



CAMERA DI COMMERCIO UN'OPPORTUNITÀ DI SVILUPPO PER IL PAESE

DI SIMONA MICHELOTTI
PRESIDENTE DEL GRUPPO SIT
GIÀ PRESIDENTE ANIS E CAMERA DI COMMERCIO

Introduzione

Sono stata Presidente della Camera di Commercio di San Marino dal 2008 al 2012, in una fase economica difficile e tumultuosa per la nostra Repubblica. Alle insidie di una crisi globale devastante si sommarono infatti gli sconvolgimenti di quella che ha finito per tradursi in una vera e propria crisi di sistema. Per questo quando mi proposero l'incarico indugiai a lungo prima di accettare, persuasa che la transizione verso un nuovo modello economico non è il momento migliore per far emergere le potenzialità di un istituto ancora alla ricerca di se stesso. Ma alla fine sono prevalsi il senso di responsabilità e anche una certa passione per le sfide, alle quali evidentemente non riesco proprio a sottrarmi.

Le mie perplessità iniziali non sono state tutte fugate ma l'entusiasmo, la professionalità e il clima di fiducia che ho respirato con tutti i componenti dello *staff* mi hanno arricchito di nuove e più solide consapevolezze.

In particolare il consuntivo della mia esperienza ha confermato l'esigenza di puntualizzare per la nostra Camera di Commercio un'identità e un ruolo coerenti e rigorosamente funzionali alle specificità della organizzazione istituzionale ed economica del microstato, nei suoi aspetti consolidati e

in quelli più dinamici e mutevoli che vengono a costituirsi e modificarsi nel tempo.

Il processo di trasformazione del sistema San Marino non può ancora dirsi concluso, stratonato fra l'emergenza di rispondere con tempestività alla sofferenza delle imprese e del lavoro, di assolvere a doverosi e irrinunciabili obblighi internazionali, di recuperare risorse per sostenere lo Stato e lo sviluppo, mentre ogni atto e ogni innovazione concretizzano un tassello del nuovo sistema che viene così a formarsi plasticamente e progressivamente davanti ai nostri occhi.

La Camera di Commercio potrebbe diventare un fattore non irrilevante per accrescere la competitività e l'efficienza del nuovo sistema e costituirne una vera risorsa anche nel breve periodo, ma le sue promesse rischiano di restare lettera morta se non saranno sostenute da un'adeguata e coerente volontà politica.

Un breve *excursus* sulle origini e sulla natura delle Camere di Commercio potrà offrirci qualche strumento di interpretazione di esperienze di successo svolte altrove, per coglierne le assonanze con la nostra cultura economica e istituzionale e la loro praticabilità nel caso sammarinese.

La prima Camera di Commercio risale al 1599 e nasce in Francia, a Marsiglia, con lo scopo di difendere gli interessi del commercio e del contesto economico del Paese.

L'impulso alla costituzione di queste unioni di imprese e associazioni origina quindi dalla necessità di raccogliere le forze e le risorse di un luogo per creare massa critica e agire insieme con maggior efficacia a supporto e difesa di coloro che ne fanno parte.

Lo sviluppo e gli indubbi vantaggi di tali forme di aggregazione portano inevitabilmente al coinvolgimento di tutti i settori dell'economia, dalla finanza all'artigianato, dall'industria, al commercio, al turismo. Questo consenso pressoché unanime accresce il peso sempre più determinante delle Camere di Commercio nelle scelte e negli indirizzi strategici del Paese di riferimento.

E' ovvio come le Camere di Commercio siano fortemente influenzate dal contesto culturale in cui si sviluppano e risentano della impostazione

giuridica e dell'approccio, pubblicistico o privatistico, che l'impianto legislativo riserva loro.

