

# SOFT ECONOMY

## SPECIALE



Il Sole **24 ORE**

Giovedì 23 Giugno 2011  
www.ilssole24ore.com

Direttore responsabile  
**Roberto Napolitano**

**Lo studio. Un viaggio nei distretti alla scoperta del made in Italy** ▶ pagina 20

**Dopo il referendum. L'Italia guarda alla Germania per il post-nucleare** ▶ pagina 21

www.formazione.ilssole24ore.com

**24ORE BUSINESS SCHOOL**  
Academy

**NUOVE PROFESSIONI DIGITALI**  
1ª edizione - Milano, dal 14 ottobre 2011

ACQUISTABILE ANCHE A MODULI:  
> 1° Modulo - I basic di marketing e comunicazione digitale  
> 2° Modulo - Social Media Manager e Professional Blogger  
> 3° Modulo - SEO Specialist  
> 4° Modulo - Web Editor  
> 5° Modulo - Web Analyst

**SHORT MASTER**  
Formazione dinamica per le professioni più richieste dal mercato  
**FORMULA INTENSIVE: 8 WEEKEND NON CONSECUTIVI**

È inclusa una sessione di orientamento alla carriera e contatti con il mondo del lavoro in collaborazione con

Servizio Clienti  
Tel. 02 5660.1887 - Fax 02 7604.8801  
info@formazione.ilssole24ore.com

GRUPPO 24 ORE

Il Sole 24 ORE Formazione ed Eventi  
Milano, via Matteotti, 31  
Roma, piazza dell'Indipendenza, 23/b/c  
Organizzazione con sistema di qualità certificato ISO 9001:2008

**Qualità.** «La bellezza del futuro. Cultura, innovazione, qualità, talenti e territori»: tra una settimana a Montepulciano il seminario della Fondazione Symbola

# Italia in pole per vincere con la qualità

Le imprese italiane riescono a destreggiarsi in modo competitivo e innovativo anche nei nuovi mercati

di **Simone Lupo Bagnacani**

Per il suo nono seminario estivo, che si aprirà giovedì prossimo e si concluderà sabato 2 luglio, Symbola ha scelto Montepulciano, continuando così un lungo viaggio che negli anni l'ha portata da Ravello a Beavagna e Montefalco, da Guardagrege e Chieti a Monterubbiano. Alla ricerca di quell'Italia della soft economy dove la bellezza dei luoghi, la ricchezza del patrimonio storico, culturale e ambientale, la coesione sociale, la valorizzazione del capitale umano, il saper fare come espressione di un'identità culturale sono componenti fondamentali della scommessa della qualità. La stessa grazie alla quale molte imprese italiane sono riuscite a resistere

### L'ESEMPIO VIRTUOSO

La provincia di Siena nel 2015 sarà la prima vasta area europea «carbon free» con assenza di emissioni di anidride carbonica

lotta al cambiamento climatico. Sempre dello stesso territorio è l'azienda vitivinicola italiana all'avanguardia nell'abbattimento dei consumi energetici e delle emissioni di anidride carbonica, la Salcheto di Montepulciano (si veda la pagina seguente).

Giovedì 30 giugno i lavori si apriranno con un'anteprima dal titolo «Green Italy e territori» con una prima sessione dedicata alla green economy nel vino e una seconda Esperienze e prospettive per le rinnovabili, promossa insieme al Kyoto club, alla quale parteciperanno alcune tra le più importanti imprese italiane del settore, insieme a rappresentanti ambientalisti e istituzionali. Sarà la prima occasione di confronto a questo livello dopo il risultato del referendum e il definitivo abbandono del nucleare che impone ancor di più un deciso orientamento a favore delle rinnovabili, come ci insegna la Germania.

La prima sessione di venerdì 1 luglio si aprirà con la presentazione della ricerca «L'Italia che verrà - Industria Culturale, made in Italy e territori» (si veda alle pagine seguenti) prodotta da Symbola e da Unioncamere, con il contributo dell'Istituto Tagliacarne, nella quale viene analizzata ed evidenziato il peso che la cultura e l'insieme delle attività collegate hanno per la qualità della nostra vita, nella produzione e promozione del made in Italy e più in generale del nostro paese nel mondo.

re agli effetti della crisi, a presidiare mercati tradizionali e a conquistarne di nuovi dimostrando così di essere competitive e innovative, anche sul fronte della green economy.

