

I bisogni linguistici del tessuto socio-economico della regione Toscana: il caso di Siena nell'epoca della crisi

Chiara Buchetti, Luana Cosenza
Università per Stranieri di Siena, Italia
buchetti@unistrasi.it
cosenza@unistrasi.it

Synergies Italie n° 9 - 2013 pp. 141-151

Reçu le : 07/06/2012 Accepté le : 28/12/2012

Riassunto : La maggior parte delle piccole e medie imprese italiane, e nello specifico quelle della regione Toscana, non possiede gli strumenti linguistici e culturali necessari per poter attuare processi di internazionalizzazione e risollevare così le sorti dell'economia locale, provinciale e nazionale in questo periodo di crisi economica. Da un'analisi incrociata, condotta dall'Università per Stranieri di Siena nell'ambito del progetto «LSECON - Le lingue straniere come strumento per sostenere il sistema economico-produttivo della regione Toscana », basata sia su dati statistici forniti dalla Camera di Commercio di Siena sia da testimonianze dirette dei singoli imprenditori, risulta che le lingue, e di conseguenza i mercati su cui puntare maggiormente per risollevare l'economia provinciale, sono il cinese, l'arabo, il russo ed il giapponese. A tale scopo si propongono, come strumento di sostegno agli imprenditori, materiali didattici, creati *ad hoc* per i settori trainanti dell'economia del territorio, che vadano a supplire ai deficit riscontrati e che mirino a dare conoscenze minime agli imprenditori che vogliono ampliare i loro orizzonti commerciali.

Parole chiave : Bisogni linguistici, Piccole e Medie Imprese, Siena, Toscana, Internazionalizzazione, Lingue straniere

Les besoins linguistiques du tissu socio-économique de la Région Toscane : le cas de Sienne à l'époque de la crise

Résumé : La plupart des petites et moyennes entreprises italiennes, notamment de la région Toscane, ne possède pas les outils linguistiques et culturels nécessaires pour entamer un processus d'internationalisation et, par conséquent, pour contribuer à l'amélioration de l'économie locale et nationale au cours de l'actuelle période de crise. L'analyse croisée, menée par l'Université pour étrangers de Sienne dans le cadre du projet « LSECON - Le lingue straniere come strumento per sostenere il sistema economico-produttivo della regione Toscana » et basée sur les données statistiques de la Chambre de Commerce de Sienne et sur des témoignages d'entrepreneurs, montre que les langues prioritaires pour améliorer l'économie provinciale sont le chinois, l'arabe, le russe et le japonais. Pour fournir un « service d'appui » aux entrepreneurs, nous leur proposons des matériaux didactiques qui ont été conçus spécialement pour les secteurs porteurs de l'économie régionale et qui peuvent suppléer les manques constatés, en fournissant des connaissances de base aux entrepreneurs qui envisagent de se lancer sur des nouveaux marchés.

Mots-clés : Besoins linguistiques, PME, Sienne, Toscane, Internationalisation, Langues étrangères

**Language needs in the socio-economic stratum
of Tuscany: the case of Siena in times of crisis**

Abstract : The majority of Italian small and medium companies, especially in Tuscany, have no language and cultural resources needed to pursue a process of internationalization which would enhance local, regional and national economy in times of crises. Analyses conducted by the University for Foreigners of Siena in the context of the LSECON project - Foreign languages as resources to support the economic-productive system in Tuscany - and the statistical data provided by the local Chamber of Commerce, show that languages such as Chinese, Arab, Russian and Japanese and the related markets, should be considered in order to facilitate economic growth. To this aim, materials about the territory and the local economy are specifically prepared to provide support to businessmen interested in expanding their business activities.

Keywords : Language needs, SME, Sienna, Tuscany, Internationalization, Foreign languages

