

LETTERAIRPET

In Toscana chiudono prestigiose imprese industriali e aziende con una grande storia; la proprietà di emblematici centri di vendita, come alcuni negozi o locali e di marchi di eccellenza è passata o sta per passare di mano. Alcuni tradizionali punti di forza settoriali, ad esempio nel campo della moda e della cultura, sono soggetti ad una concorrenza da parte di altre aree del paese in passato inimmaginabile. Nell'editoria e nei giornali il legame con il territorio regionale si fa sempre più tenue: scompaiono editori toscani e i giornali locali non sono diretta emanazione di proprietari toscani. Anche nello sport si registra il disimpegno di famiglie e imprenditori della regione dalla responsabilità diretta; non per nulla nel disastroso panorama del calcio italiano l'unica società che è stata "punita" dal mercato è stata la Fiorentina. Rispetto al passato ci sono anche meno ministri toscani.

Questo complesso fenomeno non è sinonimo di crisi economica o di perdita di rilievo politico, ma il segnale di un appannamento della centralità toscana, della stessa identità regionale. Ma si tratta di un male effettivo per la società toscana o solo della caduta di un mito indifendibile in una società globale, in continuo movimento, e priva di barriere all'entrata? Non è forse piuttosto il segno di una benefica contendibilità della *governance* economica e sociale che tende a rendere più competitiva ed efficiente la stessa società toscana? Dove sta il problema se un'azienda di proprietà di imprenditori toscani viene inglobata in una grande impresa multinazionale come la *General Electric*, se la produzione del valore aggiunto e l'occupazione rimangono in Toscana?

Eppure si possono annoverare molti elementi che viceversa indicano come questi in effetti siano segnali di una crisi imminente, analoga a quelli che derivano per un'azienda dalla perdita di quote di mercato; l'inizio forse di un processo di avvistamento economico e sociale. Ma il problema è forse più a monte e si riferisce al consolidamento nella nostra regione di conoscenze, capacità tecniche e professionalità non sostituibili; se questo avrà luogo i finanziari rampanti e le stesse multinazionali non potranno indifferentemente entrare e uscire dal territorio della nostra regione.

Alla discussione di questo intricato tema, alla contrapposizione dei vari punti di vista nella valutazione del fenomeno, *Idee sulla Toscana*, la rivista on-line dell'Irpet, ha dedicato il suo secondo numero. In tema di economia sono stati analizzati in una serie di articoli tre aspetti: la transizione generazionale delle imprenditorie toscane (Francesco Caracciolo), il declino e le difficoltà della filiera della moda (Lorenzo Zanni e Raffaello Napoleone), i mutamenti proprietari delle aziende toscane, la loro capitalizzazione e il ruolo del credito (Stefano Cordero di Montezemolo).

Sembra che si stia affermando nella regione una nuova generazione di imprenditori, più attrezzati rispetto al passato, nei confronti delle moderne visioni dell'organizzazione industriale e dell'impiego di strumenti gestionali più avanzati. Questo elemento è in grado di mitigare gli effetti della perdita di centralità, producendo importanti innovazioni organizzative come la costituzione di gruppi di piccole e medie imprese che fanno capo a nuclei familiari ancora radicati sul territorio.

A questo fenomeno si aggiunge quello della diversificazione settoriale che vede la crescita di peso della meccanica, l'affermarsi di una nuova industria alimentare e lo sviluppo, se pur graduale, di un distretto basato sulla *information technology*. Segnali meno ottimistici su questo versante provengono dal mondo della moda e dall'industria del lusso e del benessere. Il settore sta conoscendo una costante caduta del suo peso nell'economia regionale, mostra una maggiore capacità di tenuta in termini occupazionali piuttosto che in termini di realizzazione di valore aggiunto, con conseguente contrazione della produttività;

C'È UNA PERDITA DI CENTRALITÀ DELLA TOSCANA?

ALESSANDRO PETRETTO

SEGUE A PAG. 8

**I cambiamenti
nel sistema
del lavoro**

Maria Carla Meini

PAGINA 2

**La formazione
nella
comunicazione**

Francesca Giovani

PAGINA 3

**Imprese leader
e PMI nel
settore moda**

Elena Radicchi

PAGINA 4

**Imposte sui trasporti
politiche fiscali
e ambientali**

P. Lattarulo, M. G. Paziienza

PAGINA 5

**L'INTERVISTA
a Ugo Biggeri**

PAGINA 6

A proposito dei cambiamenti nel sistema del lavoro

MARIA CARLA MEINI

Ogni volta che il commento dei risultati della principale indagine sul mercato del lavoro mette in chiara luce le dissonanze nei giudizi relativi alle dinamiche produttive e occupazionali, tra valutazione sulle opportunità di lavoro e percezione dei problemi, si rinnova e diventa sempre più pressante l'esigenza di nuovi schemi di ragionamento e di dati statistici più adeguati alla lettura delle fenomenologie del lavoro. Rispetto a questo complesso terreno di discussione ci sembra di dover sottolineare tre aspetti, rilevanti anche per le politiche regionali.

La prima questione, ormai consolidata nel giudizio di tutti gli interlocutori, pone l'accento sulla necessità di articolare territorialmente l'analisi e la valutazione dei fenomeni occupazionali individuando nel livello locale l'ambito più opportuno per le politiche di intervento; ma, come si comprende, questa indicazione implica un forte impegno nella strutturazione delle informazioni statistiche di livello locale che chiama in causa istituzioni centrali, regionali e locali.

Il secondo aspetto entra più nel merito delle questioni del lavoro e richiamandosi alla natura delle trasformazioni in corso mette in luce i problemi di natura definitoria e di misurazione statistica della condizione occupazionale che sono impliciti in un quadro di radicale cambiamento come quello di oggi. In particolare, come si è avuto modo di rilevare più volte, il passaggio da industria a terziario e soprattutto l'introduzione di modelli regolativi flessibili ha

comportato un ampliamento dell'area grigia delle situazioni di confine non solo tra posizioni e tipologie (tra lavoro autonomo e dipendente ad esempio), ma anche lungo la linea di continuità della condizione lavorativa e cioè tra stato di occupazione, di ricerca di lavoro e di non lavoro. Inoltre, la maggiore mobilità e instabilità sposta l'attenzione dai tradizionali schemi statici di rilevazione e misura dell'occupazione a modelli dinamici tesi a seguire e registrare i percorsi di lavoro nel corso della vita attraverso strumenti di analisi di tipo longitudinale. Questo cambiamento di ottica nell'analisi può, d'altra parte, far tesoro delle informazioni amministrative ora disponibili presso i centri per l'impiego e proporsi anche come strumento di verifica e di proposta per le politiche locali del lavoro.

