

Il vantaggio della qualità

Se come europei, come italiani, vogliamo rimanere protagonisti nel mondo globalizzato, la sola via che abbiamo è quella di puntare sulla valorizzazione di nostre risorse tipiche la cui preziosità, anche economica, viene essenzialmente da fattori immateriali, dunque intrinsecamente ecologici. Quell'intreccio inimitabile e irripetibile di paesaggio, cultura, convivialità, che rende così vari ma anche così diversi da tutti gli altri i nostri territori e le nostre città, e ancora le mille economie territoriali volano, qui da noi, di quel modello del "made in Italy" il cui successo cresce in tutto il mondo ed è la nostra principale carta vincente nell'età della globalizzazione.

L'Italia deve mettere a frutto la fortuna di custodire beni ambientali, paesaggistici, culturali di eccezionale pregio, di essere nella realtà, e nell'immaginario di tutto il mondo, il Paese della bellezza, materia prima che produce valore senza inquinare né dissipare risorse. Ma la bellezza non è soltanto nei tesori naturali o in quelli ereditati dal passato: la qualità estetica, accanto a quella ambientale e tecnologica, deve essere il segno anche del nuovo che si realizza, siano case o scuole, centri commerciali o edifici pubblici, automobili o frigoriferi, persino capannoni industriali. La strada è quella della qualità, della "soft economy", i cui ingredienti sono l'attenzione alle caratteristiche del territorio, cultura della salvaguardia ambientale, investimento sul capitale umano e soprattutto grande passione per l'innovazione e le nuove tecnologie. Una ricetta vincente che racchiude il segreto di quella capacità tutta italiana, così Carlo Cipolla in un'efficacissima definizione, "di fare all'ombra dei campanili cose che piacciono al mondo". Dentro la "soft economy" c'è il turismo, c'è l'agricoltura dei prodotti tipici, ci sono i nostri parchi, c'è la rete delle mille economie territoriali che sono alimento ed emblema del "made in Italy".

Da tutti questi ragionamenti è nata **Symbola**, la Fondazione per le Qualità Italiane, pensata per rilanciare la qualità appunto e farne una leva essenziale del sistema Paese. Gli obiettivi della Fondazione sono creare un'alleanza tra soggetti, capaci di scommettere e investire sulla qualità, mettere in rete i talenti espressi dal territorio, confrontare le esperienze e le personalità di diverse estrazioni: mondo economico e imprenditoriale, cittadinanza attiva, associazioni, istituzioni, realtà locali. In poche parole: per dare voce ai tanti protagonisti della qualità italiana e far sì che le loro diverse esperienze possano convergere verso un terreno comune d'azione.

Symbola si configura come un centro di iniziativa politica e culturale, ed è una lobby nel senso migliore del termine, quello di natura anglosassone, con i nostri principi vogliamo dare

evidenza a un mondo spesso sconosciuto, capace di generare valore per l'intero sistema, tenendo in grande considerazione parametri tradizionalmente trascurati.

Da qui l'idea, sviluppata da un gruppo di lavoro coordinato dall'ex ministro dell'economia Domenico Siniscalco, di mettere a punto il PIQ, il Prodotto Interno Qualità, un indice di misurazione della qualità del Paese. Una suggestione che trae i

suoi primi passi, da un memorabile discorso di Bob Kennedy all'università del Kansas nel 1968, quando sostenne che il PIL di una nazione misura tutto in pochi numeri, eccetto ciò che rende la vita meritevole di essere vissuta. Ma cos'è esattamente il PIQ? Partiamo dal presupposto che la politica, che definisce indirizzi e scelte del Paese, per cogliere il senso della nostra riflessione ha bisogno di numeri, cioè di sapere quanto 'pesa' la qualità nel PIL della nazione, un indicatore fondamentale ma sempre più obsoleto. L'ambizione del PIQ è di elaborare una

'contabilità della qualità' che abbia l'immediatezza comunicativa del PIL e capacità di impatto sulla politica e sui media. Il PIQ è uno dei più importanti progetti di **Symbola**: strumento di lettura del peso della qualità nell'economia del Paese.

Un primo documento ufficiale sul PIQ è stato presentato a Milano, il 26 maggio scorso. Il Prodotto Interno Qualità calcolato per il 2007 è pari al 44,3% del PIL, per un valore non inferiore ai 628 miliardi di euro. Il PIQ, dunque, è misurabile in termini monetari e quindi comparabile con gli aggregati settoriali e di spesa pubblica e si può considerare come uno strumento complementare al PIL.

