

**Scuola Politica Federale
Verona – 4 Dicembre 2004**

Marino Finozzi – Assessore alle Politiche per la Piccola e Media Impresa, il Commercio Estero, la Promozione e l'Energia della Regione Veneto

Grazie, buona giornata a tutti voi.

Credo, innanzitutto che sia necessario chiarire un ragionamento: cosa è la Lega? Cosa significa per un leghista essere leghista? Credo che la Lega sia uno strumento e non sia un fine. Essere leghista non è raggiungere l'obiettivo ma è uno strumento che ci porta a raggiungere 3 importanti obiettivi: per il passato il riconoscimento della nostra storia e delle nostre tradizioni; per il presente la qualità della vita, che oggi tutti noi vediamo sempre più compromessa; per il futuro quello che dobbiamo dare alle nuove generazioni, ai nostri figli e ai nostri nipoti. Ecco, con questo spirito nel 2000 siamo entrati a far parte della giunta regionale del Veneto. Con questo spirito abbiamo istituito un nuovo Assessorato perché l'Assessorato alla Piccola e Media Impresa, nonostante le caratteristiche del Veneto, non esisteva, ma c'era un Assessorato generico per le attività produttive che ricomprendeva il commercio, l'agricoltura e i servizi. Quindi, per la prima volta, nel Veneto viene istituito questo importante Assessorato. E' bene evidenziare che la Regione Veneto conta 4 milioni e mezzo di abitanti e 468 mila imprese. Avere 468 mila partite IVA significa che c'è un imprenditore ogni 10 abitanti. Quindi, l'Assessorato alle Piccola e Media Impresa ha un suo significato, ha una sua valenza.

In un certo periodo, l'economia veneta era ai massimi della propria potenzialità, avevamo una crescita del PIL a due cifre, avevamo una crescita all'esportazione del 16- 17%. Quindi, da un punto di vista politico, la preoccupazione consisteva nel chiedersi cosa si poteva fare per un'economia così forte, per un'economia che stava crescendo "motu proprio" in maniera così evidente. Gli strumenti regionali erano limitati e la nostra preoccupazione era che inserendoci in questo vortice si potesse creare confusione e si potesse, in qualche caso, peggiorare la situazione. Allora ci siamo chiesti se si poteva considerare questo Veneto che produce come un modello. Ma, un modello si basa su delle regole, su dei progetti, su dei programmi mentre quello che è successo in Veneto è dovuto al verificarsi di alcune condizioni: ad una voglia di lavorare che credo esista in tutto il Nord Italia, ad una voglia di autonomia per cui ognuno voleva essere per conto proprio, ognuno voleva la propria impresa, ognuno voleva il proprio prodotto. Ciò è accaduto in una situazione economica ben diversa perché, in quel periodo, la Lira era una moneta molto deprezzata e diventava molto vantaggioso venire ad acquistare in Italia: eravamo noi la Cina in quegli anni. C'era una grande domanda, soprattutto da parte di alcuni paesi europei, soprattutto dalla Germania (che è sempre stato il nostro mercato di riferimento) che comprava in Italia, in particolare in Veneto e, poi vendeva in tutto il mondo. La nostra rete commerciale, fino al 2001- 2002, era la Germania.

Noi non vendevamo direttamente nei mercati finali ma era la Germania che acquistava qui da noi in marchi (moneta forte) e vendeva altrove. Avevamo adottato una strategia (che oggi riteniamo miope) e cioè quella dei numeri, quella della produzione mettendo da parte, invece, la strategia della qualità, dei contenuti tecnologici all'interno del nostro prodotto. Abbiamo fatto un errore immane, quello di preferire importazione di manodopera facile (come quella extracomunitaria) rispetto all'investire in tecnologie ed innovazione. E' stato un errore che, purtroppo, oggi paghiamo caro. Però, per un certo periodo, grazie alla Lira debole, questo sistema ha funzionato.

Ma, già nel 2000 ci siamo chiesti per quanto tempo avrebbe funzionato, per quanto tempo questo Nord- Est, questa locomotiva sarebbe riuscita a produrre i numeri di quel periodo. E, purtroppo, all'orizzonte si vedeva già allora il declino di questo sistema industriale.

Ci siamo detti che dovevamo prevenire il declino. Dovevamo cercare di dare alle nostre imprese e alla nostra economia degli strumenti che, nel momento in cui sarebbero arrivati i problemi, avrebbero consentito di avere un cuscinetto, un ammortizzatore in grado di "fare respirare" le nostre

imprese. Il primo passaggio obbligato è stato quello di fare i conti con la frammentazione delle nostre imprese.