Il terzo aspetto che ci sembra di dover sottolineare prende le mosse dalle "sorprese" in termini di risultati occupazionali sottolineate da alcuni osservatori per la positiva fase 1995-2001 e che si confermano anche nella non favorevole congiuntura produttiva recente. In particolare gli andamenti particolarmente positivi nel livello delle persone occupate rispetto alle dinamiche produttive propongono l'ipotesi della presenza di un trend di tipo "labour intensive" che, nell'attivare la crescita quantitativa di lavori a bassa produttività e a basso salario, risulta incapace di soddisfare le aspettative di una offerta di lavoro sempre più scolarizzata alimentando, invece, la richiesta di manodopera straniera. Il suggerimento merita di essere verificato e, tuttavia, la riduzione delle nuove leve e il progressivo avvicinamento a condizioni di quasi piena occupazione per i segmenti forti del lavoro suggerisce di dedicare attenzione alla qualità del lavoro creato per comprendere non solo il grado di soddisfacimento rispetto alle aspettative maturate dall'offerta di lavoro in termini di condizioni occupazionali ma anche l'effettiva natura delle trasformazioni in atto e il loro grado di innovatività.

Avendo in mente questo scenario, si è cercato di rileggere i dati dell'indagine sulle forze di lavoro con l'obiettivo di offrire una prima verifica dei temi evocati.

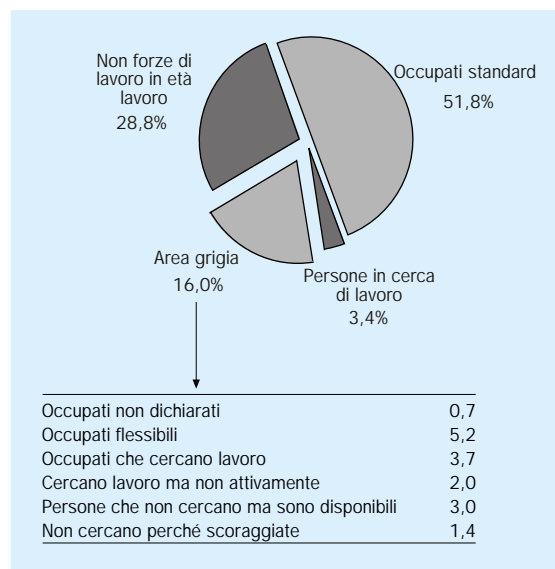
In particolare, una prima considerazione riguarda la consistenza dell'area che abbiamo definito grigia e che evidenzia numerose zone di sovrapposizione e di discordanza tra quantità e qualità del lavoro. Accanto alle forme standard di occupazione (per le quali il numero delle persone corrisponde, grosso modo, alla quantità di lavoro) troviamo non solo percentuali non irrilevanti di nuovi lavori flessibili (8,5% dell'occupazione e il 5,2% della popolazione in età lavorativa), ma soprattutto un'area ampia di condizioni che sono al confine con la ricerca di lavoro e che interessano sia gli occupati (il 7% degli occupati e il 5% della popolazione in età lavorativa) e soprattutto le non forze di lavoro che, a seconda delle azioni svolte e le disponibilità espresse, possono incrementare la quota di persone in cerca di lavoro sul totale della popolazione in età lavorativa dal 3 a più dell'8%. Insomma l'area grigia delle posizioni non definite rappresenta più del 15% delle condizioni rilevate.

Sulla questione dei buoni e cattivi lavori ovviamente non bastano i dati empirici disponibili ufficialmente, che comunque segnalano la presenza di casi di mal-occupati sia tra le forme standard di lavoro (il 5% degli occupati che cercano un altro lavoro) ma soprattutto tra i nuovi lavori flessibili (più del 30% dichiara di essere stato costretto a questa scelta per mancanza di alternative); un risultato che più che fornire elementi di giudizio e che segnala la necessità di guardare oltre il semplice dato quantitativo. ●

INSODDISFAZIONE ESPRESSA
DAI LAVORATORI TOSCANI.
2001

	V.A. (mgl.)	%
Occupati standard	1330	91,5
di cui insoddisfatti (cercano un altro lavoro)	62	4,7
Occupati flessibili	123	8,5
di cui insoddisfatti (flessibilità obbligata)	41	33,3
TOTALE OCCUPATI	1453	100,0
di cui con titolo non corente (università e scuola media superiore)	81	11,2

LE AREE DI CONTINUITÀ
DELLA CONDIZIONE
OCCUPAZIONALE.
TOSCANA 2001



La formazione nel campo della comunicazione: risultati di un'indagine

La comunicazione ha assunto negli ultimi decenni un consistente rilievo nelle relazioni sociali; e questo ha portato a una ridefinizione della società della conoscenza come società dell'informazione, concetto adottato ufficialmente a partire dal 1996 dalla Commissione Europea in seguito ai forti cambiamenti introdotti dalle nuove tecnologie informatiche. Si prende atto con ciò che le nuove possibilità offerte dallo scambio delle informazioni stanno sviluppando un nuovo settore produttivo denominato *shared knowledge* dove emergono nuove figure professionali alle quali vengono richiesti elevati livelli di competenza e capacità di interazione, così come disponibilità a continuare la propria formazione per l'intero arco della propria vita, in modo tale da congiungere un'elevata specializzazione a competenze trasversali diffuse.

Alla luce dello scenario delineato, l'indagine che presentiamo si proponeva di descrivere l'offerta formativa in Toscana in materia di comunicazione e ricostruire un profilo degli utenti dei corsi di formazione professionale del settore. L'analisi effettuata sugli archivi regionali, relativi ai corsi di formazione professionale che sono stati svolti nel 1999 in Toscana, ci mostra che il peso dei corsi in materia di comunicazione sembra essere ancora marginale, rappresentando l'1% del totale regionale. L'analisi per tipologia di corso ha, innanzitutto, evidenziato come l'attività formativa realizzata si sia concentrata in prevalenza nell'ambito delle "Nuove tecnologie": il 52% dei corsi realizzati riguarda essenzialmente Internet. In generale, i corsi sembrano essersi caratterizzati soprattutto per una elevata percentuale di giovani (43% dell'utenza contro il 20% dell'utenza registrata sul complesso dei corsi effettuati in Toscana) e per una forte connotazione femminile (59% dell'utenza contro il 48% del totale regionale).

Tale analisi è stata integrata da indagini di approfondimento mirate a valutare l'efficacia dell'attività di formazione professionale. Per quanto riguarda il campione di intervistati che al momento dell'iscrizione al corso erano ancora fuori dal mondo del lavoro (essenzialmente giovani), emerge che solo il 15% è in cerca di lavoro; oltre la metà ha trovato lavoro; gli altri sono ancora studenti o in servizio di leva. Complessivamente, questo sembra sia un buon risultato per i corsi di formazione professionale, soprattutto se lo andiamo ad incrociare con il livello di attinenza tra il lavoro svolto e le tematiche del corso, che è stato giudicato positivamente dal 67% degli intervistati.

