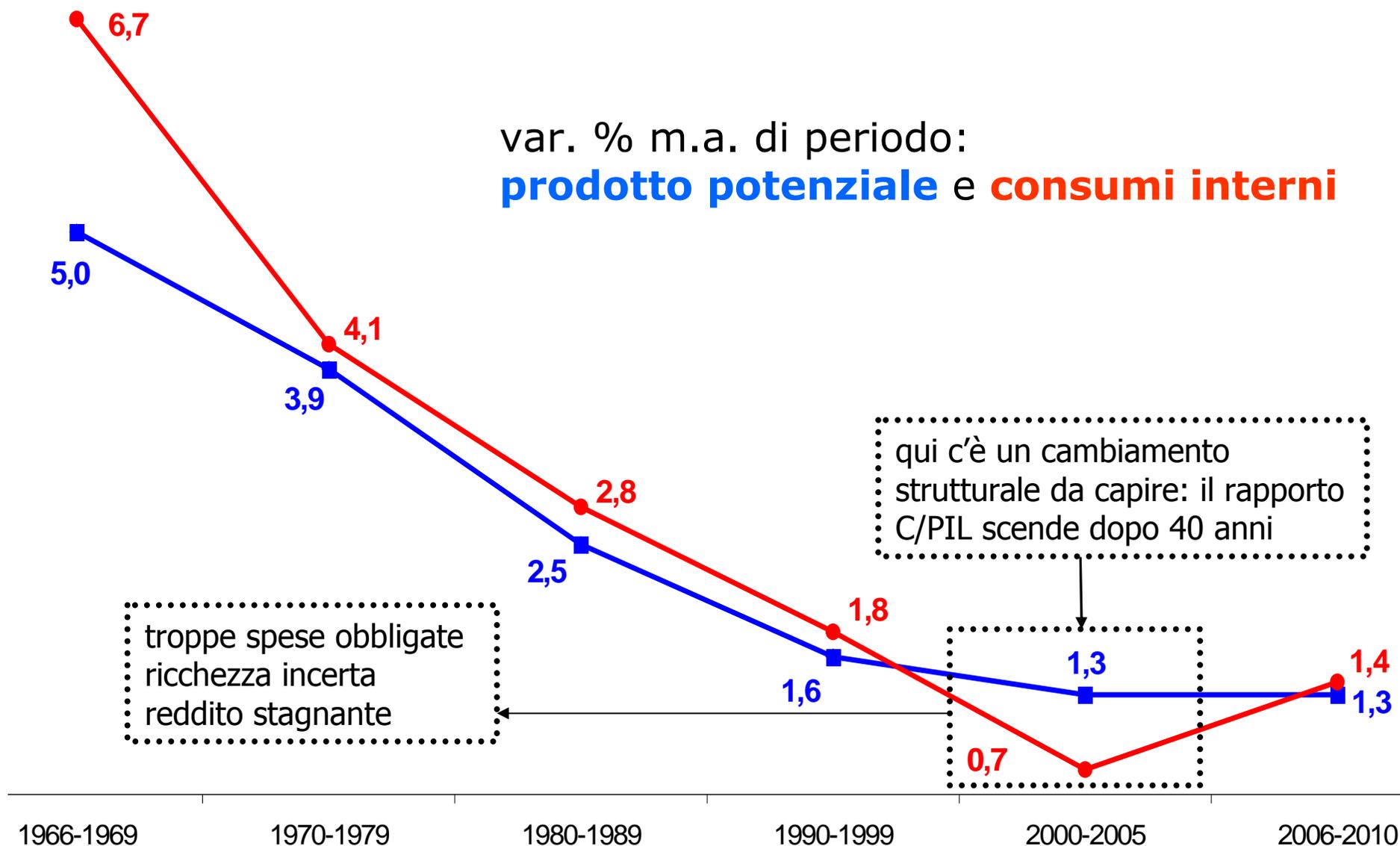
	UEM		ITALIA		GERMANIA		FRANCIA		SPAGNA	
	15-64	55-64	15-64	55-64	15-64	55-64	15-64	55-64	15-64	55-64
1996	65,7	36,9	58,1	29,8	70,4	43,9	68,1	32,0	61,6	37,6
2000	67,6	37,5	60,1	29,0	71,1	42,9	68,7	32,1	65,4	40,9
2006	70,6	45,0	62,7	33,4	75,3	55,2	69,4	39,9	70,8	46,8