Nel mondo esistono infatti due modelli di Camera di Commercio. Quello pubblicistico appunto che prevale nei paesi di *civil law* (fra tutti, Italia, Francia, Germania, Spagna, Austria, Paesi Bassi), in cui la Camera di Commercio è un ente pubblico a tutti gli effetti. E quello privatistico, tipico dei paesi di *common law* dove viene talvolta denominato *board of trade*, in cui assume la forma di un'associazione di diritto privato alla quale le imprese aderiscono volontariamente. In questo caso la Camera partecipa alla formulazione di politiche pubbliche nella sua veste di gruppo di pressione sul mondo politico ed economico, e non per una funzione a lei formalmente attribuita come avviene nel caso del modello pubblicistico.

Solo per citare un esempio di quest'ultimo modello, negli Stati Uniti la Camera di Commercio è una *lobby* (o meglio uno dei maggiori gruppi di *lobbying*) nonché la più grande organizzazione al mondo di *business*. L'istituzione americana infatti rappresenta gli interessi di oltre tre milioni di aziende di tutte le dimensioni, settori e regioni. I membri spaziano da imprese capillari come semplici negozi fino a importanti associazioni di settore e grandi aziende, e tutti contano sulla Camera di Commercio perché si faccia loro portavoce a Washington DC.

Le Camere di Commercio affrontano questioni economiche chiave che presuppongono riforme giuridiche e interventi di promozione commerciale, come proposte di politica fiscale intelligente o di alleggerimento e semplificazione normativa.

Per comprendere meglio quale potrà essere lo sviluppo e la caratterizzazione della nostra giovanissima Camera di Commercio è interessante soffermarsi su alcune strutture particolarmente significative per noi, come quella italiana e quella svizzera, o rappresentative di *case history* europei importanti quali il caso tedesco.

La particolarità della Camera di Commercio della nostra Repubblica sta nel poter ancora scegliere come strutturarsi rispetto ai due modelli prevalenti, considerando che nel sistema sammarinese sono insite alcune caratteristiche giuridiche e istituzionali che ci assimilano più ai paesi di *common law* che a quelli di *civil law* come quelli descritti, seppur più vicini geograficamente.

Le Camere di Commercio in Italia

In Italia, paese di *civil law*, la Camera di Commercio è un ente autonomo funzionale di diritto pubblico che svolge funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, promuovendone lo sviluppo, nel rispetto della normativa comunitaria, statale, regionale e statutaria.

L'ente si propone come istituzione di riferimento per le imprese e raccordo fra le istanze economiche della società civile e il sistema politico-istituzionale locale.

Alla sua origine, nel 1862, si configurava come ente periferico di natura strettamente privata e collegato all'amministrazione centrale.

La vera e propria svolta nella sua attività e nel rapporto con lo Stato avviene nel 1993 con la legge n. 580. L'evoluzione normativa si compie in un periodo storico in cui il sistema istituzionale italiano predilige modelli organizzativi orientati a strutture eccessivamente centralistiche, perché il modello piramidale non sembra più accettabile.

La novità di questa legge consiste soprattutto nel riconoscimento alle Camere di Commercio di una forte carica di autonomia che viene espressamente richiamata dall'art. 1: "le Camere di Commercio... sono enti autonomi" e che palesa la volontà del legislatore di "rendere l'ente camerale sempre meno dipendente da strutture sovraordinate".

E' significativo, in questo contesto, illustrare in modo più dettagliato come venga inteso il principio di autonomia. Infatti con questo si vuole espressamente e fortemente indicare e promuovere l'indipendenza di un soggetto nell'esercizio di determinate attività politiche e giuridiche.

L'autonomia giuridica in particolare viene identificata nella capacità di enti e organi di agire nel campo giuridico per il raggiungimento delle proprie finalità. L'autonomia giuridica delle Camere di Commercio italiane si sostanzia dunque:

- nella possibilità di darsi un proprio statuto di cui precedentemente non erano dotate (autonomia normativa);
- nella capacità, loro riconosciuta, di darsi una struttura organizzativa e di decidere il proprio programma di azione senza dipendere da direttive ministeriali e senza essere sottoposte a forme paralizzanti di controlli (autonomia organizzativa o di gestione);

- nella capacità, loro riconosciuta, di imporre propri tributi e di provvedere a impiegare le proprie risorse finanziarie secondo i criteri contenuti nel bilancio predisposto e approvato dai propri organi di direzione (autonomia finanziaria e contabile).

