

Pescara si rilancia con la soft economy

La città creativa guida uno sviluppo fondato su tecnologia, paesaggi e prodotti tipici

di PAOLO VERCESI

Provate a mettere insieme l'elettronica avanzata, la Maiella e il Gran Sasso; unite centri di ricerca e centri storici, bagnateli con le onde dell'Adriatico e con fiumi di Trebbiano e Montepulciano doc; infine shakerate con autostrade d'asfalto, del mare e multimediali. Il tutto condito con olio loretense doc e guarnito con un capo firmato Brioni: servito sul tavolo vi ritroverete

l'Abruzzo in tutte le sue migliori potenzialità. Lo dice la "soft economy", nuova rotta del progresso nell'era della globalizzazione. In tale contesto una città

su tutte si pone nel ruolo guida: Pescara, città creativa per eccellenza e dunque ideale cabina di regia per promuovere strategie fondate su "energie alternative" alla tradizionale industria di oggi in forte declino.

A parlare di "soft economy", assegnando a Pescara la copertina per l'Abruzzo, era già stato venerdì a Perugia Luciano D'Alfonso al convegno dello Studio Ambrosetti sul futuro delle città nella competizione glo-

bale. Il sindaco ha ripetutamente posto l'accento sulla vocazione della sua "Pescara città creativa" guardando in prospettiva: «Creativi non sono solo i designer o gli stilisti - ha detto D'Alfonso - ma tutti coloro che operano in modo innovativo nei campi della scienza, dell'ingegneria, della ricerca e dello sviluppo...». Una città creativa sa attrarre nuovi talenti, è policentrica e senza periferie, ha aggiunto il sindaco ispirandosi ai modelli di Londra, Dublino o Barcellona.

Paladini della "soft economy" sono Ermete Realacci, deputato della Margherita e presidente onorario di Legambiente, ed il giornalista Antonio Cianciullo. I due sono da mesi in giro per l'Italia per diffondere la nuova fede nell'imprenditoria e, non guasta

mai, il loro libro sul tema. A Pescara fanno tappa dopodomani: dalle 15 al museo Colonna si discuterà delle potenzialità del capoluogo adriatico e della regione dei parchi per un'economia "pulita" fondata

sulla promozione del paesaggio e dei prodotti tipici, potenziando al tempo stesso tecnologie e servizi e puntando sulle eccellenze che qui non mancano. L'iniziativa è promossa da "Symbola", fondazione di cui lo stesso Realacci è presidente. La relazione introduttiva sarà affidata a Roberto Di Vincenzo, amministratore di Symbola

ed editore di Carsa: «Identità e innovazione sono le parole chiave per la soft economy - ha detto -. Come per il "made in Italy" occorre puntare sul prodotto per rilanciare il luogo: tante aziende di diverse attività contribuiscono all'immagine del "made in Abruzzo" ed è questo il nostro obiettivo».

Importante è la conoscenza del sistema-impresa: «Si tratta di impostare una politica di marca - spiega Di Vincenzo - con soggetti diversi e ben ancorati al territorio: città, turismo, vino, vestiti ma anche aziende di tecnologia innovativa e servizi vanno cuciti insieme e sostenuti con una forte azione di lobbying».

Symbola si propone solo di mettere certe realtà al tavolo o può fare di più? «Symbola è nata lo scorso luglio ma ha già un accordo con la Fiera di Milano e guarda con interesse alla fiera campionaria del 2007 per offrire una vetrina importante alle aziende».

Che ruolo giocano le infrastrutture e qual è la concorrenza da fronteggiare? «Le infrastrutture sono fondamentali - risponde Roberto Di Vincenzo - autostrade, ferrovia e porti

ma anche quelle tecnologiche: poche aziende pescaresi e abruzzesi sfruttano al meglio internet. La concorrenza è micro e macro - aggiunge - perché la soft economy parte dal basso, dai territori e dalle città ma attraverso la promozione del prodotto singolo deve mirare ai grandi mercati puntando sulla qualità».

Al fenomeno della "soft economy" guardano con interesse gli imprenditori di casa nostra, non a scatola chiusa però: «Avendo un territorio limitato Pescara deve puntare ad un'economia alternativa ai normali insediamenti industriali - afferma Michele Russo, presidente regionale dei giovani industriali -. La ricerca va in questa direzione, il sindaco stesso ha parlato di città creativa ma va individuata una vocazione forte, capace di dare identità, come ha fatto ad esempio Parma diventata oggi la città del gusto dal settore alimentare a quello farmaceutico. Per questo - conclude Michele Russo - al sindaco abbiamo proposto di istituire un tavolo permanente con le forze economiche istituzionali per scegliere e sviluppare un percorso comune».

Imprenditoria
e nuove frontiere
Da "Symbola"
idee e strategie
per conquistare
il mercato globale

ROBERTO DI VINCENZO

«Identità e innovazione
sono le parole chiave
per promuovere vari settori:
turismo, vino, tessile»





Pescara e l'intero Abruzzo hanno nel paesaggio una delle risorse più pregiate per puntare su un'economia alternativa alla tradizionale industria



Gianni Masciarelli, re del vino. La soft economy valorizza i prodotti tipici



Michele Russo, presidente dei giovani industriali

MICHELE RUSSO

“ L'economia alternativa appare un passo obbligato ma dobbiamo individuare e seguire una vocazione ”



Roberto Di Vincenzo, amministratore di Symbola