1. La questione delle lingue per l'internazionalizzazione delle imprese a livello italiano

La promozione dell'apprendimento linguistico ed il plurilinguismo costituiscono le basi della politica linguistica europea; la società italiana però presenta una realtà linguistica diversa da quella prospettata dalla Commissione Europea: la conoscenza di lingue straniere, che riguarda tanto quelle di grande diffusione internazionale, come ad esempio l'inglese, quanto quelle meno diffuse ma ugualmente importanti per la loro storia culturale e la loro spendibilità a livello sociale, risulta alquanto scarsa (Commissione Europea, 2008). Secondo il report *Europeans and their languages* di Eurobarometro (European Commission, 2012), l'Italia si trova agli ultimi posti per la conoscenza delle lingue straniere a tutti i livelli della struttura sociale, in particolare per il grado di effettiva competenza posseduto dagli allievi delle scuole di ogni ordine e grado. L'espressione 'conoscenza scolastica' di una lingua straniera apposta in un curriculum vitae, ad esempio, rappresenta un modo velato per alludere ad una competenza minima pressoché inesistente e indica nel contempo la causa di tale carenza, ossia il fallimento dell'azione istituzionale messa in atto dallo Stato italiano. Tale limite intrinseco e strutturale della nostra società allontana il nostro Paese sia dall'Europa, il cui governo ha fatto della conoscenza di tre lingue, di cui due straniere, la base minima della capacità plurilingue di ogni cittadino europeo (Commissione Europea, 2008), sia dal resto del mondo. Nel suo intervento *Il plurilinguismo oggi : il caso Italia*, Massimo Vedovelli riunisce le difficoltà linguistiche italiane fin qui elencate sotto l'appellativo « questione delle lingue » (Vedovelli, 2010). Le difficoltà ad aprirsi a lingue straniere sembra siano imputabili a cause storico-linguistiche specificamente italiane che hanno portato gli abitanti della penisola a prediligere una sorta di monolinguisimo, o meglio a creare uno spazio linguistico che ruota attorno all'italiano, ai dialetti regionali e alle lingue delle minoranze, spazio dal quale restano pressoché escluse le lingue straniere. Le conseguenze di tale « questione », di tale profonda ed estesa carenza, non si collocano solo sul piano culturale, ma investono direttamente e pesantemente il sistema economico-produttivo e la conseguente capacità di internazionalizzazione

delle singole aziende (ELAN, 2006). A tal proposito il rapporto *ELAN : Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills* segnalava, già prima della crisi che ha investito l'economia internazionale, come le aziende europee perdessero una determinata percentuale di contratti ogni anno a causa della scarsa conoscenza della cultura della controparte e della mancanza di competenze linguistiche nelle lingue europee e in lingue quali l'arabo, il cinese e il russo. Pertanto, la mancata conoscenza delle lingue straniere e la necessità, non avvertita, di entrare in contatto con gli altri tramite le loro lingue ha influito negativamente sui processi di internazionalizzazione. È necessario che il nostro sistema economico-produttivo veda nella necessità di apprendere ed utilizzare le lingue degli altri il punto focale per risolvere sia la « questione delle lingue », interna e congenita, sia la crisi economica che attanaglia numerose piccole e medie imprese italiane: investire in lingua e cultura potrebbe aiutare le imprese, non solo a sopravvivere nel mondo del mercato globale, ma a diventarne protagoniste (Vedovelli, 2010). La scarsa competenza linguistica e la non consapevolezza che le lingue straniere costituiscano uno strumento indispensabile per interagire con gli altri non consente al sistema imprenditoriale italiano di ampliare il proprio ventaglio di partner commerciali. Non è più sufficiente aspettare che siano gli altri ad avvicinarsi ai manufatti italiani di loro spontanea iniziativa, è necessario proporre i nostri prodotti agli stranieri, coloro i quali sono capaci di vedere riflesso nei nostri manufatti i retaggi artistici, storici e culturali peculiari della nostra nazione; è necessario investire ed impegnarsi in prima persona per aumentare il potere di colloquiare con l'altro in modo da risollevarne le sorti dell'economia italiana (Vedovelli, 2010). È sulla base del quadro fin qui presentato che l'Università per Stranieri di Siena, all'interno del progetto « LSECON - le lingue straniere come strumento per sostenere il sistema economico-produttivo della Regione Toscana »¹, sta svolgendo un'indagine che si articola in uno studio delle necessità linguistico-formative del tessuto sociale ed economico del territorio toscano e in una ricerca di natura applicativa per la progettazione di strumenti capaci di attuare idonei percorsi di formazione linguistica mirati alle imprese toscane e alla loro internazionalizzazione. Da tale studio risulta che esiste una generalizzata tendenza per cui sono gli imprenditori stranieri che per primi si interessano ai nostri prodotti e che, quindi, si muniscono di strumenti linguistici e culturali utili ad entrare in contatto con gli imprenditori italiani, mentre questi ultimi rimangono per lo più in attesa di possibili acquirenti. L'Italia è ancora uno dei Paesi più industrializzati nel mondo e i processi di internazionalizzazione del sistema economico-produttivo presuppongono e implicano il possesso degli strumenti linguistico-culturali necessari per far entrare in contatto i sistemi produttivi e gli operatori dei vari Paesi. È in questo ambito che appare particolarmente evidente come il deficit linguistico nel comparto imprenditoriale si trasformi in un deficit di capacità di internazionalizzazione del sistema delle imprese. Molte piccole e medie imprese lamentano l'impossibilità di concludere contratti con aziende di mercati piuttosto distanti da noi poiché l'inglese, nonostante si mostri sufficiente per creare e mantenere i primi contatti, risulta inefficace al momento della stipula del contratto visto che entrambe le parti hanno la necessità di comprenderne esattamente le clausole. Come emerge dai risultati del progetto *Language Rich Europe*², gli altri sistemi economico-produttivi (si pensi ad altri paesi europei, a quelli dell'Europa dell'est, o ai mercati asiatici emergenti) sono supportati da sistemi formativi che garantiscono