Quanto, invece, al campione di intervistati che al momento dell'iscrizione al corso lavoravano, le finalità principali della rilevazione sono state concentrate nel capire se, e in quale misura, il rapporto del corsista con il mercato del lavoro ha subito o meno dei miglioramenti. Per la componente maschile, il corso di formazione sembra avere stabilizzato decisamente la posizione di tutti, basti pensare che coloro che avevano un contratto a tempo indeterminato passano dall'8% al 100%, evidenziando come l'esperienza formativa abbia significato per questi ultimi una sorta di momento di transizione verso un ingresso a pieno titolo nel mercato del lavoro. Assai diversa, invece, la situazione evidenziata per la componente femminile per la quale rimane invariata la quota di lavoratrici dipendenti stabili (41%), mentre crescono i contratti a tempo determinato, le collaborazioni coordinate e continuative e le forme di lavoro autonomo, segno comunque di un risultato positivo e di stimolo da parte dei corsi di formazione professionale alla volontà di sperimentare le proprie competenze sul mercato. Elementi di criticità emergono, invece, dalla valutazione degli intervistati circa l'attinenza del lavoro svolto con le competenze acquisite: il 40% dichiara, infatti, un'attinenza di tipo marginale e il 20% addirittura nessuna.

Da sottolineare, come punto di debolezza emerso in entrambe le indagini, il fatto che, nonostante quasi tutti i corsi

rilascino una qualifica con tanto di titolo ufficiale, nella maggior parte dei luoghi di lavoro questi titoli sono scarsamente riconosciuti o non lo sono affatto.

Data l'importanza della formazione superiore per quanto concerne le figure professionali richieste dalla *net economy*, è stato, nel corso della ricerca, deciso di effettuare un approfondimento conoscitivo sui partecipanti al Master in "Multimedia Content Design" e al Master in "Comunicazione e Media" dell'Università di Firenze.

Il primo dato, degno di rilievo, è che a distanza di circa un anno e mezzo dalla conclusione, l'88% dei partecipanti ha trovato un'occupazione che, nella maggioranza dei casi risulta essere attinente con il percorso formativo. Il 57% degli occupati lavora, infatti, in imprese della comunicazione sia di tipo "nuovo" (il 37% lavora in imprese che operano nel campo delle tecnologie informatiche e digitali legate ad internet) che tradizionale (il 20% lavora in riviste, televisione, case editrici, ecc.). Rilevante appare anche il dato percentuale degli occupati nel pubblico impiego (24% del totale) e di coloro che hanno scelto di intraprendere una attività in proprio (14%). Quanto alle tipologie professionali, il quadro complessivo ci mostra che circa la metà degli intervistati risulta essere occupata in quelli che abbiamo definito "nuovi profili della comunicazione", che sono in estrema sintesi tutte le professionalità del web e dell'editoria multimediale, gli altri risultano presenti sia in profili professionali legati alla comunicazione di tipo tradizionale (giornalista, pubblicitario, redattore, operatori video, ecc.) sia in profili tradizionali medio-alti non direttamente collegati ad imprese della comunicazione. Le varie tipologie professionali sembrano, comunque, avere un inquadramento contrattuale nella stragrande maggioranza dei casi impostato sull'atipicità: il 63% degli intervistati risulta, infatti, impiegato secondo modalità di collaborazione occasionale o comunque a tempo determinato. Questa situazione, se da un lato sembra confermare il successo di questi strumenti contrattuali nella maggior parte dei nuovi inserimenti lavorativi nel mercato del lavoro, con tutti i vantaggi e i problemi che ad esso sono implicitamente legati, dall'altro può anche rappresentare, paradossalmente, un elemento di *normalità*, in un campo, quale quello della comunicazione dove, più che in altri settori, risultano determinanti la professionalità e il servizio che effettivamente ogni singolo lavoratore può offrire sul mercato in base alle proprie competenze.

Sembra, dunque, di poter concludere che le nuove tecnologie valorizzano saperi diversi e con essi ceti e gruppi professionali nuovi. In tale contesto, la complessità delle conoscenze richieste fa sì che l'apprendimento sia una delle attività necessarie per non trovarsi in condizioni di inferiorità dal punto di vista delle occasioni e delle condizioni di lavoro. L'accresciuta importanza di una istruzione formale elevata è particolarmente evidente se poniamo attenzione a tutte quelle specifiche professionalità connesse ai nuovi canali della comunicazione per le quali è richiesta una formazione sempre più specialistica, che oscilla tra la specializzazione e riqualificazione delle professionalità già esistenti e la preparazione di figure professionali altamente qualificate e nuove. Questo, ovviamente, comporta effetti significativi sulle strutture professionali dell'occupazione, con una crescita dell'impiego di lavoratori in *knowledge jobs* - ovvero di posti di lavoro di tipo manageriale, professionale e tecnico - non solo nei settori *high-tech* ma in tutto il sistema produttivo. In questo contesto, le istituzioni formative assumono un ruolo sempre più importante, sia nell'ambito della formazione iniziale che in quello della formazione/riqualificazione degli adulti per strategie di *lifelong learning*. ●

Le imprese *leader* e i sistemi produttivi di piccola impresa della moda in Toscana

ELENA RADICCHI

Le imprese *leader* e i sistemi produttivi locali di piccola e media impresa non sono entità incompatibili tra loro, ma, anzi, le relazioni fra le imprese appartenenti ai due modelli organizzativi sono sempre più frequenti. Nel caso particolare del sistema moda in Toscana è possibile trovare sul territorio diversi distretti nati dalla crisi di una grande impresa (ad esempio il distretto tessile di Prato), oppure dal successo di una grande impresa per successivi spin-off dei suoi dipendenti (distretto orafa di Arezzo); vi sono poi casi di sistemi di piccola impresa divenuti fornitori di una grande impresa (sistema della pelletteria di Scandicci), o ancora sistemi locali che sono stati rivitalizzati in seguito all'insediamento sul territorio di una grande impresa (sistema della pelletteria nel Valdarno aretino).

Lo stretto rapporto tra impresa *leader* e contesto locale sembra agire in due direzioni. Da un lato la presenza dell'impresa *leader* sul territorio incide profondamente sulle potenzialità di sviluppo dell'ambiente di riferimento, dal momento che tale impresa è in grado di decodificare e produrre nuova *conoscenza* nel territorio e di porre in essere trasferimenti in termini di apprendimento, tecnologia e innovazione. Dall'altro, il rapporto impresa *leader*-contesto locale sembra agire anche in senso inverso: le performance delle imprese *leader* sono profondamente influenzate, in senso positivo, dal tipo di sapere che viene scambiato con le piccole imprese artigiane, in termini di professionalità e artigianalità delle lavorazioni, elemento, questo, che permette all'impresa *leader* di acquisire una *conoscenza* di cui essa è sprovvista e garantire l'offerta di prodotti di altissima qualità.