«Un viaggio, quello di Symbola - spiega Fabio Renzi, segretario generale della fondazione Symbola - alla ricerca di quel genius loci che esprime allo stesso tempo l'originalità e la specificità di una realtà territoriale e la possibilità di riconoscersi e di condividere le sue visioni e le sue esperienze». Come quello che la Fondazione per la qualità italiana pensa di trovare a Montepulciano e nelle terre senesi per discutere de «La bellezza del futuro. Cultura, innovazione, qualità, talenti e territori». Questo il tema che sarà al centro della riflessione e del confronto tra imprenditori, intellettuali, politici, amministratori e rappresentanti delle associazioni economiche, culturali, sociali e ambientaliste.

Come dimostra il traguardo che la provincia di Siena raggiungerà nel 2015 come prima area vasta europea carbon free, cioè a zero emissioni di Co2, riattualizzando così la rappresentazione del buon governo celebrata nei paesaggi immortali di Ambrogio Lorenzetti, ora anche alfieri della



**Il territorio.** C'è un'azienda vitivinicola italiana all'avanguardia nell'abbattimento dei consumi energetici e delle emissioni di anidride carbonica, la Salcheto di Montepulciano (in primo piano)

### ANALISI

## La cultura può dare da mangiare

di **Ermate Realacci**

Gravi problemi che l'Italia ha di fronte rendono necessario, per dirla con il presidente Napolitano, di trovare il senso e la forza di una missione comune. Una crisi economica e finanziaria lunga e dagli esiti incerti con gravi conseguenze sociali, il pesante debito pubblico, una macchina burocratica spesso soffocante e inefficiente, l'economia in nero e l'illegalità, il Sud che perde contatto, un'insopportabile e penalizzante disuguaglianza sociale, chiamano alla mobilitazione le migliori energie del paese. Impossibile senza individuare le risorse, i talenti su cui puntare per costruire un futuro migliore, per alimentare la speranza. Per questo, se qualcuno ha veramente sostenuto che «con la cultura non si mangia» ha detto una cosa sbagliata, miope, contraria alla storia e al futuro del nostro paese. Sbagliata perché, come dimostra il rapporto di Symbola e Unioncamere che presenteremo il 1° e il 2

luglio a Montepulciano, l'industria culturale rappresenta, già oggi, parte significativa della produzione di ricchezza e dell'occupazione in Italia. Miope perché è proprio nell'intreccio tra cultura e bellezza che è una delle radici più profonde e feconde della nostra identità e della competitività della nostra economia. John Kenneth Galbraith per spiegare il «miracolo» italiano del dopoguerra sosteneva che «La ragione vera è che l'Italia ha incorporato nei suoi prodotti una componente essenziale di cultura e che città come Milano, Parma, Firenze, Siena, Venezia, Roma, Napoli e Palermo, pur avendo infrastrutture molto carenti, possono vantare nel loro standard di vita una mag-

giore quantità di bellezza». Oggi più che mai questa propensione alla qualità e al bello deve incrociare l'innovazione, la ricerca, la nuova frontiera della green economy. Magia questo sta accadendo molto più di quanto la politica spesso non veda in molti territori e in molti distretti: già nel 2011 il 57% delle Pmi industriali investirà in prodotti e tecnologie green. Una percentuale che aumenta nelle imprese che esportano e investono in nuovi prodotti e nel capitale umano. Del resto già l'articolo 9 della Costituzione, che il presidente Ciampi ha definito come il più originale della nostra Carta, parla di questo incrocio virtuoso tra paesaggio, patrimonio culturale, conoscenza, tecnologia. Una responsabilità, quella dell'articolo 9 che riguarda tutti, le istituzioni, la società, l'economia, la politica. Ed è nell'interesse di tutti. Quando un imprenditore intelligente come Diego Della Valle avvia una nuova stagione di impegno, investendo importanti risorse nel restauro del Colosseo