una solida formazione cultural-linguistica sia negli idiomi a diffusione internazionale, sia in quelli considerati strategici a livello commerciale. La competitività italiana sui mercati esteri risente fortemente di tale limite. A tale deficit, inoltre, si aggiunge la mancata valorizzazione delle lingue immigrate presenti sul territorio italiano: l'immigrazione straniera è ormai presente da almeno trent'anni entro la nostra società e il nostro sistema economico-produttivo e rappresenta un tratto costitutivo della nostra società-economia (Vedovelli, 2010). Negli ultimi anni la questione della lingua nell'immigrazione straniera ha fatto emergere la necessità di fornire maggiori corsi di formazione in italiano come lingua straniera, da un lato, e la necessità di riconoscere il ruolo che le 'lingue immigrate' svolgono all'interno della nostra società, dall'altro (Barni, Villarini, 2001). Si tratta di due questioni solo apparentemente slegate fra loro e, soprattutto, la seconda non è meno importante della prima. In Italia la questione della lingua nell'immigrazione si è risolta, a livello istituzionale, nel mero potenziamento dell'insegnamento dell'italiano come lingua straniera senza però prendere in considerazione le potenzialità che le lingue degli immigrati propongono alla società e all'economia italiana. Il tentativo di fornire una competenza linguistica adeguata in ambito privato e lavorativo agli immigrati ha assunto però un carattere emergenziale: sono stati creati e offerti da vari soggetti, sia pubblici sia privati, corsi di italiano per stranieri volti a superare l'ostacolo visibile, ovvero quello di poter far interagire gli immigrati all'interno della nostra società, ma di fatto non esisteva una strategia concertata che coinvolgesse tutti i soggetti (immigrati, sistema scolastico, sistema produttivo, istituzioni, agenzie formative ecc.). Inoltre, in Italia non esiste un vero e proprio sistema di educazione degli adulti, quella rete di centri distribuiti in maniera capillare sul territorio in grado di erogare una formazione linguistica adeguata alle esigenze di un pubblico adulto. Di conseguenza, gli immigrati acquisiscono le competenze necessarie per l'interazione nella loro quotidianità, prendendo parte alla vita sociale, mentre gli italiani, a causa del congenito deficit linguistico, rimangono sempre più indietro rispetto agli altri cittadini e lavoratori europei (Vedovelli, 2010).

2. Il tessuto socio-economico toscano e le relative necessità linguistiche

Nel mondo globalizzato e oggi afflitto dalla crisi globale, le carenze linguistiche non consentono di incrementare le attività economiche. L'Italia vive in modo esemplare tale criticità, cui non sfugge nemmeno la realtà della regione Toscana, nella quale sono evidenti le conseguenze negative che hanno pesato sul sistema economico-produttivo locale. A tal proposito si consideri la crisi che ha colpito i distretti produttivi tradizionali toscani (la lavorazione dei metalli preziosi ad Arezzo; il sistema moda nelle province di Firenze, Pisa, Pistoia e Prato; il settore lapideo di Massa Carrara e l'industria cartiera di Lucca; l'agroalimentare ed il vitivinicolo di Siena e Grosseto; i settori navale e petrolchimico di Livorno), tutti settori strategici per lo sviluppo della Regione e strettamente legati alla sua identità tradizionale e alla forte innovazione tecnologica costantemente ricercata (Distretti Italiani, 2012). È fondamentale sottolineare la centralità della dimensione culturale del sistema toscano delle imprese: gli stranieri interagiscono con il sistema produttivo toscano soprattutto perché vedono nei suoi prodotti l'emblema di una regione e della sua cultura, ossia le radici del

