

Il rilancio del Made in Italy passa anche dalla rivitalizzazione delle specificità produttive locali

# Per Brescia quattro distretti

Armi, maniglieria, marmo e vino per un rafforzamento del sistema

**Silvano Danesi**  
 BRESCIA

Rilancio del Made in Italy e lancio del Made in Lombardy, ridefinizione delle potenzialità dei distretti e delle filiere, piena utilizzazione delle risorse messe a disposizione dal piano "Industria 2005" del Ministero dello sviluppo economi-

co e dal "Programma operativo regionale", attivazione coordinata dei vari soggetti interessati, a cominciare da quello che il presidente della Provincia, Alberto Cavalli, ha definito "punti di eccellenza", come il Csmt, Aqm e Micromega. Sono questi, in sintesi, gli argomenti più significativi di un'intensa mattinata di lavoro, tenutasi nel palazzo della Regione, promossa dalla Provincia di Brescia, in collaborazione con la Camera di commercio (rappresentata per l'occasione da Francesco Lechi), con Nomisma, **Symbola** e Micromega.

L'assessore provinciale Aristide Peli, concludendo i lavori, ha annunciato che sono in stato avanzato i contatti per dare vita a quattro distretti: armi, maniglieria, marmo

e vino. I nuovi distretti, assieme ai metadistretti regionali, come quello della moda, che ha come punto di riferimento Micromega, potranno dare così realizzazione a tutte quelle funzioni di raccordo che consentiranno di mettere concretamente in campo i consistenti fondi stanziati dalle leggi nazionali e regionali.

L'assessore regionale Domenico Zambetti, in proposito, ha parlato di "fase nuova dello sviluppo distrettuale e metadistrettuale", te-

sa a "rafforzare il sistema", anche con il marchio Made in Lombardy, che sottende qualità, maestria, capacità straordinarie dell'industria e dell'artigianato, che nonostante il rapporto sfavorevole euro dollaro e i crescenti costi energetici, stanno sui mercati internazionali. «Vendiamo facendo qualità», ha detto in proposito Fabio Renzi di **Symbola**, seguito da Gianpiero Capoferri, presidente di Micromega, che ha sottolineato come il sistema regga perché supportato da «un artigianato di altissima qualità», figlio, come nel caso della Valle dell'Oglio, della Marzoli e, per estensione, a Brescia delle grandi

aziende della seconda metà del secolo scorso.

Ora le navi scuola non ci sono più e si impone sempre più di fare rete, sistema, per stare sull'onda della sfida dell'eccellenza. Qui troviamo in particolare il senso e il

ruolo di soggetti come il Csmt, Micromega, la Provincia, con il suo intervento specifico sulla formazione, della Regione, con la sua capacità di indirizzare lo sviluppo della collaborazione tra imprese.

Oggi, come ha sottolineato Livio Barnabò di **Symbola**, non possiamo più parlare di settori, ma di distretti e di filiere. Per stare sui mercati nel tempo medio e lungo bisogna ragionare in termini di filiera ed essere supportati da un terziario qualificato, che accompagni le imprese. Anche l'immagine del Made in Italy va aggiornata. La meccanica, ad esempio, non viene considerata come facente parte del brand nazionale, ma è di altissima qualità. Il Made in Italy, anche nella moda, è sostanziato da prodotti tecnologici. Non solo. Accanto alle tecnologie c'è, e bisogna valorizzarla, la "maestria", ovvero la capacità, tipica dell'artigiano.



Sempre più importante fare rete e sfruttare le opportunità del mercato

Alberto Piantoni

