

Simboli di qualità

“Dobbiamo avere fiducia nei nostri talenti e tornare a fare quello in cui siamo bravi: la qualità. Abbiamo territori ricchi di saperi, di creatività, di comunità che conservano qualità della vita e forte coesione sociale”. *Di Ermete Realacci**

■ L'Italia può farcela se fa l'Italia. Le carte che possiamo giocare per competere con fiducia sul futuro sono, come per tutti i Paesi avanzati, quelle di puntare su ricerca, innovazione, conoscenza ma al tempo stesso quelle per valorizzare alcune nostre caratteristiche peculiari: le radici e le nostre tradizioni, un intreccio unico al mondo tra città e patrimonio storico-culturale, ambiente naturale e paesaggio, prodotti tipici e buona cucina, coesione sociale, qualità della vita, capacità di produrre cose che piacciono al mondo. Fattori che sono anche alla base della nostra idea di paese, della nostra identità nazionale. Ma se esiste una larga condivisione sui punti di debolezza dell'Italia, a cominciare dal nostro enorme debito pubblico, dalla distanza che separa il Nord dal Sud del paese, da un apparato burocratico spesso inconcludente, dall'abnorme presenza dell'illegalità in molti campi, altrettanto si può dire sui nostri punti di forza. Anzi.

Eppure non mancano casi in cui questo già accade con successo. Pensiamo ai tanti territori cresciuti sulla valorizzazione del “made in Italy” e delle produzioni tipiche dove l'incrocio tra saperi tradizionali e innovazioni tecnologiche sviluppa economie ad alto valore aggiunto, che producono più benessere e consumano meno energia e risorse fisiche. Nel corso di questi anni l'Italia si è rafforzata in molti settori puntando sulla qualità. Lo stesso andamento delle localizzazioni è cambiato. Molti sono tornati a produrre, almeno in parte, nel nostro Paese. Altri sono all'estero per presidiare importanti mercati. Siamo oggi leader mondiali negli yacht di lusso come nella meccatronica. Abbiamo dimezzato le paia di scarpe esportate ma è aumentato il fatturato e i Calzaturieri del Brenta, tanto per fare un esempio, produce molte delle scarpe più belle del mondo. Abbiamo toccato il picco, nel Veneto, della produzione di montature di occhiali. Le aziende di Santa Croce sull'Arno esportano oggi pelli conciate di qualità anche in Cina e le piccole imprese mobiliere di Ponsacco, di Lari, di Cascina hanno trovato spazio nell'Est europeo. Produciamo il 40% in meno di vino rispetto alla metà degli anni '80 ma il valore dell'export è quadruplicato superando di molto i tre milioni di euro e battendo i vicini francesi nei mercati di tutto il mondo. Dalla quantità alla qualità e ai legami col territorio: il rinascimento del vino italiano dopo il metano è stato figlio di questa coraggiosa riconversione. Pensiamo,

ancora, al reticolo caratteristico del nostro paese fatto di istituzioni locali, regioni, province, comuni. Fino all'Italia dei piccoli comuni in cui si trova conservato gran parte dell'intreccio di natura e di cultura, che rappresenta la quintessenza dell'identità italiana e che può diventare protagonista della scommessa sul futuro dell'Italia. Un patrimonio che va valorizzato anche con strumenti legislativi, come il disegno di legge che ho presentato, sottoscritto da oltre 120 parlamentari di maggioranza e opposizione, per il sostegno e la valorizzazione dei comuni con meno di 5.000 abitanti, che sta procedendo nell'iter parlamentare. L'indispensabile impegno sui saperi e sulla conoscenza non può fare a meno, dei talenti del territorio, proprio quelli che i piccoli comuni custodiscono. La ricerca, l'innovazione, le nuove tecnologie sposate alla bellezza, alla qualità, alla creatività, al patrimonio storico-culturale, ai paesaggi, ai prodotti tipici e alla forza delle comunità possono diventare laboratori del nuovo made in Italy ed essere un'arma invincibile nella competizione globale. E' su questa rotta che oggi deve muoversi l'Italia. Dobbiamo avere fiducia nei nostri talenti e tornare a fare quello in cui siamo bravi: la qualità. Abbiamo territori ricchi di saperi, di creatività, di comunità che conservano qualità della vita e forte coesione sociale. Dobbiamo valorizzare questi talenti: con un marketing territoriale adeguato; con l'innovazione, sfruttando le grandissime opportunità offerte dalle nuove tecnologie, sostenendo la ricerca. La via italiana alla competitività non può che passare per una coraggiosa scommessa sulla qualità. Su quella soft economy, che è stata alla base della nascita di **Symbola**, il network dei talenti italiani. Un'economia dove a pesare sono soprattutto fattori immateriali, l'innovazione, l'appeal degli stili di vita, la fascinazione culturale, i saperi, la creatività, l'efficienza, la qualità dei prodotti, la forza delle comunità, i paesaggi, l'ambiente. Fattori che il nostro paese possiede copiosi. Partendo da queste potenzialità si possono delineare i contorni di un nuovo made in Italy che oltrepassa i confini della produzione pensata a compartimenti stagni (la moda, il turismo, la gastronomia) per proporre il territorio nella sua interezza come valore attorno al quale far ruotare produzione e tempo libero, attrazione delle intelligenze e afflusso dei capitali finanziari. Non il paese dei mandolini e dei menestrelli, come qualcuno paventa appena sente la parola turismo – che vale oltre il 12 per cento del nostro Pil – ma l'università globale del saper vivere e del saper produrre. Caratteristiche dell'Italia, che per fortuna non ha chance di battere la concorrenza sul costo del lavoro e col dumping sociale e ambientale, ma può essere imbattibile se parliamo di qualità, di appeal, di plusvalore simbolico, di capacità di produrre bellezza.

Un testo di eccezionale lungimiranza e che amo particolarmente, il Costituto di Siena del 1309 affermava che 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”. E' anche oggi un'ispirazione valida per chi vuole bene all'Italia e ha cuore il futuro del nostro paese.

**Presidente Symbola – Fondazione per le Qualità Italiane*