patrimonio culturale plurisecolare che alimentano la qualità e l'eccellenza delle produzioni toscane; l'immagine culturale della Toscana permea i suoi prodotti contemporanei, siano essi prodotti specificamente appartenenti all'universo della cultura intellettuale o umanistica, oppure appartenenti ai campi dove le tecnologie e le scienze esatte sono preponderanti. È sulla base di questo quadro che si sostiene l'importanza del ruolo delle lingue per l'internazionalizzazione, processo che si vede ostacolato però dalla generalizzata mancanza di competenze linguistiche nell'inglese o negli idiomi dei Paesi con cui le aziende operano o potrebbero operare. A tale limite intrinseco della capacità di internazionalizzazione del sistema delle medie, piccole e piccolissime imprese toscane si può ovviare portando direttamente nei distretti la possibilità di apprendere le lingue straniere con percorsi formativi *ad hoc* nelle lingue e nei settori preponderanti dell'economia del territorio. In più, tale contatto con le lingue straniere non può limitarsi alle sole competenze di base, ma deve puntare a creare competenze linguistiche relative ai singoli ambiti produttivi, in modo da far emergere immediatamente il legame fra la dimensione linguistica e la sua spendibilità nel mondo del lavoro; deve inoltre fornire delle solide basi culturali che si mostreranno essenziali agli imprenditori per poter interagire, evitando atteggiamenti sconvenienti o che potrebbero inficiare il buon esito dell'interazione, con clienti di culture diverse da quella italiana. Prendendo in considerazione le culture più distanti da noi, come ad esempio quella araba, cinese o giapponese, risulta palese come la mancanza di conoscenza dei tabù o della prossemica della cultura ospite possa addirittura impedire la chiusura di accordi e contratti. I processi di internazionalizzazione costituiscono uno degli elementi strutturali dell'attuale identità toscana, frutto del patrimonio culturale plurisecolare della regione e insieme motore portante della sua presenza nel mondo contemporaneo: in questo senso la Toscana rappresenta l'intera Italia che può vedere nel proprio patrimonio culturale, e perciò anche linguistico, il suo più profondo giacimento di valori. Ogni elemento che ostacoli la possibilità di promuovere a livello internazionale il ricco patrimonio culturale e produttivo della Toscana, costituisce un deterrente, se non addirittura un blocco, della presenza a livello internazionale del nostro Paese.

Il tessuto socio-economico delle dieci province toscane risulta molto variegato e caratterizzato da una forte percentuale di medie, piccole e piccolissime imprese che spesso, lavorando per indotto, non hanno accesso ai processi di internazionalizzazione. Risulta però evidente come zone ad alta specializzazione nella produzione di un particolare bene sostengano l'economia interna e le esportazioni estere di tutto il territorio circostante, dove si va a strutturare un'intera filiera di supporto alla produzione principale (creazione di macchinari per impieghi speciali, logistica, ecc.). Con uno sguardo più ampio si può osservare come siano proprio queste zone altamente specializzate a fungere da propulsore per le esportazioni delle singole province e dell'intera regione Toscana (Distretti italiani, 2012). Risulta quindi evidente come azioni di formazione linguistica mirate costituiscano fattori per lo sviluppo qualitativo del sistema economico-produttivo toscano. Il presupposto è ovviamente che dalla crisi globale che sta coinvolgendo il Paese, e perciò anche la regione Toscana, si possa uscire soltanto esaltando quelle che sono le ricchezze in possesso del sistema produttivo toscano, ovvero valori culturali, qualità professionali ed

eccellenze della produzione. Là dove si evidenziano criticità, si reputa che una delle cause risieda proprio nel limitato tasso culturale della produzione, e perciò anche nel basso livello di competenze linguistiche che possano mettere in grado le aziende di raggiungere i mercati potenziali collocati fuori dei confini nazionali. In generale, la scarsa sensibilità verso la dimensione linguistica entro i processi produttivi sembra avere varie radici: la prima riguarda specificità storiche che hanno reso l'Italia un Paese monolingue, nel quale la non conoscenza delle lingue straniere si è concretizzata spesso in un esplicito rifiuto dell'apprendimento delle stesse (Vedovelli, 2010); il secondo motivo è costituito dalla separazione fra le competenze linguistiche e il piano della produzione, considerato sostanzialmente esente da tratti culturali intellettuali; il terzo motivo sta nel fatto che, fino ad oggi, i processi di internazionalizzazione entro il sistema produttivo sono stati considerati appannaggio quasi esclusivo delle medie e grandi imprese, che però rappresentano una minoranza, almeno per quanto riguarda la regione Toscana (Unioncamere Toscana, 2011). Il resto del sistema o non considera la possibilità di far superare i confini locali al proprio mercato o ritiene opportuno ricorrere a specialisti, servizi di traduzione e di interpretariato. I tre motivi di cui sopra hanno posto le condizioni perché non si prendesse in considerazione il ruolo delle lingue straniere per lo sviluppo della qualità del sistema produttivo nella sua prospettiva internazionale. Grazie alla crisi globale, però, gli imprenditori hanno compreso la necessità di inserire in una prospettiva internazionale anche l'attività produttiva delle piccolissime e piccole imprese, pena il fallimento dell'intero sistema economico (ICE - Prometeia, 2012). Si tratta di una conseguenza della crisi che vede come rovescio della medaglia una capacità di reazione da parte del sistema produttivo a tutti i suoi livelli, dalle imprese familiari a quelle più grandi o comunque tutte quelle già inserite entro i processi di scambio internazionale.

