

VENETO NORDest

Rivista di cultura SOCIO-ECONOMICA della CGIA di Mestre

46

2/2016

Crisi, valori, imprese, territori

VENETO
NORDEST

VENETO NORDEST

VENETO E NORD EST

Rivista di cultura socio-economica della CGIA di Mestre
Nr. 46 - II quadrimestre 2016
Poste Italiane SpA - Spedizione in Abbonamento Postale - 70% NE/VE

Editore: Associazione Artigiani e Piccole Imprese Mestre CGIA
Via Torre Belfredo 81/E, 30174 Mestre VE
Registrazione Tribunale di Venezia n. 1336 del 15.06.1999

Direttore responsabile: Renato Mason
Direttore scientifico: Paolo Zabeo

Redazione in:
via Torre Belfredo 81/E, 30174 Mestre VE
Tel. 041.23.86.711
venetonordest@mailcgiamestre.com

Stampata nel mese di ottobre 2016
da LITOSTAMPA VENETA s.r.l. - via Cappelletto 12, 30172 Mestre VE

ISSN 1590-2951



Crisi, valori, imprese, territori

pag.

Veneto (in)felice: la distruzione letteraria del Nordest.....9

A cura di *Guido Borelli*

**Conoscenza, imprese, territorio.
Piccole imprese culturali, innovazione sociale
e rigenerazione del tessuto imprenditoriale in Veneto**.....49

A cura di *Maurizio Busacca*

La Brexit e i rapporti commerciali con il Regno Unito85

A cura di *Ufficio Studi CGIA*

Guido Borelli

Professore di sociologia dell'ambiente e del territorio all'Università IUAV di Venezia. Ha insegnato al Politecnico di Torino e alle Università del Piemonte Orientale e di Cagliari. Si occupa di politica economica urbana e di studi di comunità. Ha recentemente pubblicato *La comunità spaesata* (2015), per *Contrasto*. È autore di numerosi saggi sul pensiero e le opere del sociologo marxista Henri Lefebvre.

Maurizio Busacca

Cultore della materia in *Critical Management Studies* presso l'Università Ca' Foscari Venezia e PhD Student in Pianificazione territoriale e Politiche pubbliche del territorio presso l'Università IUAV di Venezia. È membro del m.a.c.lab (laboratorio di management, arte e cultura) di Ca' Foscari. Ha pubblicato *Oltre la retorica della Social Innovation* (in «*Impresa Sociale*», n.2, 2013) e *Lavoro Totale* (Doppiozero, 2015) ed ha curato *Venezia Chiama Boston. Costruire cultura, innovare le politiche* (Marcianum Press, 2016).

Ufficio Studi CGIA

Area ricerche della CGIA, Associazione Artigiani e Piccole Imprese Mestre.
E-mail: info@mailcgiamestre.com

[Veneto (in)felice: la distruzione letteraria del Nordest]

Guido Borelli

«Desidero sottolineare con forza che l'economia è una scienza morale. Ho rilevato in precedenza che essa ha a che fare con l'introspezione e i valori. Potrei aggiungere che si occupa delle motivazioni, delle aspettative, delle incertezze psicologiche. È necessario guardarsi costantemente dalla tentazione di trattare il materiale come se fosse costante e omogeneo. È come se la caduta al suolo della mela dipendesse dalle motivazioni della mela, della convenienza di quest'evento, dal desiderio della terra di ricevere la mela e dagli errori compiuti dalla mela nel calcolare la sua distanza dal centro della terra».

(J.M. Keynes, Lettera a Roy Harrod, 4 Luglio 1938).

1. Premessa

Per quasi quarant'anni, sino all'avvento della recente grande recessione mondiale, il modello di sviluppo del Nordest è stato considerato dagli studiosi di tutto il mondo come una *best practice* di integrazione orizzontale produttiva: un idealtipo del modo flessibile di produzione, tipico della modernità radicale. Tuttavia, seguendo la prospettiva teorica secondo la quale ogni discontinuità crea nuove opportunità, ma anche conseguenze sociali ed effetti inattesi, è possibile osservare che, a fronte del successo economico, emergono alcune criticità che riguardano la vita quotidiana e le relazioni sociali nel Nordest. Si tratta di questioni di un certo rilievo che, tuttavia, non sono ancora state adeguatamente studiate e, forse, addirittura comprese.

A parziale compensazione di questa lacuna e, correlativamente, alla carenza di dati conoscitivi specifici al riguardo, negli ultimi dieci-quindici anni è andato affermandosi all'attenzione del vasto pubblico un eterogeneo *corpus* di romanzi e film che hanno posto al centro della propria narrazione il Nordest con i suoi abitanti, le loro relazioni e le loro vicissitudini e con i paesaggi residenziali e industriali, entrambi (persone e luoghi) profondamente segnati dal modo di produzione degli ultimi anni.

Nella loro diversità, queste produzioni scavano dentro il Nordest degli ultimi decenni e condividono numerosi tratti di una realtà sociale scivolata nel disagio esistenziale. Di fronte a queste testimonianze, si sarebbe portati a dire che, per il Nordest, uno dei principali effetti perversi del raggiunto benessere economico sia rappresentato dalla correlazione inversa tra il duro lavoro, il reddito

e la felicità individuale. Tale effetto – questa la tesi che si intende qui sostenere – è percepibile mettendo al centro dell'attenzione la vita quotidiana delle persone, dissociandole, per una volta, dalla loro identità di imprenditori che, come una sorta di gabbia concettuale, ha condizionato buona parte dell'analisi sociale degli ultimi decenni.

Per scrittori e registi le manifestazioni tangibili del malessere che attanaglia il Nordest sono rintracciabili nella perdita del senso di continuità esistenziale con le proprie tradizioni, nel dilagare dell'ansietà e nell'impovertimento delle relazioni interpersonali, nel ripiegamento nella sfera privata, nella banalità degli affetti, negli eccessi e nel mercimonio sessuale, nel dilagare del 'terziario internazionale' della malavita organizzata, attirata dall'*El Dorado* dell'arricchimento facile, del lavoro in nero e dall'usura. Tutti questi sintomi sono vissuti e rappresentati entro una scena sprofondata nella dispersione delle relazioni sociali e spaziali: un vasto *sprawl* esistenziale di autosegregazione punteggiato dagli onnipresenti dispositivi di sorveglianza.

Tanta negatività necessita di essere compresa. Un modo per farlo è provare a comprendere come è nata e come si è modificata l'immagine ricorrente del Nordest nel tempo.

2. Stereotipi del Nordest: a ogni epoca il proprio

In apertura del volume della *Storia d'Italia* dedicato al Veneto, il curatore Silvio Lanaro (1984, p. XVII), esordiva con una domanda semplice, quasi banale: «cosa rappresentava, fino

a ieri, in sintesi estrema “il Veneto” per i non veneti?». In modo del tutto condivisibile, Lanaro (*ibid.*) osservava che: «ciascuna identità collettiva è tale anche perché può essere concentrata in stereotipi, e nel mercato delle immagini le più consuete all’uso non valgono necessariamente meno di altre dal tratto raffinato». Lo storico padovano aggiungeva, inoltre, che: «anche se i mezzi di comunicazione li allineano alla rinfusa, gli stereotipi non nascono tutti assieme, (ma) riflettono in origine congiunture o interessi molto distanziati nel tempo».

Posto che si riesca a giungere a una concettualizzazione soddisfacente e condivisa di “identità collettiva” (Borelli, 2016), l’affermazione di Lanaro è condivisibile e applicabile a ciascuna entità regionale o territoriale che aspiri a riconoscersi e a rappresentarsi entro una dimensione istituzionale, politica o culturale. Tuttavia, se si considera con maggiore attenzione ciò che è accaduto nel Veneto (e, per estensione, nel Triveneto prima e nel Nordest dopo) negli ultimi decenni, non si può negare che è proprio nel Nordest che si sono concentrati e allineati alla rinfusa stereotipi in quantità superiore a qualsiasi altra formazione territoriale nazionale. Ciò è dovuto a una particolare contingenza storico-geografica che, nel breve volgere di nemmeno un paio di generazioni, ha modificato l’immagine del Nordest da «Calabria d’Italia» a «Locomotiva d’Italia».

Come talvolta accade, sono gli “sguardi forestieri”, piuttosto che quelli “indigeni”, a rivelarsi maggiormente capaci di allineare gli stereotipi entro un quadro interpretativo sintetico, talvolta discutibile, ma spesso efficace. È il caso, per esempio, del saggio di Luiza Bialasiewicz – ricercatrice del Department of Geography

dell’Università di Durham – pubblicato nel 2006 sulla prestigiosa rivista *Environment and Planning D: Society and Space*. Nel saggio, intitolato: “Geographies of production and the contexts of politics: dis-location and new ecologies of fear in the Veneto *città diffusa*”, il Nordest appare alla Bialasiewicz come il luogo in cui è evidente la rapidità del passaggio dalla cultura arcaica alla modernità radicale e, in questa travolgente transizione, la ricercatrice inglese allinea puntualmente una serie di conseguenze che si offrono in modo macroscopico all’analisi geografica. Così procedendo, l’analisi scientifica contribuisce alla produzione di stereotipi: lo “stellare” (così lo definisce Bialasiewicz) tasso di crescita economica; l’uso pervasivo del dialetto sia come fattore identitario, sia come *communicative code in business dealings* (*ibid.*, p. 45); il disordine territoriale e infrastrutturale della *Galassia Pedemontana* (concetto preso a prestito dal *Bestiario Veneto* di Marco Paolini, 1999); l’onnipresente capannone di cui la villetta costituisce il quasi naturale complemento insediativo (o viceversa); le vicende del famoso sindaco-sceriffo di Treviso presentate come *cilché* del separatismo politico, della xenofobia dilagante e della paura del “diverso” (da qui le *ecologies of fear*, che Bialasiewicz prende a prestito questa volta, dalle *Geografie della paura* di Mike Davis, 1999).

In realtà, questo allineamento di luoghi comuni non rende completamente giustizia alle considerazioni di Lanaro sul fatto che gli stereotipi non nascono tutti assieme, (ma) riflettono in origine congiunture o interessi storicamente e geograficamente determinati. Per questo motivo, ritengo che sia possibile e – forse – più utile considerare la produzione di tali stereotipi entro una prospettiva diacronica. Senza alcun intento di completezza

o di esaustività, proverò a descrivere tre stereotipi tipicamente nordesti¹ che si sono succeduti e combinati nel tempo e nello spazio. Per farlo utilizzerò del materiale molto (per alcuni colleghi sociologi, probabilmente troppo) eterogeneo, spaziando dalla saggistica scientifica, al giornalismo, per concludere con la letteratura più recente. Le ragioni di questa scelta espositiva saranno chiare (mi auguro) nel prosiegua di questo saggio.

Infine, per comprensibili limiti di spazio e di trattazione, mi concentrerò sullo stereotipo generale: «*i soldati non fanno la felicità (ma la sanno imitare molto bene)*» che, nel caso del percorso storico di sviluppo del Nordest, offre implicazioni particolarmente interessanti per l'analisi sociale. Perciò, sebbene importanti, non potrò qui considerare (se non marginalmente) né le questioni riguardanti i modelli di regolazione politica – dal parrochialismo democristiano al leghismo indipendentista, per intenderci – efficacemente descritti da Ilvo Diamanti (1996), né i processi di urbanizzazione caratteristici del Nordest – la cosiddetta città diffusa studiata da Francesco Indovina (1990; 2007) o le *villette omozigoti*, per usare una bella metafora coniata da Francesco Maino (2014), o, ancora «dell'architettura contemporanea che, almeno qui da noi in Veneto, produce solo ed esclusivamente periferia» (Trevisan, 2010, p. 13).

¹ Poiché “nordestino” evoca una parte geografica del Brasile, preferisco utilizzare l'espressione “nordesto”, coniata dal musicista arzignanese Bepi De Marzi (1999, p. 171).

3. Uno: la scoperta del Nordest

Nel 1964, molto prima di convertirsi al cinema erotico, il regista Tinto Brass, con il film *Il disco volante* – e con diciotto anni di anticipo rispetto al ben più famoso E.T. di Steven Spielberg – faceva atterrare gli extraterrestri nella campagna di Asolo². Nonostante la straordinaria recitazione di Alberto Sordi (che interpretava ben quattro personaggi distinti: il prete beone, lo scrittore fallito, il brigadiere tonto dei carabinieri e il figlio debosciato della contessa) e la presenza nel *cast* di Silvana Mangano e di Monica Vitti, il film non ebbe un particolare riscontro di pubblico. Lo si ricorda oggi per la grottesca satira sull'arretratezza in cui versava il Veneto provinciale negli anni Sessanta: dedito all'alcolismo e di discutibile moralità in tutte le sue classi sociali, dalla nobiltà decadente alla borghesia ipocrita e perbenista, al “contadinariato” ignorante e nullatenente. Il critico cinematografico Fabrizio Dividi (2015) ha colto efficacemente il feroce messaggio del regista, in particolare la sua pertinace insistenza nel volere a tutti i costi ambientare la vicenda proprio in quel piccolo paese del Nordest:

«la scelta di ambientare una storia così grottesca in un paese del Veneto, nel cuore contadino (e cattolico) del profondo Nord Est, non è di poco conto. Le dinamiche sociali sono “reali” e non caricaturali (per fare un film del genere poteva bastare Cinecittà, pensarono in molti), con l'utilizzo di abitanti locali che non recitano ma esprimono semplicemente la loro cultura. Il tutto

² Il film è visibile integralmente su You Tube:
<https://www.youtube.com/watch?v=49yNw5Tb3-w>

potenziato da inquadrature iniziali che esplicitano la dichiarazione di stampo “verista” delle ambientazioni, con due giornalisti Rai tra i più famosi dell’epoca che interpretando se stessi descrivono antropologicamente e con rara ferocia la comunità locale. Piero Mazarella, autore di documentari e servizi, *star* della migliore televisione pubblica educativa di sempre e Lello Bersani, il commentatore cinematografico per eccellenza, voce storica di quarant’anni di TG in bianco e nero, appaiono in prima persona e con le loro domande, i loro impietosi silenzi e le loro tipiche smorfie sarcastiche smontano in pochi istanti le ipocrisie borghesi e la sottocultura contadina del territorio (...) In conclusione tutti, nessuno escluso, riescono ad avere uno scatto intellettuale che li affranca dal provincialismo e dallo squalore della vita quotidiana».

È interessante notare quanto la Asolo di Brass appaia distante dai racconti dell’arcadia diffusa descritta in quegli stessi anni da Giovanni Comisso, il cronista del *Veneto felice*. Nei suoi *Articoli per il volume sul Veneto*, curati postumi dall’amico Nico Naldini (1984), Comisso descrive Asolo introflessa nel proprio passato: perfetta congiunzione tra il mito romantico veneto della nostalgia del «pastore (che) sospinge il suo gregge verso le fonti nascoste, dalle case dei contadini (da dove) viene odore di polenta, con il fumo che esce più dalla porta che dal camino (e dove) se una fronda si muove scopre il volto di una giovinetta intenta a spiare il ritorno del dio Pan nel silenzio» e le dolcezze esclusive del *buen retiro* della *élite* culturale dei “bei tempi andati”: Eleonora Duse, Gian Francesco Malipiero, Darius Milhaud, Freya Stark, unica classe capace di godere appieno «il grande spazio della luce meridiana (che) dissolve il visitatore in un sognare estatico dal quale non vorrebbe mai più risvegliarsi». Comisso visse però abbastanza a lungo da assistere all’aprossimarsi del decadimento e dell’involgarimento

di quel mondo e per soffrirne delle conseguenze. Scrive Naldini (1984, p. XIX): al termine della sua vita (Comisso è scomparso nel Gennaio del 1969), «la folla motorizzata disturba le sue passeggiate dandogli degli incubi, la luce al neon e i cibi sofisticati lo tengono lontano dalle piccole trattorie che erano il suo umile convivio pieno di imprevedibilità fantastiche».

Queste due citazioni ci servono per focalizzare la nostra attenzione sul fatto che gli stereotipi più ricorrenti del Veneto degli anni Sessanta sono stati costruiti lungo due sentieri noti, giocati sulla contrapposizione tra un “piccolo mondo antico” che si avviava rapidamente verso la propria nemesi e la nascente classe piccolo-borghese-imprenditoriale dalla marginale cultura umanistica, che, nel nome della modernizzazione, si apprestava a distruggere senza rimpianti un mondo che, a quella stessa classe, poteva solo ricordare stenti e umiliazioni. È in questo confronto, vinto implacabilmente dall’irresistibile arricchimento collettivo che parte il racconto sociologico del Nordest.

I primi ad accorgersi di quanto stava succedendo furono i sociologi dell’economia. In realtà, scrive Arnaldo Bagnasco, padre putativo delle *Tre Italie*, così come accadde per l’America, ci si capacitò della scoperta solo dopo «esserci andati a sbattere contro», ovvero più per casualità che per effettiva intenzione. Secondo Bagnasco (1984, pp. 17-18, enfasi aggiunta):

«(verso la fine degli anni Sessanta) il Veneto associava alla scarsa consistenza economica i flussi migratori più vistosi: ci fu chi parlò di incipiente meridionalizzazione, con relative raccomandazioni di espansione dell’industria pubblica. In realtà, chi avesse seguito anno dopo anno l’andamento del saldo migratorio delle regioni del centro e del nordest, avrebbe notato una netta inversione di

tendenza nella seconda metà degli anni Sessanta: tutte le regioni videro calare la perdita e incominciarono ad acquisire popolazione. L'osservazione avrebbe potuto dar luogo a interpretazioni di vario genere, ma sino a che gli economisti non avessero cambiato gli occhiali con i quali guardavano la realtà, non si sarebbe forse visto che il processo era dovuto a un *fenomeno sino a poco tempo prima piuttosto imprevedibile*: nelle nostre regioni era in corso un vigoroso sviluppo economico. Ci volle il censimento del 1971 per portare sotto gli occhi di tutti la conferma di questa idea e insieme l'indicazione che tale sviluppo aveva i suoi caratteri particolari: esso era basato infatti quasi esclusivamente su piccolissime, piccole e medie imprese».

Da quel momento in poi, gli economisti e i sociologi si misero alla ricerca degli occhiali giusti: quando li trovarono si resero conto che ciò che accadeva nel Nordest in termini di sviluppo non era paragonabile a nessun modello a loro precedentemente noto. Una volta affinati i metodi di ricerca fu chiaro che la particolare struttura sociale e istituzionale della società locale (veneta, ma non solo, il modello interpretativo si poteva estendere alla Toscana, all'Emilia-Romagna e alle Marche) costituiva un ingrediente formidabile per sostenere lo sviluppo produttivo basato sulle piccole imprese. Scriveva ancora Bagnasco (*ibid.*, pp. 21-22):

«in grande sintesi, si può dire che le società locali che più hanno mostrato di essere capaci di sfruttare le possibilità dello sviluppo di piccola impresa erano caratterizzate da tessuti di medie e piccole città, che avevano distribuito sul territorio funzioni urbane, vale a dire tradizioni di commercio, di artigianato, di piccola produzione, servizi bancari e amministrativi, infrastrutture viarie e civili, dotazioni culturali, corretta e efficiente amministrazione locale, il tutto cementato da forti identità basate sulla comunità locale.

Queste città sono state le attivatrici del processo, hanno interagito con campagne caratterizzate a loro volta da una particolare struttura sociale: quella della famiglia agricola autonoma, piccolo proprietaria, affittuaria o mezzadrile. Questa ha fornito al mercato del lavoro delle piccole imprese operai di capacità polivalenti apprese nella famiglia contadina autosufficiente e di orientamenti culturali di autonomia e mobilità; inoltre, la famiglia contadina ha fornito sicurezza nei confronti di un mercato del lavoro incerto e a volte saltuario (...) L'insieme delle sue condizioni spiega perché il contesto più tipico di sviluppo di piccola impresa in Italia è stato quello che Giacomo Becattini ha appunto chiamato la "campagna urbanizzata"».

Gli studi socio-economici hanno in genere l'indubbio pregio di spiegarci in modo chiaro ed esauriente le modalità attraverso le quali lo stato (locale, in questo caso), il mercato e la società (locale) possono trovare delle forme di regolazione reciproca, più o meno formalizzate, capaci di sostenere in modo anche sostenuto i percorsi di sviluppo economico. Ci spiegano, inoltre, perché determinati percorsi dimostrano di funzionare molto bene in particolari contesti territoriali mentre in altri no. A partire dalla metà degli anni Sessanta, il crescente livello di raffinatezza descrittiva degli studiosi ha prodotto brillanti ricerche sulle Tre Italie (Bagnasco, 1977), sull'ascesa del metalmezzadro (Bernardi, 2009), figlio di contadini che di giorno lavora in fabbrica e la sera nei campi, sulla costruzione sociale del mercato (Bagnasco, 1988), sino alla cospicua letteratura cresciuta intorno al tema dei distretti industriali³, considerati un caso di best practice internazionale

³ Un elenco della letteratura sulla "via italiana" ai distretti si rivelerebbe sterminato e, comunque, sempre incompleto. A titolo puramente indicativo, possiamo qui citare Becattini (2000; 2004; 2007) e Corò e Micelli (2006).

(tra tutti, cfr. Piore, Sabel, 1984). Molti di questi studi, citati in centinaia di pubblicazioni, hanno assunto nel tempo lo status di pietre miliari della sociologia economica contemporanea.

Per gli scopi che ci siamo dati, è interessante osservare come sia apparsa subito evidente una chiara correlazione tra lo sviluppo di piccola impresa e i precedenti di lavoro autonomi in agricoltura (mezzadria, piccola proprietà, affitto), piuttosto che in quella di grande conduzione su base salariale. L'unità di riferimento di questo processo è stata la famiglia contadina allargata, composta a quei tempi da un numero elevato di componenti (anche trenta): «si trattava di vere e proprie unità produttive, con divisione interna del lavoro e strutture di autorità ben definite (...) abbastanza autonome da sperimentare capacità organizzative, abbastanza stabili nel tempo da sedimentare le proprie esperienze, durate abbastanza nel tempo per arrivare all'appuntamento con le mutate condizioni generali» (Bagnasco, 1988, p. 52, *passim*). La parola-funzione chiave di tutto il processo è stata: reciprocità, declinata da un lato come un principio di sostegno reciproco e di riconoscimento dell'autorità gerarchica all'interno della famiglia; dall'altro lato come un comportamento guidato da principi di prestazione e acquisitivi nei confronti del mondo esterno. Questa particolare dialettica non ha comunque modificato il «gioco combinato del (libero) mercato e della reciprocità come meccanismi di regolazione» (*ibid.*). Bagnasco ha chiarito molto bene questa particolare attitudine: «il mercato del lavoro tende qui a funzionare effettivamente come un mercato regolato dalla domanda e dall'offerta; ma perché questo avvenga e sia socialmente accettato, sono cruciali i contenuti economici delle

relazioni di reciprocità (...) questo tipo di industrializzazione non deve cancellare le condizioni della sua riuscita» (*ibid.*, pp. 53-54, enfasi aggiunta).

Bagnasco è primariamente interessato alla costruzione sociale del mercato e, conseguentemente, ai processi di modernizzazione sociale derivanti dai relativi meccanismi di regolazione caratteristici dello sviluppo di piccola impresa. Assai minore è il suo interesse nei confronti delle trasformazioni sociali 'in generale', ovvero nella misurazione e/o descrizione dell'impatto sociale ascrivibile a un siffatto impetuoso percorso di sviluppo. Non si tratta, tuttavia, di un limite perché, Bagnasco (*ibid.* p. 64, enfasi aggiunta) lo dichiara esplicitamente:

«il nostro interesse principale riguarda il sistema delle imprese e lo sviluppo economico, piuttosto che il sistema sociale in generale. Questo è per noi sullo sfondo, e i riferimenti sono fatti in funzione del problema principale».

Tuttavia, è proprio nello sfondo che Bagnasco introduce elementi di un certo interesse per il nostro discorso. Per disegnare tale sfondo, Bagnasco si pose la questione se, per le aree dello sviluppo di piccola impresa, fosse possibile o meno riferirsi a una *struttura di classi sociali caratterizzata su base regionale*. L'eventualità affermativa avrebbe presupposto l'esistenza di particolari formazioni sociali territorializzate, caratterizzate da precise forme regolative dell'economia alle quali fare corrispondere espressioni politiche e culturali. In questo modo, l'ambito territoriale avrebbe determinato «un contesto significativo per la definizione degli attori e della loro interazione» (*ibid.*, p. 105).

Con la prudenza che gli è consueta, Bagnasco (*ibid.*, p. 144, enfasi

aggiunta) al termine della ricerca svolta in Toscana, scrive che:

«nell'analisi della campagna urbanizzata (...) esiste la tendenza a una strutturazione maggiore delle classi (ma) il fatto che non siamo in grado di delineare con sufficiente chiarezza la struttura sociale della 'città', non significa che il concetto di classe non potrebbe essere utilizzato per ricostruire quelli che prima chiamavamo i diversi mondi sociali (...) la questione è che *questi mondi si sono moltiplicati e in molti casi i soggetti non sono fissati chiaramente all'interno di uno di essi* (...) La realtà non è dunque facilmente ordinabile, in modo complessivo, sulla base del solo concetto di classe, tanto più nelle sue versioni economicistiche. Quanto detto (...) non è altro che lo schema di un'ipotesi di lavoro, o forse di un programma di ricerche».

