

IL CASO

Il vicepremier Rutelli al convegno di **Symbola** con industriali, economisti e politici  
**“Cultura e turismo, la sfida della qualità  
 così si rilancia la nostra economia”**

DAL NOSTRO INVIATO  
**ANTONIO CIANCIULLO**

MONTEFALCO — A metà degli anni Ottanta, per ammirare il ciclo di affreschi di Benozzo Gozzoli sulla vita di San Francesco bisognava bussare alla porta della custode sperando che fosse a casa. E il sagrantino era un vitigno in via di estinzione. Oggi attorno agli affreschi è stato creato un museo, il sagrantino compete con i migliori crus francesi, i prezzi dei terreni agricoli in zona doc sono aumentati di 30 volte e l'azienda Caprai, che ha tirato la volata al distretto del vino di Montefalco, è visitata ogni anno da 20mila turisti. Tra queste due date c'è stata la rivoluzione della qualità, cioè il recupero della storia del sagrantino, l'esaltazione delle sue potenzialità organolettiche e la proiezione di questo vino nel

**L'esempio del distretto umbro, 20mila visitatori per il vino e gli affreschi**

marketing globalizzato. Ora il miracolo del sagrantino potrebbe ripetersi su scala nazionale. È questa la scommessa condivisa dal folto gruppo di industriali, politici, amministratori, economisti che, accogliendo l'invito di **Symbola**, la Fondazione per le qualità italiane, si è dato appuntamento in Umbria, a Montefalco e nella vicina Bevagna.

«Quando ho ricevuto la delega per cultura e turismo», ha raccontato il vicepremier Francesco Rutelli, «alcuni hanno temuto che l'industria turistica schiacciassero le ragioni della cul-

**Le potenzialità del “made in Italy” nei talenti e nei tesori della provincia**

tura, altri che l'approccio culturale indebolisse la macchina del turismo. Ecco, quello è il vecchio modo di pensare. Dobbiamo cambiarlo: possiamo tornare a svolgere un ruolo importante nel mondo a patto di puntare sull'intreccio tra turismo, cultura, ricerca per fornire prodotti locali che conquistino il mondo. Questa è la nuova cultura della qualità che deve diventare la nostra missione nazionale».

Un progetto su cui si sono trovati d'accordo il sindaco di Roma Veltroni, l'ad di Unicredit Profumo, l'ex ministro dell'Eco-

nomia Siniscalco, industriali come il presidente di Confindustria Marche Vitali, il presidente di Confindustria Emilia Romagna Artoni, l'ad della Bialetti Piantoni, il presidente di Aboca Mercati, l'ad di Novamont Bastioni. Del resto, come ha precisato il segretario di **Symbola** Fabio Renzi, la soft economy è già in marcia: siamo al primo posto per il turismo mirato all'arte e alla cultura, al primo posto nel settore dell'enologia, al quarto posto come paese preferito per aprire un nuovo stabilimento. «La Campionaria delle qualità italiane, che si terrà a marzo a Milano, mostrerà al mondo le potenzialità del nuovo made in Italy», ha concluso Ermete Realacci, l'ideatore di **Symbola**. «Sarà una grande vetrina per l'Italia dei talenti che ha molte carte da giocare nel nuovo scenario economico che si sta aprendo».



**IL VINO**

L'Italia è prima nel settore del vino e delle vacanze mirate all'arte e alla cultura

**IL PIQ**

È il prodotto interno qualità, una forma di valutazione economica più avanzata del Pil

**OLTRE 300**

Le imprese alla Campionaria delle qualità italiane, la fiera della soft economy

