

## Camere di commercio e culture d'impresa di Pier Andrea Chevallard

Il **rapporto** che esiste tra **Camere di commercio** e **cultura d'impresa** è strettamente correlato alla natura stessa degli enti camerali che, per preciso ruolo istituzionale, svolgono funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, di cui curano lo sviluppo nell'ambito delle economie locali.

Le **imprese** rappresentano un **universo composito** ed esprimono interessi molto spesso divergenti. Per tutelarle e favorirne la crescita nell'ambito dei rispettivi sistemi territoriali occorre avere una **conoscenza** approfondita e aggiornata di tale universo. Conoscenza che consenta di leggere, anche in prospettiva, le linee di sviluppo, le criticità, i bisogni espressi e le esigenze avvertite.

Le Camere di commercio, in quanto anagrafe delle imprese, sono poi un **punto di osservazione privilegiato** e un termometro di questo mondo: raccolgono e dispongono di dati quantitativi, qualitativi e di tutta una serie di elementi che definiscono, in maniera sufficientemente nitida e precisa, le caratteristiche dell'universo-imprese e delle sue molteplici componenti. E la conoscenza è uno strumento imprescindibile per **delineare politiche** e **progettare azioni concrete** – mirate e ed efficaci - di sostegno allo sviluppo delle singole imprese, dei sistemi d'impresa e dei relativi sistemi territoriali.

Quando si adotta un approccio di sistema, che è quello tipico delle Camere di commercio, certamente i numeri sono importanti: numero di imprese, numero di addetti, fatturato, contributo alla creazione di ricchezza complessiva, apertura verso l'esterno.

Ma la **dimensione qualitativa** – sociale, relazionale, culturale, storica – è assolutamente centrale. Perché ogni intervento è mirato alla valorizzazione, alla diffusione, alla salvaguardia, all'integrazione, all'accrescimento dei grandi patrimoni - di saperi e di saper fare, di relazioni e di prassi, di attitudini e di spirito imprenditoriale - che sono, al tempo stesso, la **ricchezza** e la **cultura delle nostre imprese** e dei nostri sistemi d'impresa.  
**organizzativo.**