

**LA SFIDA
 COMPETITIVA**

Seminario della Fondazione Symbola su «Coesione e competizione». Il presidente Realacci: dobbiamo scommettere sull'identità. Campiglio: l'importanza delle reti di rapporti sociali

Una rete per il made in Italy

DA RAVELLO VALERIA CHIANESE

Una delle imprese italiane di punta della sartoria da uomo, la Brioni, non ha chiesto ai suoi sarti di trasferirsi in Paesi lontani, di sacrificare i legami con la comunità: ha sì «delocalizzato» l'attività, ma si è trasferita da Roma a Penne, un minuscolo paesino alle falde del Gran Sasso, famoso per la raffinatissima tradizione sartoriale, e oggi le sue *boutique* sono sparse in tutto il mondo. Un'altra a-

zienda, la Rete Srl, 25 fra dipendenti e lavoratori a domicilio e specializzata nella produzione di reti sportive, reti per la sicurezza e amache, ha scelto di restare a produrre a Montisola - l'isola del Lago d'Iseo, in Valcamonica, patria della rete fin dal Medioevo - e oggi, anche grazie al legame con la tradizione e la comunità produttiva, fa più affari dei *competitor* che hanno scelto di trasferirsi sulla terraferma per risparmiare sui costi di trasporto.

Esperienze, non uniche, di qualità e di coesione sociale, che caratterizzano tante storie del Made in Italy di qualità e che indicano come lo sviluppo e la competitività non possono fare a meno di elementi come il territorio, la coesione sociale,

la comunità. Sono questi i fattori per il rilancio dei prodotti italiani indicati da **Symbola**, la Fondazione per le qualità italiane, che a Ravello ha organizzato un seminario su «Coesione e competizione», dove si sono confrontati mondi diversi, imprenditori e associazioni, mondo produttivo, finanziario e no profit, amministratori locali e aree protette. «Realtà ed esperienze diverse, ma non distanti - spiega Ermete Realacci, presidente di **Symbola** -. A tenerle insieme è la comune ricerca della qualità, e la convinzione che solo scommettendo sull'identità, la coesione sociale, il capitale umano, i talenti del territorio e insieme sull'innovazione, i saperi, la ricerca, l'Italia tornerà a essere competitiva e

all'altezza delle sue grandi potenzialità. Per essere competitivi nel mercato globale non è necessario tagliare i ponti col territorio o ridurre i diritti dei lavoratori».

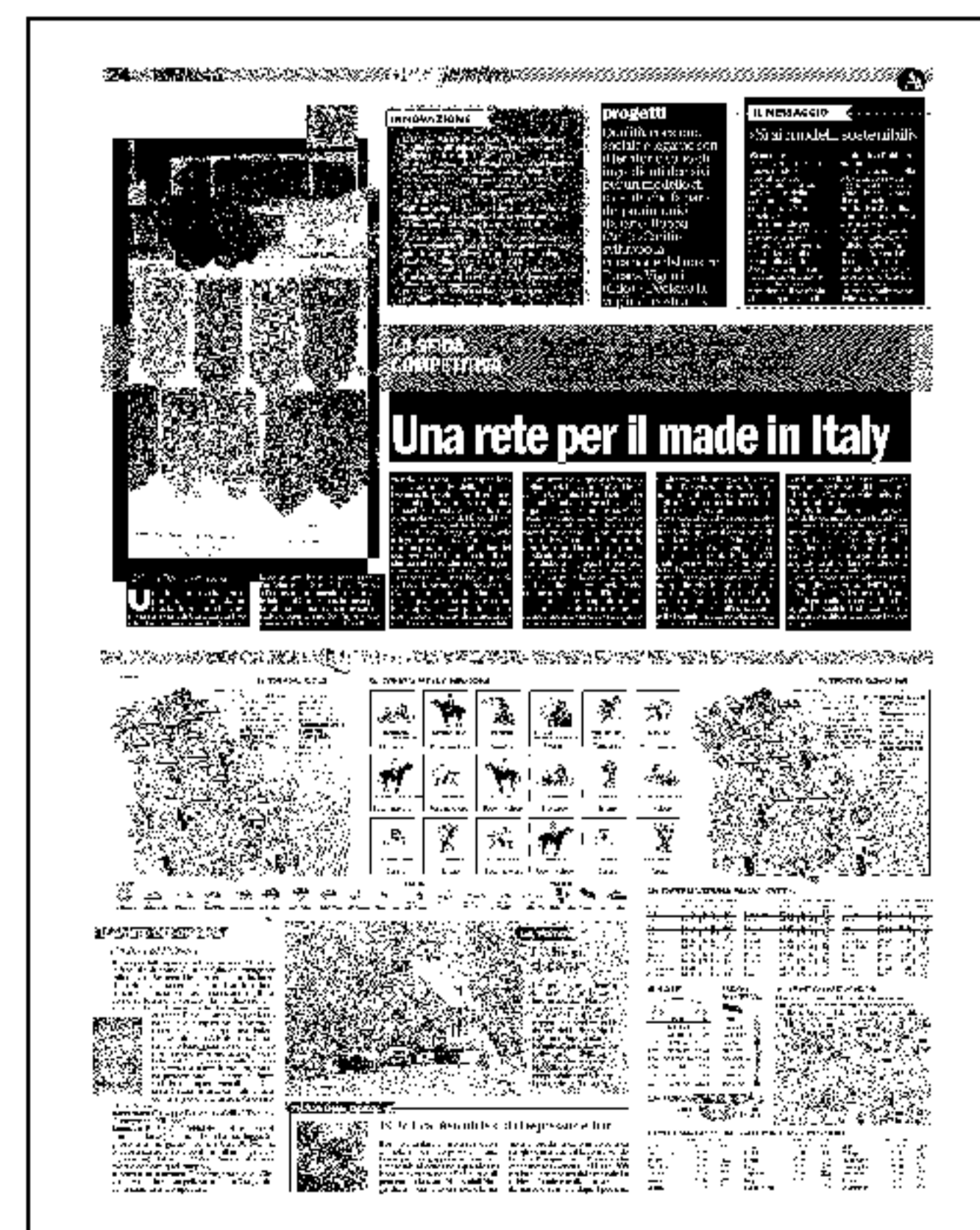
I casi aziendali citati sono emblematici di una strada per la competitività che spesso si è portati a dimenticare. «Decisiva è la voglia di fare impresa, cioè la voglia di costruire - commenta Raffaello Vignali, presidente della Compagnia delle Opere -. La tensione a costruire nasce da un motivo forte, come quello che ha spinto i nostri nonni nel '48 a ricostruire l'Italia perché noi non avessimo a soffrire come loro. Nasce dall'educazione: nella famiglia, nella scuola, ma che siano forti. Una scuola forte non dipende solo dalle riforme, ma dalla passione che hanno gli insegnanti ad educare. E questo vale anche per l'imprenditore».