... e nel Mezzogiorno

	Nord Ovest	Nord est	Centro	Sud e Isole
	15-64	15-64	15-64	15-64
1996	62,5	64,3	59,9	52,6
2000	64,6	67,0	62,1	54,8
2006	68,3	69,6	66,0	53,2

PRODOTTO POTENZIALE E CONSUMI DELLE FAMIGLIE IN ITALIA: UNA RISPOSTA SOLIDA E CONVINCENTE ...

var. % m.a. di periodo:
prodotto potenziale e **consumi interni**



LA PROPENSIONE AL CONSUMO

Dipende da:
reddito corrente e aspettative (+)
rapporto ricchezza reddito (+)
liquidità della ricchezza (+)
variabilità della ricchezza (-)



- nel futuro prossimo queste forze tendono a bilanciarsi
- stabilizzazione della propensione
- reddito poco dinamico e consumi stagnanti
- prosecuzione della tendenza a perdere peso e benessere rispetto al resto dei paesi più moderni

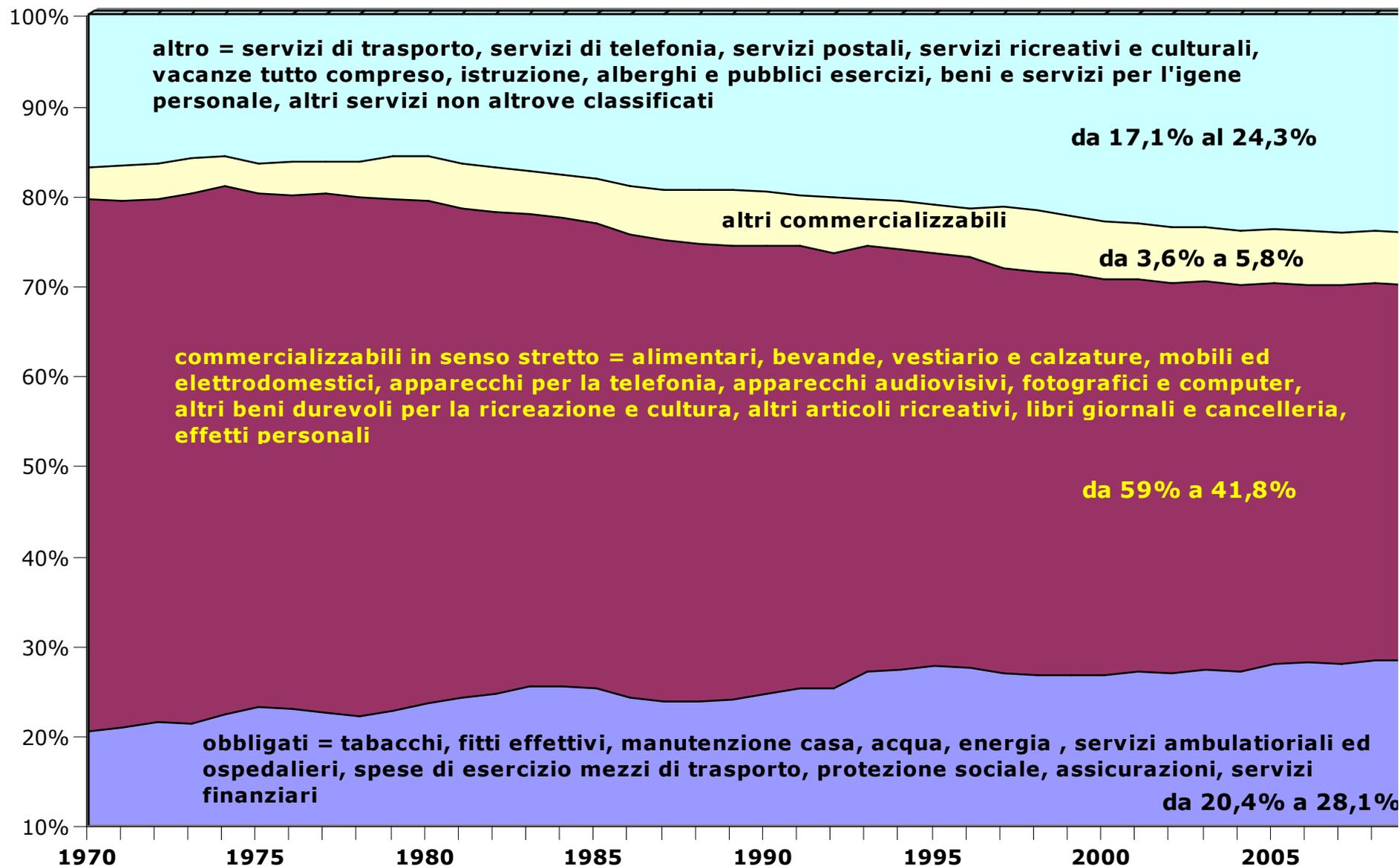
CONSUMI: UNA VISIONE SCHEMATICA

ABBIAMO DUNQUE ESAMINATO RAPIDAMENTE LE DETERMINANTI DEI CONSUMI; IN PROSPETTIVA SI ADDENSANO NUBI SUL VALORE DELLA RICCHEZZA IMMOBILIARE CHE, SEPPURE CON MINORE ELASTICITA' DI QUELLA FINANZIARIA, HA UN'INFLUENZA SUI CONSUMI CORRENTI

