

Il futuro? La vigna e il laboratorio

Realacci lancia l'economia soft. «E' l'unica che può salvarci»

Mario Lancisi

«Non abbiamo scampo: o si punta sulla qualità o il declino sarà irreversibile». Ermete Realacci, parlamentare pisano della Margherita e presidente onorario di Legambiente, è convinto che il rilancio dell'economia toscana e italiana passi attraverso questi binomi: tradizione e hi-tech, parchi e centri di ricerca, turismo e industria innovativa. Il nuovo made in Tuscany deve basarsi sulla qualità: lì abbiamo ancora chances nell'economia della competizione globale. In sintesi è questa la tesi che espone in un libro, scritto con il giornalista Antonio Cianciullo, "Soft Economy", edito da Rizzoli, con postfazione di Carlo De Benedetti. Il libro racconta «un'Italia che ce la fa» perché punta sull'eccellenza intrecciando l'elettronica avanzata e la qualità del paesaggio, l'innovazione e il patrimonio storico, i centri di ricerca, l'ambiente e i prodotti tipici. La soft economy è «un'economia basta sulla conoscenza e sull'innovazione, sull'identità, la storia, la creatività, la qualità», spiega Realacci. In Soft Economy, Cianciullo e Realacci raccontano venticinque storie: da Mandello sul Lario dove si costruiscono gli alberi da regata più sofisticati al mondo a Contessa Entellina in Sicilia dove il vino s'intreccia alla letteratura. Tra queste storie due sono due toscane: la Fondazione Mps e la pisana Td Group di Valterio Castelli, 10 società, 40 milioni di euro di fatturato, 500 dipendenti. Realacci, dal punto di vista della soft economy come è messa la Toscana? «Meglio di altre regioni. La Toscana è collocata in una linea di naturale avanguardia». Da 4 anni il Pil della Toscana è inferiore a quello nazionale. La crisi economica è grave. Rispetto a questo quadro non ritiene che la Toscana della soft economy sia un'isola felice ma di nicchia? «Non mi pare che si possa parlare di nicchie piccole e poco consistenti. La soft economy anche in Toscana conta aziende importanti. La crisi c'è, e chi può negarlo?, però non è in tutti i settori. Ad esempio non mi pare che i grandi vini toscani siano in crisi. E ancora: la copertina di Panorama Economy di questa settimana è dedicata a Pisa dove l'incrocio tra settori tradizionali con quelli con più forte innovazione e ricerca produce un'economia positiva». D'accordo, però la sensazione è che il nuovo rappresentato dalla soft economy non sia ancora così forte da poter cambiare il segno dell'economia tradizionale. «Può darsi. Non voglio certo affermare che la soft economy abbia del tutto soppiantato la vecchia economia. Il problema è capire se marciamo o meno nella direzione di un'economia di qualità. La tesi del libro è che sì, stiamo andando in quella direzione e, a conferma,

proponiamo una serie di storie concrete. Aggiungo che a gennaio presenteremo uno studio sul Piq che rappresenterà una conferma ulteriore». Cos'è il Piq? «Oltre al Pil si è inteso misurare lo stato di salute di un'economia anche con il Piq, cioè il prodotto interno di qualità, che misura quanta parte della ricchezza italiana già oggi prodotta da cose che hanno a che vedere con i saperi o con un made in Italy collegato ai territori. Ad esempio il turismo rappresenta l'11% del Pil nazionale. O l'agroalimentare: basti pensare al settore vinicolo». A proposito di vino: forse non saranno in crisi il Sassicaia o il Montalcino, ma il Chianti ha quasi dimezzato di prezzo e i produttori faticano a venderlo. «Quello che lei dice è vero per il 2003 ma già nel 2004 la situazione è migliorata. Il problema è un altro. Non basta avere un vino ottimo: bisogna anche saperlo promuovere, ad esempio. Un dato significativo: in Italia in media i grandi produttori di vino spendono in marketing il 3% del fatturato mentre quelli dell'Australia o della Nuova Zelanda il 15%. La soft economy ha bisogno di essere accompagnata da politiche di sostegno come la tutela dei marchi e la promozione». Sì, è vero che il turismo è importante. Però anche in una regione splendida come la Toscana il rapporto tra prezzi e qualità è divenuto insostenibile e i turisti vanno altrove. «Guardi, non è che noi con questo libro abbiamo voluto indicare una strada facile al futuro. In tutti i campi, anche in quelli in cui siamo meglio collocati, è necessario che chi fa impresa investa in qualità, innovazione e ricerca. Recentemente sono stato in Francia dove, pur avendo meno bellezze paesaggistiche e artistiche delle nostre, riescono a curarle meglio. L'ex ministro della Cultura francese Jack Lang ha detto che gli italiani sono come dei contadini che in un terreno pieno di diamanti ci coltivavano patate e costruiscono capannoni. Purtroppo devo dargli ragione, seppure a malincuore». La qualità esige investimenti importanti. Gli imprenditori toscani sono all'altezza della sfida? «In alcuni casi sì, in altri no. C'è molto da fare e troppe volte prevale la logica di investire in mattoni e in Borsa: rendono di più ma non creano ricchezza per il futuro». Leggendo il suo libro non teme che qualcuno commenti: il solito Realacci con i suoi paesaggi da sogno, l'ottimo vino, il cibo raffinato ecc. Però poi Legambiente si oppone alla realizzazione di importanti opere viarie. E l'economia non vola. «Anche nel centrosinistra ci sono culture antiche che puntano sullo sviluppo senza preoccuparsi della qualità dei prodotti, della tutela ambientale, della coesione sociale, del vivere bene. Si tratta di culture legittime ma senza futuro».