

> Manager d'assalto > Alberto Piantoni

Gestisce (bene) un marchio storico. È tra i cervelli di **Symbola**, la «lobby delle qualità». Ora il governo gli ha chiesto un aiuto. Per dare una sterzata alle imprese nostrane. Come? Ecco la sua ricetta. Casalinga > di Davide Perillo

DATEMI UN ARTIGIANO E VI RINNOVO IL MADE IN ITALY

L'OMINO È SEMPRE QUELLO. Baffi, cappello e dito alzato, come nei Caroselli di fine anni Cinquanta. Solo che attorno a lui è cambiato il mondo. A cominciare dall'azienda che su quel marchio buffo ha costruito un piccolo impero, settore casalinghi: Bialetti. Era un gioiellino che profumava di case e provincia, negli ultimi anni è diventata una multinazionale tascabile con numeri di tutto rispetto (208 milioni di fatturato), cinque stabilimenti tra Italia, Turchia e Romania, un portafoglio di brand che affollano le cucine (Girmi, Rondine, Aeternum). E un cervello di nome Alberto Piantoni che giusto qualche giorno fa, subito prima di partire per il roadshow pre-quotazione in Borsa, è stato nominato dal governo (via Pierluigi Bersani, Sviluppo economico) «project manager del programma per l'Innovazione del Made in Italy». Una specie di superconsulente, capace di raccogliere consensi da Confindustria e artigiani, colleghi e rivali. Di «fare rete», insomma. Proprio come sta facendo, dall'inizio, con **Symbola**, la fondazione per le qualità italiane messa in piedi da Ermete Realacci (vedi box a lato). «Noi di Bialetti siamo tra i soci fondatori», ricorda Piantoni: «Probabile che con l'incarico di Bersani c'entri anche questo».

Probabile. Ma di sicuro Piantoni, brecciano di Chiari, 51 anni, 21 dei quali trascorsi in un'azienda a due passi da casa (la Rondine sta a Coccaglio), in **Symbola** ha trovato un terreno più ampio per coltivare le idee che semina da sempre. Una, su tutte: la carta vincente del Made in Italy è l'eccellenza. Non sarà un argomento originalissimo, ma a sostenerlo ora c'è un dato in più: il Piq, «Prodotto interno qualità». Ricordate? È il neo-in-

dicatore economico che misura quanta parte del Pil nasce dai prodotti e servizi di eccellenza. Il *Magazine* se n'era occupato alla nascita, Piantoni è tra gli esperti che l'hanno messo a punto. Ora c'è il risultato: «Il 44%. Quasi metà della ricchezza prodotta in Italia. Un patrimonio enorme». Da proteggere, ma soprattutto modernizzare, tenere al passo con i tempi. «Innovare», appunto. Ma come?

OCCHIO ALLA PARETE

«Guardi, io amo molto la montagna. E l'alpinismo mi ha insegnato una cosa importante: se non sai che cosa hai in tasca, meglio che torni a casa». Tradotto? «Davanti a una parete, devi avere coscienza di mezzi e limiti. Se ti sopravvaluti, cadi pesante. Se ti sottovaluti, non ti muovi». Ok, ma che cosa ha «in tasca» il Made in Italy? «Anzitutto, le sue radici. Il legame con il territorio. Che vuol dire capacità artigiane, ma anche tradizioni, rapporti... La qualità nasce in gran parte da lì: dalla rete di esperienze che stanno intorno a un'azienda». Dati che nessuna delocalizzazione può sostituire, ma nessuna multinazionale Made in China può eguagliare. «Il fatto di essere nato a tre chilometri dalla fabbrica ti obbliga a fare i conti con il territorio. La gente ti conosce e ci metti la tua faccia. Devi avere legami con il sindaco, l'oratorio, le associazioni... Ma

>> IL SEMINARIO DI SYMBOLA

E INTANTO I NEOTALENTI SI RITROVANO IN UMBRIA

A Bevagna la «soft economy» fa il punto su se stessa. Partendo (anche) da uno spot



Ermete Realacci

«È come lo spot della Cinquecento. Ha presente?». Come no: mezzo secolo di storia d'Italia in pillole, con il bambino di Tornatore a sgranare gli occhi. «Appunto. In fondo è la stessa idea su cui battiamo noi da tempo: il patriottismo dolce. Per vincere certe sfide

