

## C'è un'Italia che riparte

**Ermete Realacci**

**P**er Marcel Proust "Un vero viaggio di scoperta non è cercare nuove terre, ma avere nuovi occhi". Vale anche per l'Italia. Per misurare la nostra forza è importante guardare non solo i numeri che ci fanno capire l'andamento dei processi economici, ma i talenti e le storie che ci parlano di comunità, economia, istituzioni e società. E qui c'è un Paese che, anche al Sud, ha le condizioni per ripartire e guardare al futuro, per dare forza alla speranza anche in questi giorni scanditi dal terrorismo, dalle tragedie di migranti e dalla voglia di "Brexit per tutti".

Di un Mezzogiorno come emerge dal rapporto Svimez presentato ieri, in ripartenza per le economie e per l'occupazione, la cui dinamica favorevole punta su qualità, tradizione e innovazione. E' il Sud di cui parla anche il rapporto "Banca delle Qualità Campane", un progetto pilota realizzato da Fondazione **Symbola**, Federazione delle Banche di Credito Cooperativo e Cassa rurale ed artigiana. Una ricerca che ha individuato 50 storie di eccellenza nel territorio appena a sud di Salerno, 17 comuni tra il parco del Cilento e i monti Picentini. Qui colpisce la presenza variegata di imprese che riescono a coniugare antichi saperi con le nuove tecnologie, aziende high-tech, artigianato di alta qualità, imprese sociali e no-profit. "Cristo si è fermato a Eboli" scriveva Carlo Levi. Oggi, in quell'area, troviamo la manifattura innovativa di Stampa3DSud, 7 dipendenti con età media di 25 anni e tecnologie

all'avanguardia per realizzare oggetti resistenti usati anche per costruire componenti di ricambio nell'automotive. C'è la Prysmian, di Prysmian group, l'unico impianto a produrre cavi a fibra ottica di ultima generazione in Italia per la banda ultralarga a 1Gb/sec. Per restare in ambiente tecno, Blumatica è una società che si occupa di software per l'edilizia, affermatasi nel campo della certificazione energetica degli edifici, sviluppando anche App per Iphone e Android. E naturalmente c'è la filiera agroalimentare e l'artigianato. L'eccellenza delle mozzarelle di Bufala con l'azienda Vannulo, nota per avere al suo interno l'intera filiera produttiva tutta biologica, dai foraggi, alle bufale, passando per le mozzarelle prodotte "come una volta", sino alla Bottega della Pelle, una sorta di boutique-laboratorio di artigianato realizzato con i pellami degli animali deceduti naturalmente, in modo da chiudere il ciclo.

**Segue a pag. 5**

# Storie di talenti e iniziativa da un Sud che punta sulla qualità

● Cinquanta aziende, esempi di eccellenza in 17 comuni tra il Cilento e i monti Picentini

● Dall'artigianato all'high-tech, una geografia tracciata in "Banca delle qualità campane"

**Ermete Realacci\***

SEGUE DALLA PRIMA

L'eccellenza delle mozzarelle di Bufala con l'azienda Vannulo, nota per avere al suo interno l'intera filiera produttiva tutta biologica, dai foraggi, alle bufale, passando per le mozzarelle prodotte "come una volta", sino alla Bottega della Pelle, una sorta di boutique-laboratorio di artigianato realizzato con i pellami degli animali deceduti naturalmente, in modo da chiudere il ciclo. Finagricola, una delle cooperative agricole più grandi d'Europa: 320 ettari per la coltivazione di ortaggi e verdura fresca fra cui primeggia il celebre pomodoro "datterino"; 2500 addetti, 30 siti produttivi, 45 milioni di euro di fatturato all'anno; raccolta fatta tutta a mano e un centro analisi sulla qualità. Nel settore del vino Lunafrossa produce il Quartara, il primo vino bianco campano fermentato in anfore d'argilla e pietra lavica del Vesuvio. Il nome è quello usato per le antiche otri di terracotta. Il laboratorio del maestro Ro-

smundo che grazie al suo virtuosismo nell'arte di lavorare l'oro ha conquistato il Principato di Monaco e gli Emirati Arabi Uniti con i suoi intarsi, ma non intende muoversi da Eboli.

I racconti potrebbero andare avanti a lungo. Questi citati sono solo esempi di imprese che hanno fatto dell'innovazione, della qualità e del rapporto con il territorio l'asse portante della loro attività. E non mancano esperienze di qualità nel sociale e nella cultura. Come il Caffè 21 marzo, nel cuore di Battipaglia, nato in un bene confidato alla camorra e oggi punto di incontro e di socializzazione per tanti giovani e meno giovani. O il Parco Ego-Archeologico di Legambiente nei pressi di Pontecagnano, una enorme area archeologica di origine etrusca che per anni è stata sommersa da rifiuti. Dopo la bonifica è stata destinata ad orti urbani, la gran parte

dei reperti sono rimasti interrati ma l'area verde è pienamente fruibile. Fino alla affermata rassegna internazionale di cinema per ragazzi di Giffoni Experience e al Parco archeologico di Paestum, con alcuni tra i templi greci meglio conservati al mondo e un museo di eccellenza.

I numeri ci parlano di un'area che ha resistito alle

turbolenze dell'economia.

Il suo sistema produttivo nel periodo 2009-2013 è cresciuto in valore aggiunto mediamente dello 0,9% l'anno, a fronte del +0,4% di Salerno, dei dati negativi della Campania (-0,9%), del Mezzogiorno (-0,2%) e del +0,2% della media italiana.