Dopotutto l'Italia non ha il problema della competitività sfrenata ed è capace di carità, solidarietà e sviluppo. «È la vocazione specifica del nostro Paese - dice Luigi Bobba, presidente Acli -. Se tante piccole realtà costruiscono legami saranno in grado di affrontare le sfide della competitività globale».

Opinioni condivise anche da Luigi Campiglio, prorettore dell'Università Cattolica: «È il processo di crescita legato alla presenza di reti di rapporti sociali forti che consente a una imprenditorialità robusta di emergere».

progetti

Qualità, coesione sociale e legame con il territorio sono gli ingredienti decisivi per un modello di crescita che fa parte del patrimonio italiano. Bobba (Acli): «Carità e sviluppo la vocazione del nostro Paese». Vignali (Cdo): «Decisiva la voglia di costruire»



IL MESSAGGIO

«Sì ai modelli sostenibili»

«Sostenere l'evoluzione verso un nuovo modello produttivo, eco sostenibile, centrato sulle risorse della economia della conoscenza, è un obiettivo fondamentale per garantire competitività al nostro sistema Paese». Così ha scritto il Presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi in un telegramma inviato ad Ermete Realacci, presidente di **Symbola**, che ha organizzato il

seminario. «Dobbiamo puntare sull'integrazione delle reti di impresa - ha aggiunto il Capo dello Stato - intese come reti di cooperazione produttiva di qualità strettamente connesse alle risorse del territorio. Per questo occorre rafforzare la collaborazione fra università, centri di ricerca, imprese e mondo del lavoro per favorire investimenti, innovazione e internazionalizzazione delle aziende».

INNOVAZIONE

L'OCSE: ALL'ITALIA LA MAGLIA NERA

Maglia nera all'Italia per l'innovazione, insieme a Spagna e Portogallo. I primi posti della classifica stilata dall'Ocse, sono invece occupati dai Paesi del nord europea e da Giappone e Stati Uniti. E quanto afferma l'organizzazione internazionale nell'outlook dedicato ad Eurolandia. «Italia, Portogallo e Spagna registrano le peggiori performance fra i paesi dell'area Ocse sull'innovazione», ha sottolineato l'organizzazione, spiegando che la classifica stilata evidenzia chiaramente «il divario fra nord e sud di Eurolandia in termini di innovazione». Sui venti Paesi in esame, l'Italia risulta diciassettesima per quanto riguarda l'intensità di innovazione, mentre è addirittura diciannovesima per quanto concerne ricerca e sviluppo delle imprese. Un dato che purtroppo non è mutato negli anni e che è la causa principale del fenomeno della «fuga dei cervelli», all'estero. Va leggermente meglio la ricerca pubblica, che conquista la diciassettesima posizione.

