

Ecologia e sviluppo. Su cambiamenti climatici e made in Italy il Paese deve mostrare i muscoli e indicare strade nuove

L'Italia alla sfida delle qualità

Realacci (Fondazione **Symbola**): «Eccellenza territoriale e innovazione»

di **Jacopo Gilberto**

La qualità territoriale passa anche per la qualità dell'ambiente. Perché l'ambiente è fatto non solamente di natura secondo la vecchia visione da documentario in tv, ma è anche fatto di stili di vita e di consumo, di cultura diffusa, di capacità di innovare e di fare ricerca, di grandi sfide, di saper anticipare le tendenze del mondo. Due casi per tutti: i cambiamenti del clima e la vicenda dei rifiuti della Campania, ferita alla qualità ambientale italiana. Dopotutto l'Italia — la stessa Italia che contiene lo scempio della spazzatura della Campania, la stessa Italia con il panorama devastato dai capannoni artigianali progettati dai luoghi comuni e delle villette pensate con il righello — è il Paese secondo al mondo per varietà di specie viventi ("biodiversità" dicono gli ecologisti) alle spalle dell'Amazzonia. L'Italia può permettersi questa varietà di specie viventi, animali e vegetali, per la sua varietà di ambienti: dalle Dolomiti bellunesi, alle "barene" della laguna di Venezia fino agli scogli di Lampedusa (che è più a sud di Tunisi).

Gli imprenditori italiani ora si svegliano per esempio sull'importanza dei cambiamenti del clima e delle fonti pulite di energia, quell'energia rinnovabile e non inquinante che è l'intelligenza che sposta verso l'alto la catena del valore, in modo da produrre ricchezza manipolando meno risorse e mi-

gliorando la qualità dell'ambiente e dello stile di vita.

Il tema della qualità — qualità che si legge per esempio attraverso il "made in Italy" che compete nel mondo — è al centro dell'evento-convegno «Territorio e sfide globali» promosso da **Symbola** il 20 e 21 luglio nella magia di Bevagna e Montefalco; ma il tema sarà trattato in modo più analitico anche alla Campionaria delle qualità italiane, il salone della soft economy in programma a Fieramilano dal 22 al 25 novembre.

«L'intuizione di questi appuntamenti — afferma Ermete Realacci, 52 anni, ecologista, deputato della Margherita e presidente della Fondazione **Symbola** — è mostrare i muscoli dell'industria italiana, quell'economia italiana che, come nel Dopoguerra mostrava i sogni degli italiani, oggi può far sognare gli italiani delineando l'Italia del futuro».

L'Italia invece che perde è quella che non ha il coraggio di scegliere, quella della burocrazia, l'Italia delle crisi irrisolte. Da Shangai è difficile distinguere tra la spazzatura di Napoli e i vini senesi.

Stanno diventando realtà quotidiana, addirittura normalità, alcuni processi di qualità imprenditoriale legati al territorio che qualche anno fa sembravano fantasie sciocche per visionari e poeti. Forme economiche che gli inseguitori di luoghi comuni avrebbero destinato alla delocalizzazione o alla condanna come "settori maturi, e quindi da abbandonare".

«L'esempio simbolico può esse-

re quello del vino», descrive Realacci. «A metà degli anni 80 l'Italia produceva il 40% in più rispetto al vino che si produce oggi. Era in gran parte vino da taglio o da destinare alla distillazione di alcol». Vinnaccio prodotto in grandi quantità da vendere a prezzi da realizzo. Vinnaccio che in qualche occasione marginale si produceva mescolando prodotti medioerissimi. azzeccando con acqua, e via a imbottigliare per i gonzi. «Ma nel marzo '86 arrivò la terribile sofisticazione del metanolo, che non era un prodotto per gonzi ma un'operazione criminale. Le vendite crollarono», ricorda Realacci. «Da quella crisi l'agroindustria italiana uscì bene, anzi benissimo, non con interventi della politica, non seguendo indirizzi imposti dall'alto, bensì con un grande cambiamento imprenditoriale, da una riscoperta del rapporto con il territorio e con il suo ambiente, con la ricerca della qualità: oggi il vino italiano vale più del triplo rispetto a quello di venti anni fa. L'Italia produceva molto più vino ed esportava 700-800 milioni di euro l'anno, a valori attualizzati, mentre l'anno scorso le vendite all'estero sono state oltre i 3 miliardi di euro. Abbiamo battuto i francesi nelle esportazioni, siamo i primi in mercati importanti come gli Usa e, pur tra mille problemi tipici dell'imprenditoria italiana come il marketing e la difesa dei marchi, abbiamo "in casa" i nuovi vitigni del futuro. L'Italia ha un serbatoio enorme e antico, i 2-3 mila vitigni autoctoni

che non sono a disposizione dei concorrenti australiani, cileni o sudafriani». Un esempio? Per rimanere nella zona del convegno del 20 e 21 luglio, ecco il Sagrantino di Montefalco, vitigno che stava spazzando e che invece oggi è sottoposto alla mappatura genetica.

Simili i processi seguiti da altri comparti. Qualche anno era guardato come uno stravagante chi pronosticava che gli occhiali si tornassero a fabbricare in Italia, mentre la produzione del polo veneto è cresciuta del 20% con gli occhiali di valore, quelli oltre i 100 euro l'uno. «Rispetto a dieci anni fa esportiamo la metà di scarpe, ma il fatturato è aumentato. Rispetto a dieci anni fa esportiamo in volume il 25% in meno nel tessile rispetto al '97 e quasi il 30% in meno nei prodotti in pelle, ma il valore complessivo è +25% in entrambi i casi. Un caso discusso è la nautica — aggiunge Realacci — che si basa su una rete territoriale di aziende di qualità, dove le piccole imprese non sono elemento di debolezza ma di flessibilità. Il polo tirrenico delle imbarcazioni di lusso ha alle spalle tecnologia, design, qualità negli allestimenti. Così tanti piccoli mobili che sembravano condannati alla chiusura si sono collegati a queste filiere: i miliardari non comprano per i loro yacht i mobili dell'Ikea».

A Realacci sta a cuore una frase del Costituto senese del 1309, la costituzione della città-stato: chi governa deve avere a cuore «massimamente la bellezza della città, per cagione di diletto e allegrezza ai forestieri, per onore, prosperità e accrescimento della città e dei cittadini».

«L'intelligenza sposta verso l'alto la catena del valore, perde solo chi non ha coraggio»



Ermete Realacci, fondatore di Symbola

