

Dall'economia alla società verde. Senza investimenti non ci sono né produzione né distribuzione della ricchezza

# La sfida della green economy

## Un approccio neokeyniano per una nuova idea di sviluppo

di Aldo Bonomi

Per ripartire c'è bisogno di un'iniezione di robustezza: non "pannicelli caldi" ma motori che sviluppino una capacità di spinta tale da far compiere un salto di qualità al sistema. E' la ripresa degli investimenti il motore da rimettere in moto: senza investimenti niente produzione, innovazione, accumulazione o distribuzione di ricchezza. Ciò dipenderà non solo dalla riorganizzazione dei fattori strettamente economici quanto soprattutto dalla capacità di quella che chiamo "macropolitica" di costruire visioni e programmi per il futuro che ricostruiscono la tela lacerata della fiducia. Capaci cioè di disegnare sentieri nuovi di sviluppo a partire da un'idea di crisi che ne coglie soprattutto gli aspetti di metamorfosi sociale, culturale e ambientale. Gli animal spirits imprenditoriali possono tornare a funzionare solo dentro una nuova visione di progresso e sviluppo che abbia al centro l'accoppiata governance e sostenibilità.

Con tutte le cautele del caso penso che programma e visione possano essere sintetizzati dall'idea, seppur vaga, di "green economy". Concetto ormai precocemente abusato e spesso utilizzato come scatola semantica buona per tutti i contenuti e gli usi. Che tuttavia può assumere significati più concreti e innovativi se associato all'idea di green society, ovvero all'idea che un nuovo ciclo di sviluppo economico all'insegna della sostenibilità potrà innescarsi solo se sarà l'esito di nuovi rapporti sociali e

green economy, legata all'idea di una diversità dei modelli di capitalismo e, nel caso dell'Italia, alla radice territoriale e localistica del nostro apparato produttivo. Una green economy territoriale, dunque, che in parte sta già crescendo come esito di due processi evolutivi. Da una parte come evoluzione del capitalismo molecolare, come adattamento delle economie produttive di piccola e media impresa sul lato della maggiore efficienza energetica, della compatibilità ambientale delle produzioni, di una innovazione leggera dei processi produttivi e del design dei prodotti. Dall'altra, come evoluzione di una tendenza al vivere "borghigiano", la propensione a una migliore qualità localistica della vita da parte di ampi segmenti di ceti medio riflessivo, portatore di un'evoluzione postmaterialista degli stili di vita e di consumo che fa da base sociale e culturale a fenomenologie come Slow Food, Eataly, reti e accademie del gusto proliferate sul territorio, ecc. Un fenomeno a cavallo tra economia e rappresentazione sociale che sostiene filiere produttive e nel medesimo tempo ha sbocchi di tipo partecipativo importanti, che alimenta concezioni democratiche che stanno al confine tra green economy e ideologia della "decescita felice". In mezzo tra finanza e territorio si colloca una visione della green economy neokeyniana e che, per quanto mi riguarda, rappresenta la vera sfida se si intende ricostruire una idea di sviluppo. Essa suggerisce la necessità di spingere in avanti la frontiera della discontinuità tecnologica, per esempio sul piano della

**LA GREEN SOCIETY**  
Un nuovo ciclo di sviluppo economico all'insegna della sostenibilità si innescherà solo dal mix nuovi rapporti sociali/governance pubblica

cetto che sul piano delle economie mondiali è stato spesso declinato come grande bolla finanziaria, come finanziarizzazione delle commodities alimentari e dell'accaparramento delle terre agricole in Africa e in America Latina per produrre biogas oppure altri tipi di combustibili alternativi al petrolio in via di esaurimento. Una green economy fatta di una ristretta élite composta di dodici transnazionali che da sole monopolizzano il mercato mondiale delle commodities e ne "fanno" la potenza del controllo sui destini della popolazione. Al polo opposto esiste anche una seconda declinazione di gre-

questione energetica. Per farlo occorrono infrastrutture e poli che abbiano la massa d'urto adeguata. È chiaro che tutto ciò significa ripensare il ruolo del pubblico fuori sia dai vecchi schemi dell'Iri che dalle retoriche neoliberiste. Un ruolo che va declinato a cavallo tra centro e periferia del sistema. Occorre continuare a guardare al difficile costruirsi di un'altra coscienza del mondo che per ora si rappresenta nei difficili, aspri e stanchi incontri globali, se si leggono i documenti ufficiali, di Kyoto, Copenaghen, Rio de Janeiro. Un neokeynismo che dovrebbe tuttavia avere come punto centrale non tan-

to l'accetramento quanto la capacità dei territori, poli d'eccellenza, le nostre piattaforme territoriali, di fungere da fertilizzatori del nuovo ciclo economico rispetto alle economie territoriali. Questa è la sfida vera che attende i cavalieri che fecero le imprese del made in Italy. È la nostra Tennessee Valley.

