



i Quaderni della Camera



**Camera di Commercio
Venezia**

(RI)PROGETTARE IL FUTURO PER UNA NUOVA COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO

8ª GIORNATA DELL'ECONOMIA – VENERDÌ 7 MAGGIO 2010

**8ª GIORNATA
DELL'ECONOMIA**
7 MAGGIO 2010 UNIONCAMERE
LAVORO DI COMMERCIO E SERVIZI



**SETTIMANA EUROPEA
DELLE PMI 2010**
UNA FABBRICA DI IMPRESE ECCELLENTI!

20



**(RI)PROGETTARE IL FUTURO
PER UNA NUOVA COMPETITIVITÀ DEL TERRITORIO**

8ª GIORNATA DELL'ECONOMIA – VENERDÌ 7 MAGGIO 2010



Camera di Commercio
Venezia



ROBERTO CROSTA

SEGRETARIO GENERALE
CAMERA DI COMMERCIO
DI VENEZIA

GIUSEPPE FEDALTO

PRESIDENTE
CAMERA DI COMMERCIO
DI VENEZIA

5

Buongiorno a tutti e benvenuti a questa ottava "Giornata dell'Economia". La Camera di Commercio presenterà l'andamento economico della provincia di Venezia nel 2009, quindi avremo tre interventi, tre personaggi illustri che abbiamo grande piacere di ospitare qui presso questa sede dell'Ateneo veneto, che oggi diventa in un certo senso la sede della Camera di Venezia per questa iniziativa: Federico Rampini, Enzo Rullani, e Bruno Anastasia, che poi vi presenteremo prima dei loro interventi.

Nell'ultima parte della giornata avremo una tavola rotonda con cinque imprenditori che si confronteranno sul tema della crisi, e su quali sono le idee e le strategie delle imprese. Non mi dilungo oltre, saluto nuovamente tutti i partecipanti, e in particolar modo desidero ringraziare della sua presenza il rettore dell'Università di Venezia, Carlo Carraro.

Cedo la parola al Presidente della Camera di Commercio, Giuseppe Fedalto, per gli indirizzi di saluto.

Buongiorno e benvenuti a questa ottava Giornata dell'Economia. Un ringraziamento speciale ai relatori di questo convegno e agli imprenditori che si confronteranno nella tavola rotonda. La Giornata dell'Economia è un'iniziativa promossa da Unioncamere nazionale e organizzata in modo congiunto in ciascuna Camera di Commercio: una delle peculiarità di questo tradizionale evento è proprio il fatto che esso si tiene in contemporanea in tutte le Camere, quindi in tutte le province del Paese.

Questa giornata rappresenta un'occasione unica per avere un quadro conoscitivo approfondito delle singole realtà economiche provinciali, basato sulla presentazione dei rapporti sull'economia locale. Tutto ciò è possibile grazie all'osservatorio privilegiato delle Camere di Commercio che raccolgono, gestiscono ed elaborano una mole adeguata e preziosa di dati, in grado non solo di fotografare l'andamento economico attuale, ma anche di fornire una lettura innovativa delle tendenze evolutive dei sistemi produttivi locali: tutti dati che peraltro si incentrano sul progetto principale e concreto che muove lo sviluppo, l'impresa.

INTRODUZIONE

- 5 **Roberto Crosta**
SEGRETARIO GENERALE DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI VENEZIA
- 5 **Giuseppe Fedalto**
PRESIDENTE DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI VENEZIA

INTERVENTI

- 8 **Lara Zanetti**
RESPONSABILE SERVIZIO STUDI E STATISTICA
DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI VENEZIA
- 14 **Federico Rampini**
SCRITTORE E GIORNALISTA
CORRISPONDENTE DE LA REPUBBLICA IN ASIA E NEGLI STATI UNITI
- 24 **Enzo Rullani**
PRESIDENTE TEDIS - VENICE INTERNATIONAL UNIVERSITY
- 40 **Bruno Anastasia**
DIRIGENTE OSSERVATORIO MERCATO DEL LAVORO - VENETO LAVORO
- 48 **Angelo Faloppa**
PRESIDENTE CONFCOMMERCIO SAN DONÀ - JESOLO
- 52 **Iacopo Giraldo**
VICEPRESIDENTE COLDIRETTI VENEZIA
- 57 **Franco Ballin**
PRESIDENTE ACRIB SERVIZI SRL
- 59 **Vincenzo Marinese**
VICEPRESIDENTE CONFINDUSTRIA VENEZIA
- 63 **Gianluca Fascina**
PRESIDENTE CONFARTIGIANATO VENETO SETTORE TESSILE

indice



Questa iniziativa esalta, dunque, uno dei compiti più rilevanti degli enti camerali, la loro attività di informazione economico-statistica; di più, essa costituisce da anni il momento forse più interessante di comunicazione esterna realizzato dalla Camera di Commercio di Venezia, nonché di dialogo e confronto con i principali interlocutori del mondo economico e istituzionale della provincia. Una delle finalità della Giornata dell'Economia è, infatti, quella di offrire ai soggetti decisori della provincia, rappresentati dalle istituzioni, e a quanti muovono allo sviluppo sotto ogni punto di vista, tutti gli elementi per operare una corretta programmazione economica.

Anche il nostro sistema provinciale ha pagato duramente la crisi economica globale che ha avuto le prime avvisaglie alla fine del 2008, che ha colpito pesantemente per tutto il 2009 e da cui ora stiamo cercando faticosamente di uscire. Noi come Camera di Commercio di Venezia abbiamo cercato immediatamente di mettere in campo tutte le azioni possibili per supportare i nostri imprenditori in difficoltà, per prima cosa aumentando al massimo le risorse per la promozione economica nel nostro bilancio. Alcuni dati: per gli interventi a sostegno dell'economia provinciale nel 2009 abbiamo erogato - e parliamo di soldi veri, a consuntivo, non di promesse - oltre 8 milioni di euro, dei quali 2 milioni stanziati per le cooperative di garanzia fidi e 950mila, di cui 850 mila già liquidati, erogati attraverso i bandi di finanziamento alle imprese, per consulenza, formazione, conto interessi e nuove imprese. Una modalità, quella dei bandi, su cui la nostra Camera ha puntato molto, anche nel 2010, per dare risposte rapide ai nostri imprenditori e che ha riscosso un indubbio successo. Sono ben 1.700 le imprese e gli aspiranti imprenditori della provincia di Venezia che ne hanno beneficiato.

Oggi illustreremo e commenteremo dati e statistiche sulla cassa integrazione, la nati-mortalità, delle imprese, i fallimenti e così via: tutti elementi determinanti per una diagnosi compiuta della situazione. Ma siamo qui anche per cercare di individuare una cura, una soluzione, una ricetta per superare questo momento, ed è a questo proposito che vorrei accennare ad un paio di concetti. Se corrisponde al vero che nel nostro Paese, in questi ultimi anni, la produttività del lavoro è in continua diminuzione nei confronti degli altri Paesi europei, dobbiamo concentrare i nostri sforzi su questo tema, perché più aumenta la produttività e maggiori

sono le risorse disponibili per creare nuovi posti di lavoro e investire nella ricerca e nell'innovazione, fattori che a loro volta consentono alle imprese di realizzare produzioni più competitive anche nei mercati internazionali.

Con gli slogan non si va da nessuna parte, nel lavoro la ricerca della produttività deve diventare norma, come deve diventare norma individuare chi non produce: è necessario premiare chi lavora e promuovere per merito, non per anzianità. La parabola evangelica dei talenti ha duemila anni, non sto dicendo delle novità. Sono sempre più numerosi i casi di professionisti, di imprenditori della piccola e media impresa dei settori dell'artigianato, del commercio, dei servizi, persone disponibili ed abituate a lavorare dieci, dodici ore al giorno tutti i giorni, che sono senza lavoro, paradossalmente sia nel settore privato che in quello pubblico, laddove invece una percentuale rilevante di lavoratori a posto fisso continua tranquillamente a contribuire alla bassa produttività del sistema Italia.

Chi ha la mia età ricorda bene le rovine prodotte dalla seconda Guerra Mondiale: città, infrastrutture e fabbriche distrutte, disoccupazione, povertà, ma c'era lo spirito e la volontà di ricostruire e l'Italia ce l'ha fatta. Le criticità di allora erano soprattutto di ordine materiale, oggi invece le criticità sono di altra natura, ancora più gravi perché riguardano lo spirito, la mente delle persone. Siamo di fronte ad incertezza, smarrimento, poca speranza nel futuro: troppi giovani senza lavoro, senza avvenire, senza stimoli, senza iniziativa. È necessario ritrovare e ridare la fiducia, la speranza e la volontà di fare e questi obiettivi si possono raggiungere anche utilizzando le risorse derivanti dall'aumento della produttività.

Nei prossimi mesi la Camera di Commercio di Venezia svilupperà un adeguato lavoro preparatorio a questi temi, perché credo che anche da qui si debba ripartire per – com'è il titolo di questo incontro – riprogettare il futuro per una nuova competitività del nostro territorio. Grazie.

Grazie Presidente. Solo per una sottolineatura sul tema della produttività che il Presidente ha toccato nel suo intervento, il quale ieri è stato sottolineato in modo molto forte anche dalla Corte dei Conti, sia rispetto al lavoro pubblico che al lavoro privato, con un forte richiamo al merito ed alla produttività: quindi uno spunto di riflessione che parte da lontano, anche da enti che hanno una visione molto più ampia della nostra. Sarà dunque un tema importante da approfondire, come diceva il Presidente. Tornando all'argomento di oggi, la dottoressa Lara Zanetti, del nostro Servizio di Studi e Statistica, ora ci presenterà l'andamento economico della provincia di Venezia nel 2009. Non è stato un anno particolarmente lusinghiero per l'economia veneziana, come vedremo dai numeri, ma siamo fiduciosi perché il futuro si presenta in modo un po' più roseo: le stime di Unioncamere ci parlano di un aumento del PIL della provincia di Venezia intorno all'1,7 per il 2010, quindi iniziamo a intravedere alcuni segnali di ripresa. Ma ora soffermiamoci e riflettiamo un po' su quanto è accaduto l'anno scorso.

Grazie. Come diceva il dottor Crosta, dopo decenni di continuo sviluppo, l'economia mondiale ha subito nel 2009 una contrazione di quasi un punto percentuale. Secondo il Fondo Monetario Internazionale, tutti i Paesi industrializzati hanno vissuto una situazione economica negativa, mentre quelli emergenti hanno evidenziato delle difficoltà con una minore spinta alla crescita del PIL. Le stime di aprile del Fondo Monetario Internazionale parlano di un calo del 3,2% per le economie avanzate, mentre per quanto riguarda l'area asiatica la crescita si è ridotta ad un più 6,6%.

Già sul finire del 2009, comunque, dietro la spinta dei pacchetti di stimolo fiscale adottati dai vari Paesi, l'economia mondiale ha mostrato dei segnali di ripresa che dovrebbero condurla nel 2010 e 2011 ad una nuova espansione. Tra i principali Paesi della moneta unica, l'Italia è risultata tra quelli più colpiti: secondo i dati dell'ISTAT, nel 2009 l'economia italiana ha segnato una contrazione del Prodotto Interno Lordo del 5% se guardiamo l'aggregato calcolato a valori concatenati, e del 3% per quanto riguarda quello a prezzi correnti. Anche l'economia italiana, comunque, sem-

bra sulla strada della ripresa, sebbene in modo discontinuo e con ritmi di crescita leggermente inferiori rispetto ad altri Paesi quali la Germania e la Francia. Secondo le previsioni del FMI, questa ripresa dovrebbe condurre la nostra economia a crescere dello 0,8% nel 2010 e dell'1,2% nel 2011.

In linea con il resto dell'Italia, il Veneto ha chiuso il 2009 con molti lati negativi. La nostra è stata una delle Regioni maggiormente colpite dalla caduta della domanda mondiale e dal peggioramento del clima e delle aspettative. Ciò non sorprende se si considera che l'economia veneta si caratterizza per l'elevato grado di apertura al commercio internazionale e per il fatto di essere specializzata nella produzione di beni tradizionali a minore valore aggiunto, più esposti – quindi – alla concorrenza dei Paesi emergenti.

Facendo riferimento ai dati dell'Istituto Guglielmo Tagliacarne, che ci consentono il confronto anche con l'andamento della provincia di Venezia, vediamo che il 2009 si è chiuso nel Veneziano con un calo del PIL del 3,9% sul 2008: stiamo parlando del prodotto interno lordo ai prezzi correnti. Il Veneto, invece, vede una diminuzione del 4,7%: questa differenza tra l'andamento di Venezia e del Veneto potrebbe essere dovuto al fatto che la provincia di Venezia presenta una maggiore diversificazione e terziarizzazione del territorio e delle proprie attività produttive. La preponderante vocazione provinciale ai servizi e soprattutto al turismo, comparto che ha mostrato diminuzioni meno accentuate rispetto agli altri settori quali manifatture e costruzioni, è confermata anche da un'incidenza sul totale dell'ammontare del valore aggiunto molto più alto per Venezia: stiamo parlando del 71-72% del valore aggiunto, contro un dato Veneto del 63%.

Secondo recenti stime di Unioncamere e Prometeia, come diceva il dottor Crosta, anche il Valore Aggiunto della provincia di Venezia dovrebbe migliorare con un aumento medio nel biennio 2010-2011 nell'1,7%. Nonostante i segnali di inversione di tendenza riscontrati nell'ultima parte dell'anno, però, il 2009 si è chiuso con un bilancio molto negativo e per molti aspetti, dalla struttura produttiva ai flussi commerciali con l'estero, dal mercato del lavoro al settore dei trasporti e al turismo.

L'intensità degli effetti della crisi economica sono innanzitutto visibili nei risultati provinciali dell'indagine VenetoCongiuntura di Unioncamere Veneto, rivolta alle imprese manifatturiere, del commercio e dei servizi: i dati sono sotto i vostri occhi e si può notare che le diminuzioni di produzioni e fatturato sono molto evidenti, soprattutto nei primi tre trimestri dell'anno. Abbiamo tuttavia notato che a partire dal quarto trimestre le diminuzioni si fanno meno accentuate e, anzi, per quanto riguarda le imprese manifatturiere, nel primo trimestre 2010 abbiamo i primi segnali positivi: vediamo, infatti, che finalmente è tornata la fiducia negli imprenditori, il saldo tra le risposte affermative circa una previsione a sei mesi di un aumento degli indicatori della produzione o del fatturato, e quelle negative, è finalmente tornato in area positiva. Sulla produzione, per le imprese manifatturiere parliamo di un tasso del più 11%: sono circa il 40% sul totale le imprese che prevedono un aumento della produzione manifatturiera. Lo stesso vale per il fatturato: saldo più 12,6%.

Vediamo la struttura produttiva. Nel 2009 il sistema imprenditoriale mette in luce un bilancio demografico tra i più modesti degli ultimi anni: gli insediamenti produttivi della provincia di Venezia calano dell'1% con una dinamica delle imprese che risulta fortemente influenzata dai problemi sollevati dalla crisi economica mondiale. A questi si aggiunge il forte processo di selezione in atto da alcuni anni a cui è soggetto il tessuto imprenditoriale, una selezione non solo di tipo settoriale, ma anche di tipo organizzativo. Continua, infatti, il percorso di cambiamento della struttura imprenditoriale verso un sempre maggiore irrobustimento delle forme giuridiche e la progressiva riduzione dell'incidenza sul totale dell'economia di settori tradizionali, quali le manifatture e l'agricoltura, a favore del terziario.

Nel 2009 ci sono dei lati positivi, ma sono davvero pochi: le società di capitali continuano a crescere, più 2,3%, ad evidenza del fatto che fare impresa è sempre più un progetto consapevole con competenze e risorse elevate. Reagiscono meglio di altri alla crisi, registrando delle performance positive, i settori dei servizi alle imprese, più 1,8%, dei servizi alla persona ed il turismo, per entrambi più 1,5%. Numerosi sono invece i campanelli d'allarme: le imprese di minore spessore risultano quelle più colpite, calano infatti in modo sensibile le ditte individuali, meno 3,1%, e gli artigiani, meno 2,8%. Anche altri settori riportano un significativo ridimensionamento,

non solo l'agricoltura, meno 5,8%, ma anche le manifatture e le costruzioni (per entrambe, meno 2%).

L'arresto dell'attività produttiva registrata nel 2009 è anche conseguenza della caduta del volume del commercio internazionale di beni e servizi: nel 2009 le imprese della provincia di Venezia hanno esportato beni per un ammontare complessivo di quasi 3,3 miliardi di euro, in diminuzione del 28,5%. In termini assoluti, si tratta di una riduzione di quasi 1,3 miliardi di euro, che fa ritornare l'ammontare dell'export provinciale a un livello più basso dei dati del 1999, considerando, tra l'altro, che si tratta di valori nominali che includono, quindi, anche l'effetto dell'aumento dei prezzi. Sia per le importazioni che per le esportazioni, è evidente la generalizzata contrazione dei flussi per tutti i principali settori merceologici caratterizzanti da sempre le imprese della provincia di Venezia.

I risultati conseguiti dalle esportazioni della provincia di Venezia, dipendono molto, sia in positivo che in negativo, dai flussi dei mezzi di trasporto: gli aeromobili e le navi e imbarcazioni determinano, infatti, forti oscillazioni nelle dinamiche dell'export. Rispetto al 2008, gli aeromobili (al terzo posto nella graduatoria delle merci più vendute all'estero) evidenziano, per il secondo anno, una rilevante contrazione pari a meno 23,4%, a causa del crollo delle esportazioni verso gli Stati Uniti. Per quanto riguarda, invece, le navi e imbarcazioni, che precipitano al 46esimo posto nella graduatoria, il 2009 è caratterizzato da un crollo delle commesse (meno 95,5%, da 302 a circa 14 milioni di Euro). Con oltre 538 milioni di Euro esportati, il comparto del tessile, abbigliamento, calzature – pur se protagonista nel 2009 di una notevole contrazione rispetto all'anno precedente (meno 24,5%) – è il settore che più caratterizza la provincia di Venezia. Segue il comparto dei metalli e prodotti in metallo, che annota una forte diminuzione (meno 29,3%). Lo stesso andamento interessa i macchinari (meno 28,8%) e i prodotti alimentari (meno 22,4%; tra quest'ultimi le bevande segnano un meno 14,4%). Al contrario vi sono degli aumenti per i prodotti dell'agricoltura (più 6,8%).