3. Il caso di Siena: le lingue straniere come strumento per sostenere l'economia del territorio

La prima fase dell'indagine LSECON è stata incentrata sull'analisi dei dati quantitativi relativi agli scambi commerciali della provincia di Siena al fine di comprendere quali fossero le tendenze del territorio in termini di import-export. La provincia, che riflette il tessuto economico regionale costituito da piccole e piccolissime imprese, non presenta una particolare vocazione all'internazionalizzazione; di fatto solo uno sparuto gruppo di circa 400 imprese, su più di 29.000, è impegnato in attività di import-export (Camera di Commercio di Siena, 2011). Come si evince dalla tabella 1, sia la propensione all'esportazione sia il grado di apertura al commercio estero della provincia di Siena risultano alquanto scarse se comparate con le altre province toscane (Camera di Commercio di Siena, 2012: 57): nella graduatoria regionale Siena compare al penultimo posto sia per quantità di merci importate sia per quelle esportate.

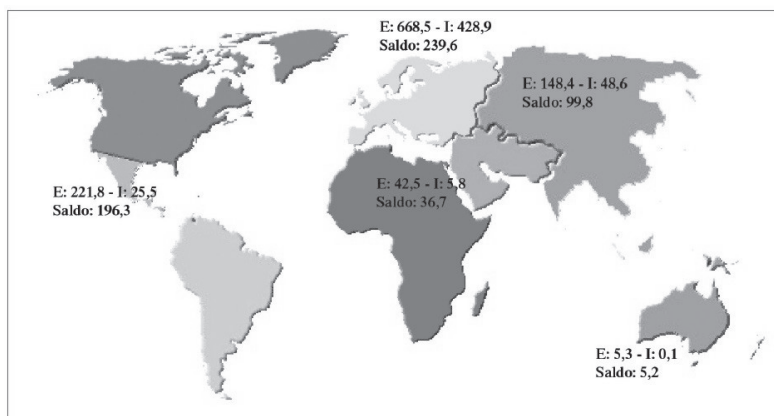
	Propensione alle esportazioni		Grado di apertura dell'economia	
	2010	2011	2010	2011
Massa-Carrara	30,7	28,5	43,2	39,8
Lucca	32,3	35,1	49,1	52,2
Pistoia	19,0	19,2	31,4	33,8
Firenze	27,2	28,6	43,8	45,0
Livorno	25,4	25,6	80,5	82,7
Pisa	24,5	26,3	41,3	44,9
Arezzo	63,5	91,7	109,9	154,4
Siena	15,9	16,1	23,3	23,3
Grosseto	4,0	4,9	7,9	8,8
Prato	34,0	34,7	62,3	61,5
TOSCANA	28,4	31,9	50,0	55,2
ITALIA	24,2	26,6	50,5	54,9

Elaborazione Unioncamere su dati Istat

Tabella 1: Propensione all'export e grado di apertura al commercio estero. Valori % anni 2010-2011
Fonte: Camera di commercio di Siena, 2012, *Rapporto economico Siena 2012. L'economia reale dal punto di osservazione delle camere di commercio*, Siena : Litomodulistica Il Torchio, p. 37

Nel dettaglio: il 20% della merce importata in provincia proviene dalla Spagna, il 19% dalla Germania, l'11% dal Regno Unito, il 10% dalla Francia e il 5% dagli Stati Uniti, questi ultimi in forte calo a causa della crisi. I precedenti sono tutti mercati storici interessati da attività d'importazione della provincia in questione; guardando invece alle importazioni provenienti dai 'mercati emergenti', quelle provenienti da mercati di lingua cinese risultano essere pari al 5% del totale, mentre quelle provenienti dal Giappone si attestano attorno al 2%. Sebbene l'incidenza delle esportazioni senesi a livello regionale sia minima, il bacino di paesi che ricevono le nostre merci risulta essere piuttosto eterogeneo: i principali scambi commerciali relativi al 2010 coinvolgono soprattutto i paesi europei, tuttavia le esportazioni verso il Nord Africa e il Medio ed Estremo Oriente vedono in testa, ciascuno con un'incidenza del 5% sul totale, i Paesi Arabi (Libia, Arabia Saudita e Marocco) e i paesi di lingua cinese (sono stati raggruppati i mercati di Cina, Taiwan, Hong Kong, Singapore e Macao). Si evidenzia, inoltre, una rapida crescita dei rapporti con alcuni Paesi in particolare, tra i quali menzioniamo la Corea del Sud, i Paesi arabi (nello specifico con la Libia, l'Arabia Saudita e il Marocco) e i Paesi dell'Estremo Oriente quali Cina, Taiwan e Hong Kong. Sul territorio provinciale si registra un picco di esportazioni relative principalmente ai settori agroalimentare (i cui prodotti prevalenti sono il vino e l'olio), al settore meccanico e a quello chimico-farmaceutico, i cui prodotti vengono commercializzati principalmente in Francia e in Germania. Fuori dai confini europei, il settore bevande si rivolge ai mercati del Nord America, nell'area NAFTA (North American Free Trade Agreement: U.S.A., Canada, Messico) ed è in espansione verso i paesi estremo-orientali, primariamente in India, Cina, Giappone, Vietnam e Corea del Sud. Gli apparecchi medicali sono esportati soprattutto verso il centro Europa e verso i Paesi arabi, di questi ultimi il maggiore acquirente risulta essere il Marocco, mentre il settore autoveicoli, trainato dall'industria del camper, è molto attivo verso la Francia. Le esportazioni verso il Giappone, invece, incidono solo dell'1%