È fatta da una riconversione possibile quantomeno di una parte consistente del tessuto produttivo diffuso di sei milioni di capitalisti molecolari trainati da quattromila medie imprese leader. Tutti impegnati nello sforzo epocale del produrre merci oltre con altri motori di energia per altri consumi. Uno sforzo immane che ridisegna il paesaggio che verrà, con meno capannoni e più colline di Solomeo, dal nome del borgo umbro dove Brunello Cucinelli ha ricostruito una comunità-paese di produttori, più chilometro zero in agricoltura, più Eataly per commercializzare il made in Italy dei territori e più Terra Madre per un vivere di sobrietà. Quando parlo di green economy che deve essere green society e green governance sostegno che la cornice di una grande politica industriale dovrà contenere anche l'eterotopia praticabile di un patto tra composizione sociale terziaria capace di ragionare di soft economy, di sviluppo sostenibile, di innovazione tecnologica, di economia dell'esperienza, di sobrietà, di saperi formali contaminati con i saperi contestuali dell'artigianato, di estetica della merce, contaminando l'impresa.

### IN EVIDENZA



**IL CAPITALISMO IN-FINITO**  
Un'indagine sui territori della crisi per scoprire cosa ne sarà del sistema capitalistico italiano. Ciò che resta e ciò che sarà del capitalismo (finito o in-finito che sia) nell'Italia della crisi: dalla Torino postfordista ai porti della Liguria, da Milano al Veneto del modello del Nordest, dall'Italia di mezzo fino al Sud, un'indagine sul declino e sulle risorse del nostro Paese. Di Aldo Bonomi per Einaudi

bonomi@aaster.it  
© RIPRODUZIONE RISERVATA

INTERVISTA Maurizio Martina

## «Expo piattaforma unica per le nostre eccellenze»

Deborah Dirani

La crisi morde, impone tagli e investimenti mirati, le sforbiate alla cultura sono all'ordine del giorno, eppure per l'Italia è alle porte quella che, se sfruttata giustamente, potrebbe essere l'occasione decisiva per la ripresa: l'Expo 2015.

Ad occuparsene istituzionalmente, con una delega del Governo Letta, è il sottosegretario Maurizio Martina che nella manifestazione milanese ripone una grande fiducia.

**Sottosegretario perché Milano 2015 può essere l'occasione del rilancio economico e culturale per l'Italia?**

Perché in questa occasione il Paese si giocherà molte chance di rilancio internazionale e lo farà lavorando su due fronti: da un lato mettendo in mostra e proponendo le proprie eccellenze culturali, produttive ed enogastronomiche, dall'altro cercando di attrarre quelle di altri Paesi. All'Expo dovremo portare il meglio della qualità del Made in Italy declinato in tutte le filiere. Dovremo portare la nostra tradizione e la nostra cultura unite alla nostra capacità di innovazione.

**Qual è, quindi, la sua idea di Expo?**

Immagino la manifestazione come una piattaforma in cui far confluire saperi e abilità, in cui si incrociano le nostre straordinarie doti di creatori di cultura e di prodotti non essi industriali o agroalimentari.

**Detta così, mi sembra di**



Sottosegretario, Maurizio Martina

**OBIETTIVO 2015 «L'Esposizione di Milano deve diventare bussola per i giovani e scoprire tutti i talenti italiani»**

capire, che per venire realizzata questa idea necessiti di molti fondi e in Italia in questo periodo non è che ci sia molto denaro da investire.

È vero, ma il Governo Letta lavora ogni giorno con grande impegno per dare una svolta alla situazione del Paese e lavora con convinzione anche sull'opportunità rappresentata dall'Expo. Anche lo stesso decreto Giovannini va in questo senso: si pensi ad esempio alle opportunità di lavoro che offre ai giovani. Parliamo di giovani, sottosegretario, sono in corso proprio in questi giorni gli esami di maturità e presto molti ragazzi si troveranno a dover scegliere quale facoltà universitaria frequentare. Da tempo ormai si dice che quelle umanistiche non offrono grandi sbocchi per il futu-

ro. Eppure l'Italia è il Paese dell'Umanesimo per eccellenza.

**Lo è e lo deve rimanere, ma non è solo questo.**

L'Italia è un Paese che ha molte sfaccettature e che unisce da sempre scienza e cultura. Sono due aspetti che non possono e non devono andare perduti e che vanno sviluppati parallelamente. Dobbiamo essere capaci di tornare ad essere un Paese che si rivolge al mondo e coniugare prossimità ad internazionalizzazione. Ai giovani vanno offerte prospettive e, ripeto, il Governo sta lavorando proprio a questo scopo.