Questi sono dati complessivi dell'anno, tuttavia, nascondono al loro interno un andamento differenziato nei quattro trimestri: in netta diminuzione sono risultati, infatti, i flussi dei primi due trimestri, contrazione che si è attenuata nel terzo e, in particolare, nel quarto trimestre, grazie soprattutto al

recupero di alcuni comparti economici e alla ripresa di alcuni mercati di sbocco. Ciò vale, ad esempio, per le calzature, la cui variazione media del 2009 è dovuta principalmente all'andamento tendenziale dei primi nove mesi dell'anno, mesi che hanno seguito lo stesso trend negativo già evidenziato nell'ultimo trimestre del 2008, laddove invece nel periodo ottobre-dicembre 2009, l'ammontare in euro delle esportazioni è tornato quasi ai livelli pre-crisi. Ciò vale anche per quanto riguarda i flussi export suddivisi per area geografica. Vediamo, ad esempio, che l'Unione Europea dei 27, che costituisce il principale mercato sia di sbocco che di approvvigionamento della provincia di Venezia, nel 2009 presenta una marcata contrazione complessiva del 25,8%, a questa corrisponde invece un più 2,5% nel quarto trimestre, grazie in particolare all'andamento della Germania e della Francia.

Questi primi segnali di recupero presentano, però, un'ulteriore incognita dovuta alla dinamica dell'occupazione. Nel 2009 in media il numero degli occupati è risultato in diminuzione dell'1,6% rispetto al 2008, mentre le persone in cerca di occupazione sono aumentate del 59,3%. Questi andamenti hanno influenzato moltissimo il valore dei tassi di occupazione e di disoccupazione: quest'ultimo, in particolare, quanto passa dal 3,6% al 5,6%. Sotto il profilo settoriale, sia il settore terziario che quello secondario delineano delle contrazioni rispetto al dato medio del 2008, rispettivamente meno 2% e meno 3,3%; l'agricoltura, pur con valori assoluti meno significativi, riporta, invece, un +31,1%, mentre il comparto edile un +2,2%.

Ad attenuazione dei riflessi della crisi economica sul mercato del lavoro provinciale vi è stato il massiccio ricorso all'ammortizzatore sociale dato dall'istituto della Cassa Integrazione Guadagni. I dati resi disponibili dall'INPS relativi al 2009 mostrano una variazione del volume di ore autorizzate considerevole: in provincia di Venezia sono state autorizzate ore di CIG per un ammontare complessivo di quasi 7,7 milioni, in aumento rispetto al 2008 del 237,7%, a sintesi dell'impennata sia delle ore ordinarie (più 366,6%) che di quelle straordinarie (più 175,4%). Dal 2008 al 2009, poi, il numero di aziende che hanno annunciato l'apertura di una procedura di crisi è passato da 80 a 242, mentre i lavoratori interessati dai successivi provvedimenti di CIG straordinaria e/o licenziamento e messa in mobilità hanno sfiorato le 7 mila 500 unità.

Per quanto riguarda invece i flussi turistici, il 2009 si è rivelato un anno non particolarmente brillante, confermando comunque una tenuta rispetto ai dati del 2008. La provincia di Venezia il 2009 con una situazione complessivamente in diminuzione per gli arrivi di meno 0,6% e stazionaria per le presenze, più 0,2%. Tra i comparti turistici, Bibione-Caorle e Cavallino-Treporti sono i territori più dinamici, sia in termini di arrivi che di presenze, viceversa annotano dati non del tutto incoraggianti sia a Jesolo-Eraclea, che Venezia, mentre Chioggia accosta, all'aumento degli arrivi, una diminuzione delle presenze.

Per i trasporti, poi, si conferma il difficile momento congiunturale con solo limitati segnali positivi: in diminuzione si sono dimostrati il transito di veicoli, sia leggeri che pesanti, nella rete autostradale che interessa la provincia, meno 18,2%, e la movimentazione di merci nei due porti, Venezia meno 16,7%, Chioggia meno 20,7%. Migliore risulta invece il movimento passeggeri che ha visto nell'aeroporto Marco Polo una flessione più contenuta, meno 2,6%, grazie ai buoni risultati fatti registrare soprattutto nell'ultima parte dell'anno, e nel porto di Venezia un buon aumento del 9,8%.

Un ultimo sguardo al settore del credito, molto importante soprattutto in questo momento. I dati della Banca d'Italia evidenziano come la difficoltà di imprese e famiglie abbiano comportato, oltre ad un inasprimento del livello delle sofferenze, una riduzione della richiesta di prestiti ed un irrigidimento dei criteri di erogazione dei finanziamenti. Gli impieghi nella provincia di Venezia sono infatti diminuiti dello 0,6% rispetto al 2008, i depositi raccolti tra i clienti del territorio locale sono invece aumentati dell'11,4%. Ma particolarmente importante e preoccupante risulta l'ammontare delle sofferenze, che alla fine dell'anno raggiunge i 688 milioni di euro, riportando un significativo più 66,2% sul 2008: un incremento però che nel corso dell'anno ha però perso via via di intensità con incrementi congiunturali di minor peso. Grazie.

ROBERTO CROSTA

Grazie alla dottoressa Zanetti. Dicevamo che questa è la nostra Ottava Giornata dell'Economia e noi abbiamo sempre cercato di tenere un filo logico sui diversi temi che abbiamo affrontato anche nelle precedenti edizioni. Lo scorso anno il titolo della Giornata era "Venezia di fronte alla crisi che cambia, quale ripresa possibile" e i lavori si erano chiusi con la rinnovata consapevolezza che in questo momento di crisi sono necessarie nuove regole, con nuove strategie e nuove proposte per le piccole imprese. Allora concludemmo dicendo anche che in quel momento non c'erano grandi ricette per ragionare oltre la crisi. Oggi, invece, il titolo è "Riprogettare il futuro", con questo "ri" che ci fa capire come sia indispensabile progettare ex novo. Per far questo abbiamo chiesto un aiuto a tre interlocutori che riteniamo, ciascuno per il proprio settore, essere ai massimi livelli, per rifletterne assieme a voi.

Il primo intervento sarà del dottor Federico Rampini, un nome che ha bisogno di poche presentazioni, perché è il giornalista corrispondente dagli Stati Uniti d'America di Repubblica, che spesso volte però scrive anche su altre testate internazionali. Un nome noto non soltanto per il giornalismo, ma anche per la sua esperienza di vita che lo ha condotto ad abitare cinque anni in Cina, prima ancora negli Stati Uniti, e ora di nuovo negli Stati Uniti, e ad approfondire tematiche diverse anche nei suoi numerosi saggi. Il titolo del suo intervento è "Tra Slow Economy e Ripresa. America, Asia, Europa: geopolitica nella nuova crescita globale", perché anche Venezia c'entra con queste cose, non è più un mondo avulso da questa nuova geopolitica quella che riguarda anche la nostra provincia, e ce lo insegnano gli imprenditori quando ci parlano dei mercati dove vanno ad esportare. La parola dunque al dottor Rampini, con un grande ringraziamento per essere qui oggi con noi.

FEDERICO RAMPINI

SCRITTORE E GIORNALISTA
CORRISPONDENTE DE
LA REPUBBLICA IN ASIA
E NEGLI STATI UNITI

Grazie a voi. Venezia non è mai stata avulsa dalle realtà più distanti ed esotiche. Per vostra fortuna la storia vi dà in eredità una vocazione che oggi si rivelerà tanto più preziosa. Ma io partirei, prima di parlare di slow economy, per capire la geopolitica della nuova crescita, anche dai rischi, gli elementi di vulnerabilità che ci portiamo appresso dall'ultima grande crisi. Partirei, essendo appena arrivato da New York, dalla cronaca delle ultime ore, perché è accaduto qualcosa di anomalo, di sconcertante, che però al tempo stesso con-

tiene delle lezioni istruttive sulla fase che attraversiamo: mi riferisco a quei dieci minuti nel pomeriggio di New York di ieri, in cui l'indice Dow Jones della Borsa di Wall Street ha perso mille punti, in dieci minuti, circa il 9%.

Sono in corso delle inchieste da parte delle autorità del Nasdaq, del New York Stock Exchange, della Citygroup perché è possibile che sia accaduto un errore umano: come si dice in questi casi, un trader della Citygroup può aver sbagliato a digitare un ordine contribuendo a scatenare quei sistemi automatici, quei software informatici, che automaticamente fanno scattare degli ordini di vendite, una sorta di spirale impazzita. È uno di quei casi in cui torna utile studiare la teoria matematica delle catastrofi e come un battito delle ali di una farfalla a Tokio può provocare un uragano negli Stati Uniti o viceversa.

Ci interessa relativamente sapere quali saranno le conclusioni di questa indagine, un po' come quando, a posteriori, si riesce finalmente a decifrare la scatola nera di un incidente aereo per sapere esattamente cos'è successo. Quello che conta di più è il contesto che ha reso possibile una simile ondata di panico, perché la giornata si è chiusa pesantemente in caduta per tutte le borse mondiali: hanno cominciato quelle asiatiche, e anche dopo aver recuperato dalla crisi isterica il Dow Jones ha comunque chiuso in perdita del 3%.

Cosa c'è sullo sfondo? La Grecia naturalmente. Vorrei ricordare quello che è accaduto dieci giorni fa, un episodio veramente inusuale, quando il Presidente Barak Obama ha chiamato al telefono la Cancelliera Angela Merkel per fare pressioni per vincere le resistenze tedesche ad un pacchetto di salvataggio della Grecia, un gesto che in altri tempi sarebbe stato visto come una pesante interferenza da parte degli Stati Uniti negli affari interni dell'Unione Europea, dell'Eurozona. Lo stesso Obama ha fatto delle pressioni inusitate sul Fondo Monetario Internazionale perché triplicasse il pacchetto di aiuti alla Grecia.

Per darvi un'idea, il PIL della Grecia è una modesta frazione del PIL della sola città di New York, quindi è un "microbo" visto dagli Stati Uniti. La città di New York, peraltro, fu sull'orlo del fallimento e della bancarotta negli anni '70 senza che questo provocasse particolari danni agli Stati Uniti.

Tuttavia, per capire il livello di attenzione apparentemente esagerato che l'Amministrazione Obama sta dedicando alla crisi greca, bisogna capire che tipo di traumi ha lasciato nella memoria storica della classe dirigente americana l'episodio del fallimento della Lehman Brothers nel settembre del 2008: l'idea, quindi, è quella che la Grecia possa essere la Lehman delle nazioni, che un minuscolo caso di bancarotta sovrana in un paese che rappresenta il 2% del PIL dell'Eurozona possa in realtà essere l'innesto di una catena di altri episodi simili, via via più importanti, coinvolgendo degli Stati sovrani più grandi, fino a portare i mercati a porsi dei problemi sulla solvibilità del debitore più grande del pianeta, che sono appunto gli Stati Uniti d'America.

L'idea è quella che la terza fase della crisi effettivamente si stia forse aprendo adesso: la terza fase di una crisi unica, che ha avuto come primo capitolo il collasso del sistema delle banche, come secondo capitolo, purtroppo, la recessione dell'economia reale e la terza che può aprirsi è appunto quella della bancarotta sovrana, la nuova fragilità sistemica. Questo spiega perché tanta attenzione da parte dell'Amministrazione Obama per una questione che apparentemente la riguarda molto poco e che è molto distante.

Ora, slow economy significa anche questo, significa che per tutto l'Occidente – parlo di Occidente e non di Asia in questo caso, l'Asia è un caso veramente a parte – si apre una lunga stagione nella quale sulle prospettive di crescita economica peserà una zavorra di debiti, che erano stati dei ricchi privati nella prima fase della crisi, e sono diventati debiti pubblici nel momento in cui maxi manovre di salvataggio dei sistemi bancari, adottate più o meno in tutto l'Occidente, hanno trasferito le liabilities bancarie dentro ai bilanci pubblici.

Riassorbire questi livelli di indebitamento – ricordo che per gli Stati Uniti d'America non si assisteva ad un tale livello di deficit e debito pubblico dalla Seconda Guerra Mondiale – comporterà un effetto di drenaggio a lungo termine sulle potenzialità di crescita: uno degli elementi, una delle coordinate della slow economy è rendere consapevolezza che sulle potenzialità di crescita dell'Occidente ci sarà per lungo tempo questo tipo di segno meno.

L'Asia no. Al contrario, essa ha avuto la capacità di sor-

prenderci, ha smentito tutte le previsioni; l'idea che Cina e India, questi Paesi emergenti, le potenze emergenti asiatiche, potessero rimanere indenni dal contagio globale della recessione era parsa una breve e fugace illusione: in realtà è andata proprio così. Lo avete sentito adesso dalla dottoressa Zanetti nelle cifre del Fondo Monetario Internazionale, non c'è mai stata una recessione in Asia durante il biennio terribile 2008/2009. La Cina ce l'ha fatta, l'India ce l'ha fatta, hanno avuto un rallentamento nella crescita, ma quando la crescita rimane più 8% in Cina e più 6,5% in India è una performance veramente considerevole.

Questa è diventata la nuova locomotiva del pianeta e lo sarà per un bel pezzo. Non solo Asia del resto, bisogna ormai allargare l'idea, bisogna usare sempre più spesso la sigla di BRIC, Brasile, Russia, India e Cina, questa nuova entità che sembrava l'invenzione di un economista della Goldman Sachs dieci anni fa e che invece è diventata talmente concreta che ormai si tiene con regolarità un vertice dei BRIC: ce n'è stato uno due settimane fa a Brasilia con i capi di Stato e di governo di questi quattro paesi. Il Brasile ormai sembra stupefacente, ma ha un ciclo economico che è più sintonizzato con la Cina che non con gli Stati Uniti d'America per il tipo di interdipendenza che si è creata tra le due economie, per il livello di interscambio commerciale. Ricordo di recente di aver partecipato ad un convegno internazionale con un economista brasiliano che faceva vedere dei grafici sull'andamento del PIL del suo Paese, e l'andamento dell'export di zucchero era direttamente legato alle nuove tipologie di consumi alimentari dei cinesi. I cinesi hanno scoperto lo zucchero: non farà bene alla loro salute, ma fa molto bene alla salute dell'economia brasiliana, ed è una delle tante materie prime, senza contare poi che il Brasile non è solo un esportatore di materie prime, è anche un Paese con una vigorosa industria innovativa.

Altro caso interessante è l'Australia, che è diventata ormai un satellite dell'economia cinese per molti versi. Da un punto di vista militare, o politico, o culturale rimane un Paese ancora ancorato agli Stati Uniti, all'Occidente, ma da un punto di vista economico è molto più integrato con la Cina che con noi. Questo per dire che la galassia degli emergenti è una cosa molto più vasta, molto più complessa, non è più solo Cina: la Cina è certamente la locomotiva principale, ma

con sé ha ormai aggregato un convoglio che è di dimensioni davvero rispettabili.

Ciò significa che lì bisogna guardare; un'area come quella di Venezia e di tutto il tessuto economico e produttivo di quest'area deve raccogliere questa sfida strategica. Capire la propria vocazione significa, adesso, rivolgere un'attenzione senza precedenti a quella parte del mondo, capire quali sono i bisogni cruciali, individuabili per capire nuove vocazioni, o riscoprire vocazioni antiche di questo tessuto economico.

Dall'America, fermo restando che l'episodio di ieri ha rivelato delle fragilità, che il tessuto psicologico anche dei mercati è sempre sull'orlo di una crisi di nervi, ci sono tuttavia segnali positivi, ormai consolidati da tre trimestri, tre trimestri di segno più nel Prodotto Interno Lordo degli Stati Uniti. Una conferma che l'America, nonostante gli enormi problemi che ha rivelato dal 2007, è ancora una nazione con dei livelli di flessibilità straordinariamente superiori a quelli europei: una nazione che ha saputo, che ha dovuto sacrificare in un biennio 8 milioni di posti di lavoro, tanti sono quelli distrutti in due anni in America, e a cui però la stessa flessibilità consente poi una ripartenza, una capacità di rinascita a tempi ed a ritmi che ci lasciano stupefatti in Europa.

Il PIL statunitense fa registrare tre trimestri già di segno positivo: l'ultimo del 2009, con un più 5,2%, dovuto soprattutto alla ricostituzione delle scorte, quindi un rimbalzo tecnico un po' esagerato, ma il primo trimestre 2010, con un più 3,2%, questa volta essenzialmente trainato dai consumi, quindi una ripresa già più solida, più sana, più fisiologica, anche se con ancora dei grossi problemi, un mercato del lavoro ancora in forte sofferenza, con il tasso di disoccupazione che sfiora l'11%, e che rappresenta un livello anomalo nella storia di questa nazione. Nazione che sta prendendo coscienza che non può ritornare al modello di sviluppo precedente, non potrà più permettersi di vivere al di sopra dei suoi mezzi; quei livelli di indebitamento privato degli Stati Uniti, delle famiglie, dei consumatori americani erano patologici, una perversione della crescita.

Certo da questo punto di vista la crisi dell'Eurozona preoccupa gli americani, anche perché ostacola il risanamento, l'aggiustamento di uno dei macro squilibri fondamentali a

livello mondiale. L'America, proprio per guarire dagli eccessi dell'indebitamento privato, deve risanare il colossale disavanzo commerciale bilaterale con la Cina, per questo una delle medicine più efficaci è il dollaro debole. L'America ha bisogno di un dollaro debole e tutto quello che sta succedendo qui da noi in casa nostra, invece, gli sta rafforzando il dollaro: è anche questa una delle ragioni di forte preoccupazione dell'Amministrazione Obama. La crisi della Grecia, la crisi dell'Eurozona ha messo una serie di granelli di sabbia in un meccanismo che si stava mettendo in moto tra Stati Uniti e Cina: oltre al dollaro debole erano evidenti i segnali di una nuova volontà del governo di Pechino di avviare una graduale rivalutazione della propria moneta, adesso siamo in una fase di tale incertezza e instabilità dei mercati valutari, che tutto questo scenario è fortemente perturbato.

