

IL CASO

Al meeting di **Symbola** le aziende che puntano sul verde e aumentano i profitti

Così vince il made in Italy che rispetta l'ambiente

DAL NOSTRO INVIATO
ANTONIO CIANCIUOLO

BEVAGNA — Ogni cento euro fatturati in Italia, 44 aiutano a rendere competitivo il sistema paese. È il Piq, il prodotto interno di qualità, una quota ancora leggermente minoritaria ma in espansione: il vecchio made in Italy sta allargando il suo orizzonte tradizionale affiancando ai settori in cui è storicamente leader, come il cibo e la moda, nuovi segmenti in linea con i bisogni che caratterizzano le società mature, dalla chimica verde al business della salute.

Il quadro emerge dal meeting estivo di **Symbola**, la Fonda-

zione per le qualità italiane presieduta da Ermete Realacci. «Il made in Italy ha cambiato posizionamento, lo dimostra l'aumento del 25 per cento del valore medio delle esportazioni tra il 2000 e il 2006: possiamo in questo senso parlare di new made in Italy», ha confermato il presidente di Unioncamere, Andrea Mondello.

A far scuola è stata la clamorosa rimonta del vino. In ginocchio a metà degli anni Ottanta, dopo la crisi prodotta dallo scandalo del vino al metanolo, il settore in vent'anni ha triplicato export e fatturato, diminuendo il volume della produzione e conquistando la leadership con una quota del 25 per cento dell'export globale. Ora l'esempio comincia a essere imitato da segmenti industriali che, dopo la stagione della delocalizzazione, tornano in Italia per trovare la cornice fisica e culturale più adatta alla qualità. Così nel polo

Realacci: "Avere scommesso su territorio e innovazione è stata la scelta giusta"



Il presidente di **Symbola** Ermete Realacci

veneto la produzione di occhiali sopra i cento euro è cresciuta del 20 per cento nel corso dell'ultimo anno. L'export del settore calzaturiero dal 1997 a oggi ha dimezzato i volumi aumentando il fatturato del 25 per cento. Stessa performance per il tessile, sempre negli ultimi dieci anni: meno 25 per cento in volume, più 25 per cento in fatturato.

«Aver scommesso sulla soft economy — ricorda Realacci — cioè sull'intreccio tra qualità del territorio, innovazione, coesione sociale, si è dimostrata una scelta vincente: la ripresa in atto è trainata da un export fatto in larghissima parte di alta qualità. E' un processo che fa bene

al paese e fa bene al clima perché il passaggio dalla logica della quantità a quella della qualità alleggerisce l'impatto ambientale della produzione. Ed è la vera sfida sul tavolo della politica: Veltroni l'ha messa al primo posto, ora bisogna passare alle scelte concrete». Durante l'assemblea di **Symbola** un piccolo esempio di tecnologia virtuosa made in Italy è arrivato dal Comune di Bevagna, un paese con 5 mila abitanti. L'Umpi elettronica, la società di Cattolica che ha lavorato alla Mecca come a Vienna, ha messo a punto un progetto per rendere più efficiente e meno inquinante il sistema di illuminazione pubblica. Usando lampade ad alta efficienza in modo da evitare dispersione e sprechi, si otterrà dal 2008 un guadagno del 30% all'anno. In sei anni si risparmieranno 996 mila kilowattora e si eviterà l'emissione di 1.394 tonnellate di anidride carbonica.

icasi

IL VINO

Tra il 1986 e il 2005 la produzione è diminuita del 37% ma sia il fatturato che l'export sono triplicati

GLI OCCHIALI

La produzione di occhiali di valore (sopra i 100 euro) del polo veneto è cresciuta del 20%

IL TESSILE

Nel tessile rispetto a 10 anni fa esportiamo in volume il 25% in meno ma il valore complessivo è +25%