Non è un caso, infatti, che le grandi *griffes* della moda, sia italiane che estere, siano localizzate prevalentemente in quelli che vengono da più parti definiti i poli del lusso (ad esempio il sistema della pelletteria di Scandicci e del Valdarno aretino). La scelta di queste imprese di *insediarsi* all'interno di sistemi produttivi di tradizione artigianale è legata in modo particolare alla possibilità di affidarsi ad un saper fare che difficilmente si può ritrovare in altre parti d'Italia ed ancora meno del mondo.

Questo tipo di struttura organizzativa, che vede l'ingresso di *imprese guida* all'interno di sistemi produttivi localizzati, depositari di una storia e di una tradizione manifatturiera, è la conseguenza diretta dei cambiamenti tecnologici e organizzativi degli ultimi anni.

A partire dagli anni Novanta, a causa della concorrenza su mercati e su segmenti di mercato più ampi, e della diffusione delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni, si afferma la tendenza delle imprese, sia nei settori tradizionali che nei settori a maggiore contenuto tecnologico, a *delocalizzare* parte o tutto il ciclo produttivo all'esterno, con l'intento di mantenere all'interno solo le fasi a maggior valore aggiunto, quali la progettazione, il marketing, la commercializzazione e la distribuzione del prodotto, scegliendo in modo strategico il luogo in cui effettuare questo decentramento, sulla base di una valutazione delle risorse esistenti e sulla possibilità di trarne un vantaggio competitivo. Come si è detto, infatti, non è casuale il fatto che molte grandi firme della moda abbiano scelto di creare una loro rete di fornitori e subfornitori nei sistemi produttivi di tradizione artigiana presenti in Toscana, dando vita a network di subfornitura, assicurandosi il più delle volte saperi specializzati mediante la stipula di contratti di partnership (esclusiva).

Le motivazioni della localizzazione della grande impresa

nei sistemi produttivi locali sembra basarsi principalmente sulla volontà e l'interesse a fare affidamento su una rete di fornitura altamente specializzata in grado di assicurare una capacità produttiva che altrimenti la grande impresa non avrebbe. La decisione di una impresa *leader* di localizzarsi in un determinato sistema locale avrà sicuramente delle ripercussioni sull'equilibrio di quest'ultimo, ovvero sui rapporti tra le imprese che lo compongono, sulle motivazioni e sulle capacità degli imprenditori, ma non necessariamente in senso negativo.

Nell'ambito dei sistemi produttivi locali del settore moda presenti in Toscana, è principalmente il *sistema di produzione* ad influenzare l'effetto della relazione tra questo e l'impresa *leader*. Le grandi griffe della moda presenti sul territorio (tra le altre Gucci, Prada, Ferragamo, ecc.) si trovano ad operare su un mercato in concorrenza oligopolistica insieme ad un *fringe* di piccole imprese che occupano nicchie (Labory, 2002). Queste grandi imprese operano in comparti, come ad esempio la pelletteria, caratterizzati da un sistema di produzione flessibile, producono prodotti differenziati e basano la loro competitività su fattori *non price*, per cui traggono vantaggio dalla localizzazione in distretti specializzati in particolari fasi della produzione e depositari di un sapere artigianale. Questo permette loro di rafforzare il valore del loro "marchio", legandolo alla tradizione artigiana fiorentina.

L'ingresso di imprese *leader* sul territorio toscano ha senz'altro modificato il funzionamento dei distretti della moda: molte piccole e medie imprese che si trovano oggi a lavorare per alcuni di questi noti marchi, da un lato hanno ottenuto dei vantaggi, rappresentati dal fatto di dover sostenere rischi finanziari minori, di aumentare la qualità dei loro prodotti e di poter continuare a lavorare anche in momenti di maggiore crisi del mercato; dall'altro però, la dipendenza dal *leader*, specialmente nel caso di contratti di "partnership", può causare un *depauperamento* delle funzioni interne alle imprese subfornitrici.

In un'ottica di analisi della relazione tra impresa *leader* e sistema di Pmi, sullo scambio e sulla creazione di conoscenze nel sistema locale, è importante ricordare che sia la prima che il secondo sono caratterizzati da una peculiare cultura, valori e norme di comportamento: nella prima esistono una cultura e un sapere codificati, nel secondo, invece, una cultura "implicita", basata sulla *tacit knowledge* e su esperienze accumulate nel tempo. C'è da chiedersi allora se questi due tipi di cultura siano compatibili o meno.

L'impresa *leader* che si immette in un sistema locale può cercare di "inserirsi" al suo interno senza generare rotture: ciò richiede di condividere la base di conoscenza locale, di adottare un comportamento corretto con le imprese locali e di contribuire alla creazione di conoscenza collettiva. In questo caso l'impresa *leader* diventa *embedded*, cioè incorporata nel sistema locale. Alternativamente essa può imporre i suoi standard e la sua cultura all'interno del sistema locale di Pmi. Ciò, non è un fatto necessariamente negativo: il sistema locale può infatti trarne vantaggio se, ad esempio, mancava di capacità di rinnovo.

Una impresa *leader*, dunque, quando si pone al centro di micro-sistemi produttivi all'interno di distretti (Rullani, 1997), può esercitare, nell'ambito di una funzione guida, anche il ruolo di organizzazione di una rete "aperta verso il mondo" e nello stesso tempo radicata nel sistema locale (Grassi, Pagni, 1999). ●

Le imposte sui trasporti nelle politiche fiscali e ambientali

La mobilità rappresenta un aspetto importante di crescita economica e di benessere individuale. La percezione dei costi è però solo parziale, non solo rispetto ai più dibattuti costi sociali, ma anche agli stessi costi privati. Oggi l'attenzione alla politica fiscale come strumento di internalizzazione è al centro dell'attenzione comunitaria per le proprietà di efficienza statica e dinamica. Le imposte sui trasporti rappresentano, peraltro una delle leve di decentramento impositivo, da qui la crescente attenzione a scala locale. È evidente, quindi, l'interesse per l'analisi delle potenzialità di tale strumento e degli effetti rispetto alle finalità principali, quelle dell'efficacia ambientale, ma tenendo conto anche degli effetti di bilancio - le potenzialità di gettito - e, come per qualsiasi politica fiscale, delle conseguenze in termini di equità distributiva e competitività del sistema economico.