468 mila imprese significano piccole imprese, micro imprese, imprese artigiane che, fino a quando il cliente veniva a comprare il nostro prodotto dentro la nostra fabbrica, non avevano problemi commerciali, non avevano il problema di preparare il personale dal punto di vista manageriale ma dovevamo solo produrre. Una frammentazione che ci poneva in competizione l'uno con l'altro e, questo, da un certo punto di vista era anche benefico perché ogni giorno dovevamo reinventare il nostro prodotto per renderlo più bello, per renderlo più interessante per il mercato. Ma, era una competizione che ha creato una guerra interna: eravamo chiusi all'interno delle nostre fabbriche e non avevamo la forza, la voglia e le capacità di uscire dai nostri cancelli. Quindi, dovevamo superare questo primo handicap della nostra imprenditoria, dovevamo uscire da questo forte individualismo che, purtroppo, è una delle principali caratteristiche negative delle nostre imprese. Allora abbiamo cercato di studiare quale poteva essere lo strumento per far sì che queste piccole imprese potessero trovare interessante aggregarsi. Lo strumento che abbiamo trovato più naturale e più idoneo esisteva già nel nostro territorio e dovevamo solo rafforzarlo ed è il sistema di Distretti industriali.

Il sistema dei Distretti industriali è caratterizzato da alcuni fenomeni di aggregazioni di imprese che hanno dato importanti risultati e importanti successi: il Distretto dell'occhialeria di Belluno che, purtroppo, a causa della competitività cinese sta sparendo; il Distretto di Montebelluna che con le calzature sportive sta spopolando nei mercati mondiali; il Distretto dell'oro di Vicenza; il Distretto della ceramica di Bassano; il Distretto del vetro di Murano. Ecco, avevamo alcune cellule, alcuni esempi che dovevamo rafforzare e cercare di replicare anche in altre realtà. E, attraverso una Legge che la Lega ha voluto fortemente e che i consiglieri regionali della Lega hanno fatto sì che venisse approvata ancora un anno e mezzo fa, è nata questa grande forza dei Distretti Produttivi del Veneto. Pensate che, grazie a questa legge, con l'ultimo riconoscimento sono stati riconosciuti circa 50 Distretti Produttivi in Veneto e ciò significa che quasi tutti i settori produttivi del Veneto hanno trovato interessante mettersi assieme e lavorare con un unico progetto di sviluppo. La caratteristica principale di questa legge è che non spetta alla Regione (come purtroppo succede in altre realtà regionali) il compito di decidere chi è Distretto e chi non lo è. Abbiamo fatto un'altra scelta, una scelta più coraggiosa, più autonoma, più rispettosa del Territorio. Abbiamo chiesto agli imprenditori, ai rappresentanti degli Enti Locali di mettere assieme un progetto, un Patto di sviluppo e proporlo alla Regione. Se il Patto di sviluppo proposto è un Patto di sviluppo interessante che, in qualche modo, si aggancia a quelle che sono le nostre strategie di sviluppo, allora viene riconosciuto come Distretto. Questa è stata la grande rivoluzione: non è stata la Regione, non è stato qualche burocrate a decidere che il comune A, B e C è Distretto e gli altri non lo sono, che l'impresa A, B e C è Distretto e gli altri non lo sono, ma sono loro stessi che si mettono assieme e decidono quale è il loro futuro, quale è la strategia di sviluppo.

Altra importante innovazione, rispetto alle Leggi sui Distretti delle altre regioni, è che non c'è un confine geografico. Non vogliamo che il Distretto sia chiuso geograficamente. Un'impresa del veronese può benissimo fare sistema, può benissimo fare aggregazione, può benissimo fare Distretto con un'impresa del veneziano, del trevigiano o di qualche altra provincia veneta. Questo aspetto ha generato molta curiosità, molto interesse, molto entusiasmo da parte delle imprese e le ha spinte a mettere insieme forze, esperienze, necessità e problemi.

Abbiamo voluto dare a questi Distretti tre obiettivi:

- 1) La formazione. Abbiamo detto che all'interno del Distretto si devono creare momenti formativi specifici per quel prodotto e che non ci deve essere una formazione generica in base alla quale "sforniamo" tecnici meccanici o tecnici elettronici senza che ci sia una specifica formazione del Distretto.
- 2) La ricerca e l'innovazione. Ci devono essere progetti specifici per quel prodotto. Non si può ottenere l'interesse delle Università se non si fa squadra perché un'impresa piccola o media non avrà mai, da sola, la forza per essere interessante, per essere in qualche modo ascoltata

dal mondo universitario. Invece, attraverso il Distretto si crea la “massa critica”, si crea la forza per essere interessanti anche per quel mondo universitario che sappiamo essere un po’ lontano dalle nostre esigenze.