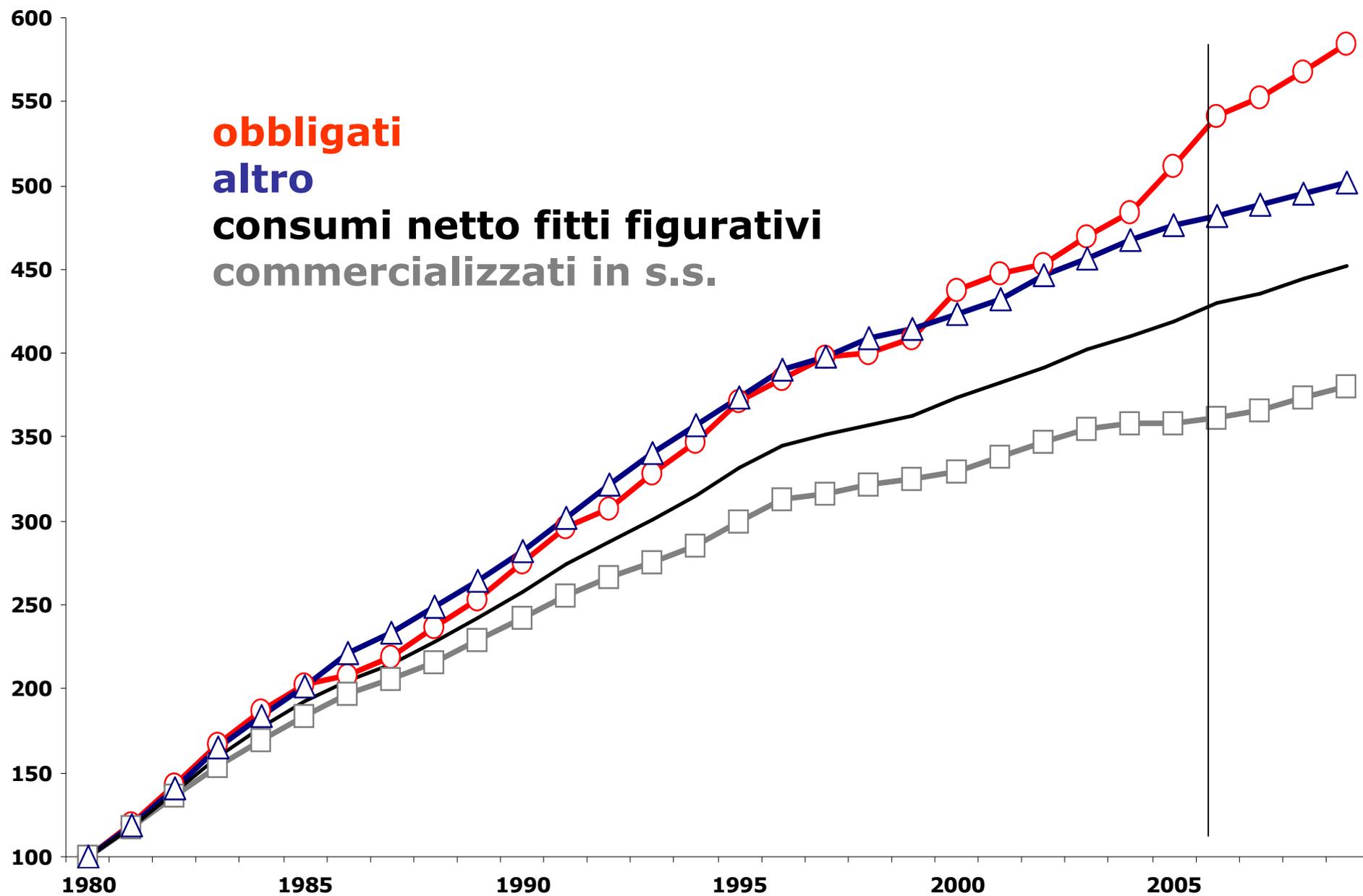
UN ALTRO ELEMENTO DI DEBOLEZZA E' FORNITO DALLO SVILUPPO DEI PREZZI DELLE SPESE OBBLIGATE: CIO' GENERA COMPRESSIONE DEL REDDITO DISPONIBILE PER LE SPESE REALMENTE LIBERE LE QUALI PIU' DIRETTAMENTE DETERMINANO IL BENESSERE DEI CONSUMATORI

LA COMBINAZIONE DI ELEMENTI MACRO, MICROECONOMICI E PSICOLOGICI (CLIMA DI FIDUCIA DECLINANTE O INCERTTO), SCHIACCIA IL TASSO DI VARIAZIONE DEI CONSUMI REALI SOTTO L'1,5% NELLA MEDIA DELL'ORIZZONTE DI PREVISIONE

... saturazione o compressione? (quote % di spesa sui consumi al netto dei fitti imputati) –

