

M IMPRESE

NUOVE FIERE LA SVOLTA DELLA CAMPIONARIA DI MILANO TRA RICORDI E PROSPETTIVE DEL MADE IN ITALY

Capolavori offresi

Una rassegna di 250 prodotti selezionati in base a rigidi criteri di qualità. Ma anche una filosofia che parte dalla soft economy

A volte ritornano, anche se stavolta la paura non c'entra. A 16 anni di distanza dall'ultima edizione, la Fiera di Milano ha riaperto i riflettori sulla sua Campionaria. Ovviamente in versione riveduta e adattata ai tempi. Il quartiere fieristico progettato da Massimiliano Fuksas ospita infatti in questi giorni la nuova Campionaria delle qualità italiane. Un'idea venuta a Ermete Realacci, presidente di **Symbola** (articolo nell'altra pagina), un paio di anni fa, quando la sua ricerca sulle eccellenze italiane aveva prodotto il libro *Soft economy*, una raccolta di case history di successo in diversi ambiti dell'economia italiana. Da qui la voglia di creare un luogo dove mettere insieme i protagonisti di questi successi. Il luogo è stato trovato: è nata così questa fiera non fiera,

dove nessuno vende nulla e chi ha voluto eserci non ha potuto deciderlo in autonomia, ma è dovuto passare al vaglio di un comitato scientifico presieduto da Aldo Bonomi (esperto di politiche del territorio). Ne è venuta fuori una specie di Italia in miniatura, un percorso ideale lungo la penisola dove al posto della riproduzione dei monumenti su scala ridotta si incontrano i protagonisti di storie imprenditoriali spesso più conosciuti in mercati lontani che in quello di casa. Gli eletti sono 250, con una compagine quanto mai variegata: dai campioni mondiali della Ferrari ai grandi gruppi come Unicredit, Fiat, Eni, fianco a fianco con una serie di realtà piccole o piccolissime capaci di farsi strada sui mercati internazionali a colpi di qualità e di innovazione.

Alcune storie imprenditoriali sono note, anche se non nei particolari: come quella di Bialetti, leader mondiale delle caffettiere in alluminio con il 70% del mercato, la

A sinistra, il nuovo complesso fieristico di Rho-Però che ospita la Campionaria delle qualità italiane

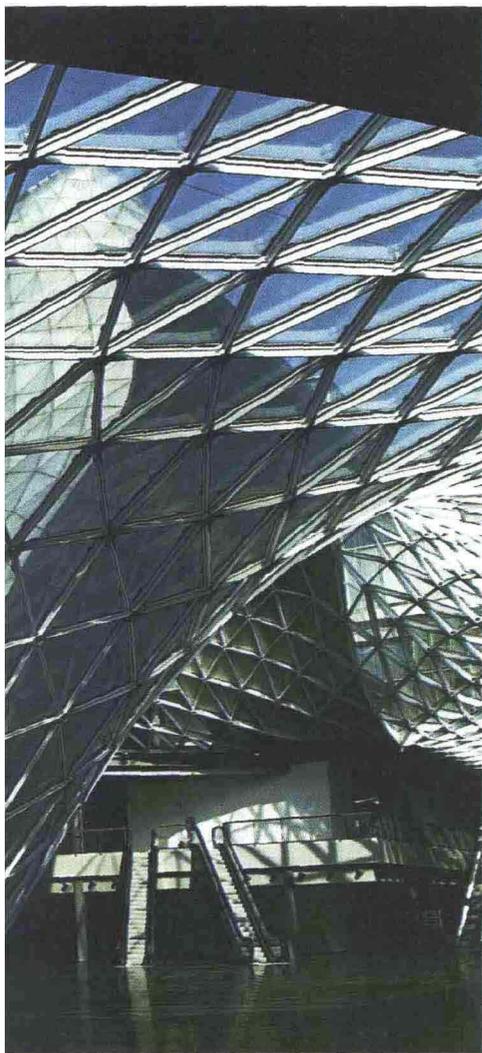
QUALIVITA

OGNI PROVINCIA HA IL SUO TESORO DA MOSTRARE ALL'ESTERO

Poco meno di 5 miliardi: è il valore alla produzione delle 119.202 aziende italiane che firmano i 163 prodotti agroalimentari certificati della Penisola (contraddistinti dal marchio Dop e Igp). In base ai dati registrati alla fine del 2006, l'80% di questo fatturato resta sul mercato interno e solo il 20%, vale a dire 996 milioni in totale, deriva dall'export. «È questa la forza d'urto delle eccellenze alimentari italiane nei confronti del dilagante fenomeno dell'italian sounding, vale a dire la contraffazione al dettaglio dei prodotti enogastronomici, il cosiddetto furto dell'italianità»,

afferma Mauro Rosati, segretario generale della Fondazione Qualivita, presieduta da Luigi Verrini, che, attraverso il suo Osservatorio socio-economico, fotografa ogni anno il mercato dei prodotti certificati. Un fenomeno, quello dell'agropirateria, che muove grandi numeri: negli Usa il giro d'affari di prodotti che sembrano italiani