Le tasse legate al trasporto stradale possono essere distinte a seconda che si tratti di prelievi sulla proprietà, sull'uso e sull'acquisto dei veicoli, che trovano corrispondenza nel nostro paese principalmente nell'imposta di bollo, nell'imposta sulla benzina e nell'imposta sul pubblico registro automobilistico. Attualmente, l'imposta di bollo è di competenza regionale, e il margine di manovra disponibile sulla base dell'attuale normativa è del 10%, applicato estesamente solo nell'ambito del trasporto pesante in Toscana. È prevista inoltre l'istituzione di una Imposta regionale sulla benzina (oltre all'attuale compartecipazione all'Accisa sui carburanti). L'Imposta di trascrizione è di competenza provinciale ed è estesamente applicata dalle nostre amministrazioni.

Nel 2000 la popolazione di famiglie e imprese toscane ha portato alle casse pubbliche 1800 milioni di euro per questi principali tributi e il 67% è ancora oggi destinato alle casse dello Stato. Al bilancio regionale restano 520 milioni di euro, che rappresentano il 20% dei tributi propri e il 3% delle entrate complessive. Circa l'85% di queste imposte regionali gravano sulle famiglie mentre il resto è a carico delle imprese. Questa informazione è importante nell'analizzare possibili manovre d'intervento a scala locale.

Guardando alle finalità ambientali degli strumenti fiscali in questione, l'evidenza a scala internazionale e per la Toscana è di una elasticità dei consumi al prezzo dei carburanti estremamente bassa se non assente. Al contrario, è senza dubbio prevalente, come la letteratura evidenzia da tempo, la correlazione tra consumo di carburante e crescita del reddito (per la nostra regione il coefficiente di correlazione supera lo 0,75). Il confronto tra i paesi europei fa emergere, invece, una certa efficacia delle imposte sulla proprietà, se è vero che i paesi a più bassa fiscalità sono caratterizzati da una maggiore presenza di autoveicoli per abitante. Si tratta peraltro dei paesi dove l'industria automobilistica è più forte (Italia, Germania, UK). Meno chiaro è però l'effetto sull'anzianità del parco mezzi circolante.

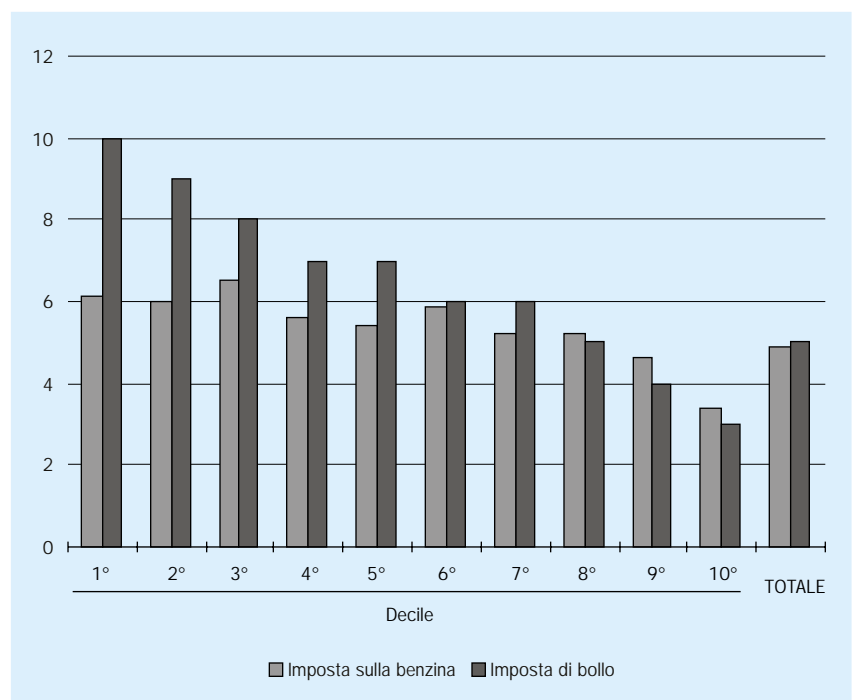
Alcune osservazioni importanti si riferiscono alla capacità di gettito. Le informazioni sulla base imponibile consentono, la ricostruzione del gettito e la simulazione di politiche fiscali. Guardando sempre alle due imposte di maggiore interesse per le politiche regionali è possibile ipotizzare, in primo luogo, la completa applicazione dei margini di manovra sul bollo (+10% sugli autoveicoli). Questa manovra porterà alla Regione un gettito aggiuntivo massimo (escludendo una contrazione della domanda) di 27 milioni di euro, sui quasi 300 attuali. L'ipotesi teorica di una imposta specifica sulla benzina, pari all'attuale aliquota di compartecipazione (+10cent di euro), porterebbe alle casse regionali fino a ulteriori 180 milioni di euro. Il 90% della imposta di bollo

aggiuntiva (25 milioni euro) va a colpire le famiglie, mentre questa percentuale è dell'86% nel secondo caso (156 milioni euro).

Le simulazioni realizzate a partire dai modelli e dagli archivi disponibili presso l'IRPET consentono di cogliere l'effetto di tali politiche sull'equità distributiva e sulla competitività settoriale. In particolare, si può calcolare che, nel primo caso ogni famiglia sarà chiamata a pagare mediamente 25 euro l'anno (16 euro l'anno le più povere e 30 le più ricche), contro i 154 euro in media del secondo caso (da 64 a 221 euro l'anno). Occorre tuttavia tenere presente che la prima misura è proporzionalmente più penalizzante per le classi di reddito più povere. Pur essendo entrambi i tributi regressivi, l'imposta sulla proprietà lo è in modo maggiore rispetto all'imposta sull'uso.

Le diverse manovre sui trasporti sono destinate a incidere sui settori produttivi in modo differenziato a seconda dell'incidenza dei cespiti imponibili sui processi produttivi. Esse possono dunque modificare la competitività settoriale e di conseguenza promuovere o penalizzare in termini relativi un sistema economico rispetto a un altro. L'impatto diretto sulla competitività settoriale è misurabile attraverso la quota di gettito aggiuntivo sui costi intermedi della produzione. A questo fattore si aggiunge, però, l'insieme delle relazioni di scambio tra imprese. La lettura sintetica dell'impatto diretto e indiretto sul sistema economico è fornita dalle variazioni dei prezzi, che rappresentano l'indicatore di come cambiano le competitività relative, sia che l'impresa scelga o possa scaricare questo effetto completamente sui consumatori, sia che comporti una riduzione dei profitti. I modelli nominali per l'analisi d'impatto consentono di sviluppare un confronto dettagliato dal quale emergono due aspetti principali: la maggiore incidenza dell'imposta sulla proprietà sul settore del trasporto e la più ampia diffusione settoriale dell'imposta sulla benzina. ●

EFFETTO DISTRIBUTIVO DELLE IMPOSTE
Gettito aggiuntivo in proporzione ai consumi familiari
Valori %



L'INTERVISTA a Ugo Biggeri

Alcune domande
a Ugo Biggeri
del Consiglio di
Amministrazione della
Banca Etica

Quali sono gli obiettivi e le modalità di funzionamento della finanza etica? Rispetto agli obiettivi che si proponevano le prime esperienze di Banca Etica in paesi a basso livello di sviluppo, che cosa cambia in economie sviluppate come la nostra?