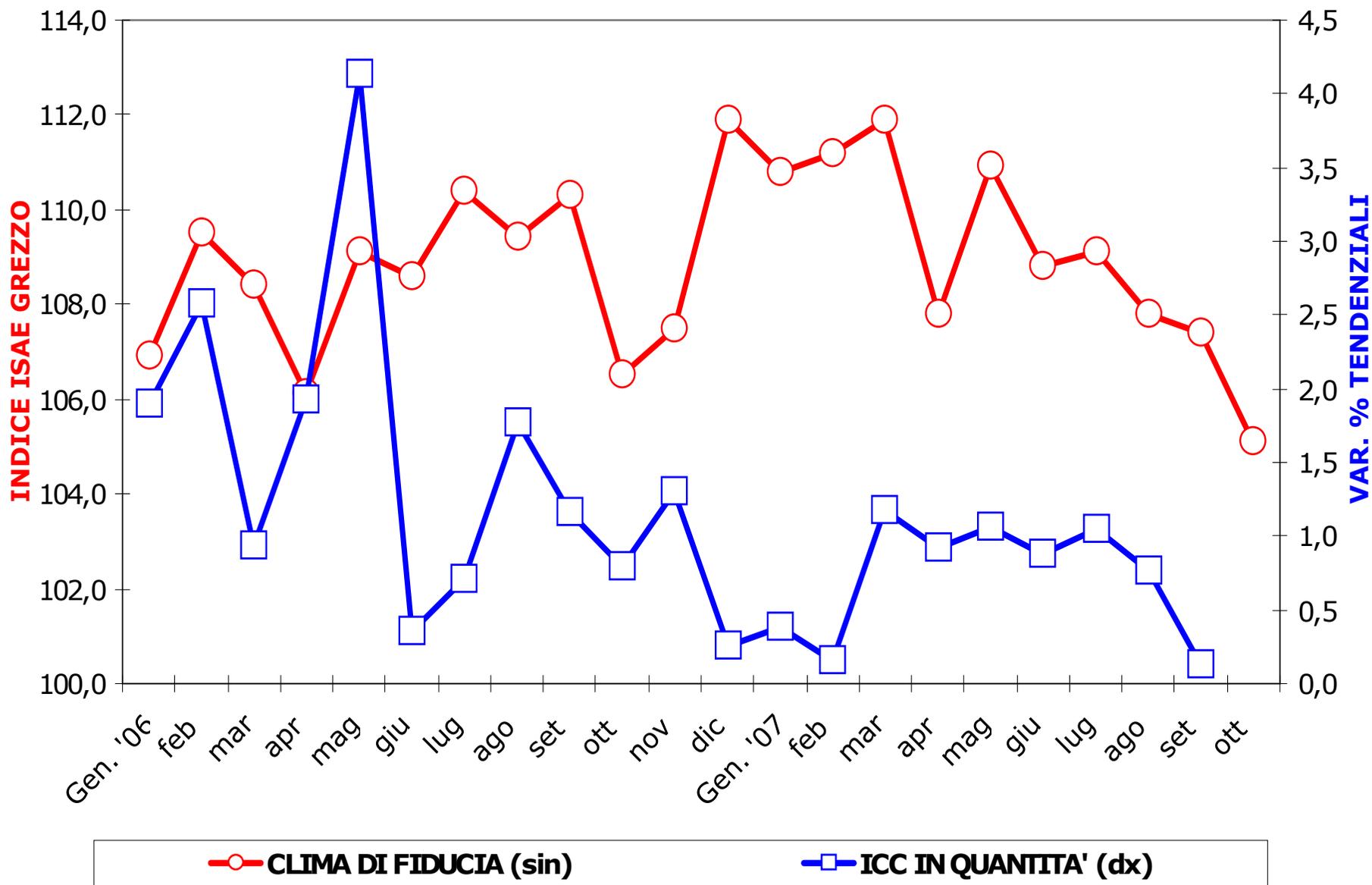


Dinamica dei prezzi ...