A sostenere economicamente l'attività dell'ente sono le aziende iscritte al Registro Imprese che pagano un diritto annuale.

La Camera di Commercio in Germania

Le Camere di Commercio in Germania rappresentano gli interessi di milioni di imprese con aziende di tutte le dimensioni e di tutti i settori. Le società commerciali in Germania sono membri della loro Camera di Commercio e Industria (CCI), e tutte le CCI sono a loro volta membri della DIHK (*Deutscher Industrie-und Handelskammertag* - Associazione delle Camere di Commercio tedesche e Industria).

Per 150 anni hanno perseguito l'obiettivo di garantire condizioni quadro che promuovessero la crescita e la prosperità, la libera concorrenza, l'apertura dei mercati, la stabilità della moneta, la correttezza dei comportamenti e delle relazioni, e lo sviluppo delle infrastrutture.

Sono presenti in tutto il mondo e sono ben 120 le sedi all'estero.

Le loro radici nel territorio, nonché la loro presenza in tutto il mondo e la loro panoramica dell'intera economia, le rendono il *partner* ideale della politica che infatti, in più occasioni, le consulta sulle leggi rilevanti per l'economia.

Sono al fianco delle imprese nella creazione di nuove aziende e, fatto alquanto singolare e ammirevole, si impegnano a garantire che ogni anno decine di migliaia di giovani abbiano la possibilità di ricevere una formazione all'interno delle aziende.

Manifestano una notevole propositività nei confronti del Governo e, più in generale, sono proiettate fortemente allo sviluppo di nuove imprese alle quali offrono il supporto di informazioni e consigli sul loro *business*, agevolandole nelle pratiche burocratiche e al contempo promuovendo innovazioni e semplificazioni della burocrazia.

Tutte le aziende tedesche registrate in Germania, con l'eccezione delle

imprese artigiane, le professioni libere e le aziende agricole, sono tenute per legge ad aderire a una Camera.

Così il DIHK (Associazione delle Camere di Commercio tedesche e Industria) rappresenta più di tre milioni di imprenditori, tra i quali figurano non solo le grandi aziende ma anche commercianti e albergatori.

Per questa ragione l'associazione esercita una notevole influenza politica, e soprattutto per la sua terzietà. Infatti non rappresenta alcun gruppo societario specifico, bensì tutte le imprese commerciali in Germania, senza distinzione.

Le finalità di questa forma di Camera di Commercio sono tra le più concrete e si collegano fortemente alle aziende e ai valori su cui queste ultime dovrebbero basarsi: in particolare la serietà, la formazione, la solidità del sistema di infrastrutture e la correttezza nella competizione sui mercati.

E' quantomeno raro trovare descritti e difesi così efficacemente valori fondativi tanto elevati. Ciò permette di apprezzare l'encomiabile dimensione etico-sociale dell'approccio al mercato e al lavoro che si respira nel contesto tedesco, dimensione che sicuramente non è una componente irrilevante del suo successo.

Le Camere di Commercio in Svizzera

Le Camere di Commercio e dell'Industria sono associazioni private i cui membri vi aderiscono in maniera volontaria. I principali compiti sono la legalizzazione di documenti per l'esportazione di merci, il rilascio dei *Carnet ATA*, la tutela e il miglioramento di condizioni quadro tali da favorire l'economia e le attività imprenditoriali, come ad esempio il *networking*.

Le CCI si attivano inoltre ad interagire tra di loro per promuovere lo scambio di conoscenze ed esperienze tra le varie sedi presenti sul territorio svizzero e per difendere i propri interessi politici ed economici.