Dal seminale lavoro sulla costruzione sociale del mercato a oggi molta acqua è passata sotto i ponti. Non si può però affermare con certezza che l'invito di Bagnasco a occuparsi dei diversi mondi sociali prodotti dall'industrializzazione diffusa oltre lo sfondo economicistico sia stato raccolto da studiosi e ricercatori. Si sarebbe portati a dire, invece, che il Nordest sia pertinacemente rimasto lo sfondo di numerose e pregevoli ricerche economiche e – in subordine – politologiche che non ci aiutano molto a progredire nell'analisi sociale e nella comprensione degli stili di vita e della quotidianità nel Nordest.

4. Due: «el mona povero xè un mona, el mona ricco xè un ricco»

In una situazione di scarsità di dati scientifici che ci aiutino a comprendere l'impatto della modernizzazione del Nordest sulla

vita quotidiana dei residenti, l'analisi giornalistica ci viene in aiuto. Sebbene non sempre corra buon sangue tra i due ambiti – gli studiosi a volte lamentano l'insostenibile superficialità dell'articolo giornalistico, mentre i giornalisti talvolta accusano gli studiosi di astrattismo inconcludente – poiché le vicende del Nordest hanno riempito per anni le pagine della cronaca politica, economica e “di costume”, dobbiamo in ogni caso riconoscere che si tratta di una produzione cospicua che non può essere assolutamente ignorata. In questa sterminata ed eterogenea produzione, un posto di particolare rilievo è occupato dalle biografie individuali. Nel caso del Nordest è possibile riscontrare un certo pregiudizio – tipicamente giornalistico – che porta a indulgiare sulle biografie “di successo” o, nel pieno dell'attuale persistente crisi economica, sui casi clamorosi di insuccesso che hanno portato non pochi imprenditori nordesti al gesto estremo di togliersi la vita (Bortolussi, 2012; Sapelli, Festa, 2012). In questi resoconti giornalistici emerge in modo molto chiaro l'autorappresentazione che gli imprenditori hanno nei confronti del mondo esterno e del contesto sociale nel quale sono inseriti: si tratta di una forte consapevolezza di fare parte di «quelli che hanno fatto il Veneto», di un pieno coinvolgimento tra l'identità personale e i destini dell'impresa e di una profonda coerenza morale che li porta a rispondere sempre “in prima persona” delle conseguenze delle proprie scelte.

Tra tutta la produzione giornalistica, *Schei*, il libro scritto da Gian Antonio Stella (1996), occupa un posto di rilievo. Il libro di Stella può essere a ragione considerato la quintessenza divulgativa della compiuta metamorfosi del cittadino veneto in ‘imprenditore

nordesto'. Con lo stile incalzante proprio del giornalismo d'inchiesta, *Schei* allinea una quantità impressionante di dati e di biografie – una più singolare dell'altra – con l'intento di imprimere nel lettore la certezza indelebile che il Nordest non sia tanto un luogo geografico, ma piuttosto una vocazione quasi religiosa alla creatività imprenditoriale.

Prendendo a prestito neologismi come 'imprenditorialità infettiva' (da Riccardo Illy) o *work alcoholism* (dagli americani), Stella non solo descrive efficacemente un movimento collettivo che sembra(va) inarrestabile, ma ne intravede alcuni rischi, tra cui la possibilità che questo meccanismo possa triturare il carattere delle persone e le loro relazioni. Anche se questi argomenti non sono destinati a diventare uno degli assi portanti di *Schei*, dobbiamo essere grati a Stella per averceli perlomeno indicati e per averli – talvolta inconsapevolmente – riportati in alcune interviste ai *work alcoholist* nordesti. È il caso, per esempio, della fine della solidarietà di classe e del *mobbing* assunto (e legittimato) come dispositivo regolativo dei rapporti lavorativi. Si consideri con attenzione questa intervista a Renzo Rosso, *patron* del famoso marchio *Diesel* (Stella, 1996, pp. 26-27, *passim*):

«a fine anno vengono da me (Rosso) i capi e dicono: questo xè sta' bravo, questo così così, questo bravissimo. E ogni anno rivediamo lo stipendio di ogni singola persona. A uno dò centomila lire d'aumento, a un altro niente, a un altro magari mezzo milione, perché no (...) è una competitività bellissima (...) io coi ragazzi ci diamo del tu, si gioca a calcio insieme, si va a mangiare la pizza la sera... La competitività interna, però, è esasperata: lo spiego a tutti quelli che assumo: "guarda, qui tutte le porte sono aperte. Puoi aspirare a fare quello che vuoi. Occhio, però: se dimostrerai di non essere professionale ti passeranno tutti sopra. Non sarò io a eliminarti, ma i tuoi stessi compagni di lavoro"».

Correttamente, Stella (*ibid.*) osserva immediatamente dopo questa citazione che: «vai a studiarti i sondaggi e scopri che il successo è diventato più importante dell'amicizia, che solo un veneto su quattro considera importante la salute in fabbrica (...) e poi scopri che dietro i capannoni non c'è un cinema, non c'è un teatro, non c'è un campo da tennis. E così magari qualcuno va a passar la serata buttando i sassi dal cavalcavia».

Schei restituisce efficacemente l'immagine di un sistema economico fortemente radicato nel territorio, ma, al pari di molta altra letteratura, anche scientifica, non riesce a uscire dall'idea che il Nordest sia rappresentato da un blocco sociale specifico e omogeneo, caratterizzato da una generale bassa scolarizzazione, da *self-made-man* spinti dall'idolatria del fare, passati in breve tempo dalla diffusa indigenza all'opulenza, senza che tale crescita si sia accompagnata una adeguata crescita culturale. Oltre queste considerazioni il libro non si spinge. Per Stella è come se la moltitudine delle individualità che compongono il Nordest non potesse essere considerata al di fuori della propria appartenenza al ceto imprenditoriale. Come se queste persone non avessero una vita privata e/o una quotidianità attraverso cui poter essere considerate. La metafora di Gigi, Toni e Bepi che si fanno la guerra tutti i giorni, ma poi si ritrovano in osteria a giocare a briscola, alla *mora cantada* e a progettare insieme la guerra (economica) al resto del mondo (*ibid.*, p. 46, *passim*), sembra un po' poco per parlare di vita quotidiana. Tuttavia, se si intravedono dei preoccupanti effetti collaterali tra l'arricchimento e il nuovo *status* sociale ed esistenziale dell'imprenditore nordesto, potremmo allora domandarci: «dove si manifestano questi preoccupanti effetti collaterali?» e rispondere che tali effetti: «si manifestano

principalmente nella quotidianità». La quotidianità, scrive Jedlowski (1979, p. 11) nella prefazione a *La vita quotidiana nel mondo moderno* di Henri Lefebvre:

«si presenta come l'apparenza “familiare” con la quale gli oggetti e le relazioni tra i quali si muove la nostra esistenza, nei suoi aspetti tanto più necessari quanto meno appariscenti, ci esimono dall'indagare sulla loro genesi e di comprendere il posto all'interno del sistema sociale preso nella sua totalità, e la critica della vita quotidiana consiste innanzitutto nella dissoluzione di questo velo di “familiarità”».

Il problema è che gli studiosi sociali (e i giornalisti) sembrano interessati ad altro piuttosto che a sollevare il velo di familiarità che ammantava e nasconde la nuda esistenza degli individui. Probabilmente, il fatto di occuparsi di questioni concernenti la quotidianità rischia di apparire loro frivolo, soprattutto se confrontato ad altre problematiche “emergenziali” (la contingenza occupazionale, la crisi ambientale e la rigenerazione urbana, l'integrazione sociale, la *governance* politica e il regionalismo latente). A conferma di questa impressione possiamo citare uno scritto del sociologo trevigiano Ulderico Bernardi (1987, pp. 146-147, enfasi aggiunta) che, nonostante sia stato scritto quasi trent'anni, fa sembra adattarsi ancora perfettamente alla situazione attuale:

«il coraggio, lo spirito di iniziativa, lo slancio nel lavoro da tanti nuovi imprenditori e lavoratori veneti, hanno fatto fiorire nella vecchia pianta degli originari valori della laboriosità, della responsabilità personale, del risparmio e della continuità familiare, uno sviluppo e una crescita del benessere che non trovano precedenti storici nella

regione (...) Questo mutamento non ha prodotto lacerazioni insanabili nel tessuto sociale e culturale del veneto. Le tensioni, i conflitti, i fenomeni di disagio esistenziale, che pure si sono manifestati, sono rimasti entro un limite di governabilità (...) Si tratta di disporre d'una tradizione non spregevole, che rispetti la continuità dell'esperienza, e uno spirito di iniziativa accompagnato dal senso di responsabilità per l'innovazione (...) La scienza della società (...) dovrebbe costantemente ricercare le forme di relazione capaci di attenuare le asimmetrie, le esasperate differenze fra i gruppi etnici, religiosi, sociali, fra le generazioni, fra le istituzioni (...) Il discorso è senz'altro difficile, i riferimenti complessi, ma *quegli scienziati sociali che non si attardano nel banale e non smarriscono il senso profondo del loro agire lungo i vaghi sentieri dell'effimero quotidiano*, hanno questo in mente: di individuare e rendere evidenti a tutti le condizioni per far crescere la civiltà, locale e universale».

A giudicare dal materiale a tutt'oggi disponibile si sarebbe portati a dire che non sono stati molti gli scienziati sociali che si siano attardati nel banale o si siano smarriti lungo i vaghi sentieri dell'effimero quotidiano. Alla domanda: «cosa ne sappiamo – oggi – di cosa sono diventati la reciprocità il rispetto delle gerarchie della famiglia contadina appoderata una volta che questa si è piccolo-industrializzata e dispersa nelle villette omozigote della Galassia Pedemontana? Ovvero, come si è riallineata l'organicità dei rapporti socio-territoriali con i meccanismi egoistici piccolo-proprietari di produzione?». Sul punto Bernardi (*ibid.*, pp. 147-148) taglia corto: «in brevi anni si è compiuta una trasformazione immane, l'innovazione ha toccato ogni campo del vivere, delle case di abitazione, alla mobilità delle persone, al modo di lavorare. Ma i caratteri delle persone, le loro identità, culturali e sociali e

personali non hanno perso il senso delle secolari specificità».

Siamo sicuri che le cose stiano (sempre) in questo modo? Considerata la scarsa documentazione sociologica prodotta nello specifico durante gli anni rampanti della “Locomotiva d’Italia”, possiamo sperare trovare altrove delle evidenze empiriche che ci aiutino a ricostruire cosa è cambiato non solo nella produzione degli oggetti e dei rapporti sociali, ma anche nella autoriproduzione degli individui attraverso la loro stessa vita quotidiana?

Leggendo le belle pagine intitolate *Tuti i fruti a la so stagion* nelle quali Bernardi (*ibid.*, pp. 53-138) ci racconta minuziosamente la periodicità caratteristica della società rurale, nella quale la produzione era legata ai cicli naturali, è difficile immaginare che una trasformazione così rapida e così imponente, come quella avvenuta nel Nordest, tale da trasformare la ciclicità del tempo naturale nella linearità del tempo dell’accumulazione – un tempo che si ripete sempre uguale a se stesso – non abbia prodotto degli altrettanto importanti trasformazioni sociali e caratteriali. L’affermazione secondo la quale «i caratteri delle persone, le loro identità, culturali e sociali e personali non hanno perso il senso delle secolari specificità» può avverarsi solo se la vita quotidiana nella *Galassia Pedemontana* – emancipatasi dai vincoli “naturali” del passato – è deliberatamente mistificata attraverso la considerazione dei nuovi processi di accumulazione come una vera e propria “seconda natura”.

Nel risvolto di copertina de *La colpa*, di Alberto De Poli (2014), il libro è presentato come «un viaggio a quattro voci, quella del marito, della moglie e dei due figli, attraverso la vertiginosa trasformazione del Veneto, alla scoperta di come

eravamo e di come siamo diventati in poco tempo». Si consideri questa riflessione di Laura, moglie infedele di Carlo, industriale di mobili sull’orlo del fallimento:

«mi ricordo quando ci siamo conosciuti. Eravamo giovani. Bellissimi tutti e due. Una coppia invidiata (...) Avevo ventidue anni, lui ventitré. Carlo era ricco, suo padre era un industriale della marca trevigiana: fabbrica di mobili, macchina grossa, casa al mare e in montagna. Tutto perfetto. A guardarmi indietro non amavo l’uomo che era Carlo. Adoravo il simbolo che incarnava, il denaro che possedeva. Adoravo il lusso che ne derivava (...) Ora eccomi qui, sono passati ventidue anni e le gambe magre di mio marito mi fanno vomitare, mi fa schifo la sua voce, la sua rassegnazione alla vita. Si sente in colpa perché non è riuscito a fare quello che ha fatto suo padre, quel padre morto sotto i mobili di crepacuore. Non ho mai conosciuto un uomo tanto attaccato al denaro come mio suocero. Contava i soldi e gli brillavano gli occhi. Non resta più niente di quegli anni, non c’è più mio marito, non c’è più mio figlio. Il bambino mio che adesso è diventato uomo, mi guarda come se non lo avessi allattato, come se non gli avessi mai pulito il culo. Di chi sarà la colpa?» (*ibid.*, pp. 32-33)

5. Tre: la decrescita infelice del Nordest ⁴

Mentre il primo passaggio dall'ambito scientifico a quello giornalistico può essere compiuto senza eccessive giustificazioni e cautele, quello che abbiamo appena intrapreso nel mondo del romanzo e della letteratura necessita di qualche premessa.

Partiamo da alcune domande: «possiamo accedere alla comprensione della realtà sociale, alla sua conoscenza sociologica attraverso le opere letterarie? La letteratura può avere la stessa funzione della ricerca empirica, soprattutto quando questa si discosta decisamente dagli stereotipi più ricorrenti e dal “senso comune”?». A fronte di queste legittime curiosità, Lewis Coser, nell'introduzione al suo *Sociology Through Literature* (1963 pp. XV-XVI, trad. mia) scriveva: «i sociologi hanno raramente utilizzato le opere letterarie nelle loro ricerche. Questa attitudine persiste, anche se appare ovvio che le raffinate sensibilità degli scrittori possano produrre una più ricca fonte di intuizioni sociali: molto più – per fare un esempio – di quanto si riesca a ricavare dalle impressioni ricavate da intervistati inesperti e sulle quali la ricerca sociale fonda le proprie pretese di “scientificità” (...) L'immaginazione creativa di un letterato spesso si rivela capace

⁴Prendo a prestito il riferimento alla “decrecita infelice” dalla bella recensione di Camillo Langone (2015) al romanzo di Romolo Bugaro, *Effetto domino* (2015). Ne approfitto per segnalare che, in questo paragrafo, i riferimenti al romanzo e all'autore provengono da materiali eterogenei – le opere e le biografie degli autori, le numerose recensioni disponibili su Internet e dalle discussioni dei testi con gli studenti dei miei corsi di sociologia nei CdL (triennale e magistrale) in Pianificazione all'Università IUAV di Venezia durante l'Anno Accademico 2015-2016. Per non appesantire la lettura ho ridotto al minimo le (numerose) citazioni che utilizzerò. Me ne scuso con gli interessati e mi assumo la responsabilità per qualsiasi inesattezza o interpretazione arbitraria.

di penetrare in processi che rimangono inesplorati dalle scienze sociali». Quasi contemporaneamente a Coser, il filosofo tedesco Ernst Bloch (1994, ed. or. 1965) paragonava la letteratura gialla alla filosofia, sostenendo che la tecnica narrativa di un genere usualmente bistrattato dalla cosiddetta “cultura alta”, aveva, invece, molto a che fare con la pratica filosofica. Per Bloch, uno scrittore di *noir* e un filosofo partono sempre da alcuni dettagli attorno ai quali sviluppare un discorso compiuto, aggiungendo di volta in volta i tasselli che la realtà offre a un lettore interessato a definire un quadro di insieme il più possibile esaustivo. In pratica, il filosofo tedesco invitava ad abbattere i rigidi steccati posti tra l'intrattenimento e la riflessione, perché in entrambi sono presenti elementi che possono aiutare il pensiero critico.

Per il Nordest, il riferimento è, in particolare alle opere letterarie di Romolo Bugaro (2015), di Massimo Carlotto (2001; 2005; 2011); di Francesco Maino (2014) e Vitaliano Trevisan (2002; 2010) e ai film di Carlo Mazzacurati (2008); di Alessandro Rossetto (2013) e di Andrea Segre (2011).

Per afferrare la portata e l'utilità di opere di questo genere, possiamo fare nostre le considerazioni del collettivo di scrittori Wu Ming (2009, p. 41, *passim*), in particolare, quelle riguardanti l'emergenza di una corrente letteraria che il collettivo definisce *New Italian Epic* (NIE): si tratta di «nebulosa narrativa di parecchi scrittori, molti dei quali sono in viaggio almeno dai primi anni Novanta. In genere scrivono romanzi, ma non disdegnano puntate nella saggistica e in altri reami, e a volte producono ‘oggetti narrativi non-identificati’».

Per Wu Ming (*ibid.*), una delle caratteristiche distintive delle opere includibili nella nebulosa del NIE riguarda «l'adozione di

punti di vista 'inusitati' (che), se motivata e non ridotta a mero giochino, è una presa di posizione etica ineludibile. Noi siamo intossicati dall'adozione di punti di vista 'normali', prescritti, messi a fuoco per noi dall'ideologia dei dominanti. È (quindi) imperativo depurarsi, cercare di vedere il mondo in altri modi, sorprendendo noi stessi». È il caso delle rappresentazioni della Napoli camorristica proposte da Saviano (2006) in Gomorra, che travalicano i confini della letteratura *non-fiction* e pongono direttamente la questione del punto di vista dell'osservatore. A tale proposito, sono interessanti le considerazioni di Wu Ming (*ibid.*, p. 16, enfasi aggiunta) sull'etnografia letteraria praticata da Saviano:

«è sempre 'Roberto Saviano' a raccontare, ma 'Roberto Saviano' è una sintesi, flusso immaginativo che (...) prende in prestito il punto di vista di un molteplice 'Io', raccoglie e fonde le parole e i sentimenti di una comunità, tante persone che hanno plasmato – da campi opposti, nel bene e nel male – la materia narrata. Quella di Gomorra è una voce collettiva (...) Non intendo dire che Saviano non abbia vissuto tutte le storie che racconta. Le ha vissute tutte, e ciascuna ha lasciato un livido tondo sul petto (...) Ma un'attenta lettura del testo permette di distinguere diversi gradi di prossimità. A volte Saviano è dentro la storia fin dall'inizio e la conduce alla fine, protagonista intelligibile del viaggio iniziatico. 'Io' è l'autore e testimone oculare, senz'ombra di dubbio. Altre volte Saviano si immedesima e dà dell'io a qualcun altro di cui non svela il nome (amico, giornalista, poliziotto, magistrato). Altre volte ancora s'inserisce a metà o alla fine di una storia per *darle un urto, inclinarla o rovesciarla, spingerla contro il lettore* (...) Ha importanza, a fronte di ciò, sapere se davvero Saviano ha parlato con Tizio o con Caio, con don Ciro o col pastore, con Mariano il fan di Kalashnikov o con Pasquale il sarto deluso? No,

non ha importanza. Può darsi che certe frasi non siano state dette proprio a lui, ma a qualcuno che gliel'ha riferite. Saviano, però, le ha ruminare tra le orecchie tanto a lungo da conoscerne ogni intima risonanza. E' come se le avesse sentite direttamente. Di più: come se le avesse raccolte in un confessionale».

Per il tramite letterario di Gomorra, Saviano ci rappresenta l'orrore camorristico, ma ciò che prevale è l'informazione non il genere letterario perché lo scrittore non ha un intento letterario, ma la rappresentazione dei nudi fatti.

Questo è ciò che succede in *Effetto domino* di Romolo Bugaro (2015) che, in questa parte, assumerò come testimonianza etnografica fondamentale per svolgere alcune riflessioni sullo stato di malessere che attraversa il Nordest. Il racconto mette in scena le biografie individuali di personaggi che hanno attraversato tutte le fasi dello sviluppo del modello economico e imprenditoriale egemone sino al crollo finale di alcuni di loro. Il protagonista di queste vicissitudini è Franco Rampazzo: «l'ennesimo ex muratore passato agli appalti in proprio, grande capacità di lavoro, grande abilità tecnica, ma zero preparazione manageriale e zero cultura d'impresa» (*ibid.*, p. 130) che, dopo una vita di piccoli progetti decide di puntare tutto – molto più di quello che potrebbe permettersi – sulla realizzazione di un progetto residenziale di lusso da cento milioni di euro su un'area sita in un luogo imprecisato tra Vicenza e Treviso. Insieme al scialbo e attempato procacciatore d'affari Colombo – che «sulla sua Volvo color castagna, batteva il territorio in cerca di occasioni (e) proponeva lotti semi-urbanizzati a imprese in cerca di rilancio, perequazioni riscattabili a riccastri con il pallino per gli affari» (*ibid.*, p. 7) – Rampazzo trova i finanziatori

e costituisce la Sidax, società per lo sviluppo immobiliare dell'area, con tanto di progetto firmato dall'*archistar* di turno. Avviato il cantiere, qualcosa però non va per il verso giusto: una banca milanese, a causa di una lotta di potere interna, esce dall'affare e ritira da un giorno all'altro la linea di credito concessa alla Sidax. La richiesta di rientro è di cinque milioni di euro: «una voragine che, nel giro di poche settimane, sarebbe saltata fuori in centrale rischi, provocando la disintegrazione della società (...) Entro un paio di settimane operai e tecnici sarebbero rimasti senza materiale, cento persone con le mani in mano, a spasso fra ponteggi ed escavatori. Tutto inchiodato» (*ibid.*).

Effetto domino racconta l'altra faccia della medaglia di quelli che gli stereotipi più ricorrenti hanno definito *imprenditori di successo*: si tratta individui legati gli uni agli altri «da scadenze, debiti e crediti spesso ugualmente validi di fronte ad un destino di fallimento o di presunto e labile successo» (Giossi, 2015). Bugaro va oltre i consueti stereotipi e racconta i personaggi con una straordinaria capacità di introspezione sociologica: «non più rudi impresari sporchi di polvere, ma imprenditori edili fortemente indeboliti da *un arricchimento repentino che li ha socialmente isolati*. Uomini privi d'identità che si ritrovano a bordo di auto di lusso fingendosi adusi a un mondo che rimane per loro ostinatamente criptico e capace d'ingannarli e tradirli alla prima occasione» (*ibid.*, enfasi aggiunta).

A partire dal momento in cui a Rampazzo viene chiesto rientrare dell'affidamento bancario, Bugaro si occupa solo marginalmente sulle vicende del progetto e inizia a descrivere con competenza e precisione meticolosa la lotta per la sopravvivenza

di costruttori, di fornitori e di consulenti risucchiati dal vortice di un'operazione immobiliare più grande di loro. Tanta precisione e competenza discendono dal fatto che oltre che scrittore, Bugaro è avvocato con studio a Padova specializzato in diritto bancario, in ristrutturazioni aziendali e in procedure arbitrali. Le biografie e le storie più intime dei personaggi di *Effetto domino*, corrispondono a quelle raccontate da studiosi e analisti del sistema economico locale, ma sono più precise, più definite e personali: al pari di Saviano, citato da Wu Ming (cfr. *supra*), Bugaro le ha raccolte «a diversi gradi di prossimità». Anche in questo caso, ha importanza assai relativa sapere se Rampazzo, Colombo, Rinaldi, Guarnieri, Anderson, i quattro soci di Rampazzo nella Sidax – Costa, De Faveri, Malipiero e Tonon – e Carraro esistano realmente e se queste storie siano vere: ancora una volta, come per Saviano, possiamo assumere con certezza che Bugaro è “uno di loro” o, detto più precisamente, “esiste tra loro”, non solo come voce narrante, ma soprattutto come *testimone privilegiato*⁵. Queste vicende Bugaro «le ha ruminato tra le orecchie tanto a lungo da conoscerne ogni intima risonanza. È come se le avesse raccolte in un confessionale».

Bugaro è, inoltre, un acuto osservatore della società: per

⁵ Camillo Langone (2015), nella sua lusinghiera recensione, paragona Bugaro a Émile Zola e scrive: «fosse scritto male (questo libro) sarebbe comunque consigliabile a chiunque abbia una partita Iva, un'industria, un commercio, uno studio professionale, siccome è scritto magistralmente è letteratura e in quanto tale universale: potrebbe piacere anche a un pensionato iscritto alla Cgil (...*Effetto domino*) è un romanzo totalmente deterministico proprio come i romanzi di Zola. Un esempio: “Cinque ipoteche volevano dire tante cose: direttori di banche che telefonano alle sette di mattina, ufficiali giudiziari sulla porta di casa, mogli con la crisi isterica”. Le aziende di Bugaro sono come le bettole di Zola: ammazzatoi, luoghi dove si perdono soldi e salute».

