

L'impresa e il «pubblico»

PIÙ INNOVAZIONE IN CAMERA

di **Luca Romano**

Stiamo assistendo con una buona dose di cinica indifferenza al disfaccimento del sistema delle Camere di Commercio, che tanto ruolo ha avuto storicamente nello sviluppo economico del territorio veneto. Il governo procede con una «riforma» fatta di tagli alle entrate dovute dalle imprese (diritti camerale) senza neppure motivarli per qualche finalità più nobile. Si può obiettare che questa non è una riforma. Ma non pochi anche all'interno del sistema, sono consapevoli da tempo che un male più profondo corrode questi organismi.

Per coglierne la radice bisogna fare un passo indietro. Quando il compianto Danilo Longhi, con la legge 580 del 1993 riesce a far approvare il nuovo ordinamento, ha la saggia consapevolezza di aver imboccato una strada che guarda avanti. Le Camere di Commercio, infatti, erano entità con una duplice natura. Quella più antica è la natura di derivazione statale, che ne fa un settore organico alla Pubblica Amministrazione, con funzioni amministrative destinate alla regolazione delle imprese. Ma quel che viene avanti è la seconda natura, quella di soggetto di rappresentanza delle imprese con la missione di promuovere lo sviluppo locale.

Si riteneva non a torto, allora, che sostituendo la designazione ministeriale dei vertici di governo degli enti con un processo di democrazia economica, perimetrata alle rappresentanze d'impresa, avrebbe generato more proprio la prevalenza della natura privatistica imprenditoriale su quella pubblicistica.

Certamente, l'impulso c'è stato, per organismi non a caso dotati di autonomia funzionale, se pensiamo a strutture molto reputate come T2I a Treviso (innovazione), Centro Produttività Veneto a Vicenza (formazione, brevetti), Promex a Padova (sostegno all'export), a Verona per il vino e a Venezia per il vetro. Ma questa tensione strategica a sostegno dello sviluppo locale, esercitata anche attraverso le partecipazioni in Fiere, Università, Interporti e Aeroporti si è andata affievolendo nel tempo. Il vero punto critico è rappresentato dai servizi di rilevanza imprenditoriale adeguati al mercato e alla competizione. Sono i servizi fondamentali in un territorio popolato da migliaia di piccole imprese, che «scalano» la competitività anche sui rendimenti esterni, non potendo prodursi internamente.

continua a pagina 9

REGIONE ATTUALITÀ

Il commento

Più impresa e meno «pubblico», innovazione nelle Camere di commercio

SEGUE DALLA PRIMA

Ebbene, in una ricerca sondaggio effettuata da Local Area Network per conto di UPA Padova che cosa è emerso in modo incontrovertibile? Le piccole imprese che ricorrono ai servizi camerale sono appena il 32,9%, ma ciò che è ancora più rilevante, è che al netto dei servizi di obbligo amministrativo, la domanda di servizi pregiati come la promozione, i brevetti, l'innovazione o l'internazionalizzazione, è ridotta a percentuali minime. Un po' meglio i confidi per le garanzie al credito. Morale: le piccole imprese percepiscono, in larghissima prevalenza, la Camera come un'articolazione della Pubblica Amministrazione. Si scorge così una dura contraddizione tra uno slittamento delle Camere verso la propria anima burocratico-amministrativa proprio mentre il mondo corre verso la competitività, la velocità e servizi ad alta creazione di valore economico. Al rischio di sfarinamento inerziale, si deve provare un serio percorso di autoriforma, pena il dare ragione a chi vuole dimostrare l'inutilità delle Camere. Un'autoriforma credibile deve accettare fino in fondo la responsabilità di agire da soggetto pubblico di

servizio alle imprese in uno scenario dominato da mercati aperti e dalla competizione tra sistemi metropolitani.

Ciò significa lavorare su tre pilastri. Il territorio. Da tempo sono convinto che la nuova matrice dell'economia veneta si basa su quattro sistemi, in ognuno dei quali si dovrebbe collocare una Camera hub: la Pa.Tre.Ve., Verona e il Corridoio dell'Adige con il Garda, la Pedemontana a cui aggregare il sistema montano e la città-rete del Centro veneto. I servizi. Si devono evolvere sulla base della domanda delle imprese, che sono socie e clienti delle Camere: non vi è dubbio, che l'innovazione e l'internazionalizzazione siano da affidare alle Camere in una dimensione almeno regionale e metropolitana. La funzione pubblica è fortemente invocata anche su temi nuovi, implicati dalla globalizzazione, come la lotta alla contraffazione e la concorrenza sleale. Big Data. Le Camere possiedono un giacimento, i dati delle/sulle imprese, che non solo non va abbandonato a malinconiche esternalizzazioni, ma va coltivato e monetizzato per la sempre maggiore rilevanza che acquisisce per orientarsi nei mercati, nei servizi e nelle relazioni.

Luca Romano

© RIPRODUZIONE RISERVATA