- 3) Fare sistema per capire come aggredire i mercati internazionali perché, oggi, il mercato non è più chiuso ma è un mercato mondiale e si devono trovare gli strumenti per far conoscere i nostri prodotti. I nostri sono prodotti interessanti ma occorre investire risorse perché una piccola impresa, da sola, non può andare a far conoscere il proprio prodotto negli Stati Uniti d’America o in qualche altro Paese.

Quindi, questi tre elementi erano i tre elementi fondamentali affinché si potesse trarre vantaggio dal Distretto. Dopo aver aggregato queste imprese, la seconda fase è stata quella di forzare molto sulla necessità di innovare sia il prodotto, cioè renderlo più interessante da un punto di vista tecnologico, sia il processo, perché innovando il processo, innovando il modo di produrre, eliminiamo il problema del fabbisogno della manodopera. Ecco perché prima ho detto che si è fatto il grande errore di importare manodopera facile anziché investire in innovazione.

Inoltre, abbiamo preparato un progetto di legge che, purtroppo, non è ancora approvato (non per colpa nostra ma perché grossi problemi hanno attraversato il Consiglio regionale), sull’innovazione e sulla ricerca che, grazie anche ad uno strumento regionale e cioè Veneto Innovazione, consentirà anche alla più piccola delle imprese venete la possibilità di fare innovazione. E’ difficile fare innovazione, è un termine che sentiamo usare tutti i giorni dal Capo dello Stato all’ultimo degli amministratori e oggi si usa il termine ricerca e innovazione per dare un’assoluzione ai nostri mali anche se è facile dirlo ed è difficile poi applicarlo. Dobbiamo partire da una ricerca di base che non può essere fatta dalle piccole imprese ma deve essere fatta a livello universitario. Occorre poi trasferire i risultati delle ricerche di base alle applicazioni dei nostri prodotti. La nostra proposta di legge ha differenziato gli strumenti, ha creato da un lato strumenti che aiutano l’aggregazione di chi fa ricerca, cioè le filiere innovative e, dall’altro, finanzia i progetti delle singole imprese. Abbiamo costituito la Comunità della ricerca, cioè abbiamo messo assieme con un unico protocollo, con un unico accordo di programma tutti i soggetti che in Veneto, in qualche modo, si occupano di innovazione, dalle Università ovviamente, ai Centri di ricerca, alla Regione, alle imprese che al proprio interno hanno strutture per fare ricerca. E, attorno a questa Comunità di ricerca abbiamo cercato di promuovere iniziative anche a carattere europeo, abbiamo partecipato a numerosi progetti europei, abbiamo ottenuto anche qualche risultato e, questo risultato, deve poi essere trasferito nella maniera più diffusa possibile a tutto il territorio.

La terza fase in questo momento è la più difficile ed è quella di penetrare nuovi mercati, di aggredire nuove aree in via di sviluppo: la Cina, la Russia, il Sud America sono aree che stanno crescendo velocemente e fortemente da un punto di vista economico. Da un lato, si tratta di situazioni che possono aggredire il nostro sistema imprenditoriale ma, dall’altro, può trattarsi di nuovi e interessanti mercati. Oggi, un russo, un cinese hanno una capacità d’acquisto che non avevano qualche anno fa e il prodotto veneto che, fino a 5 anni fa, non poteva interessarli perché non era alla loro portata, oggi invece lo può essere. Allora, dobbiamo cercare di far conoscere quelli che sono i nostri prodotti caratteristici. Non possiamo più pensare che il settore del tessile e della meccanica siano i nostri settori prevalenti perché (e dobbiamo farcene una ragione) sono settori che spariranno dal nostro territorio. Non è colpa della politica, non è colpa dell’imprenditore, è l’evoluzione di un sistema economico mondiale che sta cambiando. Quindi, dobbiamo cercare di rafforzare quelli che sono i prodotti di nicchia ad alto contenuto tecnologico, da un lato, di alta qualità dall’altro. Mai come oggi c’è attenzione, ad esempio, su cosa portiamo sulle nostre tavole, sulla qualità dei prodotti alimentari e quindi, visto che il Veneto e il Nord Italia in genere hanno molti prodotti alimentari di elevata qualità, diventa importante farli conoscere. Occorre fare un grande intervento e un grande investimento per far conoscere i nostri prodotti enogastronomici in tutto il mondo, per far conoscere le caratteristiche dei nostri prodotti, per far conoscere le

caratteristiche dei nostri prodotti artigianali, dal vetro di Murano alla ceramica di Bassano e tanti altri. Occorre rafforzare le produzioni di nicchia.