Langone (2015) il suo è «uno sguardo che fa paura perché nulla gli sfugge», lo scrittore spazia tra gli accurati dettagli del processo edilizio e il riconoscimento dello *status* sociale associato al possesso di un'automobile, alla frequentazione di determinati luoghi, o all'abbigliamento⁶, ma «fa ancora più paura la descrizione che è il risultato dello sguardo» (*ibid.*). Per esempio quando tratteggia la storia di Angelo Beltrame, piccolo subfornitore di piastre e raccordi per Anderson, a sua volta fornitore di elevatori, trascinati entrambi sul lastrico dal crollo della Sidax – quello che, dopo l'ennesimo fallimento, ha usato come garanzia per il credito la firma della figlia, l'unico che alla fine di tutto si toglierà la vita: «(aveva) lavorato vent'anni dalla mattina alla sera per cosa? Combattere giorno dopo giorno per i trecento euro che mancano in cassa per pagare il *toner* della stampante, la bolletta della Telecom» (Bugaro, 2015). Bugaro non si limita a descrivere la trasformazione ideologica del Nordest arricchito, ma si addentra anche nelle descrizioni del cambiamento somatico avvenuto nei

⁶ «(Carraro) guida una BMW 330 color canna di fucile o una Mercedes CLK blu notte o un'Audi 4 Avant bianca, modelli di penultima o terzultima generazione, con ammortizzatori piuttosto scarichi e frizioni da sostituire. Al momento dell'acquisto, verso la fine degli anni Novanta, macchine di quel tipo suscitavano invidia e avversione nei proprietari della Punto, adesso sono crisalidi vuote di prosperità trascorse» (Bugaro, 2015) «Baessato è affollato come al solito (...) gente appoggiata agli sportelli delle BMW o delle Evoque parcheggiate in doppia fila lungo il marciapiede. Giovani donne di trenta o trentacinque anni, con gonne elasticizzate e unghie color grafite e capelli ramati, sorridenti e fulminee e circondate dal loro stesso riverbero. Uomini di trenta o quaranta o cinquant'anni vestiti con Jeckerson a sigaretta, camicie Ralph Lauren, scarpe Philippe Model, abituati a frasi standard, sorrisi standard, da ripetere un numero infinito di volte nel corso della serata» (*ibid.*).

corpi delle persone⁷ con una dovizia di dettagli che rasentano il fisiognomico. *Effetto domino* è la rappresentazione di una trasformazione sociale letta attraverso i gesti, gli atteggiamenti e le posture dei corpi. Si tratta di un procedimento narrativo che si iscrive a pieno titolo nell'idea di *mutazione antropologica*, sviluppata da Pier Paolo Pasolini (1975) nei suoi *Scritti Corsari*: l'ipotesi che un passaggio epocale risulti leggibile più nelle trasformazioni dei corpi che nella trasformazione delle ideologie.

Non a caso, tutte le biografie dei personaggi di *Effetto domino* sono inserite nel medesimo orizzonte simbolico: il Nordest, aprendo la strada all'ipotesi che l'attuale crisi economica non debba essere considerata entro l'angusta prospettiva delle congiunture globali sfavorevoli, ma bensì come una crisi interamente sociale. Vesco e Belloni (2015, enfasi aggiunta), colgono molto efficacemente questo stato delle cose:

«le pratiche e le culture raccontate da Bugaro appaiono stressate e amplificate da una crisi economica di lunga durata. Ma è anche dalla rottura del vecchio intreccio tra economia, società e politica e dall'incapacità di costruirne uno nuovo che nasce il malessere del Nordest, il suo disincanto. Se nel Veneto del far da sé la politica svolgeva un ruolo di regolazione nel mantenimento di un ordine sociale sostenibile, oggi le relazioni sono più utili a escludere che a favorire una regolazione economica e sociale dello sviluppo locale. Saremmo così di fronte all'emergere dirompente di caratteri in qualche modo costitutivi lo sviluppo di questi anni, allo scadere della tensione creativa dell'imprenditore nell'opportunismo del breve termine. Una situazione originata dall'impasto di scelte ideologiche – una concezione della programmazione come nemica

⁷ Si tratta di un tema che è presente anche in *Cartongesso*, di Francesco Maino (2014).

della libertà di mercato – e di tendenze culturali – il rifiuto di un discorso che trascenda la supposta concretezza del qui e ora. Qualsiasi dispositivo che accenni a una regolazione in nome di concetti come giustizia sociale o legalità è percepito come astratto. Nel romanzo la società è uno sfondo indistinto, gli obblighi sociali inesistenti, così come i sostegni del *welfare*. *Siamo di fronte a una folla di solitudini impazzite*».

6. Conclusioni: *de te fabula narratur*

Gli studiosi si sono divisi intorno all'opportunità di considerare la “grande trasformazione” del Nordest come un modello: le divergenze si appuntavano sostanzialmente sul carattere intenzionale o meno di tale sviluppo. Mentre per alcuni (Bernardi, 1987, p. 145) l'idea di modello è frutto di una consapevole vocazione al duro lavoro combinata con la creatività e con il “saper fare”, per altri (Rullani, 2009, p. 126), invece, si sarebbe trattato di una invenzione involontaria «che la crisi del fordismo ha portato al successo non per la speciale antropologia della popolazione: il caso o il destino ci hanno messo lo zampino. L'astuzia della storia ha permesso al Nordest di fare miracoli negli anni della crisi del fordismo, fornendo la risposta giusta (la flessibilità) al momento giusto (quando tutta l'economia internazionale la chiedeva, senza sapere come ottenerla)».

Sebbene questa distinzione sia analiticamente dirimente, per i nostri scopi non è particolarmente necessaria: comunque lo si intenda considerare, il “modello Nordest” è il risultato di un processo di modernizzazione i cui effetti profondi non sono stati compresi appieno. Gli studi socio-economici e buona parte del

“giornalismo di approfondimento”, nel concentrarsi sulle strategie imprenditoriali e sul benessere materiale, hanno trascurato di occuparsi degli immaginari di ricchezza, delle conseguenze relazionali delle interazioni sociali e, correlativamente delle felicità individuali. A questo punto, si sarebbe tentati di affermare che la letteratura, più di altre descrizioni, abbia indagato a fondo quanto la flessibilità imposta dalla modernizzazione radicale nel Nordest abbia agito sulle concrete esperienze delle persone, sulle loro biografie e sulla progressiva corrosione dei loro caratteri. *Effetto Domino* scava a fondo dentro un microcosmo di individui che hanno perduto ogni capacità relazionale, che riescono a stabilire delle relazioni solo attraverso il denaro: il fallimento di Rampazzo è, in ultima istanza, la disfatta di un uomo sostenuto e insieme ostacolato da individui che percepisce come propri simili, ma sente lontani per lo stesso motivo:

«Franco Rampazzo aveva guardato quell'uomo grande e grosso e apparentemente svigorito insieme al quale, nel corso del tempo, aveva montato e smontato decine di operazioni, tutti e due risucchiati dall'abitudine e dall'attitudine di muovere le cose, tutti e due abituati ad accelerare infinitamente l'andatura in vista di un traguardo difficile da localizzare. Lo sentiva vicino come un proprio simile e lontano per lo stesso motivo. Lui e Colombo «abitavano una terra dove non esistono posizioni stabili, rapporti definiti. Lunedì era tuo socio nel consorzio X, martedì era tuo nemico per la gara Y, mercoledì costituiva con te la srl Z. Dire amico o nemico significava zero. Le cose cambiavano di continuo» (Bugaro, 2015).

Quello che emerge è un sistema sociale spietato e profondamente immorale. I protagonisti di questo piccolo dramma collettivo non sfuggono alla miseria delle loro esistenze:

si tratta di vite meschine e profondamente egoiste, prigioniere dell'estenuante ricerca di profitto, «*vite consapevolmente infelici* che non hanno possibilità di catarsi» (Renna 2015, enfasi aggiunta). Il brillante (in apparenza) avvocato Rinaldi, inseguito dal rischio di pignoramenti, è uno di questi:

«perché aveva accumulato mezzo milione di debito con Equitalia? (...) Perché lo studio andava male, sempre peggio (...) perché non voleva tornare indietro. Avrebbe dovuto cambiare marcia, ridurre la velocità. Niente più serate di folgore da un locale all'altro, niente più giri attraverso l'Europa in sella alla Ducati Monster o settimane di saune e relax nei centri benessere del Sud Tirolo. Non teneva particolarmente né alla Ducati, né ai centri di benessere. Lussi rinunciabili. Eppure, a cinquant'anni suonati, s'era abituato a pensare se stesso come a una persona dotata di margini di manovra, libera dal bisogno. La vita era poter scegliere giorno per giorno dove andare e con chi. Poter fregarsene del prezzo del taxi o della bottiglia di vino. *Perdere questo significava perdere tutto*. Allora, meglio affrontare le unghie del fisco (...perché) non aveva più voglia di dannarsi, di combattere. Nemmeno per se stesso. Aveva avuto mille donne, mille amici, mille serate stellanti, e adesso stava finendo, perché tutto finisce prima o poi. Aveva smesso di pagare il fisco perché era stanco morto, tutto lì (...) il disastro, in fondo, era giusto, perché sapevi ogni cosa da molto tempo e avevi scelto di non fermarti» (Bugaro, 2015, enfasi aggiunta).

Senza alcuna distinzione tra vincitori e perdenti, i protagonisti di *Effetto domino* sono tutti profondamente infelici e sono, al tempo stesso vittime di quello che è noto come *paradosso della felicità*, ovvero la inesistente o molto piccola correlazione tra reddito e benessere delle persone, o tra benessere economico e benessere generale. Teorizzato nel 1974 dall'economista e

demografo Richard Easterlin, che riprese a sua volta i precedenti lavori dello psicologo sociale, Hadley Cantril (1965), il paradosso della felicità si basa su un assunto al tempo stesso ingenuo e provocatorio, ovvero che la felicità individuale possa essere misurata attraverso una scala dallo 0 al 10 e, quindi, comparata. Attraverso un questionario riguardante le aspettative, le paure, le speranze e le opportunità somministrato a persone di diverse nazioni del mondo, Cantill costruì una scala di valutazione e – qui sta la sua provocazione – arrivò a considerare il 7 di un nigeriano equivalente al 7 di un americano (Bruni, 2009). Easterlin riprese il lavoro di Cantril e appuntò la propria attenzione sul fatto che, sebbene le persone più ricche si dichiarino più felici di quelle più povere, nel tempo e nei Paesi con un livello medio di reddito elevato (nel 2005 Richard Layard aveva stimato la soglia in 20.000 Dollari), l'aumento di reddito non produce significativi incrementi di felicità soggettiva: di conseguenza, quando si supera una soglia di ricchezza, quella che consente di soddisfare i bisogni ordinari della vita, l'aumento di reddito non si traduce più in felicità.

Il discorso è, in realtà, più complicato e gli studiosi di economia cognitiva hanno iniziato a occuparsi di questo paradosso. Ci basterà qui considerare che se l'incremento del reddito personale viene utilizzato per acquistare beni di lusso o reinvestito in operazioni economiche ad alto rischio, è probabile che ciò non produca un aumento della nostra felicità, perché una volta acquistata un'auto più costosa o concluso una trattativa lucrativa, ci ritroveremo ben presto simili a prima, ci saremo abituati alla nuova auto e pronti a desiderare una nuova ancora più costosa o di concludere un affare ancora più impegnativo. Il

discorso, invece, è diverso se utilizziamo il miglioramento della nostra condizione per acquistare *beni non vistosi* – utilizzo una distinzione proposta da Thorstein Veblen (1889) più di un secolo fa – come per esempio il tempo da dedicare ai figli, alla famiglia, agli amici, al sonno, ai viaggi, o per ridurre gli spostamenti di lavoro e lo *stress* in generale. Cambiamenti di questo tipo, probabilmente renderebbero la vita individualmente più felice. Il problema da affrontare è che mentre queste scelte implicano decisioni di tipo relazionale e non transazionale, gratuite e non mercificabili, la cultura della modernità in cui siamo stati immersi per decenni (e, probabilmente, lo siamo ancora) ha relegato la relazionalità e la gratuità nella sfera del privato, espellendola sia da quella pubblica, sia da quella economica. Da questa tendenza deriva impietosamente – e il romanzo di Bugaro non potrebbe essere più esplicito al proposito – che se la parte economica prende totalmente il sopravvento sulla gratuità e sulla relazionalità, il risultato è molto simile a un imbarbarimento civile. Se la relazione non è più considerata come un bene in sé, ma come uno strumento funzionale allo scambio economico, allora, come osservano Vesco e Belloni (2015, cfr. *supra*): «siamo (davvero) di fronte a una folla di solitudini impazzite».

Se la felicità dipende anche dai rapporti genuini con i propri simili, allora non dovremmo concentrare la nostra attenzione esclusivamente a indicatori come il reddito, il fatturato o il PIL, considerandoli come dati incontrovertibili per misurare il livello di benessere o di felicità. Certamente nessuno mette in dubbio che un aumento di reddito non sia un fatto di per sé positivo: la questione si pone quando si intende valutare l'impatto di tale

aumento rispetto alla qualità delle relazioni interpersonali. Come abbiamo appena visto, gli studi degli economisti cognitivi (tra tutti, cfr. Bruni, 2006, 2009) hanno dimostrato che, sopra una determinata soglia, un aumento ulteriore di reddito può essere “pagato” con un peggioramento della vita relazionale, che, a sua volta, retroagisce sulla felicità soggettiva, determinando una combinazione di crescita economica e stallo o diminuzione di benessere soggettivo, come, peraltro dimostrano i dati del paradosso di Easterlin. Le principali spiegazioni del paradosso della felicità fanno riferimento alla metafora del *tapis roulant* (tappeto rullante): la felicità non aumenta perché l'aumento del reddito produce l'aumento del desiderio di altro (beni, sensazioni), proprio come succede stando su un tappeto rullante, dove noi corriamo senza avanzare, perché con noi corre in direzione opposta anche il tappeto sotto i nostri piedi (*ibid.*, 2009). Ciò dimostrerebbe che il miglioramento di benessere dovuto al reddito potrebbe per risultare completamente annullato (o addirittura superato), dal peggioramento del benessere dovuto al deterioramento dei beni relazionali.

Tuttavia, nonostante questi concetti siano facilmente comprensibili, i concetti di reddito e di gratuità risultano irrimediabilmente antinomici presso buona parte degli attori sociali. Si consideri, a puro titolo di esempio, questa intervista di Adriano Favaro (2009, pp. 11-12) a Massimo Donadon, imprenditore nordesto, divenuto celebre (e ricco, come dichiara lui stesso) per la produzione di prodotti derattizzanti personalizzati secondo la dislocazione geografica dei topi nel mondo:

«le racconto la storia di mio figlio Massimino: l'ho avuto quando avevo diciotto anni (un giorno mi dice): "io voglio fare l'insegnante, avere tempo libero per gli amici, mi basta un milione al mese". Io gli metto sotto il naso le bollette del suo consumo mensile di benzina, 400 mila lire fatte con la pompa dell'azienda. E poi dici che ce la farai con un milione? Come vivi? Va via di casa infuriato. Torna dopo un mese e mi dice: "Papà, con la mia fidanzata che fa l'Isef, vorrei mettere su una palestra, ma mi servono 50 milioni". Bene, dico, vieni con me. La storia continua davanti al direttore di banca che crede di dover avere a che fare con l'industriale ricco. "No, dico, ti sbagli, devi finanziare mio figlio, è di lui che devi avere fiducia, io l'ho solo accompagnato. Arrangiatevi". Arrivano i 50 milioni, ma vuol dire un rientro di 4 milioni al mese. Massimino tira avanti finché non vince una selezione alla Fininvest per operatori finanziari. Dopo un anno aveva guadagnato 320 milioni. Ancora adesso mi bacia e mi abbraccia ogni volta che mi incontra e mi dice: "Se non fosse stato per te papà..."».

In conclusione – e per sgombrare il campo a possibili fraintendimenti – non è assolutamente mia intenzione utilizzare il paradosso di Easterlin come teoria normativa necessaria per la regolazione socio-economica nel Nordest o, detto in parole povere, non è certamente tra i miei scopi quello di richiamare la società nordestina a scendere dal (o a rallentare la velocità del) *tapis roulant edonistico* sul quale è salita da alcuni decenni. Mi accontento, assai più modestamente, di porre la questione se non sia venuto il momento di considerare la crisi economica anche come una crisi di valori, recuperando il senso più antico dell'etimo, sottraendolo per una volta a quello ormai imperante di «stato di acuto malessere». Crisi, quindi, come «capacità di giudizio, di discernimento e di interpretazione di segni premonitori».

Riferimenti bibliografici

- Bagnasco, A. (1977), *Tre Italie. La problematica dello sviluppo territoriale italiano*, Il Mulino, Bologna.
- Bagnasco, A. (1987), "Un libro per cambiare occhiali", in M.J. Piore, C.F. Sabel, *Le due vie dello sviluppo industriale. Produzione di massa e produzione flessibile*, Isedi, Torino, pp. 17-25.
- Bagnasco, A. (1988), *La costruzione sociale del mercato*, Il Mulino, Bologna.
- Becattini, G. (2000), *Il distretto industriale*, Rosenberg & Sellier, Torino.
- Becattini, G. (2004), *Per un capitalismo dal volto umano. Critica all'economia apolitica*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Becattini, G. (2007), *Il calabrone Italia. Ricerche e ragionamenti sulla peculiarità economica italiana*, Il Mulino, Bologna.
- Bernardi, U. (1987), *Paese Veneto. Dalla cultura contadina al capitalismo popolare*, Edizioni del Riccio, Firenze.
- Bernardi, U. (2009), "L'eredità del metalmezzadro nel Veneto agropolitano", in C. Barberis (a cura di), *Ruritalia, La rivincita delle campagne*, Donzelli, Roma, pp. 299- 312.
- Bialasiewicz, L. (2006), "Geographies of production and the contexts of politics: dis-location and new ecologies of fear in the Veneto *città diffusa*", *Environment and Planning D: Society and Space*, vol. 21, pp. 41-67
- Bloch, E. (1994), "Considerazione filosofica del romanzo giallo", in T. Cavallo (a cura di), *Volti di Giano*, Marietti, Genova, pp. 36-68 (ed. or. 1965).
- Borelli, G. (2016), "Attraverso il *mainstream* degli studi di comunità: identità, luoghi e rappresentazioni", *Sociologia Urbana e Rurale*, n. 110.
- Bortolussi, G. (2012), *L'economia dei suicidi. Piccoli imprenditori in crisi*, Marcianum Press, Venezia.
- Bruni, L. (2006), *Reciprocità. Dinamiche di cooperazione, economia e società civile*, Bruno Mondadori, Milano.
- Bruni, L. (2009), "Economia e felicità", *Enciclopedia del XXI Secolo*, Treccani, Roma, [http://www.treccani.it/enciclopedia/economia-e-felicit%C3%A0_\(XXI-Secolo\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/economia-e-felicit%C3%A0_(XXI-Secolo)/)
- Bugaro, R. (2015), *Effetto Domino*, Einaudi, Torino.
- Carlotto, M. (2001), *Arrivederci amore ciao*, Edizioni e/o, Roma.

- Carlotto, M. (2005), *Nordest*, Edizioni e/o, Roma (con M. Videtta).
- Carlotto, M. (2011), *Alla fine di un giorno noioso*, Edizioni e/o, Roma.
- Comisso, G. (1984), *Veneto Felice* (a cura di N. Naldini), Longanesi, Milano.
- Corò, G., Micelli, S. (2006), *I nuovi distretti produttivi: innovazione, internazionalizzazione e competitività dei territori*, Marsilio, Venezia.
- Coser, L. (1963), *Sociology Through Literature*, Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Davis, M. (1999); *Geografie della paura. Los Angeles: l'immaginario collettivo del disastro*, Feltrinelli, Milano (ed. or., 1998)
- De Poli, A. (2014), *La colpa. Ascesa e caduta del nordest*, Biblioteca dell'immagine, Pordenone.
- Diamanti, I. (1996), *Il male del Nord. Lega, localismo, secessione*, Donzelli, Roma.
- Dividi, F. (2015), "A bordo del *Disco volante*. La fantascienza entomologica di Tinto Brass, <http://www.massmedio.com/recensioni/a-bordo-del-disco-volante-la-fantascienza-entomologica-di-tinto-brass.html>
- Giossi, G. (2015), "Bugaro: L'effetto domino di un desiderio oscuro", *minima&moralia*, <http://www.minimaetmoralia.it/wp/bugaro-leffetto-domino-di-un-desiderio-oscuro/>
- Indovina, F. (a cura di) (1990), *La città diffusa*, Quaderno Daest n. 1, IUAV, Venezia.
- Indovina, F. (2009), *Dalla città diffusa all'arcipelago urbano*, FrancoAngeli, Milano.
- Jedlowski, P. (1979), "Henri Lefebvre e la critica della vita quotidiana", in H. Lefebvre, *La vita quotidiana nel mondo moderno*, Il Saggiatore, Milano, pp. 7-31.
- Lanaro, S. (a cura di) (1984), *Il Veneto. Storia d'Italia dall'Unità a oggi*, Einaudi, Torino.
- Langone, C. (2015), "Ecco il romanzo italiano della decrescita infelice", *Il Giornale*, <http://www.ilgiornale.it/news/cultura/ecco-romanzo-italiano-decrescita-infelice-1127815.html>
- Layard, R. (2005), *Felicità. La nuova scienza del benessere comune*, Rizzoli, Milano.

- Lefebvre, H. (1979), *La vita quotidiana nel mondo moderno*, Il Saggiatore, Milano (ed. or., 1968).
- Maino, F. (2014), *Cartongesso*, Einaudi, Torino.
- Mazzacurati, C. (2008), *La giusta distanza*, Fandango, Rai Cinema, Roma.
- Paolini, M. (1999), *Bestiario veneto*, Biblioteca dell'immagine, Pordenone.
- Pasolini, P.P. (1975), *Scritti corsari. Gli interventi più discussi di un testimone provocatorio*, Garzanti, Milano.
- Renna, T. (2015), "Effetto domino di Romolo Bugaro", *Critica Letteraria*, <http://www.criticaletteraria.org/2015/08/effetto-domino-di-romolo-bugaro.html>
- Rossetto, A. (2013), *Piccola Patria*, Luce Cinecittà, Roma.
- Sapelli, G., Festa, L. (2012), *L'Italia che si uccide*, goWare ebooks, Navacchio.
- Segre, A. (2011), *Io sono Li*, Parthenos, Roma.
- Stella, G.A. (1996), "Schei". *Dal boom alla rivolta; il mitico Nordest*, Baldini & Castoldi, Milano.
- Trevisan, V. (2002), *I quindicimila passi*, Einaudi, Torino.
- Trevisan, V. (2010), *Tristissimi giardini*, Laterza, Bari.
- Trigilia, C. (1986), *Grandi partiti e piccole imprese. Comunisti e democristiani nelle regioni a economia diffusa*, Il Mulino, Bologna.
- Veblen, T. (2007), *La teoria della classe agiata. Studio economico sulle istituzioni*, Einaudi, Torino (ed. or. 1889).
- Vesco, A., Belloni, G. (2015), "Il crudo Nordest di Romolo Bugaro", *Il lavoro culturale*, <http://www.lavoroculturale.org/effetto-domino-romolo-bugaro/>
- Wu Ming (2009), *New Italian Epic. Letteratura, sguardo obliquo, ritorno al futuro*, Einaudi, Torino.

[**Conoscenza,**
imprese, territorio.
Piccole imprese culturali,
innovazione sociale
e rigenerazione del tessuto
imprenditoriale in **Veneto**]

Maurizio Busacca

Premessa

Per molti anni abbiamo assistito ad un acceso dibattito tra quanti consideravano il modello di sviluppo del Veneto e del Nord Est un caso di successo da imitare e quanti, al contrario, ne enfatizzavano le debolezze e i rischi. Malgrado il Veneto e il suo sistema di imprese abbia saputo rispondere meglio di altri territori al processo di integrazione europea e più recentemente all'ultima crisi internazionale del 2008, è indubbio che nel discorso pubblico abbia progressivamente perso la sua qualifica di locomotiva d'Italia. Gli interventi in tv e sulle riviste, i quotidiani e i libri da parte dei protagonisti del mondo economico regionale hanno perso quei caratteristici tratti di baldanza che tra gli anni '90 e i primi 2000 erano riusciti a ribaltare i vecchi stereotipi – i veneti servili – e a crearne di nuovi – i veneti operosi e di successo.

I discorsi sul successo e la crisi del modello di sviluppo

Veneto si sono succeduti, alternati e incrociati senza soluzione di continuità, producendo alcuni stereotipi e retoriche che tendono a ripresentarsi in differenti contesti disciplinari. Senza alcuna pretesa di esaustività, ma con piuttosto l'intenzione di suggerire alcune piste future di ricerca, nelle prime due parti di questo articolo tenterò di ricapitolare i discorsi e le strategie che sono finora stati formulati per presentare i problemi e le possibili soluzioni alla crisi del modello regionale di sviluppo. Nella terza parte del testo darò conto dell'esperienza del Lago Film Fest, inquadrandola come un'originale pratica culturale capace di produrre innovazione sociale (Busacca, 2013) attraverso forme originali di dialogo con il territorio e con le imprese. Entrambe le parti hanno come punto di riferimento la proposta teorica e pratica che Enzo Rullani ha formulato in merito alle filiere che apprendono, alla luce della quale il Lago Film Fest assume il ruolo di *pioniere* che sperimenta nuove forme di divisione del lavoro e pratiche di innovazione sociale in grado di sbloccare un potenziale di imprenditorialità ad ampio raggio.