In un territorio in cui la politica e l'amministrazione non sono certo esenti da critiche, vi sono poi esperienze positive come, ad esempio, nella raccolta differenziata, da sem-

pre indicatore di buona politica e buoni rapporti fra istituzioni e cittadini; nei comuni di Giffoni Sei Casali, Controne, Albanella e Altavilla Silentina la differenziata supera infatti il 70%.

Le storie raccontate nel rapporto Banca delle Qualità Campane emergono anche dall'analisi del sentiment

web. Vagliando circa 230mila post tra il gennaio 2015 e il gennaio 2016 si vede che Eventi e festival fanno la parte del leone, con circa 88 mila commenti totali; il solo Giffoni Film festival ne conta 45mila, di cui oltre 10mila in lingua inglese. 25mila commenti sono dedicati al cibo, metà dei quali parlano della mozzarella di bu-

fala. Più di 40mila trattano dei siti archeologici e di cultura, templi di Paestum in testa.

Il quadro che emerge è quello di un territorio che può tentare nuove vie per affrontare la crisi senza perdere la propria identità, anzi, puntando su questa. Un'Italia che fa l'Italia.

*\*Presidente Fondazione **Symbola***

## La "banca" è parte di un progetto pilota che mira ad accrescere la competitività del territorio



**Made in Italy.** Scatti dalle aziende "censite" da Banca delle qualità riportati sulla copertina del rapporto PROGETTO FOTOGRAFICO: MAILA IACOVELLI E FABIO ZAYED



## Le storie

### CAMPAGNA

## Confezioni Marzullo

Una forte presenza sui mercati esteri è quella delle "Confezioni Marzullo" firma delle "cravatte con l'anima" che riprendono i motivi delle ceramiche vietresi. Si trovano a Campagna, le loro "sette pieghe" sono fatte a mano secondo tradizione, un lavoro che garantisce la sopravvivenza di un mestiere altrimenti destinato ad estinguersi. L'azienda è stata la prima a lanciare la cravatta personalizzata con le iniziali, e i clienti possono acquistare, oltre ai capi della collezione -fra cui *sciappe, pochette e costumi da bagno*- pezzi su misura, commissionati attraverso una rete di negozi e, presto, anche attraverso il sito di e-commerce.

### BATTIPAGLIA

## Renato, re delle torte

Il "Re delle torte" è l'appellativo che ha consacrato Renato Ardivino, con sede a Battipaglia, uno dei maggiori esponenti del cake design italiano, alla Vogue Fashion Night Out del 2011. Qualche mese prima di varcare le "stanze della moda", Renato Ardivino era riuscito a esporre alla Biennale di Venezia due delle sue creazioni realizzate interamente in pasta di zucchero e colori alimentari. È proprietario del Gran Caffè, che ha trasformato in una caffetteria-torteria di impostazione viennese. Interpreta le ricette più classiche e propone rivisitazioni nostrane di torte esotiche facendo ricorso all'alta qualità delle materie prime del territorio campano e italiano.

### GIFFONI VALLE PIANA

## I vini Lunarossa

Da diversi anni il mondo del vino sta vivendo un ritorno all'antico, spinto dalla necessità di ottenere prodotti sempre autentici e originali, in opposizione ai gusti appiattiti ed omologati dei vini industriali.

È quello che fa Lunarossa Vini e Passione: 250mila euro di fatturato e metà della produzione esportata all'estero. Due i prodotti di punta: il Borgomastro, un Aglianico in purezza affinato in legno di rovere (24-36 mesi), e il Quartara, il primo vino bianco campano fermentato in otri di terracotta.

### NOCERA SUPERIORE

## Il cartone di Sabox

Rifiuti? Si riciclano, grazie a una filiera di imprese capaci di trasformare ciò che è considerato uno scarto in risorsa. A capitanarle c'è Sabox - azienda del Gruppo Sada di Pontecagnano Faiano, impegnata da tempo nella produzione di cartone da macero che negli ultimi anni ha investito in una politica di sostenibilità ambientale a 360 gradi. Nuovi prodotti ecosostenibili, trasporto dei materiali effettuato con automezzi a basse emissioni, uso di materie prime locali, riduzione dei consumi energetici e idrici, certificazione FSC degli imballaggi in cartone, car pooling. Con importanti risultati.

### OLEVANO SUL TUSCIANO

## Cosmetici con l'Evo

"Oro liquido" è il nome con cui lo chiamavano i Fenici, mentre presso gli antichi Egizi era noto come potente antirughe. I Greci lo utilizzavano per i massaggi, i Romani nei bagni termali. Nessuno però aveva pensato di dare una base scientifica a quello che da millenni gli uomini sanno: l'olio di oliva è un toccasana per la pelle. A farlo ci ha pensato Cosimo Fasulo, biologo che, dopo studi e pubblicazioni, nel 2006 è partito con la sua Facos Innovation nella messa a punto delle prime formulazioni cosmetiche a base di olio e di estratto di olivo degli alberi di Olevano da cui provengono le materie prime per produrre l'innovativa linea cosmetica Olevanoil.

### BATTIPAGLIA

## I numeri di Finagricola

La produzione agricola italiana passa sempre più attraverso la cooperazione. Uno dei leader del settore in Italia è Finagricola: una storia di 30 anni alle spalle, 360 ettari di serre per la coltivazione di ortaggi e verdura fresca - fra cui primeggia il celebre pomodoro datterino - 2500 addetti, 30 siti produttivi, 45 milioni di euro di fatturato all'anno, di cui il 70% realizzato sul mercato italiano - dove gode di una distribuzione capillare che passa principalmente per la Gdo - e il 30% all'estero, in particolare Germania e Francia. L'orto italiano più grande che c'è sintetizza la filosofia dell'azienda.

