

ICEBERG

BRUNO MANFELLOTTO

La soft economy tra i Faraglioni e il Barolo

C'ERA una volta la "old economy", l'economia tradizionale, nel senso dell'industria di base, la grande fabbrica e la piccola impresa che sfornavano prodotti lavorati e trasformati. Oggi un po' disprezzata, dimenticata, svilita. Poi è stata l'epopea della "new economy", il nuovo che avanza, il futuro che incalza, telecomunicazioni e Internet, computer e software, Silicon Valley e Wall Street. Una rivoluzione benefica. E pure un'ubriacatura, un'infatuazione che ha sì moltiplicato per mille fatturati e titoli azionari, ma ha anche lasciato sul campo vittime illustri e qualche pollo. E adesso? Adesso l'economy è "soft", soffice, secondo l'intuizione di Ermete Realacci, ex leader di Legambiente, oggi deputato della Margherita e grande motore organizzativo della Fondazione Symbola che ha raccolto imprenditori, politici e amici intorno a un'idea: né "old" né "new", né rimpianto del vecchio né febbre del nuovo, piuttosto difesa strenua dei tesori del made in Italy fatti di marchi, di bellezze, di gusto.

Insomma, Barolo e Faraglioni, Cappella Sistina e Pininfarina, le giacche di Armani e le piccole imprese che esportano negli Stati Uniti sofisticatissimi apparecchi meccanici di precisione. Sommate il fatturato dell'uno al fatturato dell'altro, l'uno dopo l'altro, e vi renderete conto di quanto macini oggi la "soft". E quanto di più ancora potrebbe produrre domani facendo sì che l'uno traini l'altro: «Per promuovere l'Italia portiamo all'estero anche i Bronzi di Riace, la nostra arte», ha proposto ieri Vittorio Merloni.

Per capire fino in fondo il senso della scommessa di Realacci, è utile raccontare la storia di una bella donna siciliana dal nome di origine spagnola che forse è diventata, volontariamente o involontariamente, uno dei simboli della "soft economy". Nel 1987 la giovane José Rallo, terza generazione di una storica famiglia di vinattieri siciliani con etichetta Donnafugata (sì, proprio la villa di campagna del "Gattopardo"), cantine e vigneti tra Marsala, Pantelleria e il Belice, si laurea con una tesi sullo scandalo del metanolo (ricordate il vino "corretto" che vent'anni fa provocò morti e intossicati?) e sugli spazi di mercato della sua alternativa estrema, il vino di qualità. Be', in quella tesi già c'era, in nuce, la filosofia di **Symbola**: il business del vino, abbattuto dallo scandalo, abbandonato da consumatori terrorizzati e polverizzato dalla concorrenza, poteva morire di obsolescenza, o rinascere come la Fenice puntando sul suo contrario: la qualità. È diventata la scommessa, vinta, della famiglia Rallo. Ma non solo la loro. Oggi la produzione di vino di altissimo livello è la sfida di tutta la Sicilia, appena sbarcata nel mercato del buon bere, ma anche della Campania, della Sardegna, della Toscana, del Veneto... In pochi anni, dalla disfatta e dal veleno, al trionfo e al brindisi di qualità. Ditemi voi perché la stessa ricetta non potrebbe essere applicata anche al turismo, al buon cibo, ai musei, alle automobili. E qualcuno ha già cominciato a farlo. Con successo.