1. Veneto in crisi. Quale Veneto? Quale crisi?

Di Veneto in crisi si discute da quasi vent'anni. La centralità nel dibattito pubblico acquisita nel corso degli anni '90 appare ormai lontanissima, memoria di un breve momento nella storia dell'Italia in cui il Veneto, seppure periferico rispetto ai centri del potere politico (Roma) ed economico (Nord Ovest), ha fortemente condizionato l'agenda nazionale. La crisi, progressivamente,

ha agito come un prisma investendo campi differenti; crisi economica, politica, culturale, sociale, imprenditoriale. Si rischia la banalità a parlarne ancora per due ordini di ragioni: per la durata e l'evoluzione del discorso,¹ che assomiglia sempre più ad una sorta di *lamentatio* fine a sé stessa; perché la crisi non ha avuto un andamento chiaro e lineare e ha colpito alcuni e non altri,² che nel pieno della crisi sono anzi cresciuti.

L'obiettivo di questa prima sezione dell'articolo è invece cercare, interrogandosi sulla sua esistenza, il filo conduttore che lega questo insieme tumultuoso e rapido di avvenimenti. Per farlo, prima di affrontare le ragioni e gli effetti delle trasformazioni di questi ultimi vent'anni, si intende ricostruire storicamente le ragioni e gli effetti del miracolo economico che ha contraddistinto lo sviluppo regionale tra gli anni '70 e gli anni '90 del '900. Solo successivamente, attraverso la review di una serie storica quasi ventennale di pubblicazioni,³ si propone la tesi che a farne le spese

¹ Già in *NORD EST 2000. Rapporto sulla società e l'economia* (Diamanti e Marini, 2000) nella sezione curata da Anastasia e Corò si parla di «"normalizzazione" delle performances del Nord Est» e gli autori si interrogano sulla ripartenza o i cambiamenti del ciclo economico a partire dalla rilevazione di un forte rallentamento dei tassi di crescita locale a partire dalla seconda metà degli anni '90.

² Una recente ricerca condotta da Direzione Studi e Ricerche Intesa Sanpaolo (marzo 2016) e presentata in occasione del Festival CittàImpresa l'1 aprile 2016, «Le medie imprese vincenti: l'identikit di 140 nuove «locomotive» del Made in Italy», ha restituito una fotografia che vede in Veneto il 60% di queste imprese locomotiva, a testimonianza che se la crisi ha duramente colpito le micro e piccole imprese ha invece favorito le medie imprese capaci d'innovazione e internazionalizzazione.

³ Le pubblicazioni a cui si fa riferimento sono: *Rapporto sulla società e l'economia* (Fondazione Nord Est), *Veneto Economia & Società* divenuta poi *Veneto e Nord Est* (CGIA di Mestre) e *Quaderni di ricerca sull'artigianato* (CGIA di Mestre e il Mulino).

sia stata soprattutto l'idea di territorio così come la avevamo conosciuta e *abitata*, che ci piacesse o no, fino a meno di due decenni fa.

Di cosa parliamo quando parliamo di Veneto?

I libri *Tre Italie. La problematica territoriale dello sviluppo italiano* (Bagnasco, 1977) e *La costruzione sociale del mercato. Studi sullo sviluppo di piccola impresa in Italia* (Bagnasco, 1988) rappresentano ancora oggi una lettura fondamentale per comprendere le ragioni del Veneto locomotiva d'Italia. Nel suo lavoro Bagnasco (1988) riconduce ad alcune condizioni locali le ragioni per le quali il Veneto, tra la fine degli anni '60 e i primi anni '70, arriva pronto alla sfida del decentramento produttivo attuato dalle industrie italiane:

- I «precedenti rapporti di lavoro autonomo in agricoltura: mezzadria, piccola proprietà, affitto piuttosto che grande conduzione e salariati», i quali generano propensioni e competenze imprenditoriali diffuse e alimentano la formazione di un artigianato diffuso in grado di servire i bisogni delle campagne;
- Le «tradizioni artigianali non cancellate dal taylorismo, la consuetudine mai interrotta con mercati internazionali», che affondano le loro radici nella centralità delle città medioevali e rinascimentali italiane negli scambi europei;
- Abilità artigianali e quasi artigianali diffuse e polivalenti che rendono elastica la forza lavoro e che permettono di intercettare «il forte impulso di una domanda nazionale e estera in espansione; una domanda in particolare non standardizzata»;

- «La struttura delle parentele e delle amicizie», che creano un clima favorevole agli affari, dove la fiducia e la reciprocità favoriscono anticipi di capitali e prestiti oltre che la rapida diffusione di conoscenze e informazioni, e una bassissima conflittualità tra capitale e lavoro.

In queste condizioni emerge un sistema di impresa diffusa, fondato su un «orientamento di accettazione e sostegno del ruolo del cosiddetto «ceto medio produttivo», in sostanza dei piccoli imprenditori», dove «chiunque fosse disposto a stare alle regole del gioco otteneva facilmente cittadinanza economica» e dove «l'unità di riferimento diventa il distretto industriale», grazie al quale è possibile raggiungere un'elevata produzione aggregata pur mantenendo una struttura fondata sulla micro, piccola e media impresa.

Altri due aspetti sono di grande importanza nel lavoro di Bagnasco, da un lato la sua rivalutazione della «questione dell'economia informale» che contrasta la riduzione ad uno schema interpretativo unificante e omologante a favore di una diversificazione dei principi di strutturazione sociale, dall'altro l'aver fornito un quadro interpretativo in grado di mettere in luce «potenziali di sviluppo e innovazione sociale» rivelati dall'informale.

Se vogliamo provare a definire la forma di governamentalità (Foucault, 1977-78; Foucault, 1978-79) che caratterizza il Veneto a partire dalla fine degli anni '60 è evidente che questa si fonda e si forma sulla libertà economica, affermando quello che Bagnasco qualifica come «un paradosso: l'economia riconquista il suo tipico

meccanismo «normale» di regolazione – il mercato – a prezzo di diventare nascosta, di evadere legami giuridici di connessione», di accrescere lo spazio e la forza dell'economia informale. La forza e la pervasività di questa forma di governamentalità è tale da fondare negli anni '90 una regione che a livello istituzionale, geografico, economico, culturale ecc. non esisteva: il Nord Est, termine portato alla ribalta da Giorgio Lago ma poi, rapidamente, entrato nel gergo comune a tal punto da fondare non solo un immaginario bensì una vera e propria macroregione, in barba alle differenze politiche, economiche, sociali e culturali che caratterizzano le regioni che la formano. Alle fondamenta di questa nuova identità una precisa idea di società liberale, operosa e desiderosa di un governo minimo, frugale, funzionale... una precisa idea di società veneta.

Gli effetti della crisi sul territorio veneto

La ragion d'essere del *Veneto locomotiva* consisteva quindi nel fondare la legittimità di una regione a partire dallo spazio di libertà degli attori sociali in quanto soggetti economici (Tattara e Anastasia, 2003). Una lettura longitudinale dell'archivio di tre serie storiche di fonti citate in precedenza (si veda nota n.3) aiuta a ricostruire le vicende della società e dell'economia veneta, che per le ragioni espresse nella sezione precedente sono intimamente intrecciate, e ancora di più a ricostruire l'evoluzione del dibattito attorno alla crisi del modello peculiare di impresa diffusa che ne aveva decretato il successo. Forse più di ogni altra, grazie anche alla continuità di autori e di fenomeni osservati, la lettura annuale dei Rapporti della Fondazione Nord Est prodotti tra il

2000 e il 2016 aiuta a inquadrare alcune ricorsività che assumo la forma di issues, ovvero di questioni aperte e problematiche da affrontare. A differenza delle altre due serie di fonti in questa risulta evidente l'emergere di questioni che sono ancora al centro dell'agenda regionale.

Dall'inizio degli anni 2000 il problema che il Veneto si trova ad affrontare è di identità. Al problema storico di aver costruito in modo rapido, disordinato e tumultuoso la ricchezza regionale senza porsi troppe domande sui modi e gli effetti di tale successo, trasformando lo sviluppo regionale in un fenomeno per lo più studiato da altri (Diamanti e Marini, 2000), se ne aggiunge progressivamente uno di nuovo: dover definire l'identità locale in una fase di profondo cambiamento delle condizioni strutturali che caratterizzano la regione (Marini, 2003), questione che permane ancora attuale (Micelli e Oliva, 2016). Il compito è reso ancora più complesso dai profondi mutamenti demografici (Marini, 2005) e istituzionali (Diamanti e Marini, 2001), oltre che economici, che generano una diffusa condizione di incertezza.

Il secondo problema che si presenta è legato al complicato rapporto con la politica e le istituzioni, alle quali si chiede da un lato di essere frugali, minime, ma dall'altro si chiede di accogliere e indirizzare, soprattutto a livello europeo, le istanze del Nord Est. Dalla protesta diffusa degli anni '90 si passa all'idea che sia importante e necessario contare di più a Roma (Marini, 2002), alla domanda di riforme istituzionali ed economiche che l'occasione dell'unificazione europea aveva offerto (Marini, 2012), all'istanza di costruzione di un'area metropolitana per favorire la competitività regionale nei confronti della metropoli milanese (Micelli e Oliva,

2016). Distanza, critica, al limite disprezzo del sistema politico e istituzionale, al quale però si chiede collaborazione, generando anche forme di intreccio criminale di cui le recenti vicende dei lavori di costruzione del Mose sono solo un esempio.

Il terzo problema, che emerge con tutta la sua forza soprattutto a partire dalla crisi internazionale del 2008 ma in Veneto si pone già da prima (Marini, 2005), è di adeguatezza dell'attore protagonista dello sviluppo regionale fino ai primi anni 2000, ossia le micro, piccole e medie imprese diffuse, distrettuali e non (Marini, 2011). Piuttosto che guardare indietro al recente glorioso passato dell'economia veneta, alle imprese si chiede ora di adeguarsi al nuovo scenario socio-economico globale (Marini, 2012); vengono messe in discussione anche dai loro stessi sostenitori l'efficacia e l'efficienza dei distretti industriali (Marini, 2011) e si propone di innovare soprattutto per via tecnologica la manifattura quale settore portante dell'economia regionale (Marini, 2013; Micelli e Oliva 2016).

Quello che appare evidente è che ad entrare in crisi non è la ragion d'essere del Veneto, fondata su una governamentalità in linea con le principali economie mondiali. Diversi elementi lo testimoniano: la fiducia nel potere dell'impresa, la rivendicazione della libertà di poter fare, il timore dell'ingerenza di uno stato troppo e malamente presente, la domanda di conoscenza specialistica a supporto delle scelte e delle strategie da adottare, l'affidamento a meccanismi di mercato per la produzione di rapporti sociali oltre che economici. Più che nelle sue forme di razionalità, il modello di sviluppo regionale viene criticato nei suoi protagonisti, gli imprenditori – a cui è affidato il compito di costruirlo

economicamente e socialmente al tempo stesso – e le istituzioni – a cui è chiesto di creare nel modo meno invasivo possibile le condizioni perché le imprese possano svolgere il proprio ruolo. Negli ultimi anni, soprattutto dopo gli avvenimenti internazionali del 2008, è cresciuto il dibattito sulla capacità di questo modello e soprattutto delle imprese diffuse che lo caratterizzano di reggere la ristrutturazione del mercato globale (Marini, 2015): troppo piccole, troppo locali, poco tecnologiche, poco innovative, poco capitalizzate ecc. È in questa fase che la qualifica di imprenditore non è più sufficiente a garantire cittadinanza: se nella fase di ascesa del modello veneto la condizione di imprenditore era sufficiente per godere di reputazione e prestigio sociale, in questa fase di transizione la qualifica non basta più, quello che serve è il successo dell'impresa.

Questa crisi, che assume le forme di tante crisi, ha forti ripercussioni su ciò che possiamo definire *territorio Veneto*. La compattezza e la prossimità, fattori determinanti per favorire l'emersione del modello regionale d'impresa diffusa e distrettuale, hanno lasciato il posto alla frammentazione (Rullani, 2013). Il territorio inizia a dipendere sempre di più da ciò che avviene in altri territori (interdipendenza) ed emergono un insieme differenziato e caotico di attori in conflitto (ingovernabilità): «In questo modo, il territorio si frammenta, perché le persone e le imprese che si trovano in ciascun luogo non fanno più riferimento ad un comune circuito di prossimità, ma cominciano ad avere ciascuna prospettive, rapporti, interessi differenti» (ibid.).

È in questo mutato quadro che emerge una domanda di fondo: «nello spaesamento culturale della crisi, dalle ceneri del primo

Nordest o dal contrarsi del territorio-fabbrica, sta emergendo un paradigma sociale e politico oltre che economico in grado di sostenere lo sforzo di ciò che resta del capitalismo molecolare?» (Bonomi, 2015).

2. Il ricettario anti-crisi... e una proposta originale: sgomitolare le filiere

Dalla ricostruzione delle produzioni discorsive, degli attori implicati e delle forme di governamentalità che hanno contraddistinto lo sviluppo del Veneto a partire dagli anni '70 del '900 quello che emerge in modo piuttosto forte è una grande contraddizione: anche se l'impresa è indicata come il principale attore dello sviluppo regionale non ha quasi mai voce. I discorsi, le strategie e le storie organizzative sono quasi sempre mediate da amplificatori, qualificati certo ma pur sempre esterni al mondo dell'impresa, soprattutto attori politici come la Lega Nord (Diamanti, 1996), centri studi ed enti di ricerca di cui la CGIA di Mestre e Fondazione Nord Est rappresentano forse i più produttivi e qualificati. Anche gli Atenei regionali contribuiscono ampiamente alla produzione di un discorso sull'impresa. Le ormai sterminate letterature scientifica e divulgativa ci dimostrano come le imprese siano osservate, analizzate, criticate, consigliate, indirizzate; ma dov'è finita la voce dell'impresa? E soprattutto, quali implicazioni ha questo fenomeno?

L'obiettivo di questa sezione dell'articolo è interrogarsi sugli effetti prodotti da un discorso *sull'impresa* più che da un

discorso *dell'impresa* o comunque prodotto *con l'impresa*. Per farlo, anche se in modo sintetico, viene inizialmente passata in rassegna una corposa letteratura scientifica che ha avuto forte influenza nella produzione localizzata di conoscenza e di politiche, soprattutto di ispirazione manageriale e di economia regionale, per poi provare ad identificare al suo interno un filone che pare poter dare voce alle pratiche d'impresa prima che a strategie razionali d'impresa ricostruite a posteriori.

Trasformazioni radicali cercasi

Il tentativo di formalizzare le principali strategie *suggerite* all'impresa diffusa del Veneto per adeguarsi alle nuove forme di mercato globale che si sono affermate a partire dai primi anni 2000 presenta un punto debole: una tale formalizzazione è per sua stessa natura imprecisa perché semplifica proposte articolate, complesse e tra loro intrecciate, che sono evolute nel corso di una letteratura lunga almeno 30 anni e che ha solide basi nel corso di tutto il '900. È ugualmente utile, però, perché permette di rileggere e forse comprendere le ragioni sottostanti la produzione di dispositivi di politiche di sviluppo regionale, soprattutto in riferimento al POR FSE e FESR 2014-2020 e alla Smart Specialization Strategy adottati dalla Regione Veneto:⁴

- La prima strategia si propone di aumentare il numero di imprese in grado di avviare percorsi di innovazione tecnologica, da innestare su persistenti abilità artigianali e

⁴ Cfr. *Documenti di programmazione* della Regione Veneto, disponibili alla pagina web <https://www.regione.veneto.it/web/programmi-comunitari/documenti-di-programmazione1>

quasi-artigianali che ne permetterebbero uno sfruttamento in grado di generale produzioni ad alto valore aggiunto (cfr. Micelli e Corò, 2006; Micelli, 2011);

- La seconda identifica nel dimensionamento dell'impresa, ovvero nel passaggio da un sistema fondato su micro, piccole e medie imprese in relazione diretta con i mercati internazionali a uno integrato dove le medie imprese giocano un ruolo di leadership e pionieristico, la via per lo sviluppo di organizzazioni territoriali (distretti) in grado di dialogare con le filiere internazionali in posizioni solide (cfr. Chiarvesio, Di Maria e Micelli, 2006; Rullani, 2013b; Marini, 2015);
- La terza propone un salto di qualità degli obiettivi di internazionalizzazione d'impresa, che da fattore determinante per ampliare i propri mercati di sbocco diventa finalizzata al posizionamento strategico nelle filiere internazionali di produzione del valore (cfr. Buciuni e Mola, 2014; Buciuni e Finotto, 2015; Buciuni e Pisano 2015);
- La quarta e ultima strategia, la promozione di reti d'impresa, nel contesto veneto potrebbe integrarsi con la seconda quale via alternativa al dimensionamento, ma l'importanza attribuitale e la sua lunga storia quale forma efficace ed efficiente di divisione del lavoro in mercati e filiere sempre più complesse e lunghe la trasforma a tutti gli effetti in una strategia di sviluppo regionale (Di Bernardo, 1991; Rullani, 1992; Rullani, 2011).

Affermare che queste proposte non siano corrette sarebbe sciocco e sbagliato, oltre che presuntuoso. Ognuna di queste identifica un preciso punto debole delle formazioni d'impresa che

si sono affermate negli ultimi 50 anni in Veneto e individua una possibile via d'uscita. A dimostrazione di ciò ci sono centinaia, forse migliaia, di casi aziendali e distrettuali che gli stessi autori citati portano a testimonianza dei successi derivanti dai comportamenti suggeriti.

Però, per rafforzarne gli impatti può essere utile mettere in evidenza, come peraltro i loro stessi autori fanno, alcune problematiche connesse alla loro attuazione.

Un primo problema si pone quando queste proposte devono fare i conti con una tradizione imprenditoriale che ha generato condotte che, anche quando potrebbero essere considerate precondizioni favorevoli ai comportamenti prescritti, mal si sposano con le strategie indicate. La bassa capitalizzazione, l'uso dell'informale come strategie di risposta alle pressioni istituzionali e sociali del mercato, la stretta di mano e la parola al posto del contratto, la piccola dimensione come sinonimo di flessibilità, l'impiego di conoscenze replicative più che generative ecc. mal si conciliano con traiettorie di sviluppo che richiedono forti investimenti, ingegnerizzazione, dimensionamento organizzativo e formalizzazione.

Un secondo problema si incontra quando queste strategie disegnano percorsi di sviluppo alimentati da modelli di razionalità che ricercano la scelta ottimale in un'ottica evolutiva, quando invece le scelte delle imprese avvengono per lo più in modo sperimentale con informazioni frammentate, confuse e incerte nel corso dell'esperienza pratica, per tentativi ed errori (Simon, 1982). Da questo punto di vista non stupiscono la diffidenza e il pessimismo con cui molte imprese, anche se non tutte, reagiscono

a queste proposte, percepite come lontane dalle loro possibilità.

La questione che attraversa tutte queste proposte è che pongono una domanda di radicale trasformazione di molti dei caratteri su cui si è costruito il successo dell'impresa veneta tra gli anni '70 e '90 ad una platea di imprese che riconosce ancora la forza, oltre che le debolezze, di quelle traiettorie di successo. Così facendo assumono le forme della voce che le imprese dovrebbero avere più che di quella che hanno.

E se invece provassimo a rovesciare la prospettiva? Se tentassimo di osservare il contesto imprenditoriale a condizioni date? Diventerebbe forse possibile restituire una forma di protagonismo, una voce, alle imprese, e cogliere se e quali processi di trasformazione stiano già investendo il sistema locale, senza ricercare grandi innovazioni radicali ma piccoli comportamenti di mercato, e tra questi innovazioni incrementali, da parte delle imprese, prodotti nel tentativo di rispondere proattivamente alle pressioni esercitate dall'economia locale e internazionale (Nicolai, 2015).

«La filiera che apprende». Un modo per coniugare tradizione e innovazione

L'adozione del framework concettuale *filiera cognitiva* – *produzione a rete* (Rullani, 2011b) può supportarci negli obiettivi appena tracciati. Nella prospettiva indicata nella conclusione della sezione precedente, è possibile individuare in questo framework un particolare filone di proposta, che forse più degli altri si presta ad assumere un orientamento che cerca la co-produzione di conoscenza **con** le imprese più che la produzione

di conoscenza **per** le imprese. La proposta viene ampiamente argomentata in più articoli dello stesso autore (Rullani, 2011; Rullani, 2011c; Rullani, 2014; Rullani, 2015).

Secondo Rullani la prossimità viene sconvolta dalla digitalizzazione, le distanze si accorciano e si allungano attraverso righe di codice; diventa possibile comunicare le conoscenze, sia replicative che generative, in circuiti multi-localizzati e diventa più semplice «collaborare con chi possiede conoscenze complementari» (Rullani, 2015). Come risultato, cambia la divisione del lavoro e si tende a «collegare il locale col globale, da un lato, e il materiale con l'immateriale» (ibid.). È per questo che secondo Rullani, senza rinunciare e anzi valorizzando la tradizione produttiva a rete dei territori di impresa diffusa, diventa possibile estendere, sgomitolare scrive lui, le filiere attraverso iniziative di pionieri audaci, che l'autore identifica in aziende leader – che Buciuni e Pisano (2015) chiamano *knowledge integrator* – e in aziende terziarie che presidiano segmenti specialistici della filiera. Rullani propone anche un percorso a step per realizzare questa che lui definisce «filiera che apprende» (Rullani, 2015):

- Esplicitare il terziario implicito facendo crescere nuove aziende di servizi in grado di produrre «intelligenza terziaria», dal momento che è difficile immaginare che le micro e piccole imprese, cioè la stragrande maggioranza del sistema produttivo veneto, abbiano la scala per reggere internamente il costo di questo sviluppo;
- Costruire una solida «infrastruttura di rete», fondamentale per rendere più semplice e affidabile la divisione del lavoro tra le imprese, sistemi di comunicazione, logistica e garanzia

che facciano da connettori;

- Rafforzare la posizione dell'impresa nella filiera in cui è inserita, che per Rullani deve essere vitale per generare conoscenze pregiate (e se non lo è, l'azienda dovrebbe cercarsi una nuova filiera), «specializzandosi» e valorizzando «quello che sa fare meglio di altri»;
- Ricercare nuovi rapporti tra «imprese e territorio», in una situazione nella quale tanto le prime quanto il secondo sono molto meno vincolati tra loro, dato che le strategie di internazionalizzazione accrescono la mobilità imprenditoriale ma al tempo stesso rendono possibile costruire politiche territoriali in grado di attrarne o respingerne altre.

La strategia proposta da Rullani appare di grande originalità ed interesse per almeno tre ordini di ragioni. Primo, perché trasforma in potenziale risorsa gli aspetti di fragilità che vengono imputati alle piccole aziende, senza invece tentare di cambiarli a colpi d'innovazione: dimensione, innovazione quasi solo replicativa e informalità relazionale divengono fattori di specializzazione produttiva, mentre le funzioni complementari possono essere condivise da altri soggetti all'interno della filiera. Secondo, perché recupera ed anzi potenzia gli elementi di prossimità, fiducia, condivisione, cooperazione ecc che hanno costruito la forza del modello locale, proiettandolo in una «dilatazione dello spazio (globalizzazione) e semantico (smaterializzazione)» (Rullani, 2015). Terzo, perché presenta il territorio, che come abbiamo visto nel paragrafo “Gli effetti della crisi sul territorio veneto” (sezione 1 dell'articolo) è per noi il vero cuore della crisi, come un soggetto vivo e attivo dello sviluppo e non come un campo piatto

da cui estrarre qualcosa o su cui compiere azioni.

3. Una piccola storia orale del Lago Film Festival

Quanto fin qui si è tentato di ricostruire – la crisi del Veneto come una questione di territorio, in senso sociale, culturale, politico, economico, oltre che fisico; le forme di governamentalità che producono il modello veneto, retto sulla libertà di fare e sulla cittadinanza economica; le conoscenze, e i modi di produrle, che supportano le traiettorie di trasformazione del modello – in questa sezione fa da sfondo alla presentazione di un caso studio, il Lago Film Fest (da ora LFF), che sostiene e amplia ulteriormente la proposta di filiere che apprendono introdotta nella sezione precedente.

LFF nasce nel 2004 come un festival indipendente di cortometraggi (la prima edizione del festival si terrà 2005) e negli anni a seguire, coinvolgendo volumi crescenti di autori, pubblici e discipline, diventa un «festival internazionale di cortometraggi, documentari e sceneggiature che, prendono corpo nel metabolismo urbano del vivere quotidiano»⁵. Il LFF è oggi uno degli appuntamenti di settore più conosciuti e qualificati a livello internazionale e col passare degli anni attorno al festival si è costruita un'organizzazione che opera tutto l'anno nella produzione di altre iniziative culturali ed artistiche sia a livello locale che internazionale, come ad esempio

⁵ Estratto dal concept del Lago Film Fest. Fonte: <http://www.lagofest.org/2015/lago-film-fest/>

il *Formentera Film - International Festival of short films, documentaries and video art*. Al di là del valore intrinseco in quanto opera culturale, in questa sede si è scelto di presentare il LFF come buona pratica in virtù di due caratteristiche peculiari che lo rendono esperienza originale nel panorama nazionale:

- Costruisce forme di relazione non comuni con alcune imprese locali, diventando un pioniere che sperimenta nuove forme di divisione del lavoro all'interno delle filiere;
- Produce localmente flussi di azioni che prendono le sembianze di politiche pubbliche che promuovono innovazione sociale.