La finanza etica ha l'obiettivo di interrogarsi e trovare risposte sulle conseguenze non economiche delle attività economiche. In altre parole cerca di mettere in pratica il concetto della responsabilità ambientale e sociale delle azioni economiche. Il principio di funzionamento è che tale responsabilità deve riguardare l'intero capitale coinvolto nelle operazioni di finanza etica.

Il principio innovativo che ha portato Banca Etica in questo campo è duplice. Innanzitutto la scelta preferenziale per il terzo settore quale soggetto a cui destinare il credito in quanto soggetto con difficoltà di accesso al credito nel sistema tradizionale e che opera per il bene comune. Quindi, ma non secondariamente, la scelta di dare risposta alla domanda di coerenza e impegno etico di quei risparmiatori che si interrogano sulla responsabilità delle proprie azioni economiche.

Rispetto alle esperienze del sud del mondo vi è quindi in Banca Etica la manifestazione di un impegno che va al di là della attività di intermediazione finanziaria e che abbraccia aspetti più culturali e di politica economica così come espressi nello statuto all'art. 5.

Da quando e in quali realtà opera la Banca Etica in Italia, quali servizi offre e con quali clienti lavora? È possibile una quantificazione della sua attività fino ad oggi e una valutazione del suo impatto?

Banca Etica apre l'8 marzo 1999 a Padova dov'è la sede principale, ma opera su tutto il territorio nazionale essendo una banca popolare (una cooperativa quindi).

Ai risparmiatori offre la possibilità di sottoscrivere certificati di deposito ed obbligazioni oltre ai tradizionali servizi di conto corrente (carta di Credito, Bancomat su circuito BCC, internet banking, domiciliazioni...) con esclusione del libretto assegni.

I certificati di deposito sono stati "rivitalizzati" collegandoli a progetti specifici come il microcredito nel sud del mondo, attività editoriali, o singoli progetti finanziati da banca etica che è possibile sostenere anche con la riduzione del tasso d'interesse.

Caratteristica principale ed unica della Banca Etica è la totale trasparenza sugli impieghi che può essere verificata anche

dal sito internet (www.bancaetica.com) su cui è possibile prendere visione di tutti i finanziamenti fatti.

È inoltre di questi giorni l'operatività di SGR ETICA una società controllata da Banca Etica che con le Popolari di Milano e Sondrio e con ICCREA, offre fondi etici in campo azionario e monetario certificati da Ethibel e dal comitato etico di Banca Etica. Una scelta meno forte dal punto di vista della finanza etica, ma che cerca di dimostrare come anche nei mercati tradizionali sia possibile scegliere con i criteri rigorosi dell'unica società di certificazione al mondo nata dalla società civile (Ethibel in Belgio).

Dal punto di vista dell'operatività è una banca in leggero utile con basse sofferenze una raccolta di circa 150 milioni di Euro.

In base a quali criteri è stato deciso di aprire uno sportello a Firenze?

L'apertura dello sportello a Firenze arriva dopo alcuni anni di attesa. I criteri sono stati ovviamente quelli dettati dalla presenza di soci sul territorio e di clienti che già operavano a distanza.

A questi si aggiungono i legami con gli enti locali toscani che sono soci della Banca (Regione Provincia e Comune di Firenze in primis) e con cui si stanno realizzando interessanti ipotesi di lavoro.

Quale pensa possa essere l'impatto della Banca Etica nella realtà toscana, tenendo anche conto delle trasformazioni in corso nel sistema creditizio della regione?

Banca Etica potrà avere un impatto più culturale che quantitativo sui numeri dell'intermediazione finanziaria Toscana. Attualmente gli impieghi effettuati in Toscana sono pari a circa 13,9 milioni di euro distribuiti su 127 realtà finanziate tra cui vi sono ad esempio l'ARCI, il CEIS di Livorno, Il Forum Sociale Europeo, Mani Tese, l'Uisp, le attività legate all'agricoltura biologica dei Monaci benedettini di Ognissanti presso cui è ospitata la filiale fiorentina di Banca Etica.

Certo questi numeri non possono che salire nel panorama del terzo settore o su specifiche aree di intervento che si stanno aprendo anche per i soggetti privati, lo richiede l'operatività della Banca e lascia ben sperare l'interesse manifestato in questi primi mesi di apertura della filiale.

A parte la crescita di operatività nei primi anni prevediamo che in Toscana si svilupperanno sinergie innovative con gli enti pubblici per favorire l'interazione necessaria tra mondo economico e le questioni innovative poste dalla società civile sulla responsabilità ambientale e sociale delle azioni economiche.

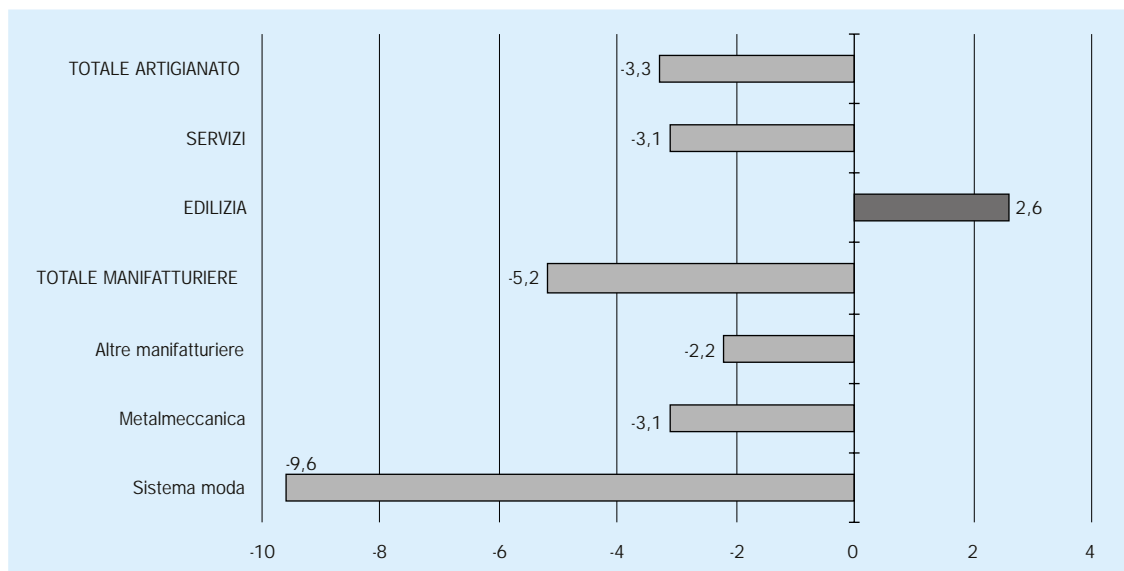
LE FINALITÀ DELLA BANCA ETICA (Art. 5 dello Statuto)