sul totale provinciale (Camera di Commercio di Siena, 2011: 39-44). Dato il « nanismo » delle imprese presenti sul territorio, ed essendo queste molto spesso a conduzione familiare e non ben strutturate o con un numero limitato di addetti, non sempre è presente all'interno dell'azienda una figura professionale che mantenga i rapporti con l'estero e che, di conseguenza, possieda competenze di tipo linguistico. Nei casi in cui tale figura sia presente, troppo spesso le sue competenze in lingua straniera sono minime o molto spesso non adeguate a poter trattare con clienti o committenti di altre nazionalità. Il territorio senese, in questo sono concordi tanto le istituzioni locali quanto i singoli imprenditori, sembra avvertire la necessità di migliorare le competenze linguistiche dei propri operatori, ma prevale ancora l'idea diffusa che per commerciare con l'estero sia sufficiente avere una conoscenza minima dell'inglese. I dati economico-statistici elaborati dalla Camera di Commercio di Siena consentono di fare delle proiezioni di tipo linguistico dalle quali emerge che, a livello provinciale, come mostra la figura 1, i paesi esteri con cui gli scambi commerciali sono più attivi sono sicuramente quelli europei e dell'area NAFTA, e che quindi le lingue maggiormente utilizzate sono il tedesco, lo spagnolo, l'inglese e il francese, lingue in cui le competenze sono tuttora scarse nella maggioranza delle aziende le quali, pertanto, necessiterebbero di un ulteriore supporto formativo.



Elaborazione su dati Istat

Figura 1: Importazioni, esportazioni e saldo commerciale della provincia di Siena verso i 5 continenti. Anno 2010

Fonte: Camera di Commercio di Siena, 2011, *Rapporto economico Siena 2011. L'economia reale dal punto di osservazione delle camere di commercio*, Siena : Litomodulistica Il Torchio, p. 42

Per quanto riguarda il commercio extraeuropeo, oltre all'inglese, risulta essenziale possedere competenze linguistiche nelle lingue dei paesi dell'area BRIC (Brasile, Russia, India, Cina) e dei nuovi paesi emergenti: le lingue su cui puntare per sostenere l'economia delle piccole e medie imprese, come di quelle più grandi, nonché quella di tutta la regione Toscana, sembrano essere il cinese, l'arabo, il russo, il giapponese ed il coreano. Sarebbe opportuno, quindi, creare dei metodi di supporto linguistico, nonché culturale, per gli ambiti (e nelle lingue) individuati come preminenti per le attività commerciali

della provincia; tale supporto formativo consentirebbe di ampliare il ventaglio dei paesi coinvolti nel processo di internazionalizzazione delle aziende senesi e toscane. Il percorso di sviluppo necessario per il nostro sistema produttivo dovrebbe, quindi, avvalersi di una strumentazione di tipo cultural-linguistico specificamente delineata per adattarsi ai bisogni linguistico-imprenditoriali incontrati nei settori più profondamente colpiti dalla crisi cominciata nel 2009 e che vedrebbe nella 'cultura delle lingue' un elemento per superare le attuali difficoltà. Dal grafico n.1, emerge una proiezione linguistica in cui sono state accorpate le lingue ufficiali parlate nei singoli stati di *import/export*, in qualità di lingue più spendibili in ambito commerciale, entrambe attestate attorno al 24% del totale, il tedesco e lo spagnolo per quanto riguarda le importazioni, mentre tutte le altre lingue si attestano a livelli nettamente più bassi; in tale panorama spiccano il cinese, con il 7%, ed il neerlandese, con l'8%.