**Prospettive, sviluppo ed Expo, tra poco più di un anno: l'Italia ce la può fare?**

Certo che può: dobbiamo tornare ad essere capaci di stare in più luoghi del mondo e l'Expo, con la sua caratteristica di internazionalità, è appunto un'occasione che non possiamo perdere. Il nostro patrimonio, culturale e scientifico per tornare alla domanda precedente, è immenso e solo noi possiamo valorizzarlo ed esportarlo. Solo noi, grazie al nostro patrimonio, possiamo attrarre i Paesi stranieri qui, possiamo attrarre interesse e investimenti. Per come immagino io l'Expo, una grande piattaforma, non ci può essere per l'Italia una prospettiva migliore per crescere nel futuro.

Maurizio Martina sarà a Treia, il 5 luglio prossimo e interverrà alla sessione "Expo 2015 - Raccontare l'Italia per cambiare l'Italia" del Seminario Estivo della Fondazione Symbola.



**Architettura.** Con quasi 13 milioni di euro all'attivo, l'architettura è tra le industrie creative quella che più contribuisce al valore aggiunto del settore. Sodalizi tra architetti, arte e musei sono i casi del Mart di Trento e Rovereto (foto 1), firmato da Mario Botta, o del Macro di Roma (foto 2) il cui ampliamento è stato firmato da Odile Decq. L'intreccio inimitabile tra bellezza e paesaggio, tra cultura e natura, di tanti territori italiani, ad esempio delle Cinque Terre (foto 3), contribuisce a rendere l'Italia unica nel mondo. Il nostro sistema culturale attivo inoltre altri settori, tra cui il commercio, i trasporti, e il turismo d'arte (foto 4 Firenze, foto 5 Venezia).



### LETTURE



**GREEN ITALY**  
Possiamo battere la crisi? Non sarà facile, ma la risposta è sì. Se sapremo guardare l'Italia con l'affetto e la curiosità necessari a cogliere i nostri talenti. "Green Italy" racconta da nord a sud storie di un'alleanza tra imprese e comunità, ambiente e nuovi modi di vivere che possono traghettarci verso un paese più desiderabile e competitivo. Dove la green economy sposa le vocazioni nazionali, tiene insieme le tradizioni con l'elettronica e la meccanica di precisione. Punta su qualità, ricerca e conoscenza per produrre un'economia più sostenibile e innovativa. Edito da Chiarelettere "Green Italy" è l'ultimo lavoro di Ermete Realacci.



**MEMO - Grandi magazzini culturali**  
Un magazine formato tabloid per raccontare la vita culturale in Italia, presentare i principali eventi culturali nel mondo, ma soprattutto per approfondire cosa si muove a Roma e Milano attraverso la collaborazione attiva dei rispettivi Comuni. Distribuito in 80 mila copie in 200 luoghi della cultura, tra librerie, musei, teatri, auditorium e non solo. Uno strumento per indagare sul rapporto tra i luoghi, le imprese pubbliche e private e i loro investimenti culturali. Proprio le città, infatti, sono le grandi fabbriche culturali del presente, i grandi magazzini culturali su cui sperimentare nuovi linguaggi, nuovi saperi, nuove forme di creatività. Edito da Mediaformat.



**IO SONO CULTURA** - L'Italia di qualità e bellezza sfida la crisi  
Realizzato dalla Fondazione Symbola e da Unicomcare, in collaborazione con l'assessorato alla Cultura della Regione Marche, il rapporto analizza ed evidenzia il peso che la cultura e l'insieme delle attività collegate hanno per la qualità della nostra vita, nella produzione della nostra ricchezza e nella promozione del made in Italy. Con risultati che dimostrano come la cultura sia un fattore strategico e trainante per il Paese, capace di aiutare la ripresa e da coltivare. Presentato lo scorso martedì a Roma, il rapporto sarà discusso a Macerata, giovedì 4 luglio, nell'ambito del Festival della Soft Economy.

### La lunga crescita dello Ied

## A scuola di design la lezione decisiva è «fare»

Deborah Dirani

"Insegnare facendo". Quando nacque nel 1966, per volontà del suo fondatore, Francesco Morelli, l'Istituto Europeo di Design fece di queste due parole il proprio motto. Oggi, a poco meno di 50 anni di distanza, queste stesse parole rimangono la guida sotto la quale si continua ad insegnare e ad imparare allo Ied. "Siamo stati precursori di questa metodologia" spiega Salvatore Amura, responsabile delle relazioni esterne dell'Istituto e presidente dell'accademia di Belle Arti di Como - 50 anni fa la formazione in Italia era principalmente fondata sulla teoria: l'idea del fare legato all'insegnare non esisteva. Noi abbiamo creduto invece proprio in questo legame: i nostri docenti erano tutti professionisti, imprenditori, persone

che conoscevano il lavoro e che mettevano a disposizione dei loro allievi le loro competenze non solo teoriche ma anche pratiche".