Resta comunque il fatto che dall'economia americana abbiamo dei segnali positivi, non certamente così dinamici e vigorosi come quelli dell'Asia, ma positivi, ed insieme ad essi segnali di un ripensamento del modello di sviluppo, che si moltiplicano a livello anche aneddótico. Essendo tornato a vivere negli Stati Uniti dopo la mia lunga vita asiatica, vedo quotidianamente tanti piccoli segnali di cambiamento dei consumi degli americani che sono interessanti. In parte sono pilotati dall'alto, da un'evidente volontà dell'Amministrazione Obama di spingere verso la green economy, verso tutte le innovazioni e nuove tipologie di consumi che sono più rispettosi dell'ambiente, e che vanno verso l'uso di energie rinnovabili. Ci sono stati anche degli incidenti, non certamente programmati né desiderati da questa Amministrazione, da ultimo il terribile incidente nella piattaforma petrolifera nel Golfo del Messico che ha indotto a ripensare anche il via libera alle trivellazioni petrolifere, un ulteriore vincolo in direzione dello sviluppo delle fonti rinnovabili. Ma poi ci sono invece anche tanti cambiamenti che vengono dal basso, cioè si sta lentamente chiudendo un'era di accumulazione smodata di beni materiali spesso di scadentissima qualità. C'è stata una fase di almeno trent'anni di consumismo americano simboleggiata da un saggio pubblicato di recente che si intitola "The Stuff", cioè la roba, inteso come l'accumulare, l'andare da Walmart, fare la spesa, comprare tutta roba Made in China con offerte speciali: compri tre e paghi due, riempi queste grandi ville nei quartieri sub urbani residenziali, riempi il garage, la soffitta, la cantina di roba che poi non userai mai.

Adesso c'è veramente una presa di coscienza che quel tipo di modello di sviluppo era malsano, e questo è interessante perché apre delle opportunità per il tipo di specializzazione, di vocazione produttiva che avete qui: l'idea, cioè, che convenga comprare meno, ma meglio, è una delle tendenze culturali più interessanti che emergono in questo momento negli Stati Uniti; non riempirsi più il Suv di offerte speciali, ma comprare alta qualità, meno in volume e di più in qualità, che vuol dire anche in durata. Perciò, la slow economy è al tempo stesso la constatazione di una realtà: in quest'area del mondo, che è l'Eurozona e l'Unione Europea, non avremo tassi veloci di crescita per molto tempo, però al tempo stesso la slow economy è uno schema aperto e sta a noi riempirlo di contenuti.

Se è solo crescita debole, allora è una pessima cosa, è uno scenario in cui le tensioni sociali saranno destinate ad acuitizzarsi in tutta l'Europa. Quello che abbiamo visto, le immagini orribili arrivate dalla Grecia negli ultimi giorni potrebbero un giorno accadere in altre parti del continente europeo, se questa parte del mondo si avvita semplicemente in uno scenario di stagnazione, mercati del lavoro depressi, cure e terapie di austerità per risanare i bilanci pubblici, i debiti degli Stati. Viceversa, è possibile utilizzare la fase della slow economy per fare delle scelte qualitative e puntare su una crescita di tipo diverso, dove non continuo tanto i numeri percentuali del PIL, ma la composizione di questa crescita, che cosa c'è dentro. Queste scelte qualitative, la possibilità di puntare su alcune vocazioni che qui a Venezia sono già presenti, mi sembrano evidenti.

Sono tre i capitoli che individuo, e cito molto rapidamente, e che poi avrete modo di discutere nel merito: ambiente, consumi culturali, servizi alla persona; il che non esclude anche che tutto questo sia il terreno di sfida per aziende ad altissima tecnologia: non è questo il momento di un ripiego, ma semmai di una strategia globale. Quando ripenso alla scelta che è stata fatta di avere una presenza specifica di Venezia all'Expo di Shanghai, la ritengo molto lungimirante, perché questa città è potenzialmente una vetrina del meglio che il Made in Italy rappresenta agli occhi dei cinesi. L'immagine dell'Italia, per la mia esperienza di vita personale, migliora più ci si allontana da questo Paese, il peggio dell'immagine dell'Italia, probabilmente, ce l'avete voi qui. In Europa non è

eccellente, ma più si va verso continenti lontani, più le negatività quotidiane diventano sfuocate, e rimangono invece alcuni elementi di fortissima attrazione.

Voi pensate che cosa rappresenta, per il turismo di fascia alta cinese che sta venendo sempre più spesso in questa città, direi anche e addirittura a livello antropologico, l'esperienza e il contatto con Venezia. Che cosa significa per un abitante di Pechino o Shanghai, che sono due megalopoli che hanno ciascuna ormai superato la soglia dei 18 milioni di abitanti, due città diversissime, ma con dei problemi simili di inquinamento spaventoso, congestione, città che nonostante la natura autoritaria del regime politico toccano dei limiti di governabilità sociale; sono ai limiti della possibilità di controllo quando si arriva a quei livelli di densità, per i problemi legati all'immigrazione, ad esempio, perché c'è anche una gestione dell'immigrazione interna che può creare delle tensioni, come i problemi legati alla mancata costruzione di uno stato sociale, problemi della scuola, della sanità. Pensate che cosa significa il contatto con Venezia per la classe dirigente cinese, la classe dirigente in senso allargato, quei 100-150 milioni di cinesi che hanno un reddito medio-alto, che viaggiano, che hanno il potere d'acquisto elevato, che considerano il "venire qui" ormai come parte di un loro iter culturale di cittadini del mondo, che hanno un'attrazione fortissima per questa città, per ragioni storiche evidenti, e che qui scoprono una dimensione del vivere moderno che a loro è completamente sconosciuta, una dimensione di abitabilità urbana, una capacità di conservazione del patrimonio storico, artistico, culturale che loro hanno tragicamente perso. Un popolo come quello cinese, che è fiero della propria storia, che sa di appartenere alla civiltà più antica del mondo, con cinquemila anni di storia alle spalle, ben più antica della civiltà greco-romana, e che tuttavia ha distrutto quasi tutte le reliquie del proprio passato, arriva qui e scopre che esiste un popolo moderno, avanzato, capace di vivere su scala umana in una città museo, di investire sull'arte, sulla cultura, sulla preservazione del patrimonio culturale, come una ricchezza, una forma moderna di utilizzo della propria storia. Tutto questo poi nell'immaginario collettivo di questi cinesi (e ripeto, sto parlando di una classe dirigente cinese in senso lato, che ha più abitanti, l'élite cinese, oltre un centinaio di milioni di persone, ha più abitanti della Germania) si collega con l'idea di un Made in Italy fatto di prodotti di

altissima qualità, tecnologia, eleganza, estetica, know how, saper fare: per il cinese evoluto, benestante e moderno il prodotto del lusso italiano, che viene qui ad acquistare, è una sorta di condensato di tutto quello che vede. Non voglio fare nomi, ma la borsa di Prada o le scarpe di Ferragamo, o la valigia della Bottega Veneta per lui sono tutt'uno con un contesto anche di conservazione di una tradizione che viene dalla bottega rinascimentale dell'artista.

Queste cose formano, per questo sono partito dall'Expo Shanghai, che è un avvenimento molto importante, almeno altrettanto importante di quello che sono state le Olimpiadi di Pechino nel 2008, ma ne vedo ancor più potenzialità positive. Vivevo a Pechino durante le Olimpiadi, ed ho vissuto anche in modo sgradevole e sofferente l'orgia di nazionalismo cinese che è stato il momento olimpico, con delle punte anche di chiusura (c'era appena stata la repressione della rivolta in Tibet) e di arroccamento xenofobo. L'Expo di Shanghai, invece, ha una natura diversa, perché innanzitutto sarà un'Expo universale molto più visitato dai cinesi che non dagli stranieri, in un Paese dove ancora c'è un'idea positiva del progresso, e questa è una delle grandi differenze tra l'Occidente e l'Oriente. L'Occidente ha consumato la propria visione positiva del progresso nel XX secolo e ora siamo molto disincantati, scettici, c'è molta sfiducia nel fatto che davvero il progresso sia positivo e tendiamo a vederne più gli aspetti distruttivi. Nelle potenze emergenti asiatiche, invece, c'è ancora una straordinaria fiducia nel progresso, nella tecnologia, e allora l'Expo di Shanghai sarà un po' quello che furono i grandi Expo universali alla fine dell'Ottocento a Parigi, a Chicago, nell'epoca del positivismo galoppante in Occidente.

Il fatto che lì dentro ci sia uno spazio anche piccolo dove Venezia si presenta come un modello, è molto più che promozione del turismo a Venezia: questa città diventa una sorta di sintesi, un insieme di soluzioni chiavi in mano che possono combinare la vocazione industriale, quella turistica, quella di servizi, quella culturale. Queste sono cose su cui vi giocate delle opportunità straordinarie, perché con i singoli prodotti la competitività cinese è ormai al di là della nostra portata, perfino sulle fonti energetiche: lo sa bene Obama che continua a rimproverare l'industria americana perché sta accumulando ritardi nei confronti della Cina

anche sull'energia solare, sui pannelli fotovoltaici o l'eolico. Sui prodotti ormai è molto difficile star dietro ai cinesi, diverso invece il discorso sulle soluzioni chiavi in mano di qualità della vita, di nuovi modelli di convivenza civile che combinano industria, servizio, diritti, perché la Cina dovrà porsi anche il problema dei diritti. Su questo ecco che una città come Venezia può mettere insieme la propria storia e tradizione di vocazione, di sguardo verso l'Oriente: è una vostra ricchezza straordinaria, questa - a cominciare dagli esperimenti in corso nelle vostre università di formazione di giovani che vanno a cimentarsi con periodi di studio e di lavoro in quelle parti del mondo -, la vostra vocazione culturale, la vostra vocazione anche nel campo dell'ambiente, perché comunque avete dovuto misurarvi con delle sfide per le quali la Cina è ancora fortemente impreparata. E aggiungo, tutto questo poi ha anche delle ricadute molto concrete per esempio nel fascino della produzione eno-gastronomica.

Anche per questo i turisti della fascia alta cinese che vengono qui vanno nei grossi ristoranti, vanno anche a fare la spesa: vi ricordo che uno degli eventi più terribili che hanno segnato in modo traumatico il ceto medio-alto cinese negli ultimi anni sono stati gli scandali alimentari di contaminazione, di avvelenamento di massa. Io vivevo a Pechino quando si è diffuso il panico tra i genitori cinesi per la contaminazione del latte in polvere per i neonati, casi di avvelenamento, decine di neonati morti e le mamme cinesi che non sapevano più che marca di latte in polvere comprare al supermercato. Queste cose stanno segnando il consumatore cinese, il consumatore medio-alto cinese sta scoprendo, drammaticamente, sulla sua pelle i limiti di un modello capitalistico di sfruttamento selvaggio, di ricerca del profitto senza tutela della salute, senza attenzione all'ambiente, senza attenzione alla qualità. Nel titolo, nel termine slow economy c'è anche dentro un richiamo allo slow food, che non è soltanto una moda, è attenzione alle genuinità, alla tradizione, al recupero di una storia che ha nel proprio territorio dei valori straordinari. Questi valori parlano oggi ad un centinaio di milioni di cinesi, non la Cina povera che ha ancora vaste regioni dove c'è solo l'ansia di risolvere problemi materiali immediati, ma la Cina della fascia costiera più sviluppata, che ormai si sta ponendo problemi di qualità della vita, non semplicemente di benessere materiale. Lì voi avete qualcosa da dire, per vostra fortuna avete un patrimonio da valorizzare: rappre-

sentate un modello e se ci credete sono convinto che quella parte emergente e trainante, la nuova locomotiva della crescita globale, può trainare anche voi. Grazie.

ROBERTO CROSTA

Grazie dottor Rampini. Gli stimoli che ci ha fornito sono moltissimi, e anche molti segnali di speranza, ed è poi quello che vorremmo che oggi emergesse in modo chiaro, che cioè ci sono dei segnali di ripresa concreti, delle belle opportunità per le imprese veneziane. Avremo modo di parlare anche nel corso della tavola rotonda di tutte queste cose. Ora però darei subito la parola al professor Rullani, che è un'eccellenza perché, pur essendo ormai un "pensionato" di Ca' Foscari, continua con straordinario successo le sue attività nel mondo accademico, con la Venice International University.

Il dottor Rampini ci ha parlato di uno sguardo globale, con Enzo Rullani invece entriamo più sul livello locale, anche se sempre con lo sguardo al globale: "Idee, reti, filiere e servizi per uscire dalla crisi". Lui del resto è uno dei massimi esperti e dei massimi studiosi di tutte le economie relative ai distretti, quindi credo che anche da lui arriverà qualche spunto importante.

ENZO RULLANI

PRESIDENTE TEDIS - VENICE INTERNATIONAL UNIVERSITY

La domanda inevasa di qualità

Credo che Rampini ci abbia portato sul tema del titolo del nostro convegno: Riprogettare il futuro. Il tema è importante, perché oggi in Italia vediamo una specie di sindrome dell'impossibilità, quasi che il futuro ci stesse scappando di mano, fuggendo altrove. O stesse prendendo le forme ambigue e sfuggenti degli gnomi della finanza speculativa che tutti i giorni ci sabotano l'economia, magari facendo anche degli errori umani, come ha detto prima Rampini. Ebbene, egli invece ci ha riportato sul nostro tema e ci ha detto che in fondo il futuro non ci è sfuggito: è ancora qui, possiamo coglierlo se facciamo le cose giuste, utili allo scopo. E se le facciamo in un tempo ragionevolmente breve. In Italia viviamo spesso una specie di sindrome dell'abbandono che recita così: le

multinazionali che fuggono, il baricentro dello sviluppo si allontana, e quindi la domanda cresce altrove, lontano da noi. I modelli di vita nell'economia globale, con tanti nuovi protagonisti, si modificano senza che i nostri imprenditori, oppure i nostri operatori, ne siano in qualche misura registi o per lo meno in contatto diretto. Il mondo cambia, insomma, e per motivi che ci sfuggono. Ci sentiamo tagliati fuori e non è una bella sensazione. Ma è almeno giustificata? Solo in parte. L'idea che il sentiero mondiale dello sviluppo ci ha abbandonato, tagliandoci fuori, si può invece contrastare.

Rampini lo ha detto molto bene. Ha detto che il nostro modo di riagganciare lo sviluppo risponde ad una domanda latente di qualità che sta nello sviluppo di tanti altri paesi, compresi i paesi emergenti. Una domanda, dunque, che non è solo nostra, e dei nostri clienti tradizionali. Ma che emerge dal nuovo melting pot della crescita mondiale. È una cosa importante che vorrei sottolineare. Questa domanda di qualità nasce anche nei Paesi emergenti, dove per adesso assume la connotazione di quei bisogni sofisticati, magari da ricchi, che superano la risposta alla necessità quotidiana del sopravvivere, a cui pensa la maggioranza della popolazione. Ma ci sono bisogni di qualità della vita che cominciano a diventare importanti e di massa: un ambiente maggiormente vivibile, il recupero dei significati collettivi dello stare insieme, la tutela e valorizzazione dei beni comuni, anche cognitivi. La qualità, insomma, non è un optional: sarà sempre di più una caratteristica chiave del nuovo assetto globale che abbiamo di fronte. In questo contesto, la qualità è tuttora una domanda inevasa. E, in Italia non meno che in altri paesi, abbiamo delle risorse, le capacità intellettuali e pratiche per servire il mondo con un'offerta innovativa di qualità, ossia con prodotti, significati, servizi che possano migliorare la qualità della vita e del lavoro di chi li utilizza. Perché la qualità – diceva prima Rampini – non è solo qualità del prodotto (il prodotto buono), ma è anche un problema di significati, di come noi giudichiamo la vita che facciamo e in qualche modo riusciamo ad organizzarci.

Venezia, sintesi di Oriente e Occidente

Da questo punto di vista mi sembra molto importante il ruolo che Venezia può assumere in questa sintesi, come l'ha

chiamata lui, tra Oriente ed Occidente. Richiamo due concetti di cui ha accennato Rampini che mi paiono molto appropriati al problema emergente della domanda di qualità. L'Oriente oggi sta sposando il progresso tecnico, scoprendo, attraverso di esso, i vantaggi della quantità, della meccanizzazione, dell'efficienza tecnica, e – in definitiva – della modernità che da noi in qualche modo sono stati lentamente generati e assorbiti in due secoli e rotti di esperienza diretta. Questa focalizzazione sulla quantità fa parte anche della nostra storia passata, incorporandosi in una cultura della produzione per i bisogni che, con il crescere della ricchezza e dell'intelligenza sociale, ci siamo ormai avviati a superare.

In Occidente, siamo ormai portatori dell'idea che la generazione di valore economico e il miglioramento della qualità della vita si agganciano, in modo prevalente, non alla quantità, ma alla qualità. I rapporti tra Occidente e Oriente si sono in un certo senso rovesciati nel corso dei due secoli e mezzo trascorsi dalla rivoluzione industriale ad oggi. Inizialmente la tecnica e il calcolo – due motori della crescita quantitativa – hanno caratterizzato la cultura occidentale, e il suo razionalismo astratto. La qualità è rimasta in Oriente, legata alle forme di vita e di produzione pre-moderne. E ancora oggi la cultura orientale è ricca di concetti olistici, che mettono insieme natura, ecologie umane e tecnologie razionalistiche. Poi, però, i ruoli si sono rovesciati. Col procedere della crescita quantitativa, i redditi occidentali hanno superato la soglia della necessità e dunque dei bisogni fisiologici, predeterminati e prevedibili. L'uso del reddito è passato dal mondo dei bisogni a quello, assai meno deterministico, dei desideri. Uno spazio di libertà in cui la quantità dei beni materiali posseduti ha presto ceduto il passo alla qualità dei significati e delle esperienze che si accompagnano al loro impiego. La crisi ambientale e i cambiamenti innescati nella comunicazione globale (con i mass media e con le ICT) hanno acuito la ricerca della qualità della vita e del lavoro. In Occidente, la nuova modernità ha così riscoperto la qualità, e con essa la tradizione, i territori, le persone e la loro capacità di immaginare ed emozionarsi in forme condivise. L'Oriente, che aveva conservato la sintesi pre-moderna tra uomo e natura, ha invece seguito un percorso opposto: nell'ultimo mezzo secolo – prima col Giappone e poi, di recente, con la Cina, l'India e gli altri paesi asiatici in via di rapida crescita – l'Oriente ha scoperto i vantaggi

della modernizzazione quantitativa, prendendo in mano una bandiera che l'Occidente aveva cominciato discretamente ad ammainare.

Ma noi sappiamo che anche in Oriente, il boom delle quantità non potrà andare avanti in modo incontrastato per molto tempo: cominciano in effetti a farsi sentire sia esigenze di qualità della vita ambientali, sia esigenze di qualificazione simbolica dei consumi. Dunque, in Occidente, lo svantaggio competitivo dei costi, che comunque rimane rispetto ai grandi paesi emergenti dell'Oriente, potrà essere compensato da un investimento nella qualità, utile non solo alle imprese e ai consumatori occidentali, ma anche – presto e sempre di più – a quelli orientali.