tocca i 21 miliardi di dollari. Sono queste, e non solo, le problematiche con cui si confronta un comparto prezioso del made in Italy «il cui consolidamento», sottolinea Rosati, «passa attraverso la realizzazione di consorzi, dinamici e imprenditoriali». D'altra parte l'Italia ha un ruolo di punta in Europa nel settore del food, pesando per il 22% sul totale delle denominazioni europee certificate (775 prodotti in totale). Una leadership raccontata nel nuovo Atlante Qualivita 2008 (foto accanto), unica raccolta completa delle produzioni italiane certificate,



cui Mukka non è nata in un centro ricerche ma in fabbrica, grazie all'intuizione del capo officina. Altre sono praticamente sconosciute, come quella del retificio La Rete, aziendina di Montisola, una minimontagna piantata in mezzo al lago d'Iseo, che produce il 60% delle reti di calcio, pallavolo, tennis e altri sport usate in Italia; e ha fornito anche la rete gonfiata dai calciatori italiani nella magica notte di Berlino che li ha resi campioni del mondo. I talent scout di **Symbola** hanno spaziato da Nord a Sud: scovando, per esempio, a Casciago, a pochi chilometri dal confine svizzero, il Maglificio Ar-va, che produce maglieria con filati in cachemere e seta esportando il 70% della produzione, e nella vicina Gallarate, due passi da Malpensa, una realtà come

Free pack net, prima azienda al mondo a ideare imballi riutilizzabili per gli elettrodomestici bianchi, venduti a costi inferiori rispetto a quelli a perdere. Dall'altro capo della penisola, nella martoriata Valle del Belice, la famiglia Rallo ha saputo creare una cantina, Donnafugata, capace di produrre vini riconosciuti come eccellenti in tutte le maggiori guide, combinando il recupero di vecchi vigneti con l'uso di tecniche produttive d'avanguardia. Diverse aziende presenti alla Campionaria hanno costruito le proprie fortune lontano dai riflettori, in angoli sperduti della Penisola: come Nuova Simonelli, azienda di Belforte del Chienti, 1.700 abitanti nel cuore delle Marche. Le loro macchine per caffè coprono il 9% del mercato globale. E per imparare a fare un espresso come si deve ogni anno decine di barman, dal Giappone come dagli Usa, cercano su Google dov'è questo piccolo borgo del Maceratese.

PROFUMO DI VOGLIA DI FARE

Nelle foto, Alessandro Profumo, amministratore delegato di Unicredit, e, a destra, Ermete Realacci, alla guida di Legambiente: sono i due principali promotori della fondazione **Symbola**



SYMBOLA

LOBBISTI DELLA PERFEZIONE

Quando si dice la potenza della musica. Sono state le note di Richard Wagner, sotto il cielo stellato di Ravello, a tenere a battesimo il concetto di soft economy, ovvero la risposta italiana alla globalizzazione. Facendo sorgere, nella mente di un gruppo eterogeneo di politici, imprenditori e uomini d'impresa, l'idea di mettersi insieme per rilanciare la qualità del sistema Italia. Così è nata **Symbola**, la Fondazione per le qualità italiane. Tra i protagonisti della prima ora, accanto allo storico leader di Legambiente Ermete Realacci, ci sono l'ad di Unicredit Alessandro Profumo, il sociologo Domenico De Masi, Walter Veltroni, Carlo De Benedetti, Diego Della Valle, Carlo Puri Negri. Oggi le realtà aderenti a **Symbola** sono un centinaio, unite dalla volontà di far emergere l'Italia che funziona. La ricetta base è la stessa per tutti: saper coniugare la passione per l'innovazione, la ricerca e le nuove tecnologie con il recupero di un'identità fatta di territori unici, saperi e sapori tradizionali, creatività e attitudine al bello. Un mix a prova di plagio.

che comprende anche i risultati dell'Osservatorio economico e la classifica delle province, stilata in base alla qualità alimentare. Chi vince nella graduatoria 2008? Ancora una volta è Parma che detta il passo, seguita da Udine e Trento. Si consolidano Modena e Reggio Emilia al quarto e quinto posto, mentre guadagna due posizioni Sondrio (per l'aumento dei fatturati della Bresaola della Valtellina) che soffia così il sesto posto a Mantova scesa al settimo. Grande new entry Bolzano, che si piazza all'ottavo posto grazie alla certificazione della Mela Alto Adige. Chiudono Brescia e Cuneo in lieve flessione. *Anna Di Martino*

I NUMERI DELLA DISPENSA ITALIA

Aziende 119.202 Fatturato alla produzione 4,9 miliardi
Fatturato al consumo 9,2 miliardi Export 996 milioni

QUANTO PESA IL GRANA

PRODOTTI DOP IGP	FATTURATO CONSOLIDATO (MILIONI)	PRODOTTI DOP IGP	FATTURATO CONSOLIDATO (MILIONI)
Grana Padano	1.864	Speck dell'Alto Adige	182
Prosciutto di Parma	1.700	Asiago	181
Parmigiano-Reggiano	1.387	Mela Alto Adige	180
Prosciutto di San Daniele	936	Pecorino Romano	139
Mozzarella di Bufala Campana	500	Taleggio	77
Gorgonzola	400	Provolone Valpadana	72
Bresaola della Valtellina	330	Totale	8.511
Mortadella Bologna	318	Altro	689
Mela Val di Non	245	Totale prodotti Dop Igp	9.200