Che da un istituto in cui si occupa di design, ma non solo in realtà, provenga un'intuizione

### EDUCATION A RETE

Dalla base d'origine a Milano l'Istituto si è espanso a Roma e nei grandi centri italiani ed è sbarcato a Barcellona, Shanghai e Rio de Janeiro

suoi confini e ora conta sedi anche a Torino, Roma, Venezia, Firenze, Cagliari e Como; fuori dal territorio nazionale ha sedi a Madrid e Barcellona, San Paolo del Brasile e Rio de Janeiro e a Shanghai. I docenti che gravitano nell'area dell'Istituto sono circa 2500 e gli studenti circa 15000. I diplomati sono per ogni anno accademico 3mila; di questi il 90% trova lavoro poco tempo dopo aver ultimato il corso di studi. "E' vero" conferma Amura - anche se non siamo in grado di specificare con quale tipologia contrattuale i nostri ragazzi trovino il primo impiego".

Uno dei segreti della scuola, e forse una delle chiavi che fa comprendere l'alta percentuale di occupati che "sforna", è proprio la sua vocazione internazionale, declinata nelle sedi presenti oltre che in Europa, in due dei paesi del Brics. "In Brasile siamo presenti da una

quindicina d'anni, in Cina da circa 7. Avevamo molte richieste provenienti dai ragazzi di quei paesi e abbiamo quindi pensato di aprire delle nostre sedi proprio là". E non, come si potrebbe pensare per esportare la cultura italiana e basta, ma per aprire il mondo culturale nazionale alle contaminazioni in altri termini per consentire agli studenti di viaggiare per tutti i continenti sì, ma sempre sotto la stessa 'ala protettiva'. "I nostri allievi, durante il loro corso di studi possono viaggiare tra le nostre sedi e seguire un percorso che da Milano, ad esempio, li porta a Venezia, Barcellona, San Paolo e Shanghai. Non sono mai soli: noi li affianchiamo in ogni passo, anche nella ricerca di una sistemazione nella nuova città". Ovvio che i diplomati IED conoscano a menadito almeno un paio di lingue e siano pronti a fare le valigie se

arriva una proposta interessante da qualche azienda, magari anche dall'altra parte dell'Oceano.

"Io non credo al problema della fuga dei cervelli" riprende Salvatore Altamura - o meglio non lo vedo come un vero problema: io credo che il punto sia che l'Italia deve essere attrattiva, deve imparare ad essere per consentire ai suoi talenti, ma anche a quelli di altri Paesi, di trovare qui la propria realizzazione professionale". Realizzare e valorizzare le infinite eccellenze che l'Italia possiede: siano esse umane che culturali. Il filo che conduce il ragionamento di Altamura si dipana in questo senso. "Non si può davvero più dire oggi che la cultura non dà da mangiare, all'Accademia di Como, anzi il nostro claim per quest'anno è 'con la cultura si mangia'". Per inciso tra l'Accademia di Belle Arti di Como è

stata acquisita alcuni anni fa dallo IED e, oggi, è ad esso legata in un vincolo che è capace di unire e valorizzare le caratteristiche tipiche di una formazione, per così dire, più classica a quelle di una formazione di avanguardia e lungimirante. "La base di questa unione sta in un progetto che vuole fare di Como uno snodo nevralgico che colleghi Milano alla Svizzera e allo stesso tempo sia capace di dare risalto alle eccellenze di questo territorio: così si può anche interpretare il successo, unico in Italia, che anche oggi nei giorni neri della crisi, il distretto del tessile del comasco ha messo a segno con un +7% laddove tutti hanno indicatori negativi. In Accademia abbiamo avviato un corso che punta proprio ad attrarre imprenditori interessati all'innovazione e alla ricerca sul prodotto. E il risultato è stato questo". La cultura, cosiddetta classica, è poi assicurata da un corso di studi in restauro in cui, proprio come teorizzato dallo Ied, allo studio si unisce la pratica.

Design, che sia Accademia di Belle arti di Como resta indiscutibile che chi sceglie di frequentare questi corsi è uno studente particolare: "Io li chiamo studenti 3.0: sono studenti curiosi e interessati ai fumetti piuttosto che ai videogame ma capaci di capire ed apprezzare un'opera di un pittore fiammingo. Sono ragazzi che vogliono avere