

INTERVISTA | Ermete Realacci | Fondatore di **Symbola**

# «Qui i modelli di eccellenza»

**Luca Benecchi**

**MILANO** «Qualche anno fa poteva sembrare un'intuizione fin troppo ardita. Che l'Italia potesse farcela a trovare uno spazio competitivo ripartendo proprio dalle sue competenze (che incrociano ricerca, innovazione, territori e tradizioni) appariva un ragionamento da anime belle. Alla luce di quello che è accaduto possiamo dire invece che l'ipotesi era fondata».

Ermete Realacci, fondatore di **Symbola** e ideatore della Campionaria delle qualità italiane che ha aperto i battenti ieri

alla Fiera di Milano, ci tiene a sottolineare come il made in Italy stia vincendo una scommessa che da molti era stata data per persa.

**Nella maggior parte dei casi si tratta di imprese che hanno fatto tutto da sole. Che si sono imposte nonostante l'assenza della politica e delle istituzioni. Soprattutto quando si trattava di andare all'estero.**

È vero. I problemi sono ancora tanti. Infrastrutture, energia, ambiente, credito e burocrazia sono i primi che mi vengono in mente. Ma è proprio per questo che chi ce l'ha fatta (e sono di

più di quello che possiamo immaginare) ha una storia da raccontare. Insieme queste storie diventano la fotografia di un Paese che è sicuramente più sorprendente di quel che appare.

**Dunque la Campionaria vuol essere la vetrina dell'Italia che funziona.**

Innanzitutto è un percorso, uno sguardo sui mondi sicuramente diversi (dal piccolo imprenditore alla grande azienda globale) che attraverso la qualità e la conoscenza hanno accettato e vinto la sfida dei mercati. Sono questi i mondi formano la nuova identità dell'universo

produttivo, dell'Italia che c'è.

**Cinquecento espositori, dibattiti, degustazioni e hi-tech. Una foto di gruppo del made in Italy. Obiettivo è raggiunto?**

Trattandosi della prima edizione sicuramente sì. Ma l'idea è quella di far diventare la Campionaria un punto di riferimento per gli operatori stranieri, affinché possa diventare anche un'offerta d'incontro in vista dell'Expo 2015. L'altra missione, forse la più complessa, è trasformare la fiera in un format itinerante per portare all'estero l'esperienza e la vitalità delle nostre aziende.



**Ermete Realacci**

**«Uno sguardo su mondi sicuramente diversi, che attraverso la qualità hanno vinto la sfida»**