e nella Scala, difficile non vedere in questo anche una lungimirante ed efficace scelta per aggiungere appeal al made in Italy. E quando dopo il referendum che ha bocciato la scelta nucleare, la città di Firenze taglia il traffico privato e pedonalizza il suo straordinario centro storico, le ragioni dell'ambiente, della riduzione dei consumi energetici, si legano a quelle della qualità della vita, della salvaguardia del patrimonio culturale, del marketing territoriale. Candidandosi a capitale della green economy Firenze propone una visione ambiziosa del proprio futuro e dalla propria economia. Oggi questa idea di Italia può trarre forza anche dal grande successo della Festa dei 150 anni. Alimento da un'identità nazionale ritrovata.

Non era scontato che le celebrazioni avrebbero avuto successo. Ricordo che si è pure dubitato dell'opportunità di rendere il 17 marzo festa nazionale a tutti gli effetti. Poi la marea è montata. L'azione di manuten-

zione e valorizzazione dell'identità nazionale portata avanti negli ultimi anni da grandi presidenti della Repubblica come Ciampi e Napolitano ha prodotto i suoi frutti. Forse, oltre ai milioni di italiani che hanno affollato strade e piazze delle nostre città, il momento più significativo, anche se irrilevante, è stato l'identificarsi del paese nella bellissima e poetica orazione civile di Roberto Benigni a Sanremo.

Oggi questo è dietro di noi e dentro di noi ed è una materia prima preziosa. Perché non si affronta la crisi parlando solo di crisi e non si migliora l'economia parlando solo di economia. Diceva Einaudi che «chi cerca rimedi economici a problemi economici è su una falsa strada; la quale non può che condurre se non al precipizio».

Perché non partire allora proprio dalla cultura e dalla bellezza? Dalla bellezza da salvaguardare e da continuare a produrre. In tutti i campi, anche in quello del futuro. È quello che cercheremo di fare a Montepulciano. Perché un futuro «bello», dipende anche da noi.

Presidente Symbola  
Fondazione per la qualità italiana

### IL PROGRAMMA

■ A Montepulciano (Siena) - 30 giugno, 1° e 2 luglio 2011, presso il Teatro Poliziano in via del Teatro, 4 si svolgerà il seminario estivo di Symbola: «La bellezza del futuro. Cultura, innovazione, qualità, talenti e territori». Questo uno dei punti di partenza: «C'è chi dice che con la cultura non si mangia. Noi, invece, pensiamo che la cultura e l'insieme delle attività collegate siano fondamentali per la qualità della nostra vita e per promuovere il «Made in Italy» nel mondo». Queste, invece, le sessioni (il programma completo è disponibile sul sito [www.symbola.net](http://www.symbola.net))

#### GIOVEDÌ 30 GIUGNO

##### «Green Italy e territori»

■ I Sessione, ore 10-13  
«La Green economy del vino». Relazioni introduttive: Domenico Andreis Csq Certification; Franco Miglietta FoxLab-Fondazione E. Mach, San Michele a/Adige (Tn) e Ibmec-Cnr, Firenze.

■ II Sessione, ore 15-18 (in collaborazione con Kyoto club)  
«Esperienze e prospettive delle rinnovabili».

Relazioni introduttive: Francesco Ferrante, vicepresidente Kyoto Club; Paolo Casprini, direttore area Politiche Ambiente della Provincia di Siena.

#### VENERDÌ 1° LUGLIO

##### «La bellezza del futuro. Cultura, innovazione, qualità, talenti e territori»

■ I Sessione, ore 9.30 - 13.30  
«Geografie e strategie dell'industria culturale italiana». Relazione introduttiva: Pierluigi Sacco, professore ordinario di Economia della Cultura Iulm.