Città di frontiera, che viene dal passato ma guarda al futuro

Venezia, in questo contesto, può essere realmente una città laboratorio, in cui sperimentare la sintesi tra qualità e quantità, che si propone come il driver più importante dello sviluppo futuro in tutto il mondo. Venezia, infatti, ha fatto fatica ad incorporare, nei due secoli di modernità passati, la febbre della crescita quantitativa che ha cambiato il volto e la natura delle altre città. Volente o nolente – in forza dei vincoli fisici al trasporto delle merci e delle persone – ha conservato più che altrove forme di vita tradizionali, legate alla qualità, più che alla quantità. Ciò l'ha resa finora anomala, un'eccezione: decantata positivamente per certi aspetti, in termini pratici la città ha tuttavia perso le grandi chances legate alla crescita quantitativa.

Vivendo nel moderno e dovendo comunque trovare un modo di generare reddito per i suoi abitanti e per il territorio, Venezia è diventata una città duale, scissa tra un nucleo tradizionale (nelle isole) e una cintura industriale (Porto Marghera) in cui il territorio è stato completamente ridisegnato in funzione delle esigenze produttive della grande fabbrica. Con effetti alla lunga negativi, come si sa.

L'iper-specializzazione turistica della Venezia insulare è uno degli effetti di un ripiegamento della città antica su un passato di cui altri si sono "liberati" nel corso del tempo e che,

invece, a Venezia rimane scolpito nella pietra, fissato nei monumenti, reso necessario dalla mancanza delle automobili e della mobilità di persone e di merci che caratterizza la città moderna. Con risultati non esaltanti.

Porto Marghera – il polo di un’exasperata modernità (la chimica di massa) che bada solo alla tecnica e alla quantità – è in crisi da tempo. E il turismo, lasciato a se stesso, è a sua volta diventato una fonte di reddito per la città insulare che impoverisce la qualità della vita urbana dei residenti e dunque dissipa i significati storici da essa ereditati. Tuttavia, le cose, da qualche tempo, stanno cambiando.

Man mano che la modernità riscopre l’importanza della qualità, anche nella produzione di valore, la città che hanno conservato il suo “cuore antico”, tornano ad essere apprezzate per il tipo di rapporti e di esperienze che contengono, non solo per i tonnellaggi di merci e prodotti che attraversano le fabbriche e le strade delle aree industriali.

Venezia cessa così di essere la città anomala, e diventa al contrario un laboratorio di frontiera, nell’esplorazione di nuovi modi di collegare valore economico e qualità della vita. Un laboratorio potenziale che contiene al suo interno molti elementi della qualità che manca all’altra metà del mondo. Quella che era una città legata irrimediabilmente al passato diventa oggi, potenzialmente, una città proiettata del futuro, che indica la strada da percorrere verso la qualità, anche a beneficio di altri.

Venezia può essere un laboratorio consegnato ad un’esperienza originale, di esplorazione del possibile, se si guarda la città dal punto di vista di una persona o di un paese che arriva adesso al benessere, e che scopre la mancanza di tutto quello che va oltre la sopravvivenza (la qualità dell’ambiente, della cultura, della storia nella vita quotidiana degli abitanti). Soprattutto Venezia è potenzialmente emblematica per il recupero della storia attraverso la conservazione e la trasformazione dei suoi significati, tradotti giorno per giorno in forme che fanno parte del futuro, non solo del passato.

Ecco il nostro ruolo nel globale di oggi: esplorare traiettorie di produzione del valore che dilatino la qualità del vivere e del lavorare. Non è un ruolo passivo, o al traino di al-

tre esperienze. Non si tratta cioè di agganciarsi al motore (quantitativo) della crescita altrui, che va più forte del nostro, ma di darsi un ruolo attivo nel contribuire ad immaginare il futuro non solo per noi, ma anche per gli altri, secondo un principio di reciproca specializzazione.

Il difficile della trasformazione: cambiare le persone e la loro cultura

Per avere valore, il nostro sapere e le pratiche che mettiamo a punto devono rispondere alla domanda altrui: il sentiero della specializzazione sostenibile, per le nostre imprese e il nostro lavoro è quello che sviluppa ciò che gli altri chiedono, mettendo a punto idee e soluzioni di qualità che gli altri sono disposti a pagare quando comprano i nostri prodotti, quando seguono le nostre suggestioni, o adottano gli stili di vita suggeriti dalle imprese alimentari o della moda. E così via.

Ed è anche quello che le nostre aziende possono imparare a fare, e che – se consideriamo i pionieri – stanno imparando a fare. Ma non facciamoci illusioni: siamo solo all’inizio di un percorso che rimane lungo e difficile. In salita. La passione e l’intelligenza della qualità implicano, infatti, una rivoluzione nelle persone, nel modo di pensare lo sviluppo, nel modo di pensare di fare impresa, o di pensare il rapporto con i bisogni che vengono serviti dalle imprese e che quindi esse portano sul mercato.

Sono gli uomini che devono cambiare, prima che le tecniche e le macchine. Questa relazione generativa tra persone che immaginano il futuro possibile, usando la tecnica delle quantità per alimentare l’esplorazione delle qualità possibili, è la sintesi essenziale tra Oriente ed Occidente. Si farà mescolando l’esperienza delle persone e non certo spedendo container da un porto all’altro o mandando fuggacemente persone che girano con l’aereo. Le città e le reti mondiali di città sono insomma, da questo punto di vista, l’asse portante della trasformazione del senso e del valore che ha investito la modernità del nostro tempo.

All’università Ca’ Foscari e alla Venice International University abbiamo fatto un investimento in questa direzione. Abbiamo cento, duecento, trecento persone che ogni anno

si muovono in questa dimensione globale intrecciando le esperienze, e questo intreccio non ci vede solo nella parte di quelli che prendono lezioni da altri. Ci vede anche nella parte di quelli che, su certe cose, rivendicano un primato di idee e di esperienze, mentre su certe altre vanno ad imparare umilmente dagli altri quello che da noi ormai si è disperso, di cui non si ha più traccia, ma che rimane importante per il futuro.

Questa è la differenza competitiva su cui si può basare un ruolo diverso di Venezia nella competizione tra i territori. La crisi ci insegna che questa sintesi tra Occidente ed Oriente – questo rapporto tra noi, che portiamo la storia o la qualità ai significati, e gli altri, che portano le quantità, le macchine, il progresso quantitativo – non è semplice, e non può avvenire senza ribaltare molti equilibri che oggi esistono e che conserviamo ancora.

La concorrenza tra territori

Nella sintesi tra Occidente e Oriente, alla ricerca di una nuova modernità, c'è potenzialmente uno spazio importante da esplorare. Ma, per occuparlo in modo stabile, sostenibile, bisogna fin da ora gestire un problema drammatico a cui non siamo abituati: la concorrenza tra i territori.

L'economia globale genera potenzialmente un grandissimo valore che mette in moto all'interno di questo nuovo modo di usare le conoscenze, e di moltiplicarne il valore perché circolano nel mondo, un processo di concorrenza tra i territori che in qualche modo prima non c'era.

Che cos'è che attiva la concorrenza tra i territori, in rapporto al quale Venezia ha qualcosa da guadagnare, ma anche tante cose da perdere? Se non capisce il meccanismo della concorrenza tra territorio come si può fare a valorizzare le proprie risorse e possibilità?

Fondamentalmente, bisogna rendersi conto della grande, e sempre maggiore, mobilità che oggi hanno i fattori produttivi, e le imprese. Una volta il fulcro dell'internazionalizzazione erano i movimenti di commercio estero (import ed export). Oggi non sono mobili solo le merci. Anzi. Pensiamo al capitale che, ormai, si può muovere tranquillamente tra la maggior parte dei paesi, creando anche grandi momenti

di sbandamento nel mondo. Pensiamo alle imprese che ormai non sono più caratterizzate dalla loro origine, non sono più prigioniere della loro storia, ma proprio perché possono muoversi e devono muoversi nel mondo, cominciano a domandarsi se una certa attività è meglio farla qui o in Romania o da qualche altra parte, magari vicino al mercato che cresce, in Cina o in Brasile. Pensiamo alle conoscenze che circolano da una parte all'altra del pianeta, con sempre minori vincoli fisici (grazie alle tecnologie di trasporto e di comunicazione) e sempre minori oneri doganali. Le stesse persone cominciano a spostarsi da un luogo all'altro, sia per fuggire alla miseria, che per valorizzare meglio gli investimenti cognitivi fatti.

Queste imprese che si muovono, questi capitali che anch'essi si domandano dove è meglio investire, queste persone che cominciano adesso a spostarsi da un paese all'altro del mondo, queste conoscenze che ormai non stanno più nei luoghi ma nei flussi tra un luogo e l'altro, pongono il territorio in una condizione di concorrenza (con altri territori) che è molto diversa da prima.

In passato ciascun territorio in qualche modo viveva sulle innovazioni, le invenzioni, sulle capacità delle imprese e delle persone che in esso erano nate, e che – in rapporto a questa origine - portavano quasi naturalmente al territorio il frutto delle loro capacità.

Oggi non è più così. I capitali, le imprese, le persone, le conoscenze si muovono e quindi scelgono loro dove portare il frutto delle loro capacità: Scelgono loro il patto politico, sociale, professionale da fare con un territorio. Un territorio che non si muove scoraggia questo patto, inducendo tutti questi soggetti a scegliere altre localizzazioni, dove l'innovazione rende più efficiente o comunque migliore il processo di valorizzazione delle proprie capacità.

Ecco l'importanza delle istituzioni locali, delle associazioni imprenditoriali, dei sindacati e di tutto il nostro vivere sociale. Anche delle università, che in qualche modo, dentro ad un territorio, costituiscono quella differenza che rende plausibile un ruolo di quel territorio nell'essere protagonista della nuova sintesi tra Oriente ed Occidente, tra la quantità e la qualità di cui prima abbiamo detto.

I vantaggi della diversificazione

Venezia ha un'economia, com'è stato prima richiamato dalla dottoressa Zanetti dell'ufficio Studi della Camera di Commercio, che ha alcune caratteristiche particolari. Prima di tutto, perché è un sistema che dentro al suo Dna ha un rapporto speciale con l'ambiente, con la storia, ed è portatore di questo modo di vivere altamente differenziato, personalizzato: quella che era un'anomalia o una curiosità tradizionalista, diventa oggi, come abbiamo detto, uno dei nuovi miti della vita dell'Occidente e dell'Oriente: ritornare cioè ad essere persone, ad avere un rapporto amichevole col contesto, non artificiale ma naturale. Venezia è portatrice di tutta questa storia e di tutte queste componenti. Ma non basta. Bisogna anche considerare, in secondo luogo, i vantaggi di un'economia diversificata che la modernizzazione non ha in passato artificialmente semplificato, come è avvenuto altrove.

In effetti, la provincia di Venezia ha oggi un mix di settori che, se per esempio guardiamo il Nord Est, è raro trovare in altre province. A Venezia, abbiamo settori che riguardano i servizi, alla persona per esempio, tipicamente il turismo, ma anche parti che riguardano la tecnologia, l'industria – e sebbene Porto Marghera sia in sofferenza da tanti anni, l'area e le strutture sono riutilizzabili per fare qualcosa di importante. Ci sono inoltre importanti risorse logistiche che forse aspettano di essere usate meglio, università di grande tradizione, che anch'esse in qualche modo possono contribuire in modo specifico a creare una rete della cultura, dell'intelligenza dentro un sistema ampio. Il territorio veneziano ha dentro tante cose, e diverse. Comprende servizi e industria, grandi e piccole imprese. Per un verso è simile alle città storiche, ma per un altro rispecchia potenzialità e problemi tipici del sistema di piccole imprese del Nord Est. Questa diversificazione di settori e di forme economiche in passato, fino a dieci anni fa, potevamo considerarla una situazione non invidiabile.

Nel periodo 1970-2000, infatti, vincevano in Italia le monoculture: tipica monocultura è il distretto. I distretti, in effetti, cosa sono? Sono il fatto che un luogo vive di un solo settore e che concentra lì tutta l'intelligenza, le capacità, le persone, facendo le economie di scala che nascono da questa prossimità specializzata in attività simili o strettamente collegate.

Oggi, col senno di poi, abbiamo capito quanto pericolosa sia la monocultura. In primis, perché mette a rischio il territorio legandolo alle sorti (alterne) di un unico settore dominante. Ed in questo rischio, persone e imprese si giocano il futuro: se va bene quel settore il territorio si arricchisce. Viceversa, se il settore si impianta, porta al disastro anche il luogo che ha colonizzato. Pensiamo, ad esempio, al caso di Prato. Prato si è specializzato nella monocultura tessile. Finché il tessile andava e le cose funzionavano, era una bellissima scelta, il territorio si è arricchito; ma quando il tessile è entrato in una specie di imbuto, che cosa è accaduto? Si è scoperto che la gente di Prato, seguendo la corrente e il flusso dei potenziali redditi, non aveva mai pensato di fare una cosa diversa dal tessile. La monocultura aveva, in altre parole, chiuso le menti e limitato relazioni ed esperienze in un ambiente ristretto, finendo così per pregiudicare il futuro.

Oggi riprogettare il futuro vuol dire che il futuro non è dato, che tu te lo devi inventare tutti i giorni, che non puoi scegliere una volta per tutte quale sarà il tuo futuro. Allora emergono i vantaggi della diversificazione: un sistema diversificato, infatti, ha tante possibilità di riprogettare il suo futuro. Può ri-mixare le risorse, può in qualche modo, di volta in volta, mescolarle e questo è anche importante per creare le idee forti che sono legate alla qualità della vita.

Per fare il passo verso la qualità della vita, e il valore che essa conferisce alle produzioni, non basta pensare alle prestazioni fisiche del prodotto (la qualità intrinseca o tecnica), ma al significato che quel prodotto ha nella testa del consumatore finale che lo compra dalla filiera e lo usa, inserendolo nel suo mondo di consumo.

Idee motrici

Da questo punto di vista, è importante capire che le idee forti, a cui agganciare la valorizzazione semantica della produzione, non hanno natura settoriale e non riguardano i singoli "pezzi" nella cui produzione macchine e imprese sono specializzate. Il consumatore che pensa alla casa non ha in mente i singoli mobili, le piastrelle, l'illuminazione, i sanitari, i muri o gli infissi: ha in mente, invece, le prestazioni e i significati del sistema nel suo complesso. Ossia il confort,

la sicurezza, l'eco-compatibilità, il consumo energetico, l'estetica della casa, l'inserimento nel paesaggio, la fruibilità dei servizi che le stanno intorno ecc.. Il produttore guarda e pensa al singolo "pezzo", il consumatore guarda e pensa al sistema. Al mosaico che risulta dall'integrazione intelligente dei singoli tasselli che lo compongono. I quali hanno valore in rapporto al mosaico, non di per sé.

Ecco le idee motrici: sono le idee che disegnano e danno significato al mosaico, inducendo le persone a proporre e domandare sistemi intelligenti di esperienza e di vita.

In passato siamo sempre stati abituati a pensare alla produzione come alla produzione di oggetti, di pezzi: l'industria meccanica produce dei pezzi di metallo lavorato che qualcuno poi userà, l'industria della casa, i singoli produttori, pensano ai sanitari, alle piastrelle, agli infissi ecc. Nell'industria della moda le imprese si definiscono come produttori di vestiti, borsette, scarpe, gioielli, occhiali, altri accessori di moda: ma il consumatore non pensa ai singoli particolari, pensa allo stile di vita intorno a cui questi oggetti ruotano.

La logica della quantità misura tutto a pezzi.

La logica della qualità ancora invece i ruoli produttivi a idee motrici che hanno a che fare con la qualità della vita e con la qualità del lavoro, coinvolgendo direttamente le persone.

Per anni c'è stato il dominio della logica della produzione che è la logica delle quantità, focalizzata sui singoli pezzi-prodotti. Una logica che – con la pubblicità e la riduzione dei prezzi – ha finito per contagiare anche il consumatore di massa.

Ma, da qualche tempo, le cose sono cambiate. Oggi il discorso della qualità della vita, che faceva prima Rampini, questo bisogno di ri-personalizzare il mondo, che ci porta a dotarlo dei significati che noi gli diamo come persone, fa sì che non siano apprezzati i singoli oggetti, ma il sistema che essi compongono e il significato che a tale sistema è possibile conferire in termini di qualità della vita.

Ad esempio, ormai gli oggetti di abbigliamento non sono più venduti in quanto tali, ma sono venduti in funzione del significato, presidiato dal marchio di qualche "firma" che collega abiti, borse, scarpe, occhiali ecc.. Contano gli stili di vita che i singoli oggetti rappresentano, perché il consumatore paga il valore simbolico e comunicativo dei singoli oggetti che compra, lettere di un alfabeto creato e diffuso dallo stilista.

È lo stile di vita che in qualche misura costituisce la base del valore di tutta l'industria della moda: non si compra una borsetta ma un simbolo di uno stile di vita a cui poi viene aggiunto il gioiello, il vestito, le scarpe, che fanno parte tutti della stessa costruzione di valore. Perché questo valore va costruito, non nasce naturalmente: al contrario, è una costruzione artificiale, una forma di intelligenza terziaria che fornisce al consumatore i significati della qualità della vita che lui compra prima ancora dei singoli oggetti.

Pensiamo all'economia di Slow Food, un'altra idea motrice intorno a cui è nato un fiorente business di ristoratori, produttori di alimenti, albergatori ecc.. Prima Rampini ha sottolineato questo aspetto: l'offerta di Slow Food, non è solo lentezza ("slow" contro "fast"). È anche la costruzione di un'idea, di un significato simbolico del mangiare, del rapporto con il cibo e con la natura, che poi noi traduciamo nei singoli alimenti e su cui nasce un business. L'idea di Slow Food conferisce infatti valore, agli occhi dei consumatori che hanno fatto propria questa idea motrice, al pasto in un ristorante associato a questa idea. Lo stesso vale per i produttori agro-alimentari, per i produttori di servizi turistici, per le attività sportive o ricreative collegate.

Liberiamo la forza delle idee, mettendole in rete

In un sistema diversificato come il nostro, noi abbiamo le risorse per creare molte di queste idee motrici, non solo nel campo della moda, che è già molto presidiato, e in cui è anche difficile inventarsi cose nuove, ma pensiamo per esempio al campo dell'abitazione e della casa, al campo del turismo, che non è più solo andare a prendere il sole o a fare la gita per conoscere dei monumenti.