LFF nasce come un progetto-evento di alcuni giorni che si tiene annualmente lungo le rive dei laghi di Revine e Lago, due piccole frazioni di uno stesso comune in provincia di Treviso. Anche se sul piano formale LFF è un prodotto-evento della Pro Loco Revine Lago, sul piano sostanziale – e ne rintracceremo gli elementi nella presentazione delle prossime sezioni – ha i tratti di una piccola impresa culturale e sociale innovativa (PICSI)⁶, di fatto inquadrabile come attore del complesso e differenziato sistema di Imprese Culturali e Creative (ICC). Queste forme d'impresa sono finora state studiate principalmente come specifici settori economici di sviluppo regionale (Chapain e Comunian, 2010; Comunian, 2010), campi puntuali di applicazione di tecniche manageriali (Raymond e Greysen, 1978) o integratori orizzontali

⁶ Il soggetto promotore e organizzatore dell'evento è la Pro Loco di Revine Lago, che peraltro promuove anche altre iniziative e progetti, anche se nel corso degli anni la crescita della struttura organizzativa e finanziaria lo hanno trasformato in una sorta di spin-off interno alla Pro Loco, con una propria e solida autonomia decisionale e realizzativa.

di nuove forme distrettuali (Sacco e Tavano Blessi, 2005; Sacco e Ferilli, 2006).

L'obiettivo di questa sezione, attraverso la presentazione critica di LFF, è indagare i possibili impatti derivanti da forme di collaborazione e cooperazione con le micro, piccole e medie imprese, che si sviluppano soprattutto nel settore del terziario avanzato in un orizzonte semantico e organizzativo in linea con il fenomeno delle filiere che apprendono.

Una breve nota metodologica

La presentazione che segue sintetizza 12 anni di osservazione diretta e indiretta, in alcuni frangenti partecipante, non solo e forse non tanto dell'evento LFF, quanto piuttosto dei processi organizzativi che annualmente hanno preceduto e seguito la realizzazione del festival. In tempi più recenti, da circa 4 anni, il piano di osservazione è stato approfondito e inserito in un progetto di ricerca sull'Innovazione sociale, condotto dapprima nell'ambito di due assegni di ricerca presso il Dipartimento di Management dell'Università Ca' Foscari Venezia e attualmente nell'ambito del *Dottorato in Pianificazione territoriale e politiche pubbliche del territorio* presso lo IUAV di Venezia. Sul piano delle fonti, queste si compongono di numerosi materiali documentali (2005-2016) e di alcune interviste non strutturate realizzate a membri e collaboratori del team di LFF. Tra queste sarà qui utilizzata quella raccolta da Viviana Carlet l'8 agosto 2016. Viviana Carlet è ideatrice e co-direttrice del LFF, l'unica persona impegnata nella progettazione e realizzazione del LFF dalla sua origine ad oggi. In questo articolo, in un'ottica di storia orale, tutte le citazioni

utilizzate per presentare il LFF sono tratte da questa intervista.

Rubriche del lago, da Lago

Il racconto di Viviana Carlet ha una caratteristica strutturale che è significativa sul piano del tentativo di comprendere il LFF: ha uno sviluppo tematico e non temporale, cioè fa emergere e descrive le trasformazioni del LFF non tanto in termini evolutivi quanto piuttosto ponendo una serie di questioni che attraversano e si ripropongono nel tempo, in modo carsico, offrendosi ogni volta che emergono come un'occasione per problematizzare ciò che si sta facendo (*learning by doing*) e quindi conoscenza nell'azione prima ancora che per l'azione; solo dopo, a distanza di tempo e non sempre, quella conoscenza diventa usata nell'azione. È per questa ragione che si è scelto di presentare il LFF attraverso una serie di rubriche, che sono le questioni che Carlet fa progressivamente emergere nel suo racconto orale sulla storia e l'anima del festival. Questo racconto è di particolare valore anche per la persona da cui è formulato. Oggi Viviana Carlet è un'operatrice culturale che opera nel panorama internazionale, le viene riconosciuta una significativa professionalità e un'alta competenza, collabora stabilmente da alcuni anni e in diverse forme con l'Università Ca' Foscari e altre istituzioni culturali. Il suo quindi è il racconto di un testimonial qualificato, che intreccia la passione e la soggettività del protagonista, dell'autore, con le conoscenze di chi su questi fenomeni conduce da molti anni un'attività di osservazione e ricerca ad ampio raggio.

Nel racconto di Carlet *il tema del luogo* (primo di quattro temi) emerge fin da subito e in modo molto forte:

«Le mie prime *mappettine* concettuali avevano Lago al centro, prima c'era il luogo».

Si tratta di un rapporto complesso, intimo, personale, cooperativo ma anche conflittuale, un rapporto vivo e in continua trasformazione, che nasce da un'esigenza personale di rimettersi in pace con il proprio luogo di nascita,

«Sono andata via da qua quando avevo 17 anni. Odiavo questo posto. Questo posto senza internet non esiste, non c'è sulla cartina. Con internet è tollerabile ma è comunque fuori dal mondo»,

e via via si trasforma nella consapevolezza della sua straordinarietà:

«questo è un bel posto. Non te ne rendi conto finché non esci di qua, però questo è un posto meraviglioso: hai l'acqua, le colline, la montagna. È un luogo strepitoso».

Questo passaggio avviene e prende corpo sia sul piano fisico che su quello sociale e relazionale:

«effettivamente in questi 12 anni il luogo stesso si è trasformato. Le persone, anche grazie al festival, vengono stimolate a prendersene cura. La gente, anche perché vengono tante persone da fuori, mette i fiori, prepara i propri cortili».

Gli spazi del paese nelle giornate di festival diventano sale cinematografiche, set teatrali, sedi di workshop, mostrando concretamente che il luogo può essere fruito in modi diversi, può assumere valori e significati diversi, può essere trasformato, può essere visto sotto molte luci. Da questo punto di vista il LFF è una scintilla che attiva soggetti interni (residenti) ed esterni (artisti e pubblico) al luogo, insieme, nella produzione di beni

comuni. Queste persone concretamente fanno e rifanno ogni anno il territorio, ad ogni edizione aggiungono e tolgono pezzettini di quei beni comuni – spazio pubblico, spazi privati che diventano pubblici, spazi relazionali, ecc. – che concretamente fanno e disfano il luogo.

Un secondo tema che emerge e caratterizza anche sul piano stilistico il racconto stesso, come a testimoniare la sua importanza nell'esperienza LFF, è *la questione della crescita lenta*.

«L'idea era veramente di far diventare Lago una sorta di galleria, di spazio di creazione. Una cosa alla quale stiamo arrivando pian piano».

A crescere, in questi 12 anni, è stato quasi tutto: la durata, il pubblico, gli artisti, le opere, il fatturato, i contenuti, le personalità coinvolte, le conoscenze prodotte.

«All'inizio avevamo veramente la sopravvivenza come unico obiettivo (...). Abbiamo avuto una crescita totalmente dallo zero. Non avevamo capitali di investimento quindi abbiamo costruito tutte le relazioni, tutte le competenze e tutta l'attività da zero».

Il capitale relazionale e quello cognitivo sono stati alla base di questa crescita e hanno richiesto tempi lunghi di accumulazione che, come vedremo nella prossima sezione dell'articolo, sarà un aspetto fondamentale per segnare le trasformazioni del LFF: l'accumulazione continua di questi capitali è stata alla base di piccole innovazioni incrementali e grandi innovazioni dirompenti.

Questo modo di crescere, lontano dal mainstream attuale sulle startup e l'innovazione, ha avuto forti implicazioni per il festival,

«la lentezza è una forza. Ormai ho capito che se noi mettiamo nei cartelli un'immagine qualsiasi funzionano uguale. Ormai abbiamo una forza così grande da dare valore anche all'immagine (...). Una volta

cercavamo anche di avere una bella immagine per riuscire a raccontare le cose alla gente, poi abbiamo capito che il LFF ha una sua importanza, anche istituzionale, che riesce a dare significato e forza a quello che fa»,

e per le persone che lo hanno costruito (direzione, volontari, collaboratori, partner, ecc.):

«costruisci una cosa molto solida, meticolosamente, lentamente, con tutta la passione e tutta te stessa e quindi diventa parte di te».

Il terzo tema emerge inizialmente sotto forma di questione politica, in modo forte e critico, e si trasforma via via in una *questione di politiche*. La politica è accusata di immobilismo e di incapacità di comprendere la forza del festival:

«Tu hai lavorato così tanti anni, hai dimostrato di riuscire a fare un'attività culturale e sociale che all'estero verrebbe riconosciuta e supportata e invece qui questo non avviene. Questa grande mancanza dell'ente pubblico».

Questa situazione si confronta, come già emergeva quando si è rivelata l'importanza del capitale relazionale, con una forte auto-organizzazione da parte dei protagonisti del LFF, intesi come direzione, staff, residenti, artisti, partner, ecc.

«Chi entra a far parte del festival ne diventa anche il costruttore di contenuto».

È in queste interazioni, che sono incontri e scontri, che il LFF diventa politiche esso stesso più ancora che un produttore di politiche come azioni:

«aver fatto diventare tutto questo luogo, dove di fatto non c'è nulla, un luogo invece molto importante dal punto di vista culturale. Anche le

varie attività che vengono fatte prima e dopo il festival sono il LFF. Per me il festival è anche il doposcuola che viene fatto tutto l'anno, per me il festival è tutto quello che è tempo libero, formazione, laboratori».

Così facendo il LFF diventa produttore e non semplice utilizzatore di spazio pubblico:

«aspetto fondamentale è lo spazio pubblico. Il fatto di utilizzarlo, di valorizzarlo, di sfruttarlo è un aspetto fondamentale del festival».

Il territorio, pubblico e privato, luogo fisico e spazio relazionale, diventa spazio pubblico, bene comune.

Il quarto e ultimo tema che emerge dal racconto di Viviana Carlet e dai tantissimi documenti disponibili (cataloghi, video, contenuti social, ecc.) è *il tema del rapporto con le imprese* ed anche questo si evolve nel tempo e nelle forme.

Questo rapporto, che nasce per necessità a fronte di uno scarso e incerto finanziamento da parte delle istituzioni pubbliche,

«il fatto che venga rinnovato di anno in anno è stato un freno, ha prodotto incertezza, ma anche un punto di forza perché ci ha spinto ad andare da altri, dalle imprese ad esempio»,

e viene progressivamente riconosciuto come una delle vie per aumentare il raggio degli impatti territoriali del LFF:

«Se guardiamo all'impatto come progetto complessivo allora lì è un'altra cosa, allora sì che è ancora più ampio con tutti i progetti che abbiamo realizzato con aziende con cui abbiamo relazioni, e allora mi sento di poter allargare tranquillamente il raggio d'impatto⁷».

⁷ Precedentemente Viviana Carlet aveva presentato gli impatti del LFF in relazione alla settimana di evento, circoscrivendoli, oltre a Lago e Revine Lago e l'intorno (Vittorio Veneto, Conegliano, Pieve di Soligo, Belluno e Treviso), in un raggio di circa «un'ora e mezza di auto da qui».

Non si tratta solo di sponsor economici e tecnici, che comunque pesano circa il 40% del volume di fatturato del LFF, quanto di partner con i quali si sviluppano progetti, in un'ottica business to business (B2B) lungo quattro direzioni principali e con livelli di intensità differenti: messa a disposizione di contenuti prodotti nel corso del festival, segnalazione di professionalità che possono soddisfare specifici bisogni aziendali, produzione di contenuti su commissione e co-produzione di contenuti e strategie. Queste forme di interazione non sono pianificate né tantomeno promosse a catalogo, come farebbe forse un'agenzia di comunicazione, ma prendono forma e scattano da situazioni, relazioni e feeling che si producono prima, durante e dopo il festival e con alcuni partner, quelli con i quali c'è una relazione più strutturata. Le diverse forme di interazione si ibridano tra loro mediante proposte che possono arrivare sia dalle imprese che che dal festival o dalle persone che vi ruotano attorno.

Il Lago Film Fest come attore in filiere che apprendono

Dal punto di vista del LFF l'interazione con il mondo dell'impresa assume una grande rilevanza almeno sotto tre differenti punti di vista: è fondamentale per la sostenibilità del festival, genera nuove idee e progetti che ampliano lo spettro di attività del festival, crea le condizioni per possibili sbocchi professionali e occupazionali in un settore che l'idea diffusa qualifica come poco redditivo (è di pochi anni fa la frase, sbagliata e infelice anche se coerente con un certo umore generalizzato, di un Ministro italiano che ha sostenuto che *con la cultura non si mangia*. Alcuni di quelli che passano per il LFF, invece, lo fanno).

Dal punto di vista delle aziende, l'interazione produce risultati complementari: ottiene contenuti di qualità e sempre aggiornati a supporto della comunicazione, hanno accesso alle filiere internazionali di produzione di valore simbolico, entrano in contatto con competenze e conoscenze creative formate e innovative.

Ci sono quattro esempi, che qui dobbiamo proporre necessariamente in forma molto sintetica, che possono argomentare questo tipo di complementarità.

Il contest *Sei uno ZOOPPER da festival?* (Zooppa) o il contenuto social *Our #light for culture! #modoluce Lago Film Fest* (Modo Luce) sono due esempi di come i contenuti del festival possano diventare strumenti per le imprese per comunicare in modo efficace ad un pubblico fortemente targettizzato.

Le numerose persone che hanno collaborato o collaborano ancora con LFF e stabilmente inserite all'interno di importanti imprese del territorio che nel corso degli anni sono state partner del festival⁸

⁸ Per ragioni di privacy e riservatezza non vengono riportati i nomi delle aziende e dei professionisti, ma Viviana Carlet nel corso dell'intervista ha offerto un lungo elenco di esempi e ne ha spiegato puntualmente le modalità: in alcuni casi si tratta di vere e proprie segnalazioni, garantite dalla reputazione del festival e del suo staff e soprattutto dalla fiducia che le imprese partner hanno nei confronti della direzione; in altri casi si tratta invece di una conoscenza diretta dei professionisti da parte delle imprese nel corso dei contatti instaurati per costruire o mantenere la partnership. Altro aspetto importante è che gli esempi di Carlet riguardano posizioni e livelli differenti, da profili tecnici a manageriali di altissimo livello. L'esempio forse più significativo, citabile per la loro posizione e perché facilmente ricostruibile consultando internet, è quello di Carlo Mingotto, co-direttore del LFF e recentemente diventato Art Director presso Pixartprinting, e quello di Mattia Coletti, collaboratore del LFF e ora Direttore editoriale di Pixarthinking, progetto editoriale e creativo di Pixartprinting. Se si osservano i tempi del loro approdo in una delle imprese venete più innovative e in crescita degli ultimi 10 anni è possibile notare che la collaborazione tra l'azienda e il LFF precede il reclutamento dell'Art Director e del Direttore editoriale.

testimoniano l'incontro tra professionalità creative e strategie di business.

Il progetto *Harvest Tales – Racconti dalla vendemmia*, ideato da LFF per Cantine Val D'Oca, ha generato tre produzioni video che hanno permesso all'azienda, a costi contenuti, di avere a disposizione materiali comunicativi in grado di promuovere il marchio attraverso linguaggi e verso mercati all'apparenza inaccessibili.

Il Daily Magazine del LFF, il libro d'illustrazioni *Bestiario Criptozoologico Lacustre* e l'opera *What's left behind* di Alfred Agostinelli sono tre esempi, tutti datati 2016, che mostrano come la co-produzione tra LFF e Pixartprinting abbia offerto al primo la possibilità di accrescere la propria capacità di produrre contenuto e alla seconda di sviluppare prodotti in grado di dialogare con il proprio target di riferimento, generando valore e opportunità non solo per le due organizzazioni ma anche per i soggetti – artisti, creativi, ecc. – che hanno in comune.

Già solo alla luce di queste brevi considerazioni e di questi quattro esempi citati è possibile constatare che LFF entra come attore in almeno 4 filiere: illuminazione d'arredo, viti-vinicola, ICT e stampa e servizi connessi alla stampa. Si tratta di 4 filiere importanti per la storia e il futuro della nostra regione ed è significativo e non casuale che il LFF sia riuscito a costruire relazioni così complesse proprio in questi 4 settori. È anche così che diventa possibile tentare di comprendere un po' meglio quale ruolo assume il LFF nel suo rapporto con le imprese. Da un lato interviene a monte della filiera iniettando nelle imprese, attraverso contenuti e persone, quelle conoscenze, atmosfere, visioni, sensibilità, ecc. che attraverso il contenuto creativo aumentano

il valore della produzione e dei prodotti aziendali; dall'altro lato, a valle, supportano le aziende nello sviluppo di contenuti e strategie di posizionamento in grado di creare dialoghi efficaci con i rispettivi target di riferimento, e quindi efficienti. È importante, per entrambi le prospettive, notare come il tema dell'*internazionale* diventi qui rilevante, in modo diretto (molte delle opere presentate al LFF sono di artisti stranieri) e indiretto (quelle opere veicolano linguaggi e significati con una vocazione internazionale).

Le conoscenze a cui hanno accesso i soggetti collegati al festival, anche se prodotte localmente o forse ancora di più proprio perché prodotte localmente, connettono culture e sensibilità sociali tra loro molto diverse. I temi del terziario avanzato, della complementarità, della specializzazione, della fiducia e del territorio come li avevamo incontrati nel paragrafo "La filiera che apprende" (sezione 2) diventano qui fattori, veicoli, prodotti e risultati che posizionano il LFF all'interno di filiere che, legandosi in forme innovative al territorio e ai suoi attori, apprendono facendo, relazione dopo relazione, progetto dopo progetto.

Conclusioni. Ma allora cos'è Lago Film Fest?

Abbiamo deciso di tentare di rispondere a questa domanda, che come vedremo non è operazione facile, alla fine di un percorso di conoscenza del LFF perché se fossimo partiti da qui non avremmo potuto che qualificarlo, come fa anche Carlet, come un festival.

«Questo aspetto nel tempo ha preso la predominanza. Ci siamo molto concentrati sull'aspetto festival, sull'aspetto evento, perché comunque era anche necessario avere qualcosa di grande, un qualcosa di strutturato che facesse anche parlare di Lago».

«Far parlare di Lago...» perché fin da subito, anche se ci vorranno alcuni anni per poterlo ottenere come risultato, oltre al piacere e all'interesse per la dimensione del festival c'è l'obiettivo di creare le condizioni, attraverso il festival, perché Lago diventi un

«luogo di incontro, di scambio e di creazione».

La trasformazione avviene, come un apparente paradosso, quando il LFF diventa la cosa più tipica e meno innovativa che un paese possa produrre,

«il festival è diventato la festa del paese. I paesani lo aspettano e interagiscono con il festival»,

e lo fa mantenendo una forma anch'essa ben poco innovativa, seppure sia qui una delle principali innovazioni del LFF:

«Noi siamo Pro Loco Revine Lago e questo è stato fin dall'inizio, non ci siamo mai staccati. La prima cosa che ho fatto quando ho pensato di fare il festival è stato andare alla Pro Loco. Non volevo che arrivasse, come di solito arrivano queste cose, da Marte ma che fosse condiviso».

Chi conosce l'importanza delle feste di paese per i piccoli centri quasi-urbani o non urbani di cui l'Italia è ricca coglie con grande chiarezza cosa questa scelta comporta. La festa, o sagra, del paese è il luogo dell'attesa, delle relazioni, delle responsabilità; il logo attorno al quale ogni anno la comunità rinnova i legami che la tengono unita, escludendo gli altri che non ne fanno parte.

A Lago, grazie alle traiettorie che il LFF prende, succede qualcosa di diverso: quando il festival diventa la festa del paese il ripetersi annuale del patto di comunità fa l'opposto, invece di escludere gli altri si celebra con questi altri e solo quando questi

altri *invadono* il paese. È un passaggio fondamentale questo, perché spezza quella relazione inevitabile con la chiusura e l'esclusione che la sociologia ha a lungo e senza sbagliare imputato alla comunità come ambiente sociale e relazionale perimetrato. È un passaggio fondamentale anche perché ci permette di comprendere come sia possibile attribuire un'altra qualifica, quella di piattaforma, al LFF.

Sul pavimento dell'ufficio del LFF, collocato al terzo e ultimo piano di un edificio parrocchiale in concessione temporanea al Comune di Revine Lago dopo che questo si è accollato le spese di ristrutturazione qualche anno fa, c'è un enorme cartellone che al centro non riporta più la parola Lago, come nelle prime mappe concettuali di cui ha raccontato Carlet, ma la parola «PIATTAFORMA LAGO» che gerarchicamente precede altre quattro parole-concetto: «spazio luogo», «produzione culturale», «trade» e «formazione» e prende forma nel corso dell'edizione del LFF X+1 (2015).

«Dopo 10 anni ci siamo fermati e abbiamo detto ok piano però (...) e allora abbiamo cominciato a trattare in modo diverso, o forse solo con una consapevolezza diversa, quello che facevamo prima e dopo il festival: altri progetti anche altrettanto importanti o magari di altro tipo e portata dal punto di vista economico, di impatto e di pubblico, però non per questo meno importanti».

Le strategie di crescita (sostenibilità), di budget (mercato⁹),

⁹ Il racconto di Carlet è preciso nel ricostruire l'attuale struttura del fatturato LFF: 50% da bigliettazione e altri servizi caratteristici, 40% da sponsorizzazioni economiche o tecniche, 10% da fondi di istituzioni pubbliche (Comune di Revine Lago, Regione Veneto, MiBACT).

organizzative (lentezza e snellezza), di governance (aperta e verticale¹⁰), le forme di remunerazione (tipicamente imprenditoriali¹¹), tutte queste sono caratteristiche che ci permettono di inquadrare il LFF come un'impresa anche se formalmente non lo è. Questo emerge anche dalle parole di Carlet quando descrive le forme di remunerazione dei fattori di produzione e colloca alla fine la Direzione:

«(...) è il nostro rischio d'impresa. Sostanzialmente penso sia quella la nostra natura»

Se non avessimo il timore di sminuirne l'importanza utilizzando una definizione che è diventata etichetta nel momento in cui è stata fatta propria dai circuiti mainstream dell'economia ICT¹², potremmo definire il LFF un'impresa piattaforma. Possiamo però definirla anche in un modo differente, come una Piccola Impresa Culturalmente e Socialmente Innovativa (PICSI). È vero, anche questa definizione strizza l'occhio a due etichette e retoriche importanti anche se recenti – Innovazione Sociale e Innovazione Culturale, con la prima che fino ad ora è stata molto più rilevante e *potente* della seconda – però ci offre ancora lo spazio per trattarla e problematizzarla, ci offre la possibilità di ascoltarla e

¹⁰ Il *chi entra fa* si sposa con una chiara definizione di ruoli, funzioni e livelli che emergono nel racconto organizzativo del LFF.

¹¹ «Noi diamo a tutti i volontari dei micro rimborsi spese, anche alla Direzione che però viene per ultima e solo dopo aver pagato tutti i fornitori».

¹² Cfr. Platforms: Something to stand on. Proliferating digital platforms will be at the heart of tomorrow's economy, and even government, The Economist (2014), disponibile online <http://www.economist.com/news/special-report/21593583-proliferating-digital-platforms-will-be-heart-tomorrows-economy-and-even>

quindi di dare voce all'impresa piuttosto che di parlare o scrivere dell'impresa. L'adozione di un modello a piattaforma (dove si incontrano soggetti molto diversi) e l'integrazione transettoriale in filiere di produzione del valore (dove genera conoscenza nell'interazione con le imprese) producono modi originali di emersione del terziario implicito quale via di aumento del valore della produzione materiale di un territorio.

Il LFF entra in relazione con le imprese al di fuori dei più comuni meccanismi di fornitura; costruisce relazioni bidirezionali, di reciprocità, cementate nel modo più *personale* possibile: condividendo risorse umane strategiche. Come evidenziato nella nota 8, il racconto di Viviana Carlet ricostruisce numerosi casi di membri dello staff del LFF che prima entrano in contatto con aziende partner dell'organizzazione e successivamente vengono da queste reclutati per acquisire know-how e network, due asset fondamentali nell'attuale contesto competitivo, in chiave strategica. Specularmente il LFF, entrando in relazione con le imprese, le loro culture e forme di razionalità, amplia e ricodifica le condotte più frequentemente adottate dalle organizzazioni culturali e così facendo dà vita a pratiche innovative di rapporto con il territorio fondate su una grande attenzione alla dimensione cognitiva. Queste pratiche rinviano alla possibilità di sperimentare processi di apprendimento (reciproco) mediante forme d'azione in grado di contribuire alla «costruzione di quadri di senso e di immagini strategiche del cambiamento territoriale entro politiche locali di sviluppo economico centrate sul sostegno alle imprese» che «si generano come effetti indiretti (e talora inattesi) dei programmi e dei dispositivi d'azione formalmente definiti a partire da altri obiettivi» (Pasqui, 2001).

