

RISORSE 3. LA LEZIONE DI SOFT ECONOMY

Creatività, qualità e stile

■ Esiste un'economia "morbida", capace di invertire il declino e far ritrovare all'Italia un ruolo internazionale vincente. E' l'espressione di un modello costruito dalle tante aziende italiane che producono beni e servizi ad alto valore aggiunto, adottando processi produttivi innovativi senza aver dimenticato gli antichi saperi, radicate nel territorio e attive sui mercati globali, in grado di coniugare coesione sociale, rispetto dell'ambiente e competitività. E' l'economia raccontata da Ermete Realacci e Antonio Cianciullo nel saggio **Soft economy**, (BUR, 9 euro), attraverso 25 casi di eccellenze. Storie di imprese che progettano, realizzano e vendono di tutto: carta, microchip, vini, vestiti, piastrelle, liquirizie, accumulatori, latte, macchine per fare il caffè e per fare la ginnastica, digestivi, alberi nautici, software, caldaie e maglioni. Avventure di italiani che hanno scommesso sulla conoscenza, la creatività, la qualità e lo stile, valorizzando gli elementi fondanti della propria cultura - il paesaggio, l'identità, le tradizioni, il saper vivere - per diventare i leader dei mercati mondiali, creando e dominando nicchie in continua evoluzione. Il loro modello di sviluppo dovrebbe trainare la ripresa dell'Italia. Nel mondo globalizzato, infatti, non vincono i più forti ma vince chi è più sexy - ricorda Carlo De Benedetti nella postfazione del libro, citando il guru del management irlandese Charles Handy - e l'Italia è ancora molto sexy. ■