Proprio qualche giorno fa (mercoledì scorso) grazie ai consiglieri della Lega, in Consiglio regionale è stata approvata una Legge che istituisce l'Agenzia Unica per la Promozione. Cosa significa? Significa che quando questa Legge entrerà a regime, la presentazione del prodotto veneto nel mondo non sarà fatta nel modo sporadico e confusionale che è stato utilizzato fino ad oggi. Spesso, mi è capitato di partecipare a qualche fiera in giro per il mondo e di trovare la Provincia di Venezia o la Fiera di Padova o l'Associazione industriali che promuovevano lo stesso prodotto e le stesse qualità nello stesso momento sprecando risorse ed energie. L'Agenzia Unica consentirà di mettere intorno a un tavolo tutti i soggetti che promuovono il nostro prodotto al fine di decidere un unico programma promozionale, rafforzando le nostre presenze sui mercati consolidati e penetrando i nuovi mercati. Ecco, questi sono i tre grandi elementi su cui abbiamo lavorato in questi 5 anni (è chiaro che poi ci sono state tante altre azioni, ma in questa sede, ci vorrebbe troppo tempo per spiegarle).

Allora, ecco la chiusura del cerchio: il ricordo del passato e il rispetto delle nostre tradizioni per rafforzare i nostri prodotti tipici sia di stampo agroalimentare sia artigianale e produttivo.

Tra l'altro, dando dignità ai nostri prodotti agroalimentari, ai nostri vini, ai nostri formaggi, diamo la possibilità ai nostri territori di essere recuperati. Perché, non dobbiamo dimenticare che attraverso la forte industrializzazione che il nostro territorio ha subito, sono state abbandonate le colline, sono state abbandonate le montagne e i nostri giovani non hanno più trovato interessante rimanere in quei territori. Ridando invece dignità a questi prodotti diamo la possibilità ai nostri giovani di intraprendere nuove attività su questi settori e possiamo recuperare così i territori della collina pedemontana e della montagna veneta. Quindi, rispetto e recupero del passato.

Circa la qualità della vita, oggi siamo fortemente coinvolti dalla massificazione delle nostre aree industriali. L'imprenditore aveva bisogno di nuovi spazi, i sindaci (sia delle grandi città sia dei piccoli comuni) trovavano interessante concedere loro delle aree industriali e ci siamo trovati in situazioni come, ad esempio, la provincia di Vicenza in cui ci sono 121 comuni e 480 aree industriali. Ci sono comuni di 6.000 – 7.000 abitanti con 3 o 4 aree industriali sparse nel territorio. L'area industriale è sicuramente un beneficio per chi ha bisogno di lavorare ma, da un punto di vista della qualità della vita è molto compromettente, nel senso che un'area industriale porta mezzi pesanti perché la merce deve essere portata e poi riportata nei mercati, chi va a lavorare ci arriva con mezzi propri e quindi vi è un aumento del traffico, e tutto ciò si è sviluppato utilizzando una rete stradale non adeguata. Non c'è stata una strategia, anche a livello regionale, per creare una rete stradale che potesse supportare un sistema economico così sviluppato. Anche per recuperare in termini di qualità della vita occorre cercare di non puntare sui numeri ma sulla qualità e sulle caratteristiche dei nostri prodotti. Dobbiamo fare in modo che, alla fine, andremo a produrre meno ma a produrre meglio, garantendoci quel tenore di vita che accumulando sacrifici ci siamo creati. Per il futuro dobbiamo puntare molto sull'innovazione, sulle capacità manageriali che dobbiamo dare ai nostri giovani imprenditori per evitare che ci sia una evoluzione così veloce e così pesante dei sistemi economici. Dobbiamo pensare che, a breve, questi nuovi mercati raggiungeranno il culmine e dobbiamo essere pronti anche con i nostri giovani imprenditori a cogliere tutte le occasioni che questi nuovi mercati possono offrire. Ecco perché, ogni volta che occupiamo una posizione o una carica a livello istituzionale dobbiamo tenere presente questi tre obiettivi che attraverso la Lega noi cerchiamo di raggiungere: ricordare il passato, rafforzare quelle che sono le nostre tradizioni, guardare quello che il quotidiano può offrire in termini di miglioramento e pensare al futuro. Bisogna allora rappresentare la Lega a qualsiasi livello con la giusta dose di coraggio, di capacità e di attributi (come diceva Cè).

Grazie.