Alla luce di ciò il LFF non si limita a fungere da pioniere che alimenta i processi di apprendimento all'interno delle filiere ma amplia gli impatti sociali prodotti da queste filiere e così facendo allarga le espressioni e le forme di imprenditorialità sociale. Il rapporto tra LFF, imprese e territorio evolve quindi dall'innovazione sociale vista come opportunità per generare processi di cambiamento organizzativo all'interno delle imprese all'innovazione sociale come strategia intelligente di rigenerazione territoriale (Busacca, 2013; Caroli, 2015); si tratta quindi di una strategia in grado di generare impatti legati non solo ai tipici benefici della creazione d'impresa (occupazione, ricchezza, innovazione), ma anche alla rigenerazione dello spazio pubblico e del patrimonio culturale. In questa prospettiva, che mette al centro le imprese creative socialmente e culturalmente innovative, le filiere che apprendono potrebbero rappresentare l'occasione per supportare le imprese e il territorio nella prova più importante per il loro sviluppo, ovvero strutturare le spinte in senso lato sociali che caratterizzano strati sempre più ampi e diversificati delle società contemporanee.

Bibliografia

- Bagnasco A. (1977), *Tre Italie: la problematica territoriale dello sviluppo italiano*, il Mulino, Bologna
- Bagnasco A. (1988), *La costruzione sociale del mercato. Studi sullo sviluppo di piccola impresa in Italia*, il Mulino, Bologna
- Bonomi A. (2015), *Cos'è oggi il Nordest?*, in «Quaderni di ricerca sull'artigianato», n.3, pp. 505-509, il Mulino, Bologna
- Buciuni G., Finotto V. (2015), *Managing Product Innovation in Global Value Chains: Why Co-Location Still Matters*, 27th Annual Meeting of Society for the Advancement of Socio-Economics (Sase), London
- Buciuni G., Mola L. (2014), *How do entrepreneurial firms establish cross-border relationships? A global value chain perspective*, in «Journal of International Entrepreneurship», 12:1, pp. 67-84
- Buciuni G., Pisano G.P. (2015), *Can Marshall's Clusters Survive Globalization?*, Harvard Business School Working Paper, N. 15-088
- Busacca M. (2013), *Oltre la retorica della Social Innovation*, in «Impresa Sociale», Vol. 2, pp. 38-54
- Caroli M.G. (a cura di) (2015), *Modelli ed esperienze di innovazione sociale in Italia. Secondo rapporto sull'innovazione sociale*, Franco Angeli, Milano
- Chapain C., Comunian R. (2010). *Enabling and Inhibiting the Creative Economy: The Role of the Local and Regional Dimensions in England*, in «Regional Studies», 44:6, pp. 717-734
- Chiarvesio M., Di Maria E. e Micelli S. (2006), *Strategie e modelli di internazionalizzazione delle imprese distrettuali italiane*, in «Economia e politica industriale», n.3, pp. 99-126
- Comunian R. (2010), *Rethinking the creative city: the role of complexity, networks and interactions in the urban creative economy*, in «Urban Studies», 48:6, pp. 1157-1179
- Dewey J. (1927), *The Public and its Problems*, Henry Holt & Co, New York
- Diamanti I. (1996), *Il male del Nord. Lega, localismo, secessione*, Donzelli editore, Roma
- Diamanti I., Marini D. (a cura di) (2000), *Nord Est 2000. Rapporto sulla società e l'economia*, Fondazione Nord Est, Venezia

- Diamanti I., Marini D. (a cura di) (2001), *Nord Est 2001. Rapporto sulla società e l'economia*, Fondazione Nord Est, Venezia
- Di Bernardo B. (1991), *Le dimensioni dell'impresa: scala, scopo, varietà*, Franco Angeli, Milano
- Foucault M. (1977-78), *Sicurezza, territorio, popolazione. Corso al Collège de France (1977-1978)*, Feltrinelli, Milano
- Foucault M. (1978-79), *Nascita della biopolitica. Corso al Collège de France (1978-1979)*, Feltrinelli, Milano
- Marini D. (a cura di) (2003), *Nord Est 2003. Rapporto sulla società e l'economia*, Fondazione Nord Est, Venezia
- Marini D. (a cura di) (2005), *Nord Est 2005. Rapporto sulla società e l'economia*, Marsilio e Fondazione Nord Est, Venezia
- Marini D. (a cura di) (2011), *La Grande Trasformazione: 20 anni di Nord Est*, in «Quaderni Fondazione Nord Est», n.66, Venezia
- Marini D. (a cura di) (2012), *Nord Est 2012. Rapporto sulla società e l'economia*, Marsilio e Fondazione Nord Est, Venezia
- Marini D. (a cura di) (2013), *Nord Est 2013. Rapporto sulla società e l'economia*, Marsilio e Fondazione Nord Est, Venezia
- Marini D. (2015), *Le metamorfosi dei distretti industriali*, in «Quaderni di ricerca sull'artigianato», n.2, pp. 255-271
- Micelli S. (2011), *Futuro artigiano. L'innovazione nelle mani degli italiani*, Marsilio, Venezia
- Micelli S., Corò G. (2006), *I nuovi distretti produttivi: innovazione internazionalizzazione e competitività dei territori*, Marsilio, Venezia
- Micelli S., Oliva S. (a cura di) (2016), *Nord Est 2016. Rapporto sulla società e l'economia*, Marsilio e Fondazione Nord Est, Venezia
- Nicolai D. (2015), *Piccole imprese del Nord Est innovano*, in «Veneto e Nord Est», n.43, pp. 111-143
- Pasqui G. (2001), *Il territorio delle politiche. Innovazione sociale e pratiche di pianificazione*, Franco Angeli, Milano
- Raymond T.J., Greyser S.A. (1978), *The business of managing the arts*, in «Harvard Business Review», 56:4, pp. 123-132
- Rullani Enzo (1992), *Divisione del lavoro e reti di impresa: il governo della*

complessità, in Belussi F. (a cura di), «Nuovi Modelli d'impresa, gerarchie organizzative e imprese rete», Franco Angeli, Milano

Rullani E. (2011), *La conoscenza e le reti: gli orizzonti competitivi del caso italiano e una riflessione metodologica sull'economia di impresa*, in «Sinergie Italian Journal of Management», 61-62, pp. 147-187

Rullani E. (2011b), *L'internazionalizzazione invisibile. La nuova geografia dei distretti e delle filiere produttive*, in «Sinergie Italian Journal of Management», 69, pp. 3-32

Rullani E. (2011c), *Impresa come sistema intelligente: alla ricerca di nuovi modelli di governance e di valore*, in «Sinergie Italian Journal of Management», 80, pp. 103-142

Rullani E. (2013), *Territori in transizione: nuove reti e nuove identità per le economie e le società locali*, in «Sinergie Italian Journal of Management», pp. 141-163

Rullani E. (2013b), *Quello che manca: una reazione di sistema*, in Marini D. (a cura di), Nord Est 2013, op.cit.

Rullani E. (2014), *Filiere, reti e clusters: strategie e politiche per i sistemi di relazione emergenti*, in «Osservatorio nazionale distretti italiani – Idee, esperienze e progetti per rafforzare o ricostruire la competitività dei territori», Unioncamere e Federazione dei distretti italiani

Rullani E. (2015), *Le piccole imprese nel nuovo capitalismo della conoscenza in rete*, in «Quaderni di ricerca sull'artigianato», n.3, pp. 527-543

Sacco P.L., Ferilli G. (2006), *Il distretto culturale evoluto nell'economia post industriale*, DADI Università IUAV WP, 4(06)

Sacco P.L., Tavano Blessi G. (2005), *Distretto culturale e aree urbane*, in «Economia della Cultura», 2, pp. 153-166

Simon H.A. (1982), *Models of Bounded Rationality Vol.2*, in «Behavioural Economics and Business Organization», The MIT Press, Cambridge

Tattara G., Anastasia B. (2003), *How was that Veneto region became so rich? Time and causes of a recent success*, MPRA Paper n. 18458, posted 9 November 2009

[La Brexit e i rapporti commerciali con il Regno Unito]

Ufficio Studi CGIA

1. Brexit: la lunga notte del “Leave”

Il 24 giugno del 2016 rimarrà alla memoria per una delle notti più lunghe della storia: dall'illusione del “Remain” alla vittoria del “Leave”, la decisione assunta dai cittadini britannici che ha decretato, di fatto, l'avvio del processo di uscita del Regno Unito dall'Unione Europea. Si tratta di una decisione storica il cui esito era peraltro stato previsto dalla maggior parte dei sondaggi ma difficilmente pensabile alla vigilia del voto, caratterizzata da tensioni (uccisione della deputata laburista anti-Brexit Jo Cox) e dai moniti anti-uscita espressi dai principali organismi internazionali. Pochi giorni prima del voto, per esempio, un'analisi del Fondo Monetario Internazionale indicava un danno potenziale sul Pil britannico oscillante tra l'1,5% (scenario meno impattante) e il 5,6% (scenario avverso) per l'anno 2019.

Anche i mercati erano tornati a scommettere sul “Remain” tant'è che nel giorno del referendum britannico i listini europei chiudevano con un guadagno di quasi duecento miliardi di euro.

E se alla chiusura delle urne gli exit poll lasciavano intendere una vittoria (anche se timida) degli europeisti, i dati reali andavano in una direzione diversa. Un risveglio “brutale” per chi era andato a dormire convinto del “Remain” (in particolare per le redazioni dei principali giornali andati in stampa) e che ha dovuto invece fare i conti con il “Leave”.

La Brexit ha causato da subito contraccolpi negativi sui mercati finanziari e dal momento che l’esito del voto è giunto di venerdì, la giornata borsistica del 24 giugno 2016 non poteva che risultare “nera”, in particolar modo per gli indici italiani e spagnoli con flessioni superiori al 12%: in totale i listini europei hanno “bruciato” in un giorno più di quattrocento miliardi di euro.

In realtà, l’effetto negativo sui listini è durato poco tant’è che in breve tempo le principali borse europee hanno recuperato i livelli pre-Brexit attestandosi su soglie ben superiori a prima. A inizio settembre del 2016 il recupero dei listini non era invece ancora avvenuto in Italia: ma questo per altre ragioni, in particolare per le tensioni sugli indici del settore bancario italiano.

Gli effetti della Brexit sui fondamentali economici si “materializzeranno” certamente più in là nel tempo ma al di là di scenari catastrofici, gli economisti sembrano ipotizzare processi lenti e di adattamento progressivo piuttosto che stravolgimenti.

Molto probabilmente gli effetti negativi che potrebbero scaturire dalla Brexit saranno distribuiti nel tempo e in più fasi anche a seconda della durata degli accordi tra Unione Europea e Regno Unito. Si tratta pur sempre di un iter di uscita che prevede tempi lunghi e che non è stato mai realisticamente provato.

L’uscita della Gran Bretagna dall’Unione Europea potrà

impattare su diverse variabili economiche tra cui l’import-export che è influenzato, ad esempio, dal deprezzamento delle valute, dagli accordi commerciali, dalle barriere doganali ecc.. Questo saggio si propone di effettuare un’analisi dei rapporti commerciali tra Italia e Regno Unito con un focus specifico sul Veneto.

2. I rapporti commerciali tra Italia e Regno Unito

Il commercio estero italiano nel Regno Unito rappresenta più del 5% del valore esportato dal Bel paese nel mondo; nella classifica dell’export italiano la Gran Bretagna rappresenta una delle destinazioni più importanti dopo Germania, Francia e Stati Uniti.

Nel 2015 il valore delle esportazioni italiane oltremarina ha superato i 22 miliardi di euro con una crescita percentuale pari al 7,4% rispetto al 2014. Bisogna innanzitutto affermare come tale spinta sia stata favorita anche dal tasso di cambio favorevole, in quanto dal 2014 al 2015 la moneta unica ha subito un deprezzamento medio del 10% nei confronti della sterlina, favorendo così il *made in Italy* nel Regno Unito.

In ogni caso è facile verificare come i rapporti commerciali tra Italia e Regno Unito si siano intensificati nel corso del 2015: le importazioni, in particolare, sono cresciute meno che proporzionalmente rispetto all’export passando da 10,2 a 10,5 miliardi di euro, rafforzando così il saldo commerciale tra Italia e Gran Bretagna (tabella 1).

Il surplus commerciale italiano, dato appunto dalla differenza tra le esportazioni e le importazioni, ha sfiorato nel 2015 i 12

miliardi di euro per una crescita, rispetto al 2014, di quasi 1,3 miliardi di euro.

Tabella 1 - I rapporti commerciali tra l'Italia e il Regno Unito: 12 miliardi di saldo attivo (*)

	Export	Import	Saldo commerciale (export-import)
ANNO 2014 (mln €)	20.939	10.282	+10.657
ANNO 2015 (mln €)	22.484	10.575	+11.909
Var. ass. 2015-2014 (mln €)	+1.545	+293	
Var. % 2015/2014	+7,4	+2,8	
Inc. % Regno Unito (su totale commercio estero Italia, nel 2015)	5,4	2,9	

Elaborazione Ufficio Studi CGIA su dati Istat

(*) Dati relativi all'intero anno 2015 ma non ancora definitivi.

Il peso dell'export italiano nel Regno Unito è altresì confermato dal fatto che il Bel paese è il settimo esportatore (tabella 2); il primato spetta alla Germania che guida la classifica con 84,8 miliardi di euro, seguono la Cina (56,8), gli Stati Uniti (52,3), i Paesi Bassi (42,6), la Francia (34,8) e il Belgio (28,3). Da questo punto di vista per l'Italia potrebbero esserci margini di crescita e di miglioramento anche se la maggiore vicinanza dei grandi porti - olandesi (Rotterdam) e belgi (Anversa) - rappresenta un vantaggio geografico per Paesi Bassi, Francia e Belgio e, di conseguenza, una barriera in più per il nostro paese.

Nel 2015, comunque, ogni cento euro di merci importate dal Regno Unito, quattro euro sono italiani (22,5 miliardi di euro su un totale di 567,1).

Tabella 2 - I principali Paesi che esportano nel Regno Unito

Anno 2015

Principali esportatori nel Regno Unito	Valori in mld di euro (**)	Inc. % su totale export mondiale nel Regno Unito
Germania (*)	84,8	15,0
Cina	56,8	10,0
Stati Uniti	52,3	9,2
Paesi Bassi (*)	42,6	7,5
Francia (*)	34,8	6,1
Belgio (*)	28,3	5,0
Italia (*)	22,5	4,0
Spagna (*)	19,4	3,4
Irlanda (*)	17,3	3,0
Norvegia	16,9	3,0
Polonia (*)	11,2	2,0
Turchia	10,0	1,8
Canada	9,7	1,7
Svezia (*)	9,4	1,7
Svizzera	9,2	1,6
Primi 15 paesi esportatori	425,1	75,0
Totale export mondo verso il Regno Unito	567,1	100,0

Elaborazione Ufficio Studi CGIA su dati Nazioni Unite (Comtrade)

(*) Paesi appartenenti all'Unione Europea.

(**) Valori origine in dollari statunitensi; calcolati con un tasso di cambio medio euro/dollaro di 1,10951 (fornito dalla Banca d'Italia per l'anno 2015); dato congruo con Istat che indica, per l'Italia, un totale export nel Regno Unito pari a 22,5 miliardi di euro (dati relativi all'intero 2015 ma ancora provvisori).

Cosa esporta l'Italia nel Regno Unito? Le esportazioni italiane nel Regno Unito sono abbastanza variegata e tale sensazione è presto confermata dalla tabella 3 che analizza l'export per codice ATECO a tre cifre. Ai primi 5 posti della classifica emergono prodotti che superano il miliardo di euro di export: in primis, gli autoveicoli (1.678,8 milioni di euro) e a seguire gli articoli di abbigliamento (1.094,9), le altre macchine di impiego generale (1.049,0), i medicinali/preparati farmaceutici (1.040,0) e le macchine di impiego generale (1.020,5).

Tabella 3 - Export italiano (valori in milioni di euro e var. %)

Primi 35 prodotti (ATECO a 3 cifre) - ITALIA	2014	2015 (*)	Var. % 2015/ 2014
Autoveicoli	1.197,5	1.678,8	+40,2
Articoli di abbigliamento (escluso in pelliccia)	993,9	1.094,9	+10,2
Altre macchine di impiego generale (1)	952,5	1.049,0	+10,1
Medicinali e preparati farmaceutici	977,5	1.040,0	+6,4
Macchine di impiego generale (2)	1.005,9	1.020,5	+1,5
Bevande (3)	834,4	936,5	+12,2
Mobili	794,7	927,8	+16,7
Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	831,5	831,8	+0,0
Altre macchine per impieghi speciali (4)	629,3	680,5	+8,1
Calzature	533,5	563,5	+5,6
Articoli in materie plastiche	544,5	561,1	+3,1
Cuoio conciato e lavorato; articoli da viaggio, borse, pellicce, ecc.	474,8	488,8	+2,9
Altri prodotti alimentari (5)	436,6	482,0	+10,4
Aeromobili, veicoli spaziali e relativi dispositivi	522,7	461,1	-11,8
Apparecchi per uso domestico (6)	393,1	460,4	+17,1
Frutta e ortaggi lavorati e conservati	454,0	460,3	+1,4
Altri prodotti in metallo (7)	411,6	418,7	+1,7
Prod. chimici di base, fertilizzanti, mat. plastiche e gomma sintetica	437,8	415,2	-5,2
Saponi/detergenti, prodotti pulizia/lucidatura, profumi e cosmetici	353,6	404,8	+14,5
Metalli di base preziosi e altri metalli non ferrosi	453,2	401,4	-11,4

segue prodotti	2014	2015 (*)	Var. % 2015/ 2014
Prodotti da forno e farinacei	354,2	391,6	+10,6
Occhiali e strumenti e forniture mediche/dentistiche	263,5	362,2	+37,5
Strumenti e apparecchi di misurazione, prova e navigazione; orologi	279,1	321,0	+15,0
Motori, gen.tori/trasf.tori elettrici; app. per distribuz. e contr. elettr.	336,0	309,6	-7,9
Articoli di maglieria	238,0	263,7	+10,8
Apparecchiature di cablaggio	262,5	249,0	-5,2
Macchine per la formatura dei metalli e altre macchine utensili	181,1	238,0	+31,4
Carne lavorata e conservata e prodotti a base di carne	213,0	227,6	+6,9
Prodotti delle industrie lattiero-casearie	218,4	226,9	+3,9
Tubi, condotti, profilati cavi e relativi accessori in acciaio	250,2	221,3	-11,5
Articoli di carta e di cartone	184,6	210,6	+14,1
Altri prodotti chimici (8)	203,6	206,5	+1,4
Gioielleria, bigiotteria e articoli connessi; pietre preziose lavorate	174,0	206,2	+18,5
Merci dichiarate come provviste di bordo, merci di ritorno/respinte	150,7	200,4	+33,0
Tessuti	187,8	195,8	+4,3
Totale export italiano nel Regno Unito	20.939,2	22.484,2	+7,4

Elaborazione Ufficio Studi CGIA su dati Istat

(*) Dati relativi all'intero anno 2015 ma non ancora definitivi.

Note

Sono stati indicati in tabella i primi 35 prodotti relativamente alla classificazione delle esportazioni per codice di attività ATECO a 3 cifre. Questi 35 prodotti rappresentano oltre l'80% del totale export italiano nel Regno Unito che, nel 2015, ha superato i 22 miliardi di euro.

- (1) Forni, bruciatori e sistemi di riscaldamento; macchine di sollevamento/movimentazione; macchine e attrezzature per ufficio (esclusi i computer); utensili portatili a motore; attrezzature di uso non domestico per la refrigerazione/ventilazione.
- (2) Fabbricazione di motori e turbine (esclusi per veicoli, motocicli e aeromobili); di apparecchiature fluidodinamiche; di altre pompe e compressori; di altri rubinetti e valvole; di cuscinetti/ingranaggi e organi di trasmissione.
- (3) In particolare i vini di uve che, con 746,2 milioni di euro di valore esportato nel 2015, incidono per quasi l'80% dell'export di bevande.
- (4) Macchine specifiche per i settori metallurgia, industria alimentare/bevande, TAC, carta/cartone, materie plastiche e della gomma ecc.
- (5) Produzione di zucchero, cacao/cioccolato/caramelle/confetti, lavorazione tè e caffè, produzione di condimenti e spezie, produzione di pasti e piatti pronti, di omogeneizzati e alimenti dietetici.
- (6) Elettrodomestici e apparecchi per uso domestico non elettrici (per cucinare, per riscaldare, ecc.).
- (7) Fabbricazione di bidoni, di imballaggi leggeri in metallo, di prodotti fabbricati con fili metallici, catene e molle; fabbricazione di articoli di bulloneria ecc.; fabbricazione di stoviglie, pentolame ecc.; casseforti e porte blindate; di oggetti in ferro e rame ecc.
- (8) Fabbricazione di colle, oli essenziali, esplosivi e di altri prodotti chimici come ad esempio preparati antigelo, fabbricazione di prodotti chimici utilizzati per l'ufficio, di prodotti elettrochimici ecc.

3. Il Veneto e l'export con il Regno Unito

Il ruolo del Veneto nel commercio estero verso il Regno Unito è di primo piano e, così come per il totale del commercio mondiale italiano, anche in questo caso la regione occupa il secondo posto dopo la Lombardia (tabella 4). Le imprese venete hanno esportato quasi 3,5 miliardi di euro nel Regno Unito che equivalgono, nel 2015, a più del 15% del totale export italiano oltremarina.

E dal confronto con l'anno 2014 emergono segnali interessanti per il Veneto che ha aumentato il volume delle esportazioni del 17,0%; si tratta di un saggio di crescita più che doppio rispetto al 7,4% del totale Italia e nettamente superiore al deprezzamento medio dell'euro nei confronti della sterlina (circa 10% rispetto al 2014); in altre parole, i volumi di export tra il Veneto e il Regno Unito sono aumentati nettamente.

Prendendo in esame le prime cinque regioni italiane che esportano nel Regno Unito è il Veneto quella che ha fatto registrare il saggio di crescita maggiore tra 2014 e 2015; segue l'Emilia Romagna con un +11,5%, la Toscana (+6,8%) e la Lombardia (+2,1%) mentre nel caso del Piemonte si è verificata una flessione (-2,8%).

Tabella 4 - L'export verso il Regno Unito: 5 regioni esportano più di 70% del totale

Export (valori in milioni di euro e var. %)

Regioni e aree	2014	2015 (*)	Var. ass. 2015-2014 (mln €)	Var. % 2015/2014
Lombardia	5.201,8	5.310,9	+109,1	+2,1
Veneto	2.947,5	3.448,9	+501,4	+17,0
Emilia Romagna	3.084,3	3.439,2	+354,9	+11,5
Piemonte	2.454,7	2.385,5	-69,2	-2,8
Toscana	1.686,9	1.802,2	+115,3	+6,8
Lazio	1.074,9	1.010,5	-64,4	-6,0
Campania	920,1	918,0	-2,1	-0,2
Abruzzo	638,8	783,5	+144,7	+22,7
Friuli Venezia Giulia	654,5	686,4	+31,9	+4,9
Marche	639,8	628,2	-11,5	-1,8
Basilicata	75,6	415,1	+339,5	+449,0
Trentino Alto Adige	397,8	414,7	+17,0	+4,3
Puglia	388,4	369,2	-19,2	-4,9
Umbria	178,4	208,3	+29,9	+16,8
Liguria	150,0	183,3	+33,2	+22,2
Sicilia	211,0	180,8	-30,2	-14,3
Sardegna	28,9	40,1	+11,1	+38,4
Molise	17,4	22,0	+4,6	+26,2
Calabria	15,9	19,5	+3,5	+22,2
Valle d'Aosta	22,5	18,0	-4,6	-20,2
Totale export ITA nel Regno Unito	20.939,2	22.484,2	+1.545,0	+7,4
Nord Est	7.084,1	7.989,3	+905,2	+12,8
Nord Ovest	7.829,1	7.897,7	+68,6	+0,9
Centro	3.579,9	3.649,2	+69,3	+1,9
Mezzogiorno	2.296,2	2.748,1	+451,9	+19,7
Non specificato	149,9	199,9	+50,0	+33,3

Elaborazione Ufficio Studi CGIA su dati Istat

(*) Dati relativi all'intero anno 2015 ma non ancora definitivi.

A livello provinciale sono Treviso e Vicenza a fare la parte del leone nell'export diretto oltremarica. Nel 2015 la marca trevigiana ha esportato per 912,6 milioni di euro in Gran Bretagna con un tasso di crescita elevatissimo (+25,4%); proprio grazie a questa performance la provincia di Treviso ha superato, nel 2015, quella di Vicenza che ha dovuto "accontentarsi" di un saggio di crescita del 15,9% toccando i 874,4 milioni di euro (tabella 5).

Al terzo posto e al quarto posto le province di Verona (619 milioni di euro, per un incremento rispetto al 2014 del 13,5%) e di Padova (487,1 milioni di euro, corrispondenti ad un +10,6%).

La provincia di Belluno (251 milioni di euro) prevale, invece, su Venezia (213,5 milioni di euro) e la sorpassa proprio grazie ad un saggio di crescita record (+26,1%), specie, come si vedrà più avanti, per il contributo dell'occhialeria.