Il turismo di oggi è esperienza, è economia dell'esperienza, è economia del "vado in un posto e faccio un'esperienza che non potrei fare in altri posti". Ma per fare questa esperienza, che tu sei disposto a pagare perché è unica e contribuisce alla qualità della vita e ai suoi significati, allo stile del tuo modo di vivere, non serve un solo settore, non serve che in un posto si facciano solo tessuti: serve un'economia diversificata che abbia la parte agricola, parte turistico-culturale, la parte turistica balneare, che abbia tante esperienze possibili,

che naturalmente devono stare in sistema. Ed è qui che viene il compito nostro, costruire cioè il sistema per cui questi milioni di persone che vengono a Venezia per vari motivi, chiamiamoli vagamente turistici, ma anche di affari e quant'altro, vi possano in qualche modo trovare delle esperienze polivalenti, non monoculturali.

Rompiano questi bozzoli settoriali che oggi ancora impediscono di vedere i consumatori come persone che cercano da noi un rapporto da persona a persona, non da consumatore a produttore, e che in quanto persone sono disposte a dare un valore che va al di là del singolo pezzetto che tu gli fornisci, perché gli fornisci, in realtà, un'esperienza di vita. Dentro a questa cornice dobbiamo anche capire che uno degli elementi importanti della città e della provincia di Venezia è che proprio per questa sua peculiarità, per il fatto di avere risorse che da altre parti del Nord Est non ci sono, questa economia ha grandi potenzialità se viene vista nel suo essere complementare, per lo meno al Nord Est. Molte delle cose che Venezia può fare, e che possono valorizzare le risorse di cui dispone, richiedono infatti una complementarietà con ciò che è al di là dei confini provinciali, che però hanno bisogno, in quanto complementari, di un'integrazione con le nostre risorse.

Vivere nello spazio metropolitano

Il futuro di Venezia è nella creazione dello spazio metropolitano, uno spazio in cui vivano e lavorino uno o due milioni di persone. Nell'economia globale, dove tutto il resto del mondo si organizza per le megalopoli, noi abbiamo questa sfida eccezionale che dobbiamo accettare e vincere: costruire la città diffusa in grandi reti metropolitane, che consente ai diversi nodi di rimanere autonomi, ma al tempo stesso li specializza e li collega in modo da offrire agli abitanti di ciascun punto di questo spazio servizi, conoscenze, esperienze pari a quelle che sono accessibili in città molto più grandi e concentrate. Per realizzare lo spazio metropolitano occorre mettere in rete tanti nodi che stanno distribuiti in una regione vasta (la PaTreVe o altro), organizzando una divisione del lavoro per cui le singole città piccole (i singoli nodi) presidiano la vita quotidiana, mentre i servizi rari (università, ricerca, ospedali, conoscenze professionali, marchi,

servizi logistici e comunicativi legati a grandi infrastrutture) sono forniti da un sistema di scala superiore, che mette insieme diverse province o anche più regioni.

Venezia, ad esempio, ha una funzione anche di una vetrina eccezionale sul mondo, ma questa vetrina ha bisogno di essere utilizzata non solo dai veneziani, ma da un sistema ampio che stabilisce dei punti di contatto con l'economia globale a cui ci apriamo. Bisogna pensare ad un'economia del Nord Est che usa Venezia in questa funzione, immaginando che ci sia la possibilità di portare qui, a Venezia, i centri direzionali di molte multinazionali che vogliono lavorare con il Nord Est. Naturalmente questo potrà accadere se Venezia sa offrire, ad esempio ad un manager che viene dall'America ragioni per rimanere ancorato ad una città polivalente e interessante, invece di essere precipitato in un ambiente rurale, dominato dalla fabbrica. Se deve arrivare qui un flusso di lavoratori della conoscenza con le loro famiglie, rimanendo per anni, occorre creare un sistema metropolitano evoluto, dove ci siano le cose a cui un cittadino del mondo è abituato. Non solo tradizione, dunque, ma capacità di mettersi nei panni degli altri e di accoglierli in uno spazio ricco di possibilità diverse. Ce la faremo? Certo, c'è tutta una storia, alle spalle, che ci scoraggia in questa visione, perché sono più di venti anni che se ne parla invano: ma, nonostante gli anni passati senza risultato, questa idea ha perso della sua attualità.

Il futuro di Venezia è nell'essere complementare al resto del Nord Est, è nell'integrarsi con chi si specializza in attività e competenze diverse. Serve insomma una svolta collaborativa, in modo da costruire insieme ad altre città uno spazio metropolitano ampio, cercando di superare quelle vecchie storie della Venezia capitale sì, capitale no, dell'eterno discorso "turismo sì, turismo no".

Il turismo, intendiamoci, è una grande risorsa. Ma lo è se viene usata come volano dei contatti con l'esterno di uno spazio metropolitano in cui si fanno anche molte altre cose, non solo turismo. Le monoculture, lo ripeto, uccidono la creatività e la capacità di sperimentare il diverso. Dobbiamo invece alimentare una crescita proiettata verso il mondo, e aperta alle sue diversità. Qui viene il discorso delle imprese e delle reti che, in questa nuova funzione del territorio, ha un grande spazio potenziale.

Innovazioni di sistema: costruire un ambiente favorevole all'imprenditore collettivo

Le imprese, alcune delle quali sono già in qualche modo in questa prospettiva, hanno superato in velocità l'apprendimento del territorio, sono loro che trainano il territorio, chiedendogli semmai delle cose difficili. Ma certo le imprese non possono essere lasciate sole. Oggi le filiere in cui lavorano sono in grande difficoltà. Per la crisi, che ha rotto i legami di filiera, creando delle perdite di fiducia tra i committenti ed i fornitori, le imprese e le banche, i datori di lavoro ed i lavoratori. Ma anche perché, per uscirne, bisogna avere idee nuove, che sfuggano alla logica del business as usual.

Il nuovo, se è importante, richiede innovazioni di sistema. Non solo iniziative individuali.

Dobbiamo rinsaldare i legami di queste filiere, creando una forma di responsabilità collettiva che permetta a ciascuna di queste imprese di sentirsi parte di un sistema più ampio. È del tutto evidente che la piccola impresa, che domina la nostra economia e anche il Nord Est, non ha futuro se non fa parte di un sistema più grande.

La risposta non è dichiarare che deve crescere e che – in futuro – crescerà, come si fa spesso. Sono 30 anni che si dicono cose del genere, e, in tutto questo tempo, le imprese che avevano voglia e possibilità di crescere sono cresciute. Ma ne sono nate altre di piccola dimensione, cosicché la scala media non è variata gran che.

Dunque la strada è un'altra, e passa per aggregazioni collaborative di varia natura. Bisogna che le singole imprese imparino a lavorare in sistemi stabili di collaborazione: con le filiere, con i servizi presenti nel territorio, con le reti che le proiettano verso il mondo. Anche i distretti tradizionali si stanno aprendo a rete, con investimenti nella filiera a valle che permettono di arrivare fino al consumo finale per vendergli i significati. E per allargare il mercato di vendita in Asia, in Russia o in Brasile: ovunque c'è nuova domanda.

È una sfida grande che la singola impresa da sola non può affrontare: dobbiamo rinsaldare le capacità di leadership del sistema industriale di guida, di indirizzo, di collaborazione. Questo è importante per tutti i Paesi, ma per l'Italia prima di tutti. Infatti, in paesi dotati di grandi strutture verticali, dove c'è un comando gerarchico che muove le cose, i sistemi collettivi si muovono perché chi comanda li fa muo-

vere. In un paese come l'Italia, in cui il potere è disperso e frammentato in mille localismi e in mille teste, è più difficile costruire e mobilitare sistemi di "imprenditorialità collettiva". La Camera di Commercio, che oggi ha organizzato questa riflessione, è uno dei luoghi deputati a creare le condizioni perché l'imprenditore collettivo possa emergere al di sopra dei localismi e degli individualismi, creando quella condivisione delle visioni del mondo intorno a cui i singoli tasselli di questo mosaico si possano ricomporre senza conflitto. Accettando una sfida collaborativa, dove la divisione del lavoro tra le aziende fornisca a chi ha idee e capacità le economie di scala per svolgere quella funzione a cui prima Rampini ci richiamava: fare cioè da sintesi tra qualità e quantità, tra Oriente ed Occidente. Grazie.

Grazie anche al professor Rullani perché anche lui ci ha introdotto una serie di spunti di riflessione molto importanti: in particolar modo ha richiamato un ruolo della città di Venezia, ma più in generale della provincia di Venezia, perché tutto il territorio della nostra provincia è di primo livello, ma occorre fare sistema con gli altri. Si parlava anche di concorrenza fra i territori, e io lanciao uno spunto al professor Rullani ed al dottor Rampini, di come questa concorrenza possa diventare, oltre che una concorrenza, una cooperazione tra i territori per una crescita armonica, perché quando parliamo di territorio non parliamo solo di territori in prossimità, Venezia-Padova, ma parliamo di Veneto, resto del mondo e quant'altro. Potrebbe essere il primo stimolo per una domanda dopo l'intervento del dottor Bruno Anastasia.

Ora darei appunto la parola all'ultimo intervento che chiude la nostra prima parte dei lavori. Abbiamo parlato finora di aspetti di globalità, internazionali, siamo andati a vedere l'importanza delle reti e delle filiere, ma sappiamo molto bene che l'impatto di questa crisi è stato molto forte sul mercato del lavoro. Bruno Anastasia è dirigente di Veneto Lavoro, esperto dell'Osservatorio del Mercato del Lavoro: a lui chiederei questa riflessione sull'impatto della crisi sul mercato del lavoro, ma soprattutto quali prospettive ci sono, perché al di là di problemi, l'importante è capire cosa succederà domani. Grazie.

ROBERTO CROSTA

Grazie per l'invito. Porto un breve contributo in termini di informazione - alcuni flash cercando di stare all'essenziale - e farò qualche riflessione sull'aspetto più complicato che è quello delle prospettive.

Premessa: siamo ancora in una fase di crisi, e lo sappiamo bene. Per avere un quadro su com'è andata l'occupazione, anche a livello veneziano, in questo tormentato periodo, è utile guardare al Veneto, allo spazio metropolitano ampio, perché il mercato del lavoro (finché non ci sono confini espliciti e barriere normative consistenti) si struttura su un bacino più ampio o comunque non coincidente con la realtà amministrativa della provincia di Venezia. Dobbiamo dunque guardare quanto meno al Veneto, anche perché in tal modo possiamo contare su una maggiore disponibilità di dati statistici.

Analizzando la dinamica dell'occupazione, ci chiediamo innanzitutto qual è il trend degli occupati indipendenti (lavoratori autonomi, liberi professionisti, imprenditori, collaboratori). Sappiamo che già da prima della crisi, in modo particolare per quanto riguarda l'Italia a partire dal 2006, siamo entrati in una fase di occupazione indipendente calante. Il "macigno" del lavoro indipendente ha ridotto la sua consistenza, sia assoluta che relativa. L'ha ridotta e possiamo darne un'interpretazione in termini di convergenza con il resto del mondo occidentale: è stata, infatti, una riduzione della specificità storica del nostro mercato del lavoro, caratterizzato, rispetto ai paesi europei usualmente assunti a confronto, da una minor quota di lavoratori dipendenti. E finora, nonostante ci si potesse attendere una ripresa del lavoro indipendente come "rifugio" data la crisi, un effetto consistente nelle statistiche del lavoro indipendente non si è riscontrato: non c'è stato (ripeto: finora) quel "recupero" che si è avuto in altri momenti di difficoltà, quando, non potendo trovare nessun altro lavoro, ci si è ingegnati anche con il lavoro autonomo, pur senza avere spiccate vocazioni imprenditoriali. Anche nella fase attuale sappiamo di episodi e situazioni riconducibili a tale fenomenologia ma ciò ancora non si è tradotto in aggregati con numeri importanti. Sarà interessante nei prossimi mesi continuare a monitorare questi andamenti.

Venendo al lavoro dipendente - che rappresenta oltre il 70% dell'occupazione totale - possiamo contare su un set di informazioni accurato, grazie alla disponibilità oltre che

dei dati Istat anche di quelli prodotti da Veneto Lavoro e tratti dal Sistema Informativo di Lavoro. Essi ci consentono di seguire con tempestività l'evolversi della congiuntura, anche anticipando i dati Istat, e ci permettono pertanto di disporre di una visione dell'impatto della crisi lungo un ampio arco temporale.

Che cosa ci dicono in sostanza questi dati? Ci dicono che rispetto al punto di massima dell'occupazione in Veneto, toccato nel luglio del 2008, proprio un po' prima del deflagrare della crisi finanziaria, la riduzione calcolata a fine marzo 2010 (poco più di un mese fa) è di circa 100 mila posizioni di lavoro. È una contrazione "lorda", non stagionalizzata: sappiamo bene che nel dato di luglio 2008 c'è, accanto al massimo "strutturale" dell'occupazione in Veneto, anche l'usuale picco della componente stagionale. Al netto di questa componente, possiamo stimare l'impatto della crisi pari ad una caduta di circa 70 mila posizioni di lavoro. Questa è dunque la consistenza degli effetti della crisi sul lavoro dipendente in Veneto.

Guardando i dati degli ultimi mesi, sembra che in qualche modo si sia toccato il fondo della crisi e che ora ci si debba attendere qualche "rimbalzo". Ma se andiamo a vedere i licenziamenti, troviamo che essi continuano ad aumentare, per quanto leggermente. I segnali disponibili non possono ancora essere interpretati in maniera chiara, come sintomi del fatto che l'occupazione abbia già toccato il punto di minimo. Certo la caduta dell'occupazione si è molto rallentata negli ultimi trimestri ma non è ancora affatto scontato che sia iniziato il recupero.

Il momento della verità (per quanto passeggera) per l'occupazione sarà nel secondo semestre di quest'anno: si vedrà allora se siamo di fronte a solo un rallentamento della caduta o a una ripresa occupazionale.

Ricordiamo che il Veneto ha poco più di 2 milioni di occupati (inclusi quelli indipendenti): una caduta occupazionale delle dimensioni segnalate è dunque assai significativa. Scomponendo nel dettaglio le diverse dinamiche dei flussi, possiamo capire meglio come si è arrivati al risultato negativo che abbiamo esposto. In particolare meritano, con riferimento al 2009, essere segnalati quattro elementi: Punto A. Innanzitutto si sono ridotte enormemente le as-

sunzioni: sia le assunzioni di persone nuove (e da qui nasce il problema dei giovani, di chi deve inserirsi per la prima volta nel mercato del lavoro) sia quelle di soggetti che già hanno lavorato: ciò ha significato, dunque, anche minori probabilità di collocazione per chi il posto di lavoro l'ha perso. C'è stata in effetti una riduzione della mobilità generale nel mercato del lavoro.

Punto B. In secondo luogo c'è stato un incremento dei licenziamenti, che continua anche in questi mesi. Non è stato questo a comportare la riduzione delle posizioni di lavoro: perché ha contato di più la riduzione della domanda, la riduzione delle assunzioni. Ma ha contribuito. D'altro canto si sono contratte le cessazioni volontarie, le dimissioni: anche questo è un tipico segnale di irrigidimento del mercato del lavoro in una fase di difficoltà.

Punto C. Per quanto riguarda le trasformazioni da lavoro a tempo determinato a lavoro a tempo indeterminato, siamo rimasti, nonostante la crisi, sul livello del 2008.

Infine punto D. La riduzione delle assunzioni ha riguardato soprattutto i rapporti di lavoro a termine. E ciò spiega in buona parte, soprattutto per la prima fase della crisi, la caduta occupazionale che si è registrata. Solo nel proseguire della crisi, la contrazione dei rapporti di lavoro a tempo indeterminato è divenuta più consistente.

Chiudo questa breve comunicazione con una riflessione sulle prospettive. Dal punto di vista macroeconomico le cose sono anche relativamente semplici: se la crescita del Prodotto Interno Lordo – che per quest'anno possiamo attendere attorno all'1% – sarà effettivamente tale, la storia e l'esperienza ci dicono che immaginare ripercussioni significative in termini di recupero sul fronte del mercato del lavoro è assai arduo e improbabile, tenuto conto anche della consistenza dei posti di lavoro che sono stati “congelati” con il ricorso importante alla Cassa Integrazione Guadagni. È infatti difficile stimare quante persone siano coinvolte, ma almeno in termini di occupati equivalenti sappiamo che si tratta di decine di migliaia di lavoratori, e c'è dunque un ampio bacino di lavoratori che possono essere re-immessi in produzione, impiegati di nuovo senza che ciò tocchi il saldo occupazionale (perché i cas-sintegrati figurano già come occupati).

A questo punto l'interrogativo che possiamo proporre – lasciando poi alla tavola rotonda, agli operatori istituzionali,

alle parti sociali il compito di dare le risposte concrete adeguate – è questo: come abbiamo gestito l'aggiustamento del mercato del lavoro rispetto alla caduta occupazionale che abbiamo illustrato e come abbiamo intenzione di continuare a gestirlo nel prossimo futuro?

Finora l'aggiustamento ha dato luogo sostanzialmente a questi fenomeni:

- a. un incremento significativo dei disoccupati, in buona misura, anche se non sempre, beneficiari di sostegno al reddito;
- b. un effetto di scoraggiamento: come sempre accade in circostanze di crisi, una quota di persone si è momentaneamente messa in una condizione di inattività più o meno volontaria, più o meno attesa e desiderata;
- c. un'accelerazione delle uscite fisiologiche dal mercato del lavoro per pensionamento;
- d. poiché la crisi ha riguardato, soprattutto nei primi mesi, anche persone straniere, si è visto un incremento (di difficilissima quantificazione) dei rientri degli immigrati nel loro Paese.

Queste sono le quattro modalità, le quattro strade percorse dall'aggiustamento, abbastanza spontaneo, che si è prodotto quest'anno. Va aggiunto però che le politiche del lavoro hanno avuto un ruolo importante nell'evitare, attraverso l'ampio uso consentito della Cassa Integrazione (estesa alle piccole imprese attraverso la big in deroga), che i numeri fossero ancora più pesanti. L'allargamento della Cassa Integrazione alla piccola impresa attraverso la fiscalità generale - una cosa fino a qualche anno fa impensabile su scala così generalizzata e con modalità così semplici – ha avuto un importante effetto di contenimento dei numeri della crisi.