La Società si ispira ai seguenti principi della Finanza Etica:

- la finanza eticamente orientata è sensibile alle conseguenze non economiche delle azioni economiche;
- il credito, in tutte le sue forme, è un diritto umano;
- l'efficienza e la sobrietà sono componenti della responsabilità etica;
- il profitto ottenuto dal possesso e scambio di denaro deve essere conseguenza di attività orientata al bene comune e deve essere equamente distribuito tra tutti i soggetti che concorrono alla sua realizzazione;
- la massima trasparenza di tutte le operazioni è un requisito fondante di qualunque attività di finanza etica;
- va favorita la partecipazione alle scelte dell'impresa, non solo da parte dei Soci, ma anche dei risparmiatori;
- l'istituzione che accetta i principi della Finanza Etica orienta con tali criteri l'intera sua attività.

La Società si propone di gestire le risorse finanziarie di famiglie, donne, uomini, organizzazioni, società di ogni tipo ed enti, orientando i loro risparmi e disponibilità verso la realizzazione del bene comune della collettività. Attraverso gli strumenti dell'attività creditizia, la Società indirizza la raccolta ad attività socio-economiche finalizzate all'utile sociale, ambientale e culturale, sostenendo - in particolare mediante le organizzazioni non profit - le attività di promozione umana, sociale ed economica delle fasce più deboli della popolazione e delle aree più svantaggiate. Inoltre sarà riservata particolare attenzione al sostegno delle iniziative di lavoro autonomo e/o imprenditoriale di donne e giovani anche attraverso interventi di microcredito e microfinanza. Saranno comunque esclusi i rapporti finanziari con quelle attività economiche che, anche in modo indiretto, ostacolano lo sviluppo umano e contribuiscono a violare i diritti fondamentali della persona. La Società svolge una funzione educativa nei confronti del risparmiatore e del beneficiario del credito, responsabilizzando il primo a conoscere la destinazione e le modalità di impiego del suo denaro e stimolando il secondo a sviluppare con responsabilità progettuale la sua autonomia e capacità imprenditoriale.

IL DATO ARTIGIANATO La variazione del fatturato nel 2002



Le tecniche di gestione finanziaria sono state per lungo tempo del tutto ignorate dal sistema delle amministrazioni pubbliche. Negli ultimi anni, però, l'interesse e il concreto ricorso a forme di raccolta anche relativamente sofisticate è andato diffondendosi, in ragione sia del forte aumento degli investimenti, sia della progressiva riduzione dei trasferimenti statali.

In questo quadro, è naturale che gli enti dimostrino un forte interesse nei confronti di qualsiasi innovazione normativa che offra delle opportunità in materia finanziaria, come nel caso della legge 130/99 che ha reso ammissibile le operazioni di cartolarizzazione.

Cerchiamo di spiegare brevemente, e senza entrare in dettagli tecnici, in cosa consista il meccanismo della cartolarizzazione, per evidenziare poi quali siano le possibili applicazioni dello strumento a livello di enti pubblici.

La cartolarizzazione è un'operazione che consente di trasformare dei crediti in titoli con caratteristiche ben definite -in termini di profilo, rendimento, rischio, ecc. - e quindi agilmente negoziabili sui mercati finanziari.

In sostanza, così facendo, si riesce a "trasformare" i crediti in liquidità, attraverso una operazione in realtà abbastanza complessa, che prevede quanto segue:

- **Il cessionario.** Deve essere costituita una apposita società che abbia oggetto esclusivo la realizzazione di una o più operazioni di cartolarizzazione dei crediti. Il compito della società così detta "veicolo" è di rivolgersi al mercato, con una emissione di titoli, per finanziare l'acquisto dei crediti.
- **La cessione dei crediti.** Le somme corrisposte dai debitori ceduti devono essere destinate in via esclusiva, dalla società cessionaria, al soddisfacimento dei diritti incorporati nei titoli emessi, nonché al pagamento dei costi dell'operazione.

Detto così, la cartolarizzazione appare solo un complicato meccanismo che consente qualcosa di ottenibile anche con strumenti più immediati, quali il *factoring*.

La cartolarizzazione, però, ha una sua propria e peculiare logica, in quanto con essa è possibile monetizzare non solo i crediti esistenti ma anche le entrate future. Quest'ultima opportunità è quella che ha più stimolato la fantasia dei responsabili dell'area finanza delle aziende pubbliche, i quali hanno trovato in ciò uno strumento molto flessibile e che permette, è bene evidenziarlo, di eludere i vincoli dettati dalla struttura "a zone" del bilancio degli enti locali.

Un accenno per i non addetti ai lavori: il bilancio pubblico prevede dei vincoli di destinazione delle risorse -enunciati dalla Costituzione stessa- che in sostanza si concretizzano nella possibilità di ricorrere all'indebitamento solo per sostenere spese di investimento o per la riduzione del debito.

Chiaramente se viene realizzata, come nel caso di Venezia, che descriveremo poi, un'operazione di vendita di

immobili e ne sono cartolarizzate le entrate future, che a loro volta vengono impiegate per nuovi investimenti o per la riduzione del debito -e cioè per destinazioni consentite dalla legge- si effettua un'operazione che rientra nella logica dell'ordinamento finanziario e quindi valutabile nell'ambito delle opportunità che offre.

Al contrario, se si tratta di cartolarizzare entrate future destinabili a spese ordinarie, di fatto l'ente si sta indebitando per finanziare la gestione corrente, eludendo così il divieto sancito dalla Carta Costituzionale. E purtroppo non mancano esempi di questo tipo, effettuati anche da Amministrazioni Pubbliche di grande rilievo.

In sostanza la cartolarizzazione è uno strumento interessante, ma che deve essere utilizzato come opportunità di gestione finanziaria e comunque in un quadro di conservazione del patrimonio dell'Ente. È un elemento su cui riflettere e sul quale sarebbe forse opportuno intervenire con norma di legge, anche se il mondo della finanza innovativa si evolve a tale velocità che è difficile ipotizzare una regolamentazione stabile e coerente, date le innumerevoli possibilità che i prodotti finanziari presentano.

Di iniziative di cartolarizzazione, comunque, ne sono state realizzate molteplici: da quelle della Regione Lazio, forse l'amministrazione pubblica più innovativa in Italia e per certi aspetti la più "imprudente", alla già citata cartolarizzazione del Comune di Venezia, sulla quale si vuole spendere qualche parola, perché si giudica un esempio virtuoso.