Tabella 5 - L'export veneto nel Regno Unito

	2014	2015 (*)	Var. ass. 2015-2014 (mln €)	Var. % 2015/2014
Treviso	727,6	912,6	+185,1	+25,4
Vicenza	754,2	874,4	+120,2	+15,9
Verona	545,5	619,0	+73,5	+13,5
Padova	440,6	487,1	+46,5	+10,6
Belluno	199,0	251,0	+52,0	+26,1
Venezia	203,5	213,5	+10,0	+4,9
Rovigo	77,2	91,3	+14,1	+18,3
VENETO	2.947,5	3.448,9	+501,4	+17,0

Elaborazione Ufficio Studi CGIA su dati Istat

(*) Dati relativi all'intero anno 2015 ma non ancora definitivi.

Risulta utile fare un passo indietro considerando il ruolo di Treviso e di Vicenza in confronto con le altre province italiane. In effetti, dall'analisi della tabella 6, si verifica come nel rank provinciale dell'export italiano nel Regno Unito dopo il primo posto di Milano (1.369,6 milioni di euro) e la seconda piazza di Torino (1.016,1 milioni di euro) compaiano proprio le due province venete (prima delle lombarde manifatturiere Bergamo e Brescia). Un risultato di primo piano specie se si guarda ai tassi di crescita che per Treviso e Vicenza sono positivi e a due cifre, mentre Milano (-1,4%) e Torino (-13,0%) presentano il segno meno.

Su questa prospettiva appaiono anche interessanti le performance di Verona e di Padova che rappresentano rispettivamente l'undicesima e la quattordicesima provincia in rank.

Tabella 6 - Il rank territoriale dell'export italiano nel Regno Unito: Treviso e Vicenza contendono la leadership a Milano e Torino

Prime 15 province	2015 (*)	Var. % 2015/2014	Inc. % su totale Italia (anno 2015)
Milano	1.369,6	-1,4	6,09
Torino	1.016,1	-13,0	4,52
Treviso	912,6	+25,4	4,06
Vicenza	874,4	+15,9	3,89
Bergamo	806,4	-0,1	3,59
Brescia	757,3	+17,4	3,37
Modena	732,7	+12,8	3,26
Reggio Emilia	690,2	+11,3	3,07
Chieti	688,9	+26,5	3,06
Bologna	647,3	+13,9	2,88
Verona	619,0	+13,5	2,75
Firenze	581,6	+8,7	2,59
Varese	564,6	+5,1	2,51
Padova	487,1	+10,6	2,17
Frosinone	450,2	+6,4	2,00
ITALIA	22.484,2	+7,4	100,00

Elaborazione Ufficio Studi CGIA su dati Istat

(*) Dati relativi all'intero anno 2015 ma non ancora definitivi.

Di qui in avanti l'interesse di questo saggio è unicamente rivolto alle esportazioni venete nel Regno Unito, per prodotto. Oltre al caso del Veneto è stata esaminata la situazione relativa a ciascuna provincia del Veneto indicando, nello specifico, i dati relativi ai primi 35 prodotti esportati, o meglio relativi ai primi 35 comparti economici secondo la classificazione dei codici ATECO a tre cifre.

La tabella 7 illustra quindi i primi 35 comparti produttivi del Veneto che esportano nel Regno Unito.

Dall'analisi emergono innanzitutto le grandi specializzazioni del *made in* Veneto. Il settore delle bevande (ovvero quello vinicolo) guida la classifica dell'export veneto oltremarica con quasi 400 milioni di valore (+30,6% rispetto al 2014) mentre al secondo posto si trovano i mobili (265,1 milioni di euro con una crescita del 23,1%) e l'occhialeria (231,7 milioni di euro, +35,0%).

Seguono gli articoli di abbigliamento (229,9 milioni di euro, +10,9%), le altre macchine di impiego generale (195,2 milioni di euro) - che comprendono forni, bruciatori e sistemi di riscaldamento, macchine di sollevamento/movimentazione, macchine e attrezzature per ufficio (esclusi i computer), utensili portatili a motore, attrezzature di uso non domestico per la refrigerazione/ventilazione - e le altre macchine per gli impieghi speciali ovvero quelle specifiche per i settori (ad esempio metallurgia, industria alimentare/bevande, TAC, carta/cartone, materie plastiche e della gomma ecc.) per 170,9 milioni di euro (+17,6%).

Completano gli ultimi 4 posti della top ten le calzature (144

milioni di euro, +11,1% sul 2014), il cuoio conciato/lavorato, articoli da viaggio e pellicce (107,5 milioni di euro, +2,0%), gli altri prodotti alimentari - che comprendono la produzione di zucchero, cacao/cioccolato/caramelle/confetti, lavorazione tè e caffè, produzione di condimenti e spezie, produzione di pasti e piatti pronti, di omogeneizzati e alimenti dietetici - (104,4 milioni di euro, +25,9%) e gli apparecchi per uso domestico che sfiorano i 100 milioni di euro (+13,8% il tasso di crescita rispetto al 2014).

Dall'analisi dei primi 35 prodotti esportati dal Veneto nel Regno Unito emergono due considerazioni.

La prima insiste sul fatto che il podio dei prodotti del Veneto (tabella 7) è completamente diverso rispetto a quello italiano (tabella 3); questo è dovuto alle specializzazioni delle *made in* Veneto, uniche e in piena fase di slancio nel 2015 con tassi di crescita nettamente superiori al 20%.

La seconda riguarda l'intera intensità della crescita delle esportazioni dei primi 10 settori che, nel caso del Veneto, in ben otto casi su 10 presentano incrementi a doppia cifra; nel caso dell'Italia tale evento si verifica solo cinque volte e se togliamo la performance degli autoveicoli (+40,2%) per gli altri 4 comparti la spinta è molto inferiore rispetto ai risultati dei comparti manifatturieri veneti.

Tabella 7 - Export VENETO nel Regno Unito (valori in milioni di euro e var. %)

Primi 35 prodotti (ATECO a 3 cifre) - VENETO	2014	2015 (*)	Var. % 2015/2014
Bevande (3)	305,9	399,4	+30,6
Mobili	215,4	265,1	+23,1
Occhiali e strum./forniture medico/dentistiche	171,6	231,7	+35,0
Articoli di abbigliamento, escluso l'abbigliamento in pelliccia	207,3	229,9	+10,9
Altre macchine di impiego generale (1)	180,8	195,2	+8,0
Altre macchine per impieghi speciali (4)	145,3	170,9	+17,6
Calzature	129,6	144,0	+11,1
Cuoio conciato e lavorato; articoli da viaggio, borse, pellicce, ecc.	105,4	107,5	+2,0
Altri prodotti alimentari (5)	82,9	104,4	+25,9
Apparecchi per uso domestico (6)	87,0	99,0	+13,8
Macchine di impiego generale (2)	72,7	80,6	+10,8
Metalli di base preziosi e altri metalli non ferrosi	45,4	76,7	+68,9
Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	64,2	67,1	+4,6
Articoli in materie plastiche	60,4	65,9	+9,1
Motori, gen.tori/trasf.tori elettrici; app. per distribuz. e contr. elettr.	65,0	63,8	-1,8
Altri prodotti in metallo (7)	55,0	56,3	+2,2
Pasta-carta, carta e cartone	51,1	53,7	+4,9
Altri mezzi di trasporto	40,2	50,5	+25,7
Giolleria, bigiotteria e articoli connessi; pietre preziose lavorate	40,3	49,3	+22,5
Macchine per l'agricoltura e la silvicoltura	33,2	47,5	+43,1

segue prodotti	2014	2015 (*)	Var. % 2015/2014
Elementi da costruzione in metallo	15,0	41,0	+173,1
Prodotti da forno e farinacei	34,0	39,1	+15,1
Libri, periodici e prodotti di altre attività editoriali	25,7	37,5	+45,9
Articoli di maglieria	27,6	34,3	+24,2
Prodotti farmaceutici di base	30,2	33,3	+10,2
Autoveicoli	10,1	32,5	+222,2
Sisteme, serbatoi, radiatori e contenitori in metallo	35,1	31,7	-9,9
Articoli di carta e di cartone	26,0	31,5	+21,2
Apparecchiature di cablaggio	34,1	30,8	-9,6
Pietre tagliate, modellate e finite	23,5	30,6	+30,2
Legno tagliato e piallato	24,1	29,6	+22,9
Batterie di pile e accumulatori elettrici	26,4	29,3	+10,9
Macchine per la formatura dei metalli e altre macchine utensili	23,5	28,8	+22,8
Saponi e detersivi, prodotti per pulizia, profumi e cosmetici	21,7	26,7	+22,9
Tubi, condotti, profilati cavi e relativi accessori in acciaio	29,5	25,7	-12,7
Totale export nel Regno Unito (VENETO)	2.947,5	3.448,9	+17,0

Elaborazione Ufficio Studi CGIA su dati Istat

(*) Dati relativi all'intero anno 2015 ma non ancora definitivi.

Note

Nelle tabelle successive vengono indicati, per ogni provincia, i primi 35 prodotti della classificazione esportazioni per codice di attività ATECO a 3 cifre. Si faccia riferimento a queste note per eventuali approfondimenti sulle voci merceologiche, così come per la tabella 7

- (1) Forni, bruciatori e sistemi di riscaldamento; macchine di sollevamento/movimentazione; macchine e attrezzature per ufficio (esclusi i computer); utensili portatili a motore; attrezzature di uso non domestico per la refrigerazione/ventilazione.
- (2) Fabbricazione di motori e turbine (esclusi per veicoli, motocicli e aeromobili); di apparecchiature fluidodinamiche; di altre pompe e compressori; di altri rubinetti e valvole; di cuscinetti/ingranaggi e organi di trasmissione.
- (3) In particolare i vini di uve.
- (4) Macchine specifiche per i settori metallurgia, industria alimentare/bevande, TAC, carta/cartone, materie plastiche e della gomma ecc.
- (5) Produzione di zucchero, cacao/cioccolato/caramelle/confetti, lavorazione tè e caffè, produzione di condimenti e spezie, produzione di pasti e piatti pronti, di omogeneizzati e alimenti dietetici.
- (6) Elettrodomestici e apparecchi per uso domestico non elettrici (per cucinare, per riscaldare, ecc.).
- (7) Fabbricazione di bidoni, di imballaggi leggeri in metallo, di prodotti fabbricati con fili metallici, catene e molle; fabbricazione di articoli di bulloneria ecc.; fabbricazione di stoviglie, pentolame ecc.; casseforti e porte blindate; di oggetti in ferro e rame ecc.
- (8) Fabbricazione di colle, oli essenziali, esplosivi e di altri prodotti chimici come ad esempio preparati antigelo, fabbricazione di prodotti chimici utilizzati per l'ufficio, di prodotti elettrochimici ecc.

Provincia di Treviso

La tabella 8 è dedicata all'export della provincia di Treviso nel Regno Unito. Si inizia con Treviso in quanto è la prima provincia veneta per valore di export in Gran Bretagna con quasi un miliardo di euro di valore esportato nel 2015. Seguiranno poi, in questo rank, le considerazioni e i risultati delle altre sei province venete.

Il primo prodotto esportato dalla provincia di Treviso con il Regno Unito è rappresentato dal comparto del mobile: nel 2015 per un valore di 219,7 milioni di euro (+24,0%). Il distretto del mobile e dell'arredamento della sinistra Piave fa la parte del leone e rappresenta quasi l'83% dell'export di mobili del Veneto nel Regno Unito e quasi il 24% di tutto quello italiano. Si tratta, a buona ragione, di un prodotto qualitativamente elevato che incontra chiaramente il gusto ma anche le possibilità economiche dei cittadini e delle imprese inglesi.

Al secondo posto del rank le bevande ovvero i vini del trevigiano con in testa il prosecco; il valore delle esportazioni si è spinto nel 2015 a 146,6 milioni di euro con un saggio di crescita elevatissimo (+58,1%); anche qui l'apporto al totale delle bevande esportate dal Veneto è significativo: quasi il 37% per Treviso che nel 2015 ha "scalzato" la provincia di Verona (30% sul totale export veneto di bevande nel Regno Unito).

In terza posizione, l'altra grande specializzazione del trevigiano ovvero la produzione di elettrodomestici (71,7 milioni di euro, +15,7% rispetto al 2014). Qui il ruolo di Treviso è di dominio assoluto tant'è che rispetto ai 99 milioni di euro di valore esportato nel Regno Unito più del 72% è in capo alla marca trevigiana e alla sua Inox Valley di Conegliano.

Questi primi tre prodotti rappresentano quasi la metà del valore complessivo esportato dalla provincia di Treviso nel Regno Unito e subito dopo si trovano il calzaturiero (67,6 milioni di euro, +15,2%), con la specializzazione della scarpa sportiva, e gli articoli di abbigliamento (54,2 milioni di euro, +20,1%), anche qui in particolar modo per la fascia sport/tempo libero.

Altri risultati significativi e relativi all'anno 2015 hanno riguardato gli elementi da costruzione in metallo che hanno più che triplicato le esportazioni rispetto al 2014 e anche le macchine per l'agricoltura e la silvicoltura che hanno invece riscontrato un incremento percentuale pari al 62%.

Tabella 8 - Export TREVISO nel Regno Unito (valori in milioni di euro e var. %)

Primi 35 prodotti (ATECO a 3 cifre) - TREVISO	2014	2015 (*)	Var. % 2015/2014
Mobili	177,2	219,7	+24,0
Bevande (3)	92,7	146,6	+58,1
Apparecchi per uso domestico (6)	61,9	71,7	+15,7
Calzature	58,7	67,6	+15,2
Articoli di abbigliamento, escluso l'abbigliamento in pelliccia	45,1	54,2	+20,1
Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	38,1	42,1	+10,5
Elementi da costruzione in metallo	9,3	34,0	+264,4
Altre macchine per impieghi speciali (4)	23,5	24,0	+2,1
Macchine per l'agricoltura e la silvicoltura	13,8	22,3	+62,2
Legno tagliato e piallato	18,8	21,6	+15,1
Altre macchine di impiego generale (1)	23,9	20,9	-12,5
Articoli in materie plastiche	15,0	17,0	+13,4
Prodotti da forno e farinacei	9,7	14,3	+48,0
Articoli di carta e di cartone	11,9	14,1	+18,3
Articoli di coltelleria, utensili e oggetti di ferramenta	12,1	11,3	-6,6
Macchine per la formatura dei metalli e altre macchine utensili	6,0	10,3	+72,5
Articoli di maglieria	7,3	9,6	+31,3
Altre apparecchiature elettriche	7,6	9,3	+21,1
Altri prodotti in metallo (7)	7,1	8,2	+15,3
Pasta-cartta, carta e cartone	8,0	6,6	-17,0

Segue prodotti	2014	2015 (*)	Var. % 2015/2014
Prodotti in legno, sughero, paglia e materiali da intreccio	4,9	6,5	+33,1
Altri mezzi di trasporto	6,5	6,2	-4,3
Strumenti e apparecchi di misurazione, prova e navigazione; orologi	6,0	6,0	+0,5
Altri prodotti abrasivi e di minerali non metalliferi	5,9	5,9	-0,1
Vetro e di prodotti in vetro	2,5	5,0	+97,8
Apparecchiature per le telecomunicazioni	0,5	4,8	+815,2
Articoli sportivi	3,7	3,9	+5,7
Motori, gen.tori/trasf.tori elettrici; app. per distribuz. e contr. elettr.	2,5	3,9	+57,2
Apparecchiature per illuminazione	3,4	3,5	+2,6
Cisterne, serbatoi, radiatori e contenitori in metallo	3,9	2,8	-27,1
Altri prodotti alimentari (5)	2,6	2,7	+1,9
Prodotti per l'alimentazione degli animali	4,3	2,7	-37,9
Occhiali e strum./forniture medico/dentistiche	1,6	2,2	+36,1
Prodotti di elettronica di consumo audio e video	1,6	2,0	+20,6
Filati di fibre tessili	2,5	1,9	-23,3
Totale export nel Regno Unito (PROV. TREVISO)	727,6	912,6	+25,4

Elaborazione Ufficio Studi CGIA su dati Istat

(*) Dati relativi all'intero anno 2015 ma non ancora definitivi.

Provincia di Vicenza

La tabella 9 illustra la dinamica delle esportazioni della provincia di Vicenza oltremarina. Anche in questo caso emergono, da subito, le specializzazioni tipiche del vicentino con in testa l'abbigliamento e la concia, le macchine di impiego generale e la gioielleria.

Con 115 milioni di euro di valore esportato, gli articoli di abbigliamento rappresentano dunque il primo prodotto esportato da Vicenza nel Regno Unito; la crescita rispetto al 2014 è stata significativa, a doppia cifra, e pari al 18,2%. Questo distretto si estende in provincia - principalmente nei comuni di Schio, Thiene e Valdagno - e sono numerose le aziende con brand proprio oltre ai terzisti a cui le griffe continuano ad affidarsi: committenti come Vuitton, Gucci, Moncler, Dior, Chanel hanno nel tempo istaurato collaborazioni sul territorio di lunga durata. Il distretto è inoltre patria di nomi storici della moda: qui è nata l'azienda Marzotto, così come Diesel o Bottega Veneta.

Al secondo posto, il distretto della concia vicentina che nel 2015 ha esportato oltremarina per quasi 100 milioni di euro (97,0 milioni con una crescita dell'11,8% rispetto al 2014). La peculiarità di quest'area conciaria è rappresentata, sul piano produttivo, dalla principale specializzazione delle pelli bovine medio-grandi che vengono principalmente destinate ai clienti dell'imbottito (arredamento ed interni auto), alla calzatura e alla pelletteria. Questo distretto vicentino, primo polo conciario italiano, si concentra nel triangolo Arzignano – Montebello – Valle del Chiampo e le esportazioni nel Regno Unito sono abbastanza importanti dal momento che, nel 2015, hanno rappresentato il

90% del totale esportazioni venete di questo comparto nel Regno Unito (e quasi il 20% del totale export italiano oltremarina).

Più staccate, in terza posizione e quarta posizione, si trovano entrambe con 45,7 milioni di euro di valore esportato, le macchine di impiego generale e la gioielleria. Per quanto concerne le macchine di impiego generale – che rispetto al 2014 hanno “sperimentato” un incremento dell'export nel Regno Unito del 21,6% - si fa riferimento, in particolare, alla fabbricazione di motori e di turbine, di apparecchiature fluidodinamiche, di pompe e compressori.

Per quel che riguarda la gioielleria, invece, la crescita dell'export nel Regno Unito ha sfiorato il 30% (+27,1%) passando dai 35,9 milioni di euro del 2014 ai 45,7 milioni di euro del 2015. La gamma produttiva del distretto orafo di Vicenza è variegata e spazia dai monili di alta gioielleria, oreficeria e argenteria, ai prodotti di tendenza, ai semilavorati, dalle montature per gioielli, chiusure, porta-orologi, al vasellame d'argento ecc.. Il tessuto imprenditoriale è locale e caratterizzato dalla prevalenza di molte piccole aziende, spesso artigianali ed altamente specializzate, che producono pezzi unici in grado di incontrare i gusti dei cittadini di tutto il mondo, compresi quelli dei britannici.

Tra gli altri prodotti più importanti esportati oltremarina si registrano risultati significativi anche per le bevande (44,3 milioni di euro nel 2015 +49,3% rispetto al 2014) e per le altre macchine, sia di impiego generale, che per gli impieghi speciali.

Tabella 9 - Export VICENZA nel Regno Unito (valori in milioni di euro e var. %)

Primi 35 prodotti (ATECO a 3 cifre) - VICENZA	2014	2015 (*)	Var. % 2015/2014
Articoli di abbigliamento, escluso l'abbigliamento in pelliccia	97,4	115,1	+18,2
Cuoio conciato e lavorato; articoli da viaggio, borse, pellicce, ecc.	86,7	97,0	+11,8
Macchine di impiego generale (2)	37,6	45,7	+21,6
Gioielleria, bigiotteria e articoli connessi; pietre preziose lavorate	35,9	45,7	+27,1
Bevande (3)	29,7	44,3	+49,3
Altre macchine di impiego generale (1)	31,3	39,9	+27,5
Altre macchine per impieghi speciali (4)	30,7	34,5	+12,5
Altri prodotti in metallo (7)	31,3	31,5	+0,5
Prodotti farmaceutici di base	28,7	30,5	+6,2
Apparecchiature di cablaggio	30,5	27,1	-11,4
Metalli di base preziosi e altri metalli non ferrosi	19,0	26,9	+41,6
Calzature	17,7	26,8	+51,7
Altri mezzi di trasporto	18,8	24,8	+31,7
Motori, gen.tori/trasf.tori elettrici; app. per distribuz. e contr. elettr.	23,3	23,7	+1,9
Tubi, condotti, profilati cavi e relativi accessori in acciaio	26,7	21,8	-18,3
Libri, periodici e prodotti di altre attività editoriali	13,3	20,9	+57,2
Articoli in materie plastiche	18,0	18,9	+4,7
Macchine per l'agricoltura e la silvicoltura	11,1	14,2	+27,9
Altri prodotti della prima trasformazione dell'acciaio	17,2	13,2	-23,0
Articoli di maglieria	11,4	12,8	+11,7

Segue prodotti

	2014	2015 (*)	Var. % 2015/2014
Mobili	11,0	12,4	+12,6
Pasta-carta, carta e cartone	11,4	11,9	+4,4
Altri prodotti alimentari (5)	8,2	11,8	+43,9
Macchine per la formatura dei metalli e altre macchine utensili	8,9	11,1	+24,9
Cisterne, serbatoi, radiatori e contenitori in metallo	7,7	8,4	+9,4
Prod. chimici di base, fertilizzanti, mat. plastiche e gomma sintetica	7,9	7,9	-0,8
Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	7,6	7,8	+2,3
Prodotti delle industrie lattiero-casearie	8,9	7,7	-13,1
Prodotti da forno e farinacei	5,3	5,8	+10,6
Prodotti della siderurgia	6,7	5,7	-15,0
Strumenti e apparecchi di misurazione, prova e navigazione; orologi	2,4	5,3	+119,5
Apparecchiature per le telecomunicazioni	4,6	5,2	+13,0
Altri prodotti chimici (8)	4,3	4,5	+4,7
Saponi e detersivi, prodotti per pulizia, profumi e cosmetici	2,1	4,4	+105,1
Altri prodotti tessili	4,6	4,3	-6,3
Totale export nel Regno Unito (PROV. VICENZA)	754,2	874,4	+15,9

Elaborazione Ufficio Studi CGIA su dati Istat

(*) Dati relativi all'intero anno 2015 ma non ancora definitivi.

Provincia di Verona

Nella tabella 10, così come fatto per le province di Treviso e di Vicenza, vengono riportate le esportazioni veronesi nel Regno Unito (primi 35 comparti ATECO a tre cifre e totale export).

I rapporti commerciali tra la provincia di Verona e il regno della regina Elisabetta “muovono” dalla specificità agroalimentare più apprezzata: i vini esportati da Verona in Gran Bretagna (Amarone, Valpolicella, Soave i più noti) hanno garantito quasi 120 milioni di euro in valore nel 2015, con una crescita percentuale del 4,6% rispetto al 2014.

Nel podio delle esportazioni veronesi verso il Regno Unito rientrano poi i comparti delle altre macchine di impiego generale – che riguardano prevalentemente la termomeccanica – con 55,6 milioni di valore nel 2015 (+14,0% rispetto al 2014) e il comparto degli altri prodotti alimentari – un settore che comprende molti sotto-settori che spaziano dalla produzione di condimenti/spezie, alla produzione di cacao/cioccolato/caramelle/confetti, alla lavorazione del tè e del caffè, alla produzione di pasti e di piatti pronti, di omogenizzati e di alimenti dietetici – che si è spinto a 51,1 milioni di euro di export oltremarica nel 2015 (+61%); un vero e proprio boom che non è legato, tra l'altro, ai prodotti da forno e dai farinacei (inclusi panettoni, pandori, ecc.) che si attestano a 8,4 milioni di euro di export in Gran Bretagna (+1,0% sul 2014).

Tra le altre peculiarità dell'export veronese nel Regno Unito non si devono poi trascurare quei prodotti che provengono da due grandi distretti: quello del marmo granito della Valpolicella e quello cartario.

Il distretto del marmo granito della Valpolicella esporta in Gran Bretagna per 26,5 milioni di euro (+24,5% rispetto al 2014): si tratta di un'area tradizionalmente nota per l'attività lapidea (estrazione) e dell'industria del marmo (lavorazione dei materiali lapidei). Le qualità di marmo prodotte più celebri sono il Rosso Verona ed il Nembro Veronese che vengono utilizzate per la costruzione di fontane, ornamenti, vasche, pavimenti e di molte opere di valore artistico. Si tratta, tra l'altro, del principale polo italiano per la lavorazione del marmo e granito.

Il distretto cartario di Verona si estende su tutta la provincia scaligera ed è caratterizzato da un sistema integrato di imprese per la realizzazione di prodotti grafici e della comunicazione. Nella filiera distrettuale operano diverse tipologie di industrie cartarie e cartotecniche (studi grafici, aziende di pre stampa, di stampa, di confezione-allestimento, di distribuzione/smaltimento/riciclaggio carta), tutte dedicate alle diverse linee di prodotto (stampati editoriali, commerciali, packaging rigido e flessibile, quotidiani e periodici, stampati pubblicitari, analogici, su CD, per il web). Il solo comparto della pasta-carta, carta e cartone del veronese ha esportato oltremarica per 20,2 milioni di euro nel 2015 con un tasso di crescita molto robusto (+44,5% sul 2014).