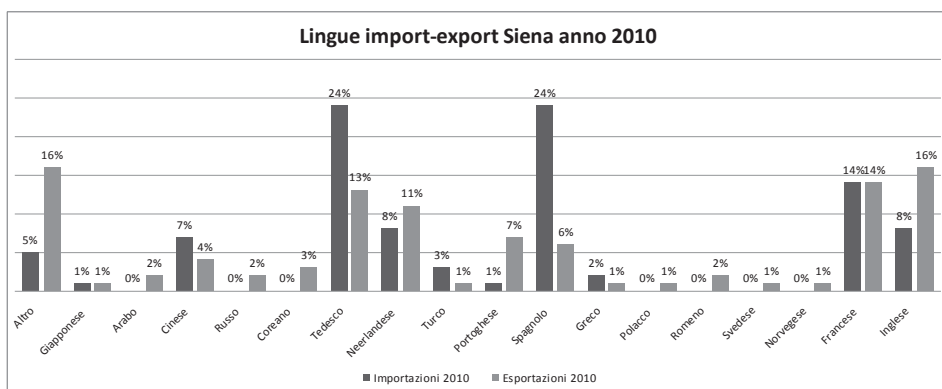


Grafico 1: Lingue import-export Siena anno 2010

Fonte: Elaborazione delle autrici su dati della Camera di Commercio di Siena (CAMERA DI COMMERCIO SIENA, 2011. *Rapporto economico Siena 2011. L'economia reale dal punto di osservazione delle camere di commercio*. Siena : Litomodulistica Il Torchio)

Per quanto riguarda l'ambito dei flussi di merci in uscita, non vi sono lingue che prevalgono nettamente sulle altre in quanto la lingua più utilizzata, con solo il 16% del totale, risulta essere l'inglese, seguita dal francese e dal tedesco. Anche in questo caso si nota come i mercati emergenti influiscano sull'economia della provincia, in particolare emergono di nuovo il cinese (4%), l'arabo (2%), il coreano (3%) ed il portoghese (7%), indicatore dei traffici commerciali che interessano il Brasile. Da ciò si evince come il panorama di importazione ed esportazione della provincia risulti più variegato di quanto non si possa immaginare.

L'analisi relativa agli scambi commerciali del territorio senese è stata seguita da una serie di videointerviste, condotte tra imprenditori della provincia, mirate a comprendere le politiche linguistiche adottate dalle singole aziende. Da ciò è emerso quanto il nostro sistema di imprese sia carente di competenze linguistiche in inglese a tutti i livelli, ma soprattutto a quelli più coinvolti nei processi di scambio internazionale; appare altresì ampiamente carente la consapevolezza, non tanto del ruolo della competenza in una lingua straniera, ma soprattutto della necessità di una competenza plurilingue strutturata sia a

livello individuale dei singoli profili professionali, sia ad un livello più esteso che abbracci l'intero sistema produttivo. Di fatto, a tutti i livelli si manifesta la consapevolezza della necessità di una lingua straniera, ma solo l'inglese è sentito come strumento di interscambio *passé-partout*. Si deve però tener presente che questa è appunto una tendenza che, seppur radicata, di per sé non è totalmente rappresentativa del tessuto imprenditoriale: si registra infatti un primo nucleo di imprenditori sensibili al ruolo delle altre lingue nello svolgimento degli scambi internazionali. In altri termini comincia a manifestarsi, in alcuni settori e in alcune figure dell'imprenditoria senese, la consapevolezza che per potersi rapportare a determinati mercati non sia sufficiente la sola lingua inglese, in quanto gli interlocutori stranieri possono non possedere adeguate competenze in tali lingue o hanno una fedeltà linguistico-culturale al proprio idioma tale da richiedere necessariamente ai partner stranieri una competenza in esso. La sensibilità, che potremmo chiamare 'plurilingue', che si sta sviluppando è in realtà la consapevolezza della necessità di essere in possesso di un bagaglio di conoscenze e competenze culturali in senso lato, un bagaglio di conoscenze e competenze che rendano possibile il contatto non superficiale con mercati che appaiono conquistabili solo a condizione che si riesca a stabilire con questi un rapporto di fiducia e una conoscenza più profonda. In tale prospettiva la formazione linguistica va ad interagire con quella culturale, e questa seconda viene ritenuta comunque indispensabile anche nel caso che la conquista della prima non sia concretamente e completamente realizzabile da coloro che nelle imprese oggi gestiscono gli scambi internazionali. Acquisire le basi culturali e linguistiche del Paese ospite, piuttosto che imporre una lingua veicolare nella quale entrambi i partner non riescono a trasmettere appieno il proprio punto di vista, può garantire una migliore interazione ed il rispetto di costumi ed usanze. In tal modo gli interlocutori si sentiranno più a loro agio e sarà possibile evitare incidenti o fraintendimenti, il che gioverà alla stipula di contratti i cui profitti, come la sabbia di una clessidra, col tempo si accumuleranno e porteranno vantaggi non solo alle singole piccole imprese, ma a tutto il territorio in cui esse operano. Tutto ciò può avvenire solamente portando alla luce i reali bisogni delle aziende, prendendo coscienza del fatto che l'inglese *passé-partout* non è utilizzabile sempre e dovunque, aprendo gli occhi agli imprenditori sulla necessità di apprendere nuove lingue e conoscere nuove culture. La formazione linguistica professionale può essere la giusta leva per risollevare le sorti economiche senesi, toscane e italiane.