In Svizzera è particolarmente avvertita la necessità di un collegamento forte con gli attori internazionali del contesto economico mondiale, e quindi l'attività delle Camere di Commercio è orientata a favorire gli scambi economici tra la Svizzera e il mondo attraverso consulenze mirate e servizi alle aziende interessate.

Proprio per questa vocazione all'internazionalizzazione del *business* si possono distinguere due gruppi di Camere di Commercio. Da una parte quelle che rappresentano le aziende di un cantone o di una regione; dall'altra quelle fondate proprio per rappresentare gli interessi di aziende di tutto il mondo attive in Svizzera, o per promuovere le relazioni economiche tra la Svizzera e il resto del mondo. L'efficacia di tale impostazione è dimostrata anche dal fatto che esistono associazioni e Camere di Commercio per quasi tutti i paesi che hanno aziende attive in Svizzera.

Le 18 Camere di Commercio che rappresentano gli interessi dei vari Cantoni, sono infine riunite in una associazione denominata CCIS - Camere di Commercio e dell'Industria della Svizzera.

La caratteristica distintiva delle Camere di Commercio in Svizzera e che le connota rispetto agli altri analoghi istituti, è la coesistenza di due anime, una fortemente legata al territorio, l'altra molto aperta all'esterno.

L'impronta forte di quest'ultimo tipo di Camera di Commercio origina sicuramente dalla volontà di attrarre investimenti esteri nel proprio Paese, in un contesto rafforzato dagli indubbi vantaggi prodotti dall'approccio finanziario e dalla diversa fiscalità della stessa Svizzera rispetto agli altri Stati europei.

La Camera di Commercio a San Marino

Nel 2001 nasce a San Marino l'Agenzia per la Promozione e lo Sviluppo dell'Economia (APSE), istituita con la legge n. 133 del 24 novembre 1997.

E' la prima volta che emerge con forza l'esigenza di un organismo a supporto e promozione degli interessi generali delle imprese e che, al contempo, rappresenti uno strumento di attuazione della politica di programmazione dello sviluppo socio-economico del Paese.

Nel 2004, con la legge n. 71 del 26 maggio 2004, l'APSE si trasforma in Camera di Commercio S.p.A. partecipata al 51% dallo Stato e per il restante 49% dalle associazioni di categoria, dalle quattro banche storiche e dall'Università degli Studi di San Marino, in percentuali diverse.

Il Presidente deve essere proposto dalle associazioni di categoria e

deve godere del gradimento del Governo. Il primo Presidente è stato Enzo Donald Mularoni, candidato dell'Anis.

La Camera di Commercio si sostiene economicamente grazie a due fonti principali, il contributo dello Stato che viene definito ogni anno nella Legge Finanziaria, e i proventi da partecipazione in società. Detiene infatti una quota della Giochi del Titano, la società pubblica che gestisce le attività di gioco nella Repubblica di San Marino, e dunque una parte dei finanziamenti proviene dai dividendi distribuiti da quest'ultima.

Ho avuto il privilegio di partecipare alla fondazione della Camera di Commercio sin dai primordi quando, nella mia veste di allora Vice Presidente di ANIS, ho assistito e condiviso con il mio apprezzamento la nascita dell'Agenzia per la Promozione e lo Sviluppo dell'Economia (APSE).

Ritengo si sia trattato di un passaggio importante per l'evoluzione del rapporto fra lo Stato e le imprese sammarinesi, trattandosi della prima volta in cui la parte pubblica ha ricercato l'alleanza e la collaborazione degli imprenditori per la creazione di un ente espressamente dedicato a promuovere lo sviluppo del Paese.

Non è stato semplice, e forse non lo è ancora, far convivere e dialogare due mondi, lo Stato e le Imprese, per loro natura estremamente differenti e guidati da logiche che talvolta possono sembrare contrastanti.