Tabella 10 - Export VERONA nel Regno Unito (valori in milioni di euro e var. %)

Primi 35 prodotti (ATECO a 3 cifre) - VERONA	2014	2015 (*)	Var. % 2015/2014
Bevande (3)	114,0	119,3	+4,6
Altre macchine di impiego generale (1)	48,8	55,6	+14,0
Altri prodotti alimentari (5)	31,7	51,1	+61,0
Autoveicoli	7,8	30,0	+284,7
Articoli di abbigliamento, escluso l'abbigliamento in pelliccia	26,3	29,9	+13,7
Batterie di pile e accumulatori elettrici	24,0	27,2	+13,4
Pietre tagliate, modellate e finite	21,3	26,5	+24,5
Altre macchine per impieghi speciali (4)	24,3	21,1	-12,9
Pasta-carta, carta e cartone	14,0	20,2	+44,5
Motori, gen.tori/trasf.tori elettrici; app. per distribuz. e contr. elettr.	21,2	19,9	-6,5
Apparecchi per uso domestico (6)	15,6	19,2	+22,5
Calzature	17,5	18,1	+3,7
Carne lavorata e conservata e prodotti a base di carne	9,7	17,8	+83,1
Cisterne, serbatoi, radiatori e contenitori in metallo	14,6	14,8	+1,3
Altri mezzi di trasporto	11,6	14,4	+24,5
Carrozzerie per autoveicoli; rimorchi e semirimorchi	8,8	14,3	+62,5
Altri prodotti abrasivi e di minerali non metalliferi	13,4	12,7	-5,6
Saponi e detergenti, prodotti per pulizia, profumi e cosmetici	7,2	9,0	+24,7
Prodotti in calcestruzzo, cemento e gesso	7,6	8,8	+16,3
Prodotti da forno e farinacei	8,3	8,4	+1,0

Segue prodotti	2014	2015 (*)	Var. % 2015/2014
Libri, periodici e prodotti di altre attività editoriali	6,7	6,8	+0,6
Articoli di maglieria	3,8	5,9	+54,8
Prodotti delle industrie lattiero-casearie	8,1	5,4	-34,1
Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	4,7	4,5	-5,5
Macchine per la formatura dei metalli e altre macchine utensili	2,4	4,1	+73,0
Strumenti e apparecchi di misurazione, prova e navigazione; orologi	5,3	4,0	-24,7
Prodotti colture agricole non permanenti	7,8	3,9	-50,0
Altri prodotti in porcellana e in ceramica	10,7	3,5	-67,3
Prodotti della siderurgia	4,7	3,3	-29,8
Prodotti colture permanenti	3,5	3,2	-7,5
Mobili	2,3	3,0	+30,4
Occhiali e strum./forniture medico/dentistiche	2,5	2,8	+10,6
Macchine di impiego generale (2)	2,6	2,8	+4,9
Cuoio conciato e lavorato; articoli da viaggio, borse, pellicce, ecc.	10,6	2,7	-74,5
Macchine per l'agricoltura e la silvicoltura	1,7	2,3	+34,6
Totale export nel Regno Unito (PROV. VERONA)	545,5	619,0	+13,5

Elaborazione Ufficio Studi CGIA su dati Istat

(*) Dati relativi all'intero anno 2015 ma non ancora definitivi.

Provincia di Padova

La tabella 11 riporta l'andamento dell'export patavino nel Regno Unito. È bene ricordare fin da subito che nella classifica delle esportazioni venete in Gran Bretagna, oltre a collocarsi dopo Treviso, Vicenza e Verona, Padova risulta abbastanza staccata: con 487,1 milioni di euro di valore esportato oltremarina nel 2015 rappresenta poco più della metà del risultato di Treviso e di Vicenza (rispettivamente 912,6 e 874,4 milioni di euro) e il suo gap con Verona (619,0 milioni di euro) è sensibile.

Nel caso di Padova emerge anche una classifica con differenze meno nette, in particolare se si guarda al podio dei prodotti esportati. La distanza che c'è infatti tra la leadership delle altre macchine per gli impegni speciali – che rappresentano quelle specifiche, ad esempio, per la metallurgia, l'industria alimentare/bevande, TAC, carta/cartone, materie plastiche e della gomma ecc.) – con 65,3 milioni di euro di export nel 2015 è meno significativa rispetto al caso delle altre province fin qui considerate.

Al secondo posto, infatti, seguono a poca distanza l'industria delle bevande con 52 milioni di euro di export oltremarina che, oltre ai vini, può contare sull'industria dell'acqua minerale (e delle bevande derivate) e le altre macchine di impiego generale (46,7 milioni di euro) che questa volta comprendono forni, bruciatori e sistemi di riscaldamento, macchine di sollevamento/movimentazione, macchine e attrezzature per ufficio (esclusi i computer), utensili portatili a motore, attrezzature di uso non domestico per la refrigerazione/ventilazione.

Anche gli altri comparti produttivi che seguono non sono

trascurabili ed infatti, oltre al podio, vi sono altri 10 settori che presentano valori di export superiori ai 10 milioni di euro; in questa analisi sembra interessante soffermarsi tuttavia su due che, nel 2015, hanno visto ridursi di circa un terzo il valore esportato: il calzaturiero (-32,1% sul 2014) e l'abbigliamento (-34,5%).

Il distretto calzaturiero, in realtà, si localizza sia nella provincia di Padova che in quella di Venezia ed insiste nella zona geografica della Riviera del Brenta dove si producono calzature da donna di tipo classico e di fascia medio-fine e fine per i marchi più prestigiosi della moda italiana e internazionale. In questo distretto i mercati esteri rappresentano quasi la totalità della produzione con punte del 90%. Con riferimento alle esportazioni nel Regno Unito pare significativo considerare come nel caso di Padova si sia verificato un crollo delle esportazioni passate da 15,6 milioni di euro nel 2014 a 10,6 milioni di euro nel 2015 (-32,1%) mentre nel caso di Venezia la flessione è stata di appena lo 0,7% con un valore esportato sopra i 18 milioni di euro.

Per quanto concerne l'abbigliamento, invece, si deve rilevare come la flessione dell'export nel Regno Unito (-34,5%) sia in netta controtendenza rispetto a quanto accaduto a livello veneto (+10,9%) e per tutte le altre province venete con l'esclusione di Venezia (-11,7%) che, in questo caso, fa compagnia a Padova.

Tabella 11 - Export PADOVA nel Regno Unito (valori in milioni di euro e var. %)

Primi 35 prodotti (ATECO a 3 cifre) - PADOVA	2014	2015 (*)	Var. % 2015/2014
Altre macchine per impieghi speciali (4)	53,0	65,3	+23,2
Bevande (3)	34,3	52,0	+51,9
Altre macchine di impiego generale (1)	41,9	46,7	+11,4
Metalli di base preziosi e altri metalli non ferrosi	14,7	37,3	+153,3
Occhiali e strum./forniture medico/dentistiche	24,5	29,4	+19,8
Macchine di impiego generale (2)	29,8	27,6	-7,2
Articoli in materie plastiche	17,1	17,9	+4,3
Articoli di abbigliamento, escluso l'abbigliamento in pelliccia	24,9	16,3	-34,5
Pasta-carta, carta e cartone	17,7	14,9	-16,1
Mobili	12,9	14,2	+9,9
Motori, gen.tori/trasf.tori elettrici; app. per distribuz. e contr. elettr.	10,5	11,6	+10,4
Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	12,4	10,6	-14,4
Calzature	15,6	10,6	-32,1
Articoli di carta e di cartone	9,1	9,9	+8,9
Altri prodotti in metallo (7)	8,2	8,6	+4,3
Strumenti e apparecchi di misurazione, prova e navigazione; orologi	6,7	6,7	+0,8
Vetro e di prodotti in vetro	5,4	6,3	+16,6
Articoli in gomma	6,5	6,2	-4,3
Libri, periodici e prodotti di altre attività editoriali	2,4	6,0	+146,5
Macchine per l'agricoltura e la silvicoltura	4,6	5,9	+27,8

Segue prodotti	2014	2015 (*)	Var. % 2015/2014
Carne lavorata e conservata e prodotti a base di carne	5,6	5,8	+3,5
Cisterne, serbatoi, radiatori e contenitori in metallo	8,3	4,5	-45,9
Apparecchi per uso domestico (6)	3,5	4,4	+26,5
Altri prodotti alimentari (5)	3,5	3,7	+6,3
Articoli sportivi	7,1	3,5	-50,2
Altri prodotti tessili	3,1	3,5	+12,3
Cuoio conciato e lavorato; articoli da viaggio, borse, pellicce, ecc.	3,2	3,4	+8,7
Prod. chimici di base, fertilizzanti, mat. plastiche e gomma sintetica	2,9	3,2	+10,3
Prodotti della siderurgia	3,6	3,1	-12,8
Altri prodotti delle industrie manifatturiere	2,2	2,8	+31,8
Articoli di coltelleria, utensili e oggetti di ferramenta	2,8	2,8	+0,8
Altri mezzi di trasporto	2,7	2,7	+2,6
Elementi da costruzione in metallo	1,5	2,6	+79,4
Altre apparecchiature elettriche	1,7	2,6	+50,2
Apparecchiature di cablaggio	2,5	2,4	-3,9
Totale export nel Regno Unito (PROV. PADOVA)	440,6	487,1	+10,6

Elaborazione Ufficio Studi CGIA su dati Istat

(*) Dati relativi all'intero anno 2015 ma non ancora definitivi.

Le province di Belluno, Venezia e Rovigo

La tabella 12, che illustra i risultati del made in Belluno diretti nel Regno Unito, “apre” con l’ottima performance dell’occhialeria bellunese. Nel 2015 da Belluno sono partiti quasi 200 mila euro di occhiali verso Londra con una crescita record rispetto al 2014 (+38,8%).

Il distretto degli occhiali si estende in tutto il territorio della provincia di Belluno, dove si possono tuttavia individuare tre importanti aree di concentrazione: il Cadore, l’Agordino e le zone di Longarone, Alpago, Feltrino, Bellunese (Belluno e Ponte nelle Alpi) e Val Belluna (Mel, Sedico, Sospirolo, Trichiana, Limana). Si tratta di un distretto specializzato nelle montature da vista, negli occhiali da sole, nelle minuterie per occhiali, astucci e, in secondo piano, nelle lenti. Vi operano, da un lato, poche grandi imprese e gruppi internazionali che, nati all’interno del distretto, hanno raggiunto dimensioni tali da esser diventati leader mondiali del settore, che distribuiscono prodotti con marchi propri e in licenza. Dall’altro lato, vi sono invece piccole imprese specializzate nella produzione del prodotto, di parti componenti o in alcune specifiche lavorazioni, che cedono ai committenti, aziende licenziatarie e con marchi propri oppure distributori.

Nel podio dell’export bellunese verso il Regno Unito si inseriscono, anche se ad una distanza molto netta rispetto all’occhialeria, le altre macchine di impiego generale (22,7 milioni di euro nel 2015, con un saggio negativo e pari al -13,4% rispetto al 2014) e gli articoli di abbigliamento (8,9 milioni di euro e +11,3% rispetto al 2014).

La tabella 13 riporta, invece, il rank delle esportazioni di

Venezia. In cima al podio dell’export veneziano oltremarica si trovano le bevande (37,1 milioni di euro per una crescita sul 2014 pari al +5,5%) che rappresentano un buon mercato, non solo per il business del vino ma qui, come nel caso di Padova, per il contributo delle bibite non alcoliche e delle acque minerali.

Al secondo posto gli altri prodotti alimentari (ad esempio condimenti/spezie, produzione di cacao/cioccolato/caramelle/confetti, lavorazione del tè e del caffè, produzione di pasti e di piatti pronti, di omogenizzati e di alimenti dietetici) con 24,1 milioni di euro oltremarica (appena cento mila euro in meno del 2014) mentre al terzo posto si trovano le calzature ovvero quei prodotti provenienti da parte del distretto della Riviera del Brenta che Venezia divide con Padova; le esportazioni veneziane sono rimaste nel 2015 oltre la soglia dei 18 milioni di euro e la flessione è stata molto contenuta (-0,7%).

Si chiude questa analisi sull’export veneto nel Regno Unito con i dati della provincia di Rovigo (tabella 14). Al business degli altri macchinari per impieghi speciali (13,7 milioni di euro nel 2015 con un vero e proprio boom rispetto al 2014) seguono, tra le esportazioni rodigine nel Regno Unito, in seconda posizione i prodotti delle colture agricole non permanenti (13,4 milioni di euro, +1,0% sul 2014) e, in terza posizione, gli strumenti ottici/attrezzature fotografiche (quasi 10 milioni di euro, +30,1% sul 2014).

Tabella 12 - Export BELLUNO nel Regno Unito (valori in milioni di euro e var. %)

Primi 35 prodotti (ATECO a 3 cifre) - BELLUNO	2014	2015 (*)	Var. % 2015/2014
Occhiali e strum./forniture medico/dentistiche	140,3	194,7	+38,8
Altre macchine di impiego generale (1)	26,2	22,7	-13,4
Articoli di abbigliamento, escluso l'abbigliamento in pelliccia	8,0	8,9	+11,3
Altri prodotti in porcellana e in ceramica	3,3	4,4	+35,6
Articoli di maglieria	2,3	3,6	+58,1
Strumenti e apparecchi di misurazione, prova e navigazione; orologi	4,6	3,1	-31,8
Altre macchine per impieghi speciali (4)	2,7	1,9	-28,0
Altri prodotti in metallo (7)	1,6	1,7	+2,5
Altri prodotti alimentari (5)	1,7	1,6	-7,9
Legno tagliato e piallato	1,1	1,3	+14,1
Cuoio conciato e lavorato; articoli da viaggio, borse, pellicce, ecc.	0,9	1,0	+14,5
Mobili	0,5	0,9	+66,4
Articoli in materie plastiche	0,5	0,7	+26,6
Articoli di coltelleria, utensili e oggetti di ferramenta	0,4	0,6	+36,4
Metalli di base preziosi e altri metalli non ferrosi	0,5	0,5	+4,7
Calzature	0,3	0,5	+59,2
Saponi e detergenti, prodotti per pulizia, profumi e cosmetici	0,2	0,3	+118,0
Altre apparecchiature elettriche	0,3	0,3	+7,9
Altri prodotti tessili	0,4	0,3	-21,7
Apparecchiature per illuminazione	0,3	0,3	-4,2

Segue prodotti	2014	2015 (*)	Var. % 2015/2014
Libri, periodici e prodotti di altre attività editoriali	0,2	0,3	+44,6
Macchine di impiego generale (2)	0,2	0,2	+14,2
Prodotti in calcestruzzo, cemento e gesso	0,1	0,2	+106,7
Articoli di carta e di cartone	0,2	0,2	-8,3
Apparecchiature per le telecomunicazioni	0,0	0,1	+463,1
Altri prodotti della prima trasformazione dell'acciaio	1,1	0,1	-93,8
Carrozzerie per autoveicoli; rimorchi e semirimorchi	0,0	0,1	+123,5
Componenti elettronici e schede elettroniche	0,0	0,1	+179,6
Motori, gen.tori/trasf.tori elettrici; app. per distribuz. e contr. elettr.	0,1	0,0	-68,1
Pasta-carta, carta e cartone	0,0	0,0	-4,0
Macchine per la formatura dei metalli e altre macchine utensili	0,2	0,0	-83,3
Apparecchi per uso domestico (6)	0,4	0,0	-91,7
Articoli sportivi	0,0	0,0	+23,6
Tessuti	0,0	0,0	-12,8
Strumenti ottici e attrezzature fotografiche	0,0	0,0	+124,9
Totale export nel Regno Unito (PROV. BELLUNO)	199,0	251,0	+26,1

Elaborazione Ufficio Studi CGIA su dati Istat

(*) Dati relativi all'intero anno 2015 ma non ancora definitivi.

Tabella 13 - Export VENEZIA nel Regno Unito (valori in milioni di euro e var. %)

Primi 35 prodotti (ATECO a 3 cifre) - VENEZIA	2014	2015 (*)	Var. % 2015/2014
Bevande (3)	35,2	37,1	+5,5
Altri prodotti alimentari (5)	24,2	24,1	-0,2
Calzature	18,4	18,3	-0,7
Mobili	9,3	12,3	+32,5
Saponi e detersivi, prodotti per pulizia, profumi e cosmetici	10,3	11,2	+9,1
Metalli di base preziosi e altri metalli non ferrosi	10,5	10,7	+1,4
Altre macchine per impieghi speciali (4)	7,0	10,3	+48,7
Altre macchine di impiego generale (1)	7,9	8,3	+4,9
Prodotti da forno e farinacei	8,3	8,0	-2,8
Medicinali e preparati farmaceutici	10,2	5,6	-45,5
Altri prodotti della prima trasformazione dell'acciaio	3,9	5,2	+31,2
Articoli in materie plastiche	3,5	4,4	+28,5
Vetro e di prodotti in vetro	2,8	4,4	+55,6
Legno tagliato e piallato	3,2	3,9	+20,1
Articoli di abbigliamento, escluso l'abbigliamento in pelliccia	4,3	3,8	-11,7
Articoli di carta e di cartone	2,5	3,3	+32,4
Apparecchiature per illuminazione	3,2	3,3	+4,9
Tessuti	3,1	3,0	-4,7
Elementi da costruzione in metallo	3,2	3,0	-7,5
Granaglie, amidi e di prodotti amidacei	2,2	2,8	+27,6

Segue prodotti	2014	2015 (*)	Var. % 2015/2014
Altri prodotti abrasivi e di minerali non metalliferi	3,4	2,6	-24,0
Prod. chimici di base, fertilizzanti, mat. plastiche e gomma sintetica	0,8	2,3	+194,8
Macchine di impiego generale (2)	0,5	2,1	+290,7
Altri prodotti in metallo (7)	1,1	1,9	+84,4
Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	1,2	1,8	+54,1
Motori, gen.tori/trasf.tori elettrici; app. per distribuz. e contr. elettr.	4,8	1,8	-62,5
Macchine per la formatura dei metalli e altre macchine utensili	1,6	1,7	+5,3
Prodotti della siderurgia	1,5	1,3	-9,6
Frutta e ortaggi lavorati e conservati	1,5	1,3	-14,9
Occhiali e strum./forniture medico/dentistiche	1,6	1,2	-24,3
Prodotti in legno, sughero, paglia e materiali da intreccio	0,6	1,0	+63,6
Articoli di coltelleria, utensili e oggetti di ferramenta	0,9	0,9	+0,3
Libri, periodici e prodotti di altre attività editoriali	0,5	0,9	+95,5
Gioielleria, bigiotteria e articoli connessi; pietre preziose lavorate	1,1	0,9	-14,8
Cuoio conciato e lavorato; articoli da viaggio, borse, pellicce, ecc.	1,6	0,8	-51,7
Totale export nel Regno Unito (PROV. VENEZIA)	203,5	213,5	+4,9

Elaborazione Ufficio Studi CGIA su dati Istat

(*) Dati relativi all'intero anno 2015 ma non ancora definitivi.

Tabella 14 - Export ROVIGO nel Regno Unito (valori in milioni di euro e var. %)

Primi 35 prodotti (ATECO a 3 cifre) - ROVIGO	2014	2015 (*)	Var. % 2015/2014
Altre macchine per impieghi speciali (4)	4,3	13,7	+220,9
Prodotti colture agricole non permanenti	13,2	13,4	+1,0
Strumenti ottici e attrezzature fotografiche	7,6	9,9	+30,1
Altri prodotti alimentari (5)	11,0	9,5	-13,7
Articoli in materie plastiche	4,4	4,9	+13,6
Motori, gen.tori/trasf.tori elettrici; app. per distribuz. e contr. elettr.	2,6	2,9	+12,8
Altri prodotti in metallo (7)	2,7	2,7	-0,9
Mobili	2,2	2,7	+21,8
Prodotti farmaceutici di base	1,5	2,7	+84,0
Libri, periodici e prodotti di altre attività editoriali	2,3	2,5	+6,0
Prod. chimici di base, fertilizzanti, mat. plastiche e gomma sintetica	3,4	2,4	-30,5
Macchine per l'agricoltura e la silvicoltura	1,7	2,3	+41,1
Calzature	1,4	2,0	+40,1
Articoli di abbigliamento, escluso l'abbigliamento in pelliccia	1,4	1,7	+25,1
Granaglie, amidi e di prodotti amidacei	1,4	1,7	+21,8
Altri mezzi di trasporto	0,1	1,7	+1.858,3
Tubi, condotti, profilati cavi e relativi accessori in acciaio	1,4	1,5	+13,6
Cuoio conciato e lavorato; articoli da viaggio, borse, pellicce, ecc.	1,1	1,4	+31,8
Cisterne, serbatoi, radiatori e contenitori in metallo	0,7	1,2	+76,3
Altre macchine di impiego generale (1)	0,7	1,1	+53,7

Segue prodotti	2014	2015 (*)	Var. % 2015/2014
Prodotti da forno e farinacei	0,9	1,0	+9,6
Pesce, crostacei e molluschi lavorati e conservati	0,9	1,0	+6,5
Apparecchiature per le telecomunicazioni	0,9	0,9	+6,1
Frutta e ortaggi lavorati e conservati	2,6	0,7	-71,6
Altri prodotti chimici (8)	0,4	0,7	+89,2
Macchine di impiego generale (2)	0,4	0,7	+81,3
Articoli in gomma	1,0	0,6	-40,0
Altri prodotti in porcellana e in ceramica	0,4	0,4	+4,1
Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	0,2	0,4	+58,5
Altre apparecchiature elettriche	0,3	0,4	+27,7
Strumenti e apparecchi di misurazione, prova e navigazione; orologi	0,5	0,4	-26,5
Vetro e di prodotti in vetro	0,3	0,3	+12,0
Occhiali e strum./forniture medico/dentistiche	0,3	0,2	-20,3
Pesci ed altri prodotti della pesca; prodotti dell'acquacoltura	0,5	0,2	-52,1
Medicinali e preparati farmaceutici	0,1	0,2	+128,2
Totale export nel Regno Unito (PROV. ROVIGO)	77,2	91,3	+18,3

Elaborazione Ufficio Studi CGIA su dati Istat

(*) Dati relativi all'intero anno 2015 ma non ancora definitivi.

4. Conclusioni

Partendo dalla certezza che è difficile prevedere cosa succederà o meglio quali saranno gli effetti economici dell'uscita del Regno Unito dall'Unione Europea, in questo saggio è stata presentata una panoramica dei rapporti commerciali tra Italia e Regno Unito con un focus specifico sul Veneto e le sue province.

Infatti, gli effetti più immediati potrebbero riflettersi sul volume delle esportazioni verso la Gran Bretagna. Ciò, almeno in queste prime fasi, non sarebbe dovuto dall'innalzamento di eventuali barriere doganali o di rallentamenti nelle procedure di commercio estero (che saranno studiate ed eventualmente applicate più in là nel tempo) ma piuttosto dal deprezzamento della sterlina nei confronti dell'euro. In altre parole, se per le imprese e i cittadini britannici diminuisce il loro potere d'acquisto in euro questi potrebbero diminuire i loro acquisti nell'area Euro, provocando così una contrazione delle esportazioni nei paesi e nelle regioni d'origine, Veneto compreso. Questo effetto non è chiaramente diretto e proporzionale per varie ragioni tra cui anche il fatto che parte del commercio estero ha come riferimento il dollaro statunitense che comunque si è apprezzato rispetto alla sterlina ancora di più rispetto al cambio euro/sterlina¹.

La valutazione degli eventuali primi effetti della Brexit sul commercio estero saranno forse monitorabili verso la fine del 2016, anche se come indica l'Istat nell'Eurozone Economic

¹ Tra il giorno del voto nel Regno Unito e il 7 ottobre del 2016 la sterlina ha subito un deprezzamento del 15% nei confronti dell'euro e di quasi il 17% nei confronti del dollaro statunitense.

Outlook dell'11 ottobre 2016 non si attendono almeno per il momento variazioni significative. Per gli altri effetti economici che potrebbero scaturire bisognerà attendere ancora di più, ovvero aspettare innanzitutto gli esiti della trattativa tra il Regno Unito e l'Unione europea che sarà probabilmente lunga, complessa, estenuante, dagli esiti attualmente non prevedibili specie per il fatto che si tratta di una novità assoluta.

Quel che è invece certo è che la Brexit ha scatenato un vero e proprio tsunami politico che rischia di travolgere tutto e tutti. Se fino a qualche anno fa c'era la fila per entrare nell'Unione europea ora, invece, in molti chiedono di andarsene. La responsabilità di questa metamorfosi è quasi del tutto ascrivibile a politiche economiche europee poco oculate che hanno prolungato gli effetti della crisi facendo precipitare il Paese in una spirale deflazionistica molto preoccupante. Se dopo la Brexit si vuole evitare un effetto domino che travolga tutto bisognerà cambiare registro, rilanciando le politiche di sviluppo in grado di riportare lavoro, crescita e benessere.



VENETO
NORD**est**