##### «Energie creative».

Relazione introduttiva: Domenico De Masi, presidente comitato scientifico Fondazione Symbola

#### SABATO 2 LUGLIO

##### «La missione dell'Italia»

### QR Code



Attraverso questo QR Code è possibile scaricare informazioni sul Seminario estivo direttamente sul proprio smartphone

**INTERVISTA** Ferruccio Dardanello Presidente Unioncamere

## «La scommessa si vince lavorando nei territori»

C'è un concetto che spesso si associa alla storia e all'immaginario dell'Italia, che è quello di cultura. Un'associazione sicuramente influenzata dal grande patrimonio storico-artistico che possiede il nostro paese, primo al mondo nonostante la sua dimensione piuttosto limitata. Ne parliamo con Ferruccio Dardanello, presidente di Unioncamere.

**Cosa significa, nello scenario economico attuale, valorizzare la cultura per il nostro paese?**

Significa innanzitutto essere consapevoli che il concetto di capitale culturale è fortemente in-

terconnesso con il valore economico che è in grado di generare. La cultura non è solo passato, è anche presente, progresso, sostenibilità. Dobbiamo essere consapevoli che, proprio come i nostri antenati, stiamo contribuendo ad arricchire il capitale culturale dell'Italia, a vantaggio delle generazioni future. Anche attraverso le nostre imprese, figlie della cultura e dei saperi propri del nostro paese: attività industriali e terziarie - spesso piccole di dimensione ma grandi in genialità, creatività e talento - che rappresentano il patrimonio grazie al quale continuiamo ad essere percepiti come esempio di gusto e

design nel mondo. Questo passaggio riesce, però, solo se si mette al centro il territorio. E nei territori che la nostra cultura affonda le sue radici, ed è solo lavorando sui territori che si può alimentare la linfa dell'innovazione. In questa prospettiva si inserisce il ruolo delle Camere di commercio e l'attenzione che Unioncamere in questi anni sta sviluppando per valorizzare ed esaltare quanto di meglio le nostre tradizioni produttive hanno saputo fare e continuano a fare. Perché è su queste capacità che possiamo mantenere quel vantaggio competitivo che ci può distinguere dai nostri competitor.

**La cultura è un fattore che può rappresentare un fattore di competitività sempre più decisivo per i territori?**

Senza dubbio. Basti pensare solo alla cultura del design, alla sua capacità di attivazione della crescita economica in termini di prodotti nuovi, sempre più eleganti e di qualità elevata. Una nostra indagine evidenzia come circa i due terzi delle Pmi manifatturiere italiane continueranno a innovare o migliorare i propri prodotti nel 2011, anche investendo nell'immagine e nel design. Le camere di commercio e nel stanno sperimentando nuove strade per diffondere le nostre eccellenze, co-



Ferruccio Dardanello, Presidente di Unioncamere

me il progetto sui ristoranti italiani nel mondo che mira a costruire una rete certificata di ambasciatori del gusto italiano nei cinque continenti.

**Quali gli indirizzi per supportare questa cultura produttiva italiana?**

Questa cultura produttiva è rappresentata da quelle oltre 400 mila imprese che operano trasversalmente nei vari settori economici - dall'artigianato ai servizi di comunicazione e marketing - e che Unioncamere in collaborazione con la Fondazione Symbola hanno voluto mettere al centro della ricerca «L'Italia che verrà. Industria culturale, made in Italy e territori». Realtà imprenditoriali che operano all'interno di un ecosistema economico generale, in cui anche l'azione pubblica svolge un ruolo fondamentale nella cre-

azione e valorizzazione del capitale culturale. Ma queste imprese hanno game che spesso non riescono a proiettarle lontano. È necessario quindi assisterle affinché si sviluppino in una logica di networking necessaria a rafforzare il posizionamento competitivo complessivo delle nostre filiere più direttamente collegate all'immagine e alla cultura dei nostri territori. In questo campo, le camere di commercio stanno già portando avanti accordi di collaborazione con altre istituzioni e associazioni per sensibilizzare la creazione di reti orizzontali e intersettoriali, promuovendo quella cultura dell'aggregazione necessaria per fare un salto decisivo nel campo dell'innovazione e dell'internazionalizzazione.

S.L.B.

© RIPRODUZIONE RISERVATA