Il lungo dibattito tra Governo e mondo dell'imprenditoria che, qualche tempo dopo, ha preceduto la trasformazione di APSE in Camera di Commercio S.p.A. - durato almeno un paio di anni - è sintomatico della difficoltà di conciliare le esigenze di due realtà che però sono solo apparentemente lontane. Infatti Stato e Imprese, pur rappresentando obiettivi e valori diversi, sono entrambi consapevoli della necessità di armonizzare lo spirito imprenditoriale di APSE con una indispensabile autonomia di gestione. La Camera di Commercio può garantire la sua efficienza solo a patto di non essere troppo condizionata dalla transitorietà delle parti politiche.

La Camera di Commercio di San Marino è amministrata da un Consiglio di Amministrazione che cambia ogni tre anni ed è espressione della compagine societaria.

L'iscrizione alla Camera di Commercio avviene automaticamente per tutte le imprese, le quali non pagano nulla per essere iscritte. Le attività della Camera di Commercio si concentrano su cinque aree: servizi per l'impresa, estero, editoria, fiere ed eventi, imprenditoria giovanile.

Tra i servizi per l'impresa in particolare si evidenziano: albi e registri per categorie professionali e imprese, emissione di carte cronotachigrafiche, raccolta bilanci, certificati di origine, deposito di atti e documenti, rilascio della firma elettronica, tenuta del Registro Imprese e statistiche economiche.

Tra i servizi per l'estero e l'internazionalizzazione: *Club Estero* (gruppo di imprese interessate all'internazionalizzazione), organizzazione di seminari di approfondimento sulle realtà di vari paesi, consulenza e ricerca di *partners* per le aziende sammarinesi che vogliono internazionalizzare il proprio *business*, pubbliche relazioni con delegazioni estere, promozione e informazione sull'economia sammarinese.

Oltre a ciò si contano numerose altre attività, tra cui fiere ed eventi in settori specifici, come Chocotitano per il settore dolciario, Ecomercatale nel campo delle tecnologie ecosostenibili e Premio Web.

La Camera di Commercio di San Marino è comunque una realtà molto giovane, non ancora del tutto consolidata nelle potenzialità di ciò che potrebbe aggiungere valore alla sua funzione.

Non godendo peraltro di indipendenza e di autonomia economica, il suo sviluppo non dipende esclusivamente dalla sua capacità e volontà di crescere, bensì dalle risorse che lo Stato è disposto a concederle di anno in anno. Si comprendono dunque le sue difficoltà a strutturare un progetto di medio-lungo periodo.

Questo rappresenta sicuramente uno dei suoi limiti principali rispetto alle altre Camere di Commercio che si sostengono direttamente con le iscrizioni delle aziende.

Già da qualche anno è in atto una spinta al cambiamento e una forte volontà di riforma che ancora però non riesce a concretizzarsi, anche a causa della contingenza socio-economica particolarmente critica.

Personalmente credo che le difficoltà del periodo non dovrebbero frenare, bensì accelerare, l'attesa riforma, proprio nella prospettiva di potenziare l'impulso e il sostegno alla crescita delle aziende già esistenti e alla nascita di nuove, prospettiva nella quale la Camera di Commercio potrebbe fungere, come accade in Germania, da *tutor* delle imprese stesse.

Le risorse, sia finanziarie che umane, dovrebbero però essere adeguate a questo nuovo e alto scopo.

La “Camera dei sogni”

Non è puerile parlare di sogni. Nel mondo dell’impresa tante realtà di successo non esisterebbero se gli uomini avessero perso la loro capacità di sognare. La Camera di Commercio che sogno dovrebbe godere di una libertà di pensiero e di azione ampia. Almeno tanto quanto è ampio il suo raggio di operatività, dovendo spaziare dall’imprenditoria all’artigianato, dal territorio al turismo e all’internazionalizzazione. Quindi un ente che possa dare slancio e aiuto alla politica, supportarla nelle scelte di indirizzo economico e legislativo, e non solo esserle burocraticamente subordinata.

Ma soprattutto dovrebbe diventare uno strumento di supporto alle aziende che nascono per affiancarle nella loro fase di costituzione, agevolarle, semplificare le procedure, abbattere i tempi morti, superare le difficoltà, trovare le strade di un fare costruttivo e dinamico.