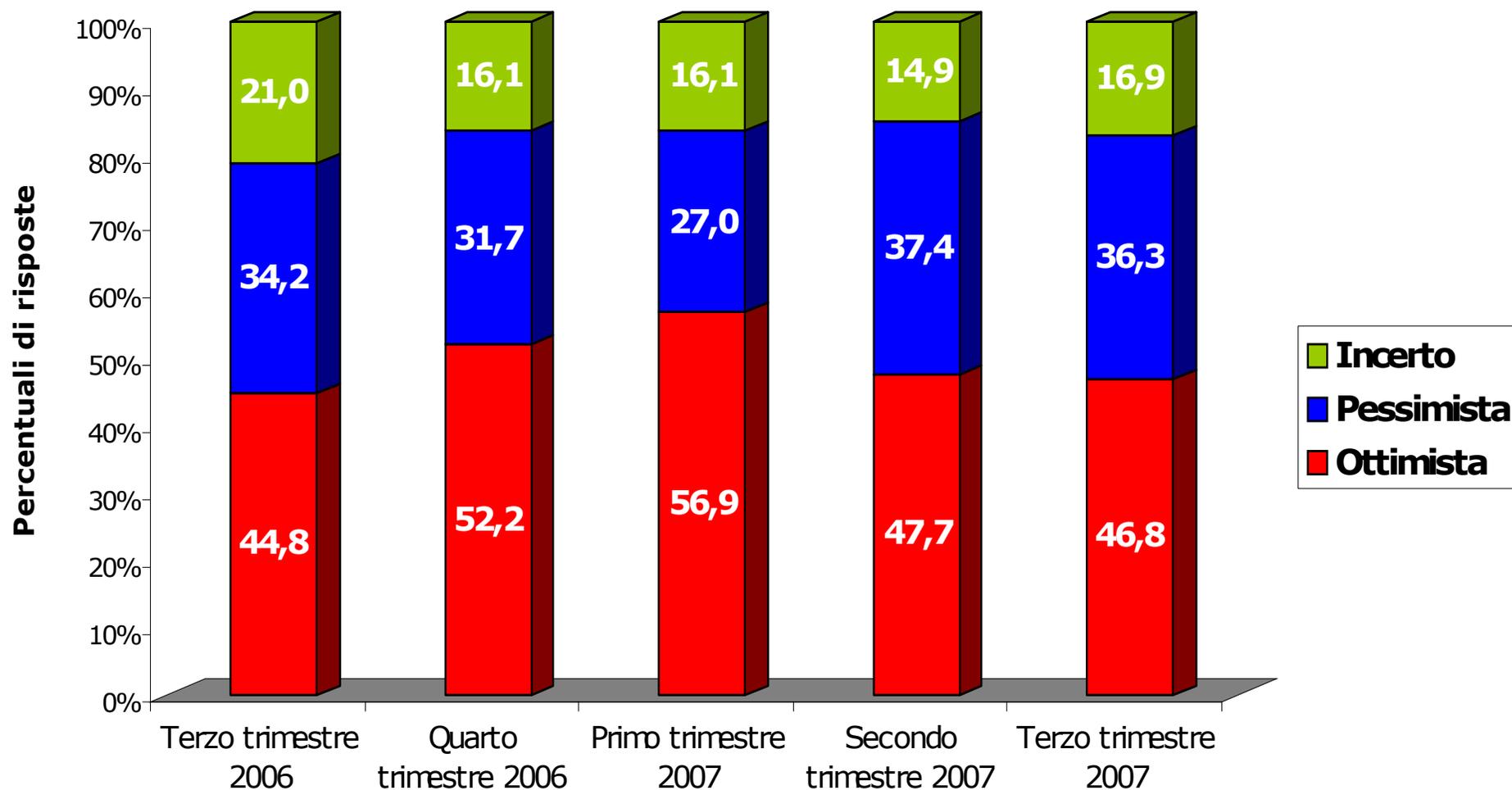
obbligati
altro
consumi netti
fitti figurativi
commercializzati in s.s.