Bibliografia

Barni, M., Villarini, A. 2001. *La questione della lingua per gli immigrati stranieri. Insegnare, valutare e certificare l'italiano L2*. Roma : Franco Angeli.

Camera di Commercio Siena, 2011. *Rapporto economico Siena 2011. L'economia reale dal punto di osservazione delle camere di commercio*. Siena : Litomodulistica Il Torchio.

Camera di Commercio Siena, 2012. *Rapporto economico Siena 2012. L'economia reale dal punto di osservazione delle camere di commercio*. Siena : Litomodulistica Il Torchio.

CILT, The National centre for Languages, 2006. *ELAN: effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise*. Final Report. <http://www.llas.ac.uk/news/2772>

Commissione Europea (CE), 2008. *Una sfida salutare. Come la molteplicità delle lingue potrebbe rafforzare l'Europa*. Bruxelles.

Consiglio dell'Unione Europea, 1995. *Libro bianco su istruzione e formazione, insegnamento e apprendimento; verso la società conoscitiva*. Bruxelles.

Council of Europe, 2001. *Common European Framework of Reference of Languages: learning, teaching, assessment*, Cambridge, Cambridge University press. Trad. It. Consiglio d'Europa, 2002. *Quadro Comune Europeo di riferimento per le lingue. Insegnamento, apprendimento, valutazione*. Scandicci: La Nuova Italia.

Council of the Eu, 1995. *White paper Teaching and Learning: towards a cognitive society*. Brussels. Trad. It. Cresson, E. 1996. *Libro bianco su istruzione e formazione : insegnare e apprendere: verso la società conoscitiva*. Lussemburgo: Ufficio delle pubblicazioni ufficiali delle Comunità europee._

Demetrio, D. 1999. *Manuale di educazione degli adulti*. Bari: Laterza.

Distretti Italiani, 2012. *Osservatorio nazionale distretti italiani. III rapporto*. <http://www.osservatoriodistretti.org/sites/default/files/osservatorio-2012.pdf>

European Commission, 2012. *Europeans and their languages, Special Eurobarometer 386*. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_386_en.pdf

Gilli, D. (a cura di) 1995. *Le lingue moderne nella formazione professionale. Ricerca Isfol per il Piano nazionale per le lingue straniere*. Roma: Franco Angeli.

Grin, F., Sfreddo, C., Vaillancourt, F. 2009. *Langues étrangères dans l'activité professionnelle (LEAP). Rapport final de recherche*. ÉLF (Observatoire économie langues formation), Université de Genève.

ICE-Prometeia, 2012. *Evoluzione del commercio con l'estero per aree e settori. Le opportunità per le imprese italiane sui mercati esteri nel periodo 2012-2014*. Roma.

Unioncamere Toscana, 2011. *Il commercio estero della Toscana. III trimestre 2011*. Firenze.

Vedovelli, M. 2004. Non si vive un'economia, si vive una lingua. In : Ciocca P.L., Toniolo G., *Storia economica d'Italia*, vol. 3, Tomo 2. Roma: Laterza, pp. 589-623.

Vedovelli, M. 2010. « Il plurilinguismo oggi: il caso Italia ». *Educazione permanente: linguaggi, culture e formazione*, Quaderno 6, pp. 11-36.

Note

¹ Progetto finanziato dalla Regione toscana tramite fondi FAS 2007-2013 delibera CIPE 166/2007 - PAR FAS Regione Toscana - Linea di Azione 1.1.a.3 « Avviso pubblico regionale 2009 per il sostegno a progetti di ricerca in materia di scienze socio-economiche e umane », DD 4508/2010).

² Language Rich Europe è un progetto che riunisce 1.200 responsabili politici e professionisti di 24 paesi e regioni in Europa per discutere e sviluppare migliori politiche e pratiche relative al multilinguismo. <http://www.language-rich.eu/home/welcome.html>. Per l'Italia, il progetto è stato curato dalla Prof.ssa Monica Barni (Università per Stranieri di Siena) ed è stato presentato a Roma presso la sede del Goethe Institut l'8 giugno 2012 con il tema « L'Italia è davvero un Paese multilingue ? ».