A Venezia, in sostanza, è stata realizzata una operazione finalizzata a monetizzare subito gli introiti provenienti dalla cessione di un pacchetto di immobili. L'intervento ha visto coinvolti non soltanto il comune ed un istituto finanziario ma anche una società di real estate, che ha dovuto preoccuparsi non solo di stimare il valore degli immobili, ma anche di curare la tempistica e l'ottimizzazione delle cessioni e quindi di tutti gli elementi chiave del progetto.

Il Comune di Venezia si è assicurato un importo immediato abbastanza consistente e comunque sicuro -non dovrà cioè restituirlo nel caso che l'operazione non ottenga gli effetti sperati- e, oltre a ciò, il diritto all'eventuale plusvalenza che il buon andamento del progetto possa riservare.

L'operazione è interessante, pertanto, non solo per la sua valenza finanziaria ma anche perché costituisce un outsourcing dell'attività di gestione della vendita ad un operatore specializzato e ben motivato al successo del progetto.

In conclusione il ricorso alla cartolarizzazione può rivelarsi uno strumento interessante, sempre a condizioni che venga utilizzato per le opportunità che offre in termini di operazione finanziaria e di veicolo per un outsourcing, e che non diventi semplicemente un meccanismo di elusione di un divieto sancito dalla costituzione. ●

LA PAROLA Cartolarizzazione STEFANO POZZOLI

Attività & Notizie

ATTIVITÀ

È attiva la nuova rivista on-line dell'Irpet



Raccoglie le opinioni di autorevoli esponenti del mondo culturale, economico e istituzionale su tematiche di attualità. Può essere consultata all'indirizzo:

<http://idee.irpet.it>

NOTIZIE

PUBBLICAZIONI IRPET 2003

BENESSERE E CONDIZIONI DI VITA IN TOSCANA
a cura di
Stefano Casini Benvenuti
Nicola Sciclone
Ed. F. Angeli Milano

BENI CULTURALI E TERRITORIO IN TOSCANA
Patrizia Vezzosi
Ed. IRPET

SPONSORIZZAZIONI E LIBERALITÀ NELL'ARTE E NELLA CULTURA IN TOSCANA, a cura di P. Lattarulo
Interventi note e rassegne n. 18/02 - Ed. IRPET

LE ENTRATE DELLE REGIONI E DEGLI ENTI LOCALI SECONDO IL NUOVO ARTICOLO 119 DELLA COSTITUZIONE: UN'ANALISI ECONOMICA, a cura di A. Petretto
Interventi, note e rassegne n. 19/03 - Ed. IRPET

NumeroIRPET n. 22
Bollettino statistico trimestrale
supplemento alla LetteralRPET n. 27

PUBBLICAZIONI DI ALTRI ISTITUTI REGIONALI DI RICERCA 2003

IRES - Piemonte
LE POLITICHE SOCIALI NELLE REGIONI
Renato Cogno
Working Paper 168/2003

I LAVORATORI DIPENDENTI STRANIERI IN PIEMONTE NEI DATI INPS
Osservatorio sull'immigrazione in Piemonte
Working Paper 169/2003

IRER - Lombardia

Artigianato in Lombardia. Conferenza lombarda sull'artigianato: valorizzare la tradizione, incentivare l'innovazione.
Relazioni tematiche Regione Lombardia

LETTERAIRPET N. 28
Marzo 2003

Trimestrale dell'Istituto Regionale per la Programmazione Economica della Toscana

Direttore responsabile
Alessandro Petretto

Coordinatore di redazione
Franco Volpi

Redazione
Renata Caselli
Alessandro Cavalieri
Roberto Pagni
Alessandra Pescarolo

Segretaria di redazione
Patrizia Ponticelli

Progetto grafico
Leonardo Baglioni

Direzione, redazione
Via G. La Farina 27
50132 Firenze
Tel. 055-57411
Fax 055-574155

Stampa
Centro Stampa 2P srl
Via della Villa Demidoff, 50
50127 Firenze

Chiuso in tipografia nel mese di marzo 2003

Spedizione in abbonamento postale - 70% - Filiale di Firenze

Registrazione n. 4605 del 19.07.96 presso il Tribunale di Firenze

SEGUE DA PAG. 1

L'andamento del volume di export è decrescente soprattutto nell'ultimo periodo e continua a persistere una dimensione media in termini di addetti per impresa molto contenuta. Tali prospettive sono in parte addolcite da alcuni fenomeni strutturali in grado, se sostenuti, di invertire il trend, come la benefica funzione di alcune selezionate imprese leader di nicchia e il tentativo di elevare la qualità dei prodotti specifici dell'industria della moda, rivolti alla casa, all'arredo e alla persona, con il diffondersi della progettazione stilistica dell'*expertise* tecnologico, delle scuole e dei collegamenti internazionali. Di un certo rilievo è poi il fenomeno che all'indebolimento delle attività manifatturiere associa un rafforzamento di attività del terziario specializzate nel settore moda.

Nella moda si sono osservati i primi segnali del fenomeno, poi estesi ai principali settori industriali, di cedimento del modello familiare e ha avuto luogo un'apertura degli assetti proprietari ad attori esterni all'area locale. Si tratta di un fatto positivo nel momento in cui registra una predisposizione ad attrarre investimenti che non possono non sostenere il settore ma che può, nel contempo, indebolire alcune funzioni strategiche finora localizzate nella regione.

Ad ogni modo, il sistema di intermediazione finanziaria, e in generale il mercato dei capitali in Toscana, non sembrano in grado di sostenere il tessuto delle piccole e medie imprese che nella moda così come in altri settori prevalgono. La qualità dei progetti di investimento dovrebbe essere incentivata da un moderno sistema di erogazione del credito supportato da adeguati meccanismi di analisi, di valutazione e di controllo. Opportuna sarebbe la nascita di fondi di investimento territoriali che agiscano in modo autonomo e in sinergia con operatori finanziari nazionali e internazionali per partecipare al capitale di rischio delle PMI e aiutarne lo sviluppo.

In conclusione, la sensazione è che non sia tanto la perdita di centralità il principale problema economico che ha di fronte oggi la Toscana, quanto un suo aspetto particolare collegato alla perdita di competitività delle imprese toscane, tanto più avvertita nell'ambito della concorrenza internazionale dei mercati globali. Questo problema non pare possa essere risolto facendo solo affidamento sulle competenze distintive localizzate sul territorio e sulla tradizionale "tipicità" delle attività. È la formazione di un ambiente economico e istituzionale in grado di facilitare la capacità delle imprese toscane di primeggiare nei mercati internazionali in attività di frontiera la vera sfida del futuro. ●

L'IRPET è presente su Internet con un proprio sito web che contiene notizie sull'attività seminariale e convegnistica dell'Istituto, il catalogo delle pubblicazioni e dati socio-economici sulla Toscana. È inoltre possibile accedere alla biblioteca e consultare la LetteralRPET • <http://www.irpet.it/> •