Clima di fiducia e consumi

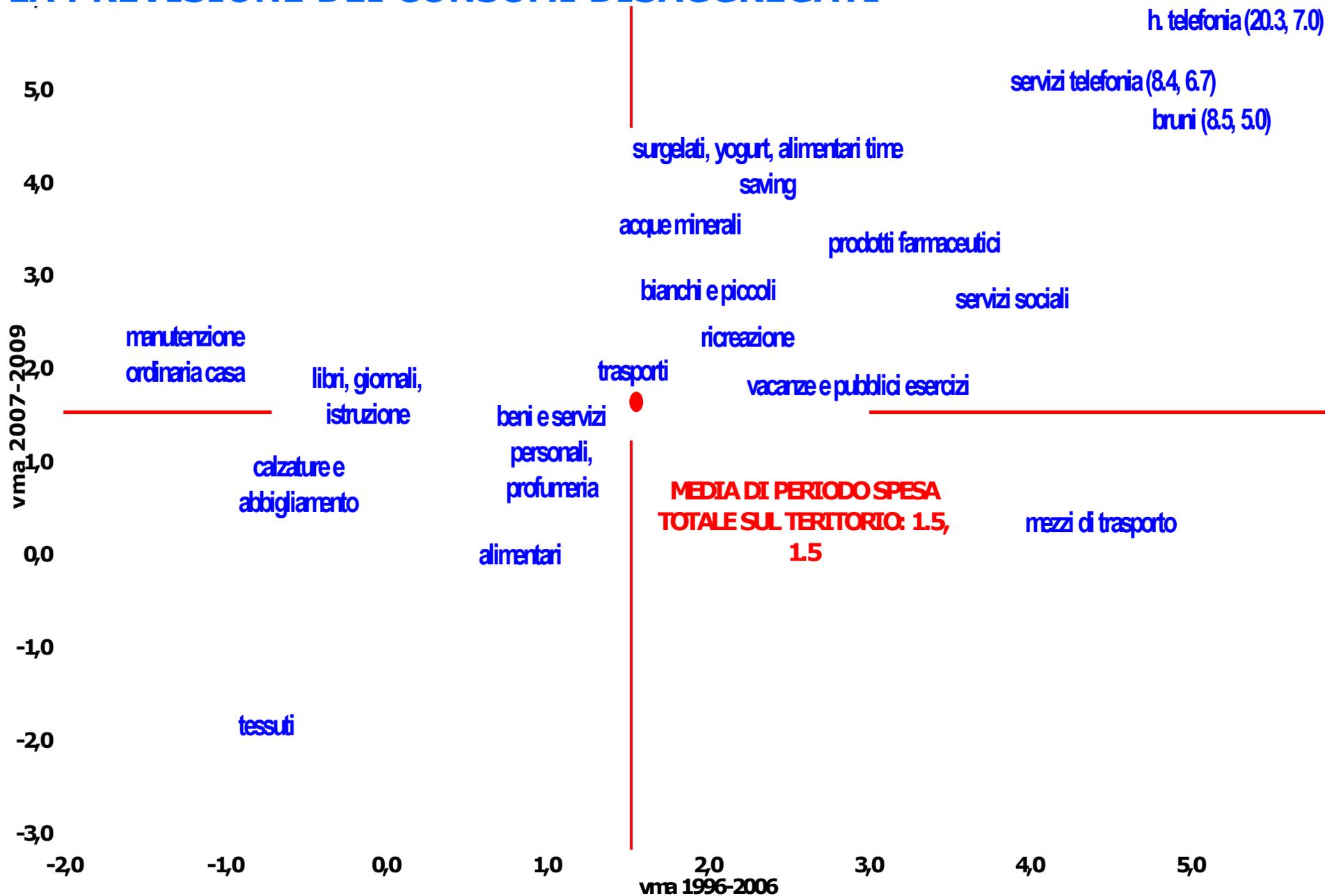


L'indagine Censis Confcommercio indica come il 53% degli intervistati sia incerto o pessimista

OPINIONE DEGLI INTERVISTATI SULL'IMMEDIATO FUTURO



LA PREVISIONE DEI CONSUMI DISAGGREGATI



EPILOGO

Produttività, reddito, consumi, infrastrutture materiali e immateriali e dunque benessere: un circuito inceppato

Se le condizioni macroeconomiche sono difficili la risposta deve passare necessariamente dalle imprese, dagli imprenditori, dai manager..., insomma dal mondo produttivo (quello sano è la migliore forza in campo di cui disponiamo)

E' costume diffuso scaricare sulla politica tutte le responsabilità... ma quand'anche fosse corretto resta esercizio poco utile ...

Forse anche la concertazione, attraverso le associazioni datoriali e gli altri interlocutori istituzionali va revisionata come processo propositivo e non ostativo... stimolando la politica a decidere (sugli obiettivi) prima di condividere (gli strumenti)