L'interrogativo di questi mesi è: di fronte al prolungarsi della crisi, o quanto meno di fronte ad un aggiustamento del mercato del lavoro su livelli occupazionali più bassi, è sufficiente questa modalità di congelamento sostanziale delle posizioni lavorative e di rinvio, oppure si possono pensare e articolare politiche attive, meglio combinate con le politiche passive, che da un lato significhino una modernizzazione del nostro sistema e dall'altro mettano elementi di dinamismo nella trasformazione della struttura produttiva, in modo tale che non ci sia solo l'attesa di un “fine crisi” dove poter

riprendere i posti di lavoro “come erano, dove erano”.

Questa è una sfida significativa, perché nel nostro Paese, rispetto alle politiche attive e passive del lavoro, e in particolare tra gli operatori stessi (e anche noi) si vive una situazione psicologica di disincanto, che è la stessa di cui i relatori precedenti parlavano rispetto al progresso. Abbiamo un disincanto “storico” rispetto all’efficacia delle politiche attive e passive, pensiamo istintivamente agli effetti indesiderati più che agli effetti positivi. Abbiamo potuto permetterci questo disincanto negli anni precedenti quando la condizione del mercato del lavoro era comunque di un trend positivo.

L’interrogativo che possiamo consegnare alla tavola rotonda, alle forze sociali, è un interrogativo su cui in varie sedi e istituzioni si sta lavorando: ci si chiede, in sostanza, se non sia obbligatorio provare a fare delle innovazioni importanti, senza lasciarci incastrare da una mentalità troppo forgiata dalle esperienze del passato e perciò troppo condizionata dal fatto che quando si hanno troppe esperienze si rischia anche di vedere prima le difficoltà piuttosto che le opportunità. Grazie.

Grazie al dottor Anastasia. Ora, in attesa di predisporre la tavola rotonda, daremo spazio a qualche domanda e risposta da parte dei relatori della prima parte della mattinata.

Buongiorno a tutti. Sono un calzaturiere del Brenta. Volevo porre una domanda al professor Rampini avendolo sempre seguito nei suoi studi e nei suoi libri, le cui previsioni si sono poi puntualmente verificate. Oggi abbiamo delle conferme, ma sul settore dell’abbigliamento in generale, e in particolare delle calzature, volevo porre una domanda che ci poniamo anche noi come distretto del Brenta. Siamo a Pechino con un nostro ufficio da dieci anni, con una serie di iniziative legate al made in Italy, che non è un’etichetta sul prodotto, ma sono tutti quei fattori, compreso il turismo, la cultura e quant’altro cui lei accennava. La mia domanda era diretta in questo senso: noi sappiamo bene che il mercato

oggi si va sempre più ampliando nel prodotto del lusso e nel prodotto a basso costo; sappiamo che su 12 miliardi di scarpe prodotte nel mondo, 11 sono un prodotto cinese. Il nostro problema, al di là del fatto che stiamo già seguendo determinati criteri per dare valore aggiunto al prodotto, è che troviamo delle grosse difficoltà nell’inserimento proprio sulle fasce costiere alle quali lei accennava prima sulla distribuzione di prodotti ad alto valore aggiunto, di qualità del Made in Italy, che però non vengono più fatti. Volevo sapere un suo parere in merito a questo.

Io cerco di non attribuirmi delle competenze che non possiedo, non faccio il guru di management: cerco di parlare solo di cose che conosco e che ho visto. Sicuramente, testimonianze come la sua ne ho sentite tante, problemi simili anche in settori industriali diversi. Non è un mercato facile quello cinese, anzi, è molto complicato, molto difficile, pieno di insidie, di pericoli. Da quello che ho osservato, oltre alle grandi barriere culturali, alla pericolosità di interlocutori che non sono necessariamente benevoli e ben disposti, dietro c’è anche l’etichetta semplificatoria di termini come la pirateria, c’è tutto un mondo di comportamenti che possono anche essere, a vari livelli e con varie tonalità, sleali. Detto questo, spesso il grimaldello per superare queste barriere culturali che poi si traducono in concrete difficoltà di marketing, di penetrazione, di comprensione del tipo di prodotto che si va a portare, è quello di trovare il partner giusto in loco, cioè un partner cinese che capisca esattamente chi siamo, che cosa vogliamo, cosa portiamo al loro mercato. E qualche volta, e questo è un percorso un po’ più lento, faticoso, che richiede investimenti di lungo periodo, anche il formare qui da noi, addirittura in casa nostra, dei giovani cinesi che diventino poi i nostri migliori alleati partner per la penetrazione sul loro mercato.

Io ho osservato che, per esempio, molte multinazionali americane hanno avuto storicamente una marcia in più nell’approccio al mercato cinese perché avevano la risorsa di un’antica immigrazione cinese in casa propria, un’immigrazione che ormai era già di seconda e di terza generazione, i chinese americans, che sono i giovani che hanno fattez-

ROBERTO CROSTA

DOMANDE DAL PUBBLICO

FEDERICO RAMPINI

ze etniche cinesi, hanno sentito parlare in casa propria il mandarino dai genitori o dai nonni, ma sono culturalmente americani al 100 per cento, hanno studiato nelle migliori università americane, e diventano poi uno straordinario investimento, danno alle aziende americane un effetto leva quando vengono inviati in Cina come manager delle filiali locali, perché sono veramente a cavallo tra le due culture e sanno destreggiarsi rappresentando gli interessi del datore di lavoro americano, ma al tempo stesso trovando i toni giusti e le parole giuste per penetrare in un mercato che è obiettivamente difficile, pieno di insidie.

ROBERTO CROSTA

Prima avevo posto quella sottolineatura sulla concorrenza dei territori, di come sperimentare anche un fattore di crescita. Come la vede su questa cosa il dottor Rampini?

FEDERICO RAMPINI

La concorrenza tra i vostri territori è sempre positiva, in linea di massima la concorrenza ci fa crescere: anche se siamo pochi, se siamo piccoli, dover comunque cominciare ad addestrarci nel cortile di casa nostra, in un ambiente competitivo, è sempre qualcosa di fortemente educativo. Al riguardo, basta vedere società come quella americana che hanno quella marcia in più all'uscita dalla crisi, della recessione: questa capacità di ripartire, di rilanciarsi è anche dovuta al fatto che sono società fondamentalmente competitive al loro interno, quindi è un elemento di addestramento alla competizione globale il doversi già misurare in casa propria con un ambiente estremamente concorrenziale. Poi però ci sono gli aspetti distruttivi: oltre un certo livello la competizione tra simili, tra parenti, tra cugini, tra vicini diventa un gioco al massacro, allora sto pensando già a tutto un altro tipo di questione. Quando Venezia si candida per le Olimpiadi, e ovviamente Venezia è candidata come città, ma anche come parte di un territorio più ampio, ha delle carte straordinarie da giocare: a livello mondiale è evidente che la forza dell'immagine di Venezia può essere irresistibile. Se però non solo essa deve superare una competizione con Roma, per cui già all'interno del sistema Paese

c'è una spaccatura in due, ma addirittura magari Verona comincia ad obiettare sulla candidatura di Venezia, perché si sente esclusa, qui entriamo in quel tipo di competizione che rischia di essere distruttiva, tanto più per chi come noi siamo già piccoli come nazione. Ci sono momenti in cui si dice stop alla competizione interna, si fa squadra e ci si presenta compatti, perché lì la partita diventa una partita internazionale, globale, e allora tutte le risorse del sistema Paese devono convogliare su un unico obiettivo. Se invece si continua a farsi gli sgambetti in casa propria è il modo migliore per perdere e tornarsene con la coda tra le gambe.

ROBERTO CROSTA

Invito ora al tavolo dei relatori Iacopo Giraldo, Franco Ballin, Vincenzo Marinese, Angelo Faloppa e Gianluca Fascina. Sono rappresentanti di diversi settori: Iacopo Giraldo è il vice Presidente della Coldiretti di Venezia, Franco Ballin attualmente è Presidente di Acrib Servizi Srl, ma è stato per parecchi anni Presidente dell'Associazione dei Calzaturieri della Riviera del Brenta, Vincenzo Marinese è vice Presidente di Confindustria Venezia, Angelo Faloppa è Presidente di Confcommercio San Donà e Gianluca Fascina è Presidente di Confartigianato Veneto per il Settore Tessile. Partiamo con una domanda per Angelo Faloppa.

Abbiamo sentito che sul turismo i dati sono sostanzialmente positivi; abbiamo sentito dal Professor Rampini e anche da Enzo Rullani come questa molla del turismo possa essere una molla interessante di sviluppo e qui Venezia non ha bisogno di presentazioni. Ad Angelo Faloppa chiediamo come si stanno muovendo le imprese del settore turistico, quali progetti stanno portando avanti per rispondere a questa domanda di qualità. Il turismo di Venezia è diviso tra la storia, il balneare e il culturale: dal suo osservatorio, come si muove questa ricerca di qualità e, soprattutto, cosa si aspetta dal contesto economico e sociale.

Buongiorno a tutti. Parto da una considerazione del professor Rullani che mi ha fatto molto piacere, quando ha parlato di persone e non di utenti, come sostengo io: spesso anche nel mondo del turismo si usa questa brutta parola, utenti, ma in realtà sono persone e addirittura per noi sono ospiti, ed è un punto al quale tengo in modo particolare, perché per me è fondamentale.

Ci sono due tipologie diverse di turismo nella nostra provincia. Abbiamo visto prima dei dati molto confortanti in fatto di numeri, perché manteniamo un segno positivo pur in un momento congiunturalmente veramente difficile. Anche se, personalmente, negli ultimi anni direi che i numeri da soli non bastano più, perché per noi diventano fondamentali non solo gli arrivi e le presenze, ma anche cosa producono a livello economico questi numeri: ultimamente abbiamo retto come numeri, ma abbiamo diminuito in maniera sensibile la redditività delle nostre imprese, che è una cosa fondamentale per la vita delle nostre imprese stesse.

Due turismi, dicevo: uno è quello culturale, e qui Venezia fa da padrona, è un po' il catalizzatore, ma è anche quello che aiuta l'entroterra e le nostre spiagge, spiagge che fanno a livello numerico la parte da leone, perché su 33 milioni, una ventina la fanno solo le nostre spiagge. In cosa dobbiamo crescere per riuscire a restare leader a livello anche nazionale, se non mondiale, del turismo. Il turismo da noi non è in crisi, è una delle poche realtà che non è in crisi, per cui la domanda per noi non è tanto "come uscire dalla crisi", ma semmai è "cosa dobbiamo fare per rimanere competitivi in questo sistema". Venezia di per sé attrae tantissima gente, è unica al mondo, una località che non potrà mai perdere di interesse perché è straordinaria, è un museo a cielo aperto, ha un appeal straordinario, anche se ha una problematica simile all'entroterra che affronterò in seguito.

Il resto della provincia, e quindi soprattutto il balneare, invece, vive una situazione secondo me veramente difficile, riesce a reggere per la grande capacità imprenditoriale delle nostre famiglie, perché il turismo, soprattutto nel balneare, vive proprio di questa grande capacità. La capacità di essere riusciti a fidelizzare i propri clienti e a creare questo rapporto di amicizia con gli ospiti, e lo ripeto, ospiti. Questo sistema però sta un po' cambiando, una volta c'era il passaparola ed

era sufficiente questo rapporto di amicizia, ora non lo è più: nell'era tecnologica di internet, e con le nuove società che detengono in questo momento il monopolio del turismo, che sono i grandi tour operator on line, non basta più il passaparola: il nuovo "passaparola" sono i commenti che i clienti vanno a inserire della propria vacanza. E mentre prima la vacanza aveva delle necessità totalmente diverse, adesso si va in vacanza non solo perché si ha bisogno di staccare la spina, ma si pretendono dalla vacanza anche delle emozioni, ed è quello che noi dobbiamo cominciare a dare: emozioni.

Quando torni a casa, di tutto quello che hai vissuto, ti ricordi le emozioni e quello che ti è rimasto dentro. Noi dovremmo avere questa grande capacità di creare queste emozioni. Una volta dicevamo che bastava del vino buono, del cibo buono, ora non è più sufficiente. Anche questo crea emozioni, ma deve farlo anche tutto l'insieme delle città che ci ospita, non solo il nostro albergo: una volta una casa da sola attirava gente, adesso è tutto il contesto che deve riuscire ad attirare ospiti, e per contesto intendo non solo le strutture alberghiere, ma anche tutto il commercio che vive intorno, e la città intera che vive attorno a queste località.

Di cosa hanno bisogno le nostre strutture? Cominciamo dal basso, dalle strutture. Le nostre strutture hanno bisogno di essere totalmente riqualificate. Per Venezia il discorso è diverso. A un cliente che viene a Venezia, e che è abituato a delle dimensioni particolari - in Austria prenoti la camera in base a 30 metri quadri, ai 40, ai 50 e la paghi in base a queste caratteristiche - puoi anche dare un prodotto diverso, anche più piccolo, non ha importanza: chi viene a Venezia capisce perfettamente che ha un'emozione totalmente e indipendentemente particolare, anzi, quell'aria di vissuto probabilmente è la sua caratteristica principale. Una volta una scrittrice che avevo conosciuto mi disse che era tutto straordinario, anche se la sua camera era piccolissima e non aveva tutti i comfort che avrebbe desiderato: "quando apro quella finestra e quando vedo la tipologia di questa camera che mi accoglie, quest'aria di vissuto è qualcosa di straordinario e che non ha prezzo" mi diceva. Venezia ha già una sua dimensione particolare.

Questi piccoli disagi rispetto a un'ormai consolidata abitudine di viaggiare che ha il turista normale, però, non posso-

no e non saranno più tollerati in futuro nelle nostre località di mare: le piccole camere, la mancanza di comfort, di tutto ciò che ormai un turista moderno vuole avere, non verranno più perdonate. Di cosa abbiamo bisogno, dunque? Di riqualificare, e qui vorrei porre l'accento proprio su questa parola: riqualificare e non costruire ex novo.

A mio avviso tanto, troppo abbiamo costruito anche nel settore turistico-ricettivo, anche a Venezia. Ecco perché dicevo che c'è qualcosa che ci accomuna, con Venezia: abbiamo troppi posti letto e quando hai troppi posti letto non c'è più quella concorrenza positiva che ti fa crescere, perché ti fa impegnare da azienda ad azienda per migliorarti. Quando hai troppa offerta, così tanta offerta, chi vuole resistere, soprattutto le piccole imprese familiari che poggiano tutta la loro esistenza in quella casa, non riescono più a reggere la competizione e cala la qualità. E quando cala la qualità, quando calano i servizi, entriamo in una spirale terribile che non può certo fare del bene alle nostre località.

Abbiamo bisogno di riqualificare l'esistente senza andare ad occupare ancora spazio di territorio, perché francamente in Veneto, nelle nostre località, ne abbiamo veramente distrutto tanto. Iniziamo a riqualificare i nostri centri urbani: io dico sempre basta cattedrali nel deserto, intendendo outlet aperti in mezzo alla campagna, che fanno probabilmente il bene del costruttore, del produttore agricolo a cui magari il mais non rende più niente, ma che per me è pura speculazione. Cerchiamo di far rivivere i nostri piccoli centri storici che sono la nostra fortuna e nei quali, secondo me, sta anche la risposta alla domanda sul come possiamo riuscire a reggere la competizione. Non possiamo certo competere a livello di prezzi con Sharm El Sheik, che è l'esempio probabilmente più negativo che abbiamo, e più competitivo nei nostri confronti, perché a Sharm El Sheik un collaboratore, un dipendente, viene pagato 50 dollari al mese: a noi non bastano quasi per un giorno, quindi mai potremo competere a livello economico con questa località. Sharm El Sheik però alle sue spalle ha solo deserto, noi alle spalle della nostra località di mare abbiamo delle "miniere" veramente meravigliose che sono tutta quell'enogastronomia, quei tesori del nostro entroterra che dobbiamo non "sfruttare", ma imparare a far convivere: dobbiamo imparare a vedere questo territorio e queste grandi capacità che abbiamo.

L'enogastronomia è una cosa che tutto il mondo ci invidia, ma dobbiamo riuscire a saperla proporre anche sulle nostre spiagge: questo binomio è l'unico che può farci allungare una stagione che si sta sempre più accorciando, dando così anche la possibilità di avere maggiore redditività, che non serve alla sopravvivenza della famiglia dell'albergatore, ma per riuscire a riqualificare. Quello che noi chiediamo alle istituzioni, quello che noi chiediamo alla nostra Regione, è di puntare tutto in questo fattore per riqualificare, che per me è fondamentale.

Un'altra piccola considerazione sentendo parlare di Cina, di India e tante altre nazionalità. Il nostro settore e anche il settore del commercio è quello che probabilmente soffre di più anche dal punto di vista psicologico questa grande invasione – la chiamo invasione perché così viene descritta sui giornali – di nuovi imprenditori che vengono da altri Paesi, i pakistani, o i cinesi che aprono tante attività nelle nostre spiagge. La viviamo un po' con paura, questa "invasione". Io dico una cosa sola: i nostri ristoratori, i nostri camerieri, i nostri albergatori hanno invaso il mondo intero portando la cultura in tutti gli altri Paesi, soprattutto in Europa, ma anche in America e in tante altre località, aprendo ristoranti e pizzerie. Anche quei Paesi, probabilmente, ci vedevano un po' come invasori, ma ci hanno accolto e hanno accolto le nostre tradizioni che sono diventate importanti. C'era però una particolarità: noi in quei paesi rispettavamo le regole al cento per cento. Pertanto, io dico, ben vengano i pakistani ed i cinesi anche nelle nostre spiagge, purché rispettino le nostre regole e per rispettarle devono essere chiare, cosa che attualmente non è: non abbiamo leggi chiare e precise, quindi non siamo neanche in grado di fare i controlli in maniera corretta.

Se tutti rispettano le regole, se tutti partiamo dallo stesso livello, ben venga anche l'operatore straniero, ben vengano anche loro, vincerà il migliore, vincerà chi saprà proporsi in maniera positiva, quello che avrà il sorriso migliore e saprà considerare ancora quella persona un vero ospite. Secondo me questa è la nostra grande sfida. Abbiamo dimostrato di saperne superare tante e sono certo che nel nostro Dna c'è anche la capacità di rimettersi in gioco e di non creare muri nei confronti di queste persone che vengono ad intraprendere da noi, ma bensì spirito di collaborazione. Su questo siamo sempre stati bravi e a mio avviso dovremo esserlo ancora di più. Grazie.