Alla Camera di Commercio dovrebbe spettare il compito di divulgare e comunicare al mondo quanto possa essere accogliente la Repubblica di San Marino. Quanto possa essere vantaggioso e facile farvi impresa con serietà, tranquillità, trasparenza, nella certezza del diritto, in un contesto meno gravato da pesi burocratici e da procedure aggressive di controllo. A San Marino le leggi ci sono e debbono essere fatte rispettare, ma non servono gli approcci inquisitori. E’ mortificante per l’imprenditore la presunzione di slealtà che spesso viene espressa dalla burocrazia più rigida e miope. Serve invece un confronto serio basato su un’analisi realistica dei numeri e dei dati oggettivi, così come avviene nel nostro Paese, e questo consente sicuramente la possibilità di fare impresa in maniera più serena.

Per le aziende già in attività la Camera di Commercio potrebbe farsi carico di risolvere le difficoltà legate alle esportazioni e superare il *gap* che deriva dalla condizione di San Marino come paese extra Unione Europea. L’ente dovrebbe provvedere alle pratiche amministrative di collegamento tra i vari Stati e rimuovere dal percorso tutti gli ostacoli che si frappongono allo scambio con i potenziali clienti e fornitori di altri Paesi.

La Camera potrebbe diventare un organismo in grado di sensibilizzare, e anche esercitare le dovute pressioni, su tematiche sensibili e determinanti per sconfiggere i problemi interni originati dall’attuale, diffuso e insidioso clima protezionistico che sta limitando fortemente alcune attività.

Non possiamo permetterci di lasciare questo fronte delicatissimo alle iniziative individuali, le quali perseguono ciascuna interessi singoli, a volte contrastanti con il beneficio comune. Serve invece la forza e la *moral suasion* di un ente come la Camera di Commercio, capace di rappresentare il vero interesse collettivo.

Ciò di cui parlo è un autentico cambiamento culturale che dovrebbe partire *in primis* dalle categorie economiche per permeare tutto il tessuto socioeconomico del Paese, e di conseguenza la politica.

Nel mio sogno, nella sua qualità di rappresentante di tutta l'economia della Repubblica, la Camera di Commercio potrebbe essere protagonista di questo processo innovativo.

Una domanda sorge immediata: perché la nostra giovane Camera di Commercio non ce l'ha fatta fino ad oggi?

La mia risposta è perché da diversi anni vive in una sorta di sindrome depressiva a causa dello scarso riconoscimento da parte del Paese. Credo che questa visione asfittica delle sue potenzialità sia dovuta principalmente al fatto che la Camera di Commercio viene intesa, nella percezione collettiva, come un centro di potere e, come tale, terreno di scontro delle volontà di chi vuole impossessarsene. E' evidente come questo rappresenti un grave pericolo per la Camera di Commercio che rischia di allontanarsi dalla sua vocazione tipica e perdere così le ragioni fondanti della sua esistenza.

Conclusioni

Sono molto legata alla Camera di Commercio e vorrei per lei l'opportunità vera di modellarsi plasticamente la propria identità, cogliendo e recependo gli aspetti migliori degli esempi che ho citato.

Mi piacerebbe che tutte le forze politiche contribuissero alla costruzione di questo progetto riformatore, con l'intento di perseguire lo sviluppo e il benessere dell'economia del Paese e non di accentrare o rafforzare una qualsiasi parte politica.

Nell'approccio alla riforma serve una tensione al miglioramento e un buon grado di ambizione per mettere mano a questo progetto, che soprattutto si configura come vero e proprio cambiamento culturale.

La spinta all'indipendenza della Camera di Commercio potrebbe realizzarsi anche delegandole la responsabilità di diffondere, divulgare e promuovere concretamente i valori etici indispensabili a un approccio moderno all'impresa che, oggi più che mai, debbono sorreggere le nuove visioni orientate al futuro.

Questo è il mio augurio.