di oggi, persino quella dei mutamenti climatici, devi trarre forza dal territorio, dall'identità, dai tuoi valori. Il Made in Italy può ripartire solo da qui». Parola di Ermete Realacci, onorevole di, presidente onorario di Legambiente e motore di **Symbola**, la «fondazione per le qualità italiane» che da domani si ritrova a Bevagna e Montefalco (www.symbola.net). Due giorni nel cuore dell'Umbria a discutere di talenti e territori, soft economy e sfide ambientali. Con un panel che spazia da Alessandro Profumo a Innocenzo Cipolletta, da Walter Veltroni a Carlo De Benedetti, passando per ministri, imprenditori, associazioni. Idea forte? Quella su cui **Symbola** insiste dalla nascita: la chiave della riscossa, per la nostra economia, è la qualità. E lo si vede anche in questi tempi di ripresa in corso. «Chi immaginava 4-5 anni fa che avremmo riconquistato posizioni pure in settori maturi come il tessile, il cuoio, gli occhiali? Eppure succede. Come succede che rientrano in Italia certe fabbriche delocalizzate in Cina o Romania. E l'indice che non puoi vincere questa scommessa se ti astrai dai talenti locali». Consapevolezza sempre più diffusa, se è vero che la rete di **Symbola** si sta allargando.

Come presenze e come progetti: due mesi fa è stato presentato il Piq, «Prodotto interno qualità». Mentre a novembre arriva la Campionaria delle qualità italiane, riedizione in chiave soft economy della mitica fiera milanese. Quella che spopolava in tempi di boom. E di Cinquecento.





> **A TUTTA MOKA**
Alberto Piantoni,
amministratore delegato
e vicepresidente
del gruppo Bialetti.

questo non è un ostacolo: è un valore aggiunto. Prenda gente come Della Valle, Nerio Alessandri di Technogym o Alberto Bombassei di Brembo, per fare solo tre esempi: abitano tutti vicino allo stabilimento. Non è un caso. Bene, il primo punto, per me, è questo: aiutare il rapporto tra le aziende e gli artigiani che collaborano. Creare circoli virtuosi che aiutino entrambi». Esempi? «In un'a-

**GUARDA CHI SPUNTA TRA CHI
(SECONDO LUI) INNOVA DI PIU'**

- **TOD'S**
(calzature)
- **BREMBO**
(componenti auto)
- **CAPRAI**
(vini)
- **TECHNOGYM**
(attrezzi wellness)
- **DONNAFUGATA**
(vini)
- **BERBRAND**
(bottoni e accessori)

IMMAGINECONOMICA

zienda meccanica spesso il salto di qualità lo fa fare l'artigiano che trova l'innovazione giusta sul prodotto. Poi, però, da quell'innovazione l'azienda ci guadagna, lui no. E chiude. Bisogna che il flusso sia reciproco. Gli artigiani da noi non sono semplice manodopera: sono *problem solver* e generano idee».

PIASTRELLE E MADREPERLA

Ma c'è ancora in giro questo patrimonio di creatività? Non è che un po' alla volta sta appassendo? «No, se gira in zone come il Bresciano, il Modenese e tante altre, di risorse del genere ne trova, eccome. Però, dalle ricerche sul Piq viene fuori un altro elemento interessante». Quale? «Un dato comune alle aziende di qualità è il modello organizzativo: la responsabilità sociale, l'attenzione all'ambiente, un approccio ai mercati trasparente. Sembrano parole, invece tutte le ricerche dicono che sono fattori di successo. Ma allora incrementiamoli». Come? «Stop ai finanziamenti a pioggia: premiamo solo chi mette le innovazioni in rete. E ancora: perché non pensare a reti di distribuzione che aiutino i piccoli a portare i loro prodotti sui mercati lontani? Da soli non ce la fanno, in rete sì. Ma le dirò di più: non abbiamo un brand del Made in Italy. Un marchio che diventi patrimonio comune e tutela per chi compra. Potremmo iniziare a pensarci».

Pensiamoci. Ma intanto mi fa cinque nomi di aziende che innovano più di altri? «Niente classifiche, chiaro. Qualche esempio già l'ho fatto. Tod's, Technogym e Brembo: alta tecnologia e innovazione continua. Però ci aggiungerei pure aziende come Caprai e Donnafugata, che hanno recuperato un patrimonio di vitigni autoctoni. Se permette le faccio pure un sesto nome, molto più piccolo: Berbrand. Fanno bottoni nel Bresciano». Bottoni? «Di qualità. Grazie alle ricerche fatte con università e l'Acquario di Genova fanno crescere la madreperla in cattività. E con gli scarti fabbricano piastrelle».

Gira e rigira, insomma, la parola magica è sempre quella: rete. Ma che differenza c'è tra questo modello e il caro, vecchio distretto industriale, dato per superato? «Questo è un modello che ha al centro dei valori. Lì l'unico valore è l'aspetto economico. Non è mica qualcosa di brutto, eh? Solo che in giro ci sono pure altri fattori». Fattori di cui si parlerà anche domani e dopo, nel seminario umbro di **Symbola**. Argomento? «I talenti dell'Italia e la sua missione». I primi ci sono, e tanti. Se solo ci si mettesse d'accordo sulla seconda... ■