ROBERTO CROSTA

Grazie ad Angelo Faloppa. Per collegare l'intervento di Iacopo Giraldo, anche Faloppa parla spesso di enogastronomia, e diceva, è uno degli strumenti di competitività per il turismo. Del resto, abbiamo sentito prima anche da Federico Rampini e da Enzo Rullani l'importanza degli stili di vita, l'attenzione all'ambiente, l'agricoltura, l'alimentazione. Nonostante tutto ciò, questa continua ricerca di qualità da parte dei consumatori, però, i numeri parlano di una certa crisi nel settore agricolo. Quali sono secondo lei, Giraldo, i motivi e quali possono essere i progetti anche in base alla sua esperienza di imprenditore per rispondere a queste domande che emergono e per rilanciare un settore che in fin dei conti è fondamentale per l'economia di questa provincia ancora oggi?

IACOPO GIRALDO

VICEPRESIDENTE
COLDIRETTI VENEZIA

Grazie e buongiorno a tutti. Grazie Segretario per averci invitati a questa tavola rotonda, perché ancora una volta anche l'agricoltura dimostra di essere un settore con dei numeri importanti, come richiamato prima dal dottor Rampini e dal professor Rullani, e che sta facendo della qualità una battaglia di vita in questo momento.

Devo però fare puntualizzazione però sul momento di crisi, perché, a differenza di quella che è la crisi congiunturale che gli altri settori stanno vivendo, la nostra è una crisi ben più profonda, dettata da un sistema, che va al di là del momento attuale: una crisi strutturale dovuta proprio a questa economia di mercato e soprattutto da alcuni fattori intrinseci; siamo molto frammentati, soprattutto il territorio, abbiamo aziende molto piccole che con molte difficoltà riescono a fare sistema, aziende che dipendono spesso e volentieri da intermediari esterni. Non riusciamo quindi a dare il vero valore aggiunto al nostro prodotto e a fruire di quello che produciamo.

Questa è una delle grandi difficoltà e uno degli aspetti che caratterizzano tuttora i prodotti di eccellenza che abbiamo nel territorio italiano: un territorio che ha delle peculiarità e delle diversità notevoli perché, a partire dal Passo Resia a finire a Santa Maria di Leuca, l'ultimo punto estremo dell'Italia, abbiamo di quelle produzioni che sono importantissime sia in termini di qualità che di tipicità.

Noi come Coldiretti, come anche le altre associazioni, su questo teniamo veramente molto, abbiamo fatto grandi percorsi negli ultimi anni rivolti proprio verso questo miglioramento dei nostri prodotti, e lo abbiamo fatto ottenendo dei grandi risultati in termini sia di efficienza sia di produttività: per dare dei dati in termini di Valore Aggiunto per unità di superficie, siamo tre volte superiori a quello che ottengono gli Stati Uniti ed il 70 per cento in più di quello che è la media europea, e questo vuol dire che riusciamo veramente a dare il massimo di quello che possiamo. Riusciamo a dare il massimo, lo ricordava prima il dottor Rampini con il problema del latte in Cina, anche in termini di sanità e sicurezza alimentare: i nostri prodotti, che vengono normalmente controllati, al 99 per cento sono sotto i limiti di legge, e questo dimostra ancora, ma lo dimostra soprattutto nelle fasi in cui avevamo le varie crisi (l'aviaria, la peste suina...), che i prodotti più richiesti, anche in quei momenti critici, erano e sono sempre quelli italiani, perché abbiamo iniziato percorsi completamente diversi. Una delle nostre peculiarità è la sostenibilità ambientale, siamo leader nel biologico, ed è una cosa molto importante - un milione di ettari in Italia sono coltivati a biologico e questo è anche il sintomo della sensibilità verso questo tipo di prodotto -, e siamo leader con i prodotti di qualità.

Abbiamo 114 prodotti tipici con le DOP, 62 prodotti di indicazione geografica, circa 467 vini in Italia che hanno DOP o IGP: vuol dire che noi della qualità abbiamo fatto una vera battaglia. Come Coldiretti, e quindi come associazione di categoria che deve guardare al sostegno dell'impresa soprattutto al livello di reddito, ci siamo accorti che solo ed esclusivamente rivolgendoci a quello che è il consumatore finale, il fruitore dei nostri beni, si può compiere un salto di qualità e quindi, da una crisi strutturale, cercare di cogliere quella che può essere un'opportunità e di rivalutare quella che è la nostra agricoltura. Il forte gap che abbiamo adesso è questo: per un Euro che spende il nostro consumatore, solo 17 centesimi arrivano all'agricoltore; il resto, spesso e volentieri, va alla grande distribuzione o agli intermediari che ci lavorano dentro. È pertanto difficile sostenere l'agricoltura, o crescere come impresa, tenendo presente che l'agro-alimentare vale 240 miliardi in Italia, e non è poco: di questi 240 miliardi di agro-alimentare, 47 sono del prodotto agricolo, e ciò vuol dire che è una componente importante del PIL.

Cosa fare o cosa non fare? Come Coldiretti, mi sono sentito confortato nel sentire il professor Rullani e il dottor Rampini che parlavano di qualità, non tanto intrinseca al prodotto, ma di una qualità legata a servizi, al consumatore, al territorio: una qualità, cioè, che si estrinseca da quello che è il prodotto in sé, ma che si lega con tutti gli altri fattori importanti. Abbiamo pensato bene di mettere in piedi un progetto che ormai ha preso gambe e sta già dando i primi risultati, perché lo abbiamo messo in piedi l'anno scorso: il 30 aprile l'abbiamo presentato e adesso lo stiamo portando avanti con grande forza. Si tratta di una filiera agricola tutta italiana e tutta agricola, dove gli attori principali sono le imprese agricole per prime con i loro prodotti: quindi imprese, che mettono la loro faccia in maniera molto preponderante, le cooperative, e cooperative molto importanti perché concentrano il prodotto nostro e che sono quelle che dovrebbero darci più opportunità di presentarsi sul mercato italiano ed estero. Ricordo che l'export che viene fatto del nostro prodotto ammonta a 20 miliardi mentre a 60 miliardi equivale il prodotto che viene contraffatto con il marchio "Made in Italy": un prodotto su tre che vendiamo all'estero con la bandiera italiana non è un prodotto italiano. Questo ci dà maggior forza nel dire che dobbiamo sviluppare questo tipo di prodotto, dobbiamo cercare di portarlo fuori e dobbiamo divulgarlo: le cooperative concentrano i prodotti, è già nata Unci-Coldiretti dove abbiamo più di mille e 500 cooperative già associate, e dove la capacità di concentrare il nostro prodotto deve essere anche quella di presentarsi nel mercato in maniera diversa, e quindi di avere anche un potere di vendita completamente diverso da quello che hanno adesso le aziende frammentate nel territorio.

A questo abbiamo legato i consorzi agrari, che si sono riuniti nei consorzi agrari italiani, e questo per fare sistema nei mezzi tecnici di produzione, altra fase molto importante. Mettere insieme anche i mezzi tecnici di produzione è quello che ci deve permettere di fare sistema coi consorzi agrari, perché si trovano dislocati in tutto il territorio, e di avere un grande potere di acquisto verso i mezzi tecnici di produzione, e quindi poterli poi dare a noi come imprese e poter noi lavorare in maniera economicamente più interessante, perché adesso i costi sono troppo alti.

Questo tipo di progetto si rivolge, dunque, ad una filiera

che parte dall'agricoltore che all'inizio produce il prodotto, fino ad arrivare al momento del consumatore che lo deve acquistare, mettendoci la faccia. Lo abbiamo visto, i farmer market stanno dando una grande risposta, e quella è stata la prima fase perché la seconda fase, che invece stiamo avviando ora, è quella della vendita diretta organizzata. Treviso è una delle realtà che abbiamo già messo in piedi e sta dando risposte importanti: questa è la forza che abbiamo per poter andare avanti, ed è la forza che spinge anche me, come imprenditore, che oltre ad essere dirigente faccio l'imprenditore di un'azienda floro-vivaistica.

Sulla qualità dodici anni fa, quando ho aperto questa azienda, ho basato la mia attività, e il fatto che in un momento di recessione io abbia un'attività che tutto sommato ha un segno positivo, proprio perché abbiamo basato tutto sulla qualità, mi dà forza nel credere che quello che abbiamo messo in piedi per le imprese agricole è la strada giusta, e a confermarlo è soprattutto la grande richiesta che abbiamo dai consumatori.

Stiamo lavorando molto anche sul rapporto con le giovani generazioni. Nelle fattorie didattiche stiamo avvicinando i bambini e lo facciamo con uno scopo ben preciso: spesso e volentieri il bambino è colui che ci porta a dialogare direttamente con i genitori e a dialogare sull'alimentazione, su quello che noi vogliamo trasmettere, e che purtroppo abbiamo perso invece nel corso del tempo. Questa nostra identità non solo l'abbiamo persa, ma è stata acquistata dalla grande distribuzione, da chi trasforma il nostro prodotto, e voi sapete che adesso qui in Italia il prodotto diventa prodotto italiano quando viene trasformato in Italia, ma non quando viene prodotto in Italia. E questo ci porta all'altra grande battaglia che noi faremo e che continueremo a fare, ossia sull'etichettatura, che è un punto essenziale, ma non tanto per una concorrenza sleale, come sostengono tanti, quanto piuttosto per una concorrenza leale, per mettere a disposizione del consumatore finale quante più informazioni possibili e per dirgli: questi sono i prodotti, noi ci mettiamo la faccia, a voi la scelta su cosa mangiare o cosa non mangiare, su cosa consumare o non consumare. Certo è, però, che vorremmo arrivare a consumare, come ricordava il dottor Rampini, prodotti di qualità: anche in Cina cominciano a volere la qualità, noi su questo stiamo puntando da tempo e vorremmo puntare per il futuro.

La forza che abbiamo, ce l'abbiamo proprio dai consumatori finali, proprio da chi usufruisce del nostro prodotto, dai bambini, dalle mense che vogliono i prodotti naturali. È palese che non potremo risolvere il problema di mais o di altri prodotti che oramai, su scala globale, sono comandati da altre economie, ma le peculiarità che abbiamo nei nostri territori, sono quelle che dobbiamo avvalorare e sono quelle che noi come Coldiretti, e io come imprenditore, e imprenditore veneziano, cercheremo di portare avanti, credendo fermamente che questa sia la strada per far sì che le nostre aziende abbiano un minimo di reddito. Vorrei ricordare, in chiusura, che la difficoltà adesso non è tanto di essere a pareggio: qui stiamo mettendo mano ai nostri patrimoni per poter superare questo periodo e non è permesso che un'azienda non possa retribuire, tanto più se pensiamo che l'80% delle nostre aziende sono a livello familiare, dove lavorano quattro o cinque persone della stessa famiglia e dove spesso e volentieri, ultimamente, almeno una o due persone devono scegliere altre strade per poter far fronte alla vita normale. Su questo la qualità del prodotto, con la qualità dell'ambiente e con la qualità della vita, è secondo noi il traino che per le aziende agricole e per l'agricoltura può portare domani ad un ottimo risultato. Grazie.

ROBERTO CROSTA

Grazie a Iacopo Giraldo della Coldiretti di Venezia che tra le altre cose ha introdotto, nel settore alimentare il sistema della qualità e dell'etichettatura. Passiamo ora al contributo di Franco Ballin, che ha un'esperienza pluriennale come imprenditore del distretto calzaturiero della Riviera del Brenta, un'area profondamente toccata da questa crisi perché, come sentivamo prima in seno alla provincia di Venezia che è fortemente orientata all'esportazione, il distretto della calzatura in particolare ha la quasi totalità della sua produzione diretta al mercato estero e quindi ha risentito molto di questa crisi: una crisi diversa dalle altre, perché ce n'erano già state altre, il distretto si era ristrutturato, e si era ripartiti. Questa, invece, è una crisi più complicata.

Con Franco Ballin però volevo affrontare due temi: il primo riprende quanto diceva prima il professor Rullani a proposito del distretto, della monocultura che può essere pericolosa,

e tuttavia il distretto può anche avere un valore importante in un momento di crisi. Dunque, qual è stato il ruolo del distretto della calzatura, il ruolo anche della vostra associazione in questo momento di crisi? La seconda domanda è questa: per voi come calzaturieri del Brenta, che avete un ufficio anche a Pechino, quali possono essere i fattori di nuova competitività per un settore tradizionale, ma sempre nuovo come il vostro. Ricordo al riguardo che recentemente la nostra Camera di Commercio assieme a quella di Padova ha stipulato con voi dell'Acrib un protocollo d'intesa sull'innovazione tecnologica, perché questo è settore che punta molto appunto sull'innovazione. Dunque, quali possono essere i fattori di competitività per l'internazionalizzazione? Grazie.

Per quanto concerne la prima domanda, vorrei fare una premessa, illustrando le caratteristiche del distretto del Brenta: siamo in 13 mila addetti con 700 aziende, facciamo 2 miliardi di fatturato e 18 milioni di paia prodotte. Questo perché? Partendo da questi numeri capirete benissimo che siamo numerosi, ma molto frazionati, per cui subentra la necessità di fare gruppo, fare squadra.

Sottolineavo anch'io prima quanto affermava il professor Rullani, dicendo che i distretti non sono al capolinea, ma hanno finito una loro funzione: a tal proposito vorrei spendere due parole. Per quanto ci riguarda, sicuramente i distretti ci hanno permesso di lavorare assieme, non come la rete a cui accennava il dottor Crosta: noi attraverso i distretti siamo arrivati dal 1960 al 1980 a posizionare nei mercati esteri i nostri prodotti, dal 1980 al 2000 a riqualificarli, qui c'è stato un grosso lavoro di riqualificazione, per portarli al famoso griffato a cui accennavo prima.

Detto fatto, tra colleghi ci siamo posti il problema del dopo distretto, e qui subentra questo contratto di rete che per noi è fondamentale ed importantissimo, perché, riallacciandomi al discorso di prima, siamo numerosi ma frazionati, bisogna trovare delle soluzioni e credo che questa sia una legge che sicuramente darà molti, ma molti risultati. Siamo obbligati a lavorare in rete, perché in caso contrario, indi-

FRANCO BALLIN

PRESIDENTE
ACRIB SERVIZI SRL

vidualmente, con i numeri a cui accennavo prima, non saremmo in grado di affrontare determinate situazioni, anche perché tale struttura, tale rete, tale iniziativa ci permette di entrare in un organismo nel quale ognuno ha un ruolo, ma ha anche una sua individualità. Credo che sia un elemento fondamentale perché noi italiani attorno ad un tavolo siamo tutti bravi, ma poi quando si chiude la porta ognuno va per la propria strada. Col concetto del contratto di rete questi fattori dovrebbero essere sicuramente superati e metterci in condizione di affrontare meglio i mercati dove vi sono le difficoltà che in questo dibattito oggi sono state ampiamente individuate.

Per quanto riguarda l'altro aspetto, ho posto prima una domanda al dottor Rampini: noi oggi i maggiori investimenti come distretto li abbiamo fatti proprio in funzione della ricerca e della innovazione di prodotto, attraverso la scuola, attraverso tutta una serie di iniziative di questo tipo. Vorrei sottolineare anche un altro aspetto: oggi, e non solo in funzione di una crisi finanziaria, a mio modo di vedere stiamo vivendo anche una fase di cambiamento nel nostro quotidiano. I mercati si stanno comprimendo sempre più verso il basso, e aumentando sempre più verso l'alto. Sappiamo bene dalle percentuali aggiornate di recente – parlo per il settore delle calzature, ma credo che sul settore dell'abbigliamento siamo lì – che il 97 per cento dei consumi sono sotto i 100 euro: rimane un 3% nel mondo del lusso, per cui la maggiore nostra azione è sulla qualità. E questo anche perché con i numeri che si citavano prima – su 13 miliardi di scarpe prodotte, 11 le producono in Asia – siamo obbligati a puntare sull'innovazione di prodotto e qualità.

Per quanto concerne la situazione di oggi, io credo molto nelle aree alle quali si accennava: non parliamo di Cina, ma di Asia in generale come sbocchi futuri, con le problematiche di cui si accennava prima. Io però credo delle alleanze, delle delocalizzazioni anche parziali attraverso contatti di questo genere, siano gli strumenti che ci possono permettere di entrare in questi nuovi mercati, perché il nostro grande problema è che noi siamo sì produttori del lusso, ma siamo anche i terzisti del lusso, dipendiamo da un sistema: di conseguenza, dobbiamo sicuramente puntare su una rete di distribuzione che vada al consumatore finale. Sono tutti quegli elementi su cui noi, per superare questa fase, do-

vremo puntare e stiamo puntando. E questo grazie anche alla legge di cui parlavamo precedentemente, su cui credo molto, perché solo in gruppo, solo in squadra, saremo in grado di competere con i nostri prodotti di qualità: il Made in Italy deve avere delle caratteristiche non di un'etichetta che va su un prodotto, ma un insieme di cose. Abbiamo la fortuna, ampiamente ribadita questa mattina, di avere Venezia con la cultura, enogastronomia, turismo e quant'altro: deve essere uno status symbol da esportare. Questi sono gli elementi su cui noi stiamo puntando e lavorando in queste prospettive, per far sì che questi nostri prodotti trovino collocamento nel mercato. Grazie.

Grazie a Franco Ballin per il suo intervento incisivo e stringato. Veniamo ora a Vincenzo Marinese, vice Presidente di Confindustria Venezia, anche lui un imprenditore. Con Marinese vorrei partire da una constatazione: questa crisi che stiamo vivendo, e stiamo ancora subendo, ha insegnato molte cose non solo ai comuni cittadini, ma si spera anche alla finanza, agli imprenditori; probabilmente c'è necessità di un ripensamento rispetto a quello che è avvenuto fino ad oggi.

Che segnali di cambiamento vede, lei, che cambiamento lei percepisce, sia nella sua esperienza personale, sia in un sistema qualificato come quello di Confindustria Venezia? E secondo lei in un territorio come quello della provincia di Venezia, quali possono essere i nuovi piani strategici su cui puntare per una politica industriale di sviluppo?

Rispondo alla sua domanda partendo da una premessa: questa crisi finanziaria inevitabilmente ha dato un segnale, e cioè che mentre qualcuno giocava a Risiko e si divertiva a fare investimenti a destra e a manca, c'era un'impresa, un imprenditore, c'erano dei collaboratori che quotidianamente investivano sulla loro azienda, facendo innovazione, in ricerca, cercando di migliorare il prodotto, cercando di investire sulla propria organizzazione. E sono stati quattro gli effetti devastanti di questa crisi sulle aziende: immedia-

ROBERTO CROSTA

VINCENZO MARINESE

VICEPRESIDENTE
CONFINDUSTRIA VENEZIA

tamente, il primo effetto è che le aziende hanno perduto la finanza, dalla sera alla mattina, è un dato oggettivo; il secondo effetto è un calo del fatturato, che vediamo; il terzo effetto è che aziende che hanno investito in patrimonio di persone si sono viste il loro patrimonio defraudato; il quarto effetto è che per la piccola e media impresa il patrimonio personale e la risorsa umana è una risorsa importante.