Il filo di tutto questo ragionamento troverà la sua espressione tangibile nel grande appuntamento con la qualità, la rinascita della Fiera Campionaria. La storica Fiera fu il luogo simbolo del boom economico, della transizione dell'Italia agricola verso l'Italia industriale. La vetrina del nascente capitalismo italiano. Una gigantesca festa popolare delle meraviglie che permise a tanti italiani di confrontarsi per la prima volta con la cultura

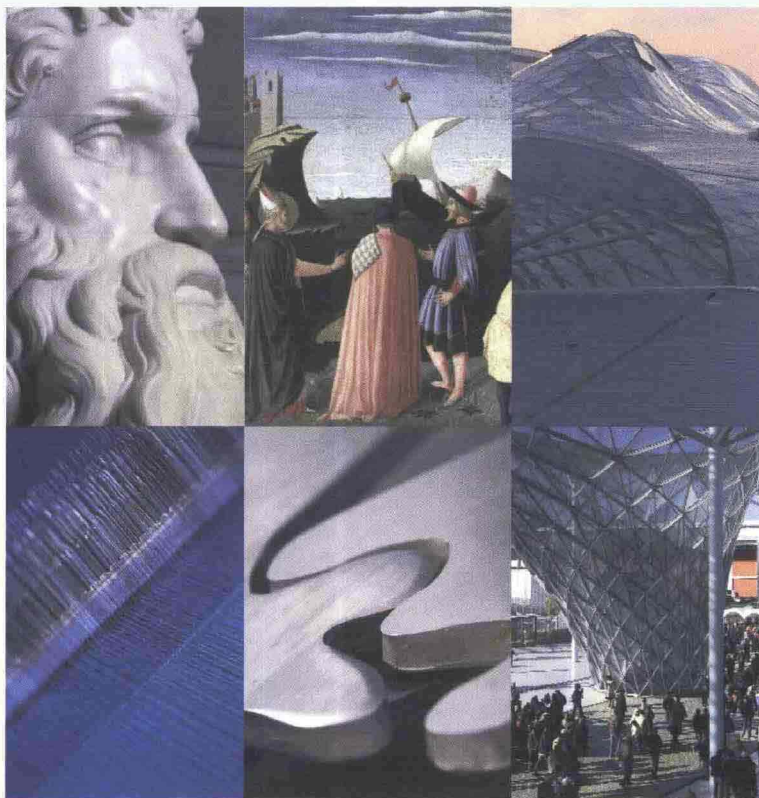
industriale e di apprezzare i progressi tecnologici e produttivi, ma che seppe anche interpretare e rappresentare le trasformazioni sociali ed economiche che stavano cambiando profondamente il Paese. Oggi, dopo più di 16 anni, in un grande progetto tra **Symbola** e Fiera Milano, la Campionaria torna a raccontare e a rappresentare il Paese, come cambia e si trasforma, ma con la chiave di lettura della qualità. Sarà la vetrina del nuovo made in Italy e della soft economy: degli oggetti e delle emozioni. Qui si incontreranno modo di vivere, identità, storia, cultura, creatività, conoscenza e innovazione ma anche responsabilità verso i cittadini, i consumatori, l'ambiente e la società. Sarà uno spazio in cui raccontare, un luogo in grado di valorizzare la conoscenza in tutte le sue forme, dalle produzioni manifatturiere e

artigianali a quelle industriali di punta, dalla ricerca al marketing territoriale, dall'architettura e dal design al turismo, dalle nuove tecnologie alle eccellenze enologiche e agroalimentari, dalla moda alle produzioni culturali e l'informazione, dai servizi territoriali ai distretti, dai parchi alle innovative esperienze sociali e imprenditoriali del terzo settore fino ai prodotti di largo consumo. In tutto il mondo lo stile di vita italiano, la qualità dei nostri prodotti, l'immaginario legato ai nostri paesaggi e alle città d'arte sono percepiti come valori fortissimi, sono merce pregiata e ricercata: dagli Stati Uniti alla Cina. E' su questi valori che dobbiamo fare leva: nuove tecnologie e saperi tradizionali, paesaggi, turismo e ricerca scientifica, cultura e innovazione, coesione sociale e industrie d'avanguardia. Alla Campionaria delle qualità italiane sarà raccontato tutto questo, in un parterre che comprenderà non solo imprese e prodotti, ma anche associazioni, enti e amministrazioni che in questi anni hanno dimostrato che la qualità è un progetto realizzabile, perseguibile e conveniente. Protagonisti saranno i

"campioni della soft-economy" che potranno raccontare la loro storia di successo: i percorsi, i progetti e le sfide che li hanno portati al vertice della qualità. La Campionaria sarà una foto di gruppo di un'Italia capace di sfidare il futuro, rinnovando i valori di fondo della Campionaria storica: conoscenza, orgoglio e meraviglia.

Ermete Realacci

Presidente **Symbola**, Fondazione per le Qualità Italiane



IN PRIMO PIANO



NAPOLI

Un "omaggio a Capodimonte" per festeggiare i suoi 50 anni