Nonostante questi quattro effetti devastanti, oggi, in un momento in cui pare ci siano dei segnali di ripresa, l'impresa c'è, l'impresa lavora, funziona, con tante difficoltà, con lo sforzo degli imprenditori, ma soprattutto con lo sforzo dei collaboratori. Per riprogettare il futuro il requisito di base è questo: bisogna inevitabilmente rimettere l'impresa al centro dello sviluppo. Cosa manca per riassumere? Manca una politica industriale. In questo territorio, non lo dico polemicamente, lo dico costruttivamente, manca una politica industriale. Già nel 2003 come Confindustria Venezia intitolammo una nostra assemblea "Politiche industriali certe": mi sembra che le vocazioni sul piano politico di Venezia vivessero su un dualismo tra materiale ed immateriale, tra manifatturiero e servizi, tema che è stato ripreso anche per il festival delle Città imprese col titolo "La cultura ci fa ricchi".

Dal titolo sembrava che la cultura ci potesse rendere ricchi, che gli alberghi ci potessero rendere ricchi, che i ristoranti ci potessero rendere ricchi, trascurando un elemento fondamentale per lo sviluppo di un territorio, che è l'industria, che è il manifatturiero. Quanto pensiamo possano vivere i servizi se noi perdiamo il manifatturiero? Io ritengo poco. Stiamo facendo come Confindustria Venezia una selezione di circa 80 aziende per dimostrare quanto oggi le aziende siano il punto di eccellenza nell'investire nell'innovazione, nella ricerca, nell'investimento a servizio tecnologico, e ci sono storie veramente affascinanti: aziende che hanno riprodotto e reinvestito completamente sul loro modo di essere; aziende che hanno strategicamente investito sulle filiere, andandosi ad alleare con gruppi più grossi per entrare all'interno delle filiere, comprandosi talvolta con degli investimenti aziende più piccole di loro. L'azienda è una realtà dinamica che va agevolata, va aiutata, ma va aiutata attraverso una politica industriale.

Luciano Gallino scriveva, non più tardi di un anno fa, che nessun settore genera un effetto positivo dal punto di vista

occupazionale come quello manifatturiero: nessun settore terziario, nessun settore quaternario. E allora, se vogliamo cogliere le opportunità, iniziamo a parlare di economia industriale, iniziamo a determinare quelli che sono i passaggi fondamentali per poter sviluppare questo territorio. Poi, mi sembra anche che in termini delle risorse e del know how abbiamo in questo territorio, per quanto riguarda taluni servizi, come quello ambientale, ma anche altri, aziende che oggi operano ed hanno operato nel sito di Porto Marghera e che hanno gestito problemi complessi, che non sono copiabili in giro per il mondo e non sono neanche riproducibili, perché fanno parte di quel know how solito di questa città.

Noi tanti anni fa abbiamo abbandonato l'industriale e abbiamo constatato, e lo stiamo constatando anche adesso, quanto questo abbia avuto un effetto sulla competitività. Oggi noi stiamo facendo un altro errore, stiamo abbandonando, per rispondere anche al professor Rullani, la produzione. Se noi oggi abbandoniamo la chimica, e sempre che sia chimica sostenibile, ci priviamo della produzione della materia prima, e ciò significa che tra qualche anno inizieremo a importare tutto, significa che i mercati – com'è stato per l'energia, domani sarà per la materia prima, e come oggi è sul petrolio – detteranno inevitabilmente legge sul nostro ambiente e sul nostro territorio.

Per concludere: ieri ero a pranzo con un mio cliente il quale mi raccontava che stava organizzando un viaggio per andare a trovare il figlio che si è trasferito all'estero a studiare, poi a lavorare e ora si stava per sposare. Mentre lo ascoltavo, pensavo a quanti sacrifici dal punto di vista dei costi aggiuntivi un genitore fa nei confronti del figlio: sapere che il figlio va all'estero, studia all'estero, si sposa all'estero e non vede i propri nipoti crescere. Il mio sogno è quello che domani i miei figli, i nostri figli possano andare all'estero, fare il master, ma poi tornare a lavorare qui, perché noi avremo avuto la capacità di creargli uno sviluppo e di regalargli l'eccellenza. Grazie.

Grazie a Vincenzo Marinese che ha introdotto dei nuovi stimoli, come la formazione, ma anche quello dell'opportunità di sviluppo, riprendendo sostanzialmente l'intervento del nostro Presidente. Questo è un tema su cui dobbiamo interrogarci sempre più fortemente, quello sull'opportunità di lavoro per i giovani. Introduciamo dunque l'ultimo intervento della tavola rotonda, ultimo ma non per questo meno importante, quello di Gianluca Fascina, che è il Presidente di Confartigianato del Veneto settore Tessile.

Sicuramente chiederemo anche a lei una battuta sul tema della formazione, perché so bene essere molto importante anche per il mondo dell'artigianato, ma poi entrerei nell'argomento per quale lei è qui: il tessile è un settore che è entrato in crisi, per la verità è in crisi da un po' di tempo, non è una crisi nuova, si sta trascinando da parecchio. Tuttavia, è una crisi che può anche far emergere delle opportunità per le imprese venete, in particolar modo per la questione relativa alle filiere. Il settore delle filiere del tessile può uscire da questa crisi ed avere nuovi fattori di competitività?

La seconda questione è sempre sulle filiere, come cioè le imprese che vi appartengono possono rimanere nel mercato con più forza rispetto ad altre. Prima Angelo Faloppa chiedeva regole certe anche nei confronti degli imprenditori extracomunitari e credo che per voi del settore tessile, dell'artigianato in particolare, sia anche questa una questione rilevante.

Infine, un'ultima breve battuta che riguarda la questione che voi imprenditori artigiani avete affrontato qualche anno fa anche in un convegno con il premio Nobel Robert Mundell, ossia il valore sociale dell'impresa. La domanda è rivolta non solo all'artigianato: chiederei una riflessione da imprenditore, riprendendo anche l'ultimo spunto che aveva dato il dottor Marinese, sul rimettere l'impresa al centro dello sviluppo, perché a volte c'è la tendenza a dimenticarsi che il capitale sociale di un territorio passa anche per il valore delle imprese.

Ringrazio per l'invito. Il settore tessile non è certo da quest'anno o dall'anno scorso che patisce questo momento di crisi: sono anni che se la trascina dietro, per vari motivi. Il made in Italy, con tutto il rispetto per gli altri prodotti italiani, è principalmente fatto dal mercato d'abbigliamento, dal settore moda, dal vestire ed abbellire le persone che possono fregiarsi, possono portare un capo di abbigliamento fatto in un certo modo, che ha tutta una storia, una professionalità sulle spalle. Noi ringraziamo sicuramente le grandi firme e griffe che portano il nome e l'azienda italiana nel mondo, ma dietro a queste griffe c'è la professionalità di tutti i piccoli laboratori, delle "sartine", dei confezionisti, camifici, le stirerie, stamperie, tutti quelli che servono a far funzionare la filiera del settore moda.

Questa eccellenza del Made in Italy, però, viene copiata all'estero con effetti negativi. Vediamo arrivare in Italia capi fatti in mala maniera e a prezzi irrisori. Negli anni scorsi ci sono stati svariati casi di dermatiti da contatto per capi di abbigliamento fatti con tessuti trattati in maniera non consona, e questo è anche un aspetto che riguarda la tutela del consumatore. La richiesta forte degli artigiani, ma anche di tutto il settore moda, è che venga veramente tutelato il Made in Italy, come tracciabilità e con una vera certificazione di come e dove viene prodotto il capo stesso.

Il problema è che noi abbiamo anche una concorrenza. Prima si parlava di concorrenza leale, noi abbiamo la concorrenza sleale in casa, perché tantissime volte certe lavorazioni vengono fatte da laboratori cinesi. Adesso non vogliamo assolutamente fare una questione di razzismo nei confronti dei cinesi, però la realtà è questa: laboratori cinesi che lavorano a prezzi fuori da ogni logica. I laboratori sono tutti in regola, però vengono utilizzati dei dipendenti sottopagati, lavorano a cottimo con costi molto, ma molto inferiori alla realtà italiana, mettendo fuori mercato i laboratori italiani che rispettando le regole, pagando i contributi, la Legge 81 e tutto quello che ci va dietro, e che non riescono più a stare sul mercato. Con questo andiamo a perdere tutto un patrimonio che si è creato nel corso degli anni che non viene più ricreato.

Si parlava prima dei giovani che possono fare questo lavoro, ma i giovani non sono invogliati, perché il tessuto produttivo sta sparendo. La scuola, poi, non è che prepari molto, si pone tra due binari un po' separati, quello del mondo del

lavoro e quello della formazione, il che non riguarda solo l'abbigliamento, ma anche altri settori produttivi.

Per l'imprenditore artigiano diventa sempre più difficile. Per noi il nostro valore principale è il dipendente, il dipendente non è un numero, è una persona, conosciamo quando si sposa, quando ha figli, sappiamo tutto quello che gli succede, e mettere il dipendente in Cassa Integrazione pesa tantissimo agli imprenditori: avete letto anche voi che nell'ultimo anno solo nel Veneto ci sono stati quindici imprenditori che si sono suicidati, tutti piccoli imprenditori, vuoi per mancanza di commesse lavorative, vuoi per il fatto di non riuscire a pagare i debiti, vuoi per l'enorme difficoltà e il dispiacere di dire ai propri dipendenti "non ho più niente da farvi fare, devo licenziarvi". Si arriva a soluzioni estreme. Tutto questo è sintomatico del fatto che la situazione non può andare avanti così. Cosa chiediamo dunque come artigiani? Noi non chiediamo sussidi allo Stato, chiediamo la possibilità di fare il nostro lavoro in maniera leale, reale e che ci siano dati gli strumenti: non possiamo avere continuamente balzelli, intoppi burocratici, non possiamo anticipare allo Stato l'IVA.

Ogni giorno ce n'è una di nuova, l'ultima legata alla Legge 81. Noi datori di lavoro abbiamo problemi di ogni genere, con il cliente che non paga, le commesse, i dipendenti, la gestione... Saremmo noi imprenditori che abbiamo più bisogno di essere aiutati, ma non vogliamo aiuti, vogliamo una collaborazione da parte di tutto il sistema Stato: se chiudiamo noi artigiani, chiude anche un tessuto produttivo che non può più essere ricreato.

La tutela dei rapporti di lavoro deve esserci anche nei confronti della grande impresa: spesse volte è la grande impresa che è committente nei nostri confronti, quasi i due terzi degli artigiani sono contoterzisti. Non può essere che un'impresa si inventi tutto il possibile per contenere i costi e poi non viene pagata, o peggio, viene pagata a distanza di anni, specialmente se ha fatto la fornitura alla Pubblica Amministrazione. Qui il problema è naturalmente più grande, però non può essere sottovalutato: in caso di fallimenti o di problemi di pagamenti amministrativi, le procedure legali vanno avanti per anni, e questo non può essere tollerabile.

Grazie anche a Gianluca Fascina. Questa mattina eravamo veramente in tanti a questa Giornata dell'Economia, sono state registrate numerose presenze. Un caloroso ringraziamento a tutti i relatori che si sono susseguiti, a Federico Rampini, al professor Rullani, a Bruno Anastasia, ai componenti della tavola rotonda per i contenuti che hanno portato. L'anno scorso avevamo chiuso la tavola rotonda dicendo non ci sono ricette per la crisi, oggi invece qualche embrione di ricetta contro la crisi è uscita. Io ne sottolineo brevemente cinque, la prima, la più importante secondo me, è il valore dell'impresa, ma prima ancora della persona. Dobbiamo ripartire dalla valorizzazione del capitale umano, perché se partiamo dalla valorizzazione del capitale umano costruiamo tutto. Questo è un primo aspetto. Poi il tema della formazione, dell'università, della vicinanza tra la scuola e l'impresa che tra l'altro è una competenza che le Camere di Commercio hanno avuto recentemente riconosciuta anche per legge e lo ritengo fondamentale.

La seconda grande idea è quella della valorizzazione del territorio. Il territorio va utilizzato come risorsa, sia il territorio inteso proprio come terra, ma anche la riqualificazione delle infrastrutture, che deve avvenire in un modo organico e di sviluppo armonico su tutto il territorio. La terza questione, a cui accennava Gianluca Fascina implicitamente ma che è fondamentale per programmare il futuro, è la burocrazia. L'Italia, e lo dico da dirigente pubblico, soffre ancora di troppa burocrazia, questo è un tema che dovremo deciderci tutti ad affrontare di più: i tempi per l'apertura di un'impresa in Italia sono duplici rispetto a quelli degli altri Paesi, ingiustificatamente, perché recentemente un'indagine di Confartigianato dimostrava che negli Stati Uniti servono più autorizzazioni che non in Italia per aprire un'attività, peccato però che da noi ci sia un tempo medio di 200 giorni e da loro di dieci. Bisognerà riflettere su questo tema, dove probabilmente non basta solo la telematica, come ha fatto la Camera di Commercio per il Registro delle Imprese, non basta solo la volontà dei singoli, ma deve essere un intero sistema che si ripensa a partire dalla giustizia, i cui tempi della giustizia sono anche quelli oramai abominevoli.

Un'altra questione riguarda le politiche di apertura, ne ha parlato spesso Federico Rampini, che ha sottolineato come l'Italia è percepita molto meglio lontano da qui: più ci allon-

taniumo, più l'Italia è percepita meglio. Bene, sfruttiamola in modo salutare questa cosa, cerchiamo di farla percepire anche a tutte le nostre imprese. Prima Enzo Rullani ha affidato un compito alle Camere di Commercio, interessante, importante, che non discende solo dalla legge quello di rappresentare le imprese: c'è anche una legge che lo dice, che riconosce alle Camere di Commercio l'autonomia funzionale per le imprese. Però è fondamentale che le Camere di Commercio, insieme al sistema delle Associazioni di categoria, in un principio di sussidiarietà esteso, facciano ripartire questo messaggio di vicinanza alle imprese che vogliono internazionalizzare, come un fattore di nuova competitività.

L'ultima sottolineatura riguarda l'originalità di Venezia, che è emersa a più riprese. Sempre Federico Rampini, ma anche Enzo Rullani, nei loro interventi hanno sottolineato come il brand Venezia sia fondamentale. Io credo che ci sia qui da ripensare Venezia non più come un vincolo ma come una nuova opportunità. Noi troppe volte abbiamo pensato alla città di Venezia e alla provincia di Venezia come un vincolo, come un qualcosa legato a termini scomodi: è tutt'altra cosa rispetto a questo. Venezia e la sua provincia hanno delle caratteristiche peculiari che possono diventare un esempio di originalità e di nuovo sviluppo.

Permettetemi infine due cose prima di congedarvi. La prima è un ringraziamento a tutti coloro che hanno partecipato, e la seconda vuole essere un grazie da parte mia al personale della Camera di Commercio che si è impegnato, agli uffici che sono stati coinvolti nella realizzazione di questa iniziativa, che si concretizza in un giorno ma il cui lavoro come al solito è di mesi, per cui è una soddisfazione che sia andata bene. Grazie di cuore.



FINITO DI STAMPARE: OTTOBRE 2010

Produzioni: **Giomac snc**
Stampa: **3B Press Tipografia**

QUESTO QUADERNO CONSISTE NELLA TRASCRIZIONE DEGLI ATTI DEL CONVEGNO, AI QUALI NON SONO STATE APPORTATE MODIFICHE DA PARTE DEI RELATORI. EVENTUALI ERRORI NELLA STRUTTURA DEL TESTO VANNO IMPUTATI AL CARATTERE COLLOQUIALE DEL TESTO STESSO.

Della stessa collana:

1. PROSPETTIVE E SCENARI DELL'ECONOMIA IN UN'EUROPA CHE CAMBIA
2. RESPONSABILITÀ SOCIALE:
LE REALI OPPORTUNITÀ PER LE IMPRESE
3. IV^a GIORNATA DELL'ECONOMIA
4. DIECI ANNI DI REGISTRO IMPRESE
QUALI PROSPETTIVE PER IL FUTURO?
5. INIEZIONE DI MATERIE PLASTICHE:
METODI DI VALUTAZIONE DI MATERIALI PER STAMPI
6. INNOVAZIONE, TRASFERIMENTO TECNOLOGICO, SVILUPPO:
ESPERIENZE E PROBLEMI DELLE IMPRESE NEL VENETO
7. IL VALORE ECONOMICO DELL'INFORMAZIONE:
IL CONTRIBUTO DEL REGISTRO IMPRESE
8. V^a GIORNATA DELL'ECONOMIA
9. AVIAZIONE GENERALE IN ITALIA: STATO E PROSPETTIVE
10. LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE FA SQUADRA E VA IN RETE
11. IL MEDIATORE IMMOBILIARE:
PROFESSIONALITÀ E TRASPARENZA NEL MERCATO
12. MOBILITÀ E SVILUPPO DEL TERRITORIO. IL CASO VENEZIA.
6^a GIORNATA DELL'ECONOMIA
13. LO SVILUPPO DEL TURISMO SUL TERRITORIO.
IL RUOLO DELLE ISTITUZIONI E DEGLI OPERATORI ECONOMICI
14. CONVENTION DEI CONSERVATORI DEL REGISTRO DELLE IMPRESE
15. LA GESTIONE DEI VEICOLI FUORI USO
L'ASPETTO NORMATIVO E LE PROBLEMATICHE SETTORIALI
ALLA LUCE DEL RECENTE "ACCORDO DI PROGRAMMA QUADRO
PER LA GESTIONE DEI VEICOLI FUORI USO"
16. VENEZIA DI FRONTE ALLA CRISI CHE "CAMBIA":
QUALE RIPRESA POSSIBILE?
17. LA CAMERA DI COMMERCIO DI VENEZIA NEL SISTEMA CAMERALE
18. DIFFUSIONE DEI SISTEMI DI GESTIONE AMBIENTALE (SGA)
NELLE PICCOLE E MEDIE IMPRESE
19. OLTRE IL PIL (E LA CRISI)



Camera di Commercio
Venezia

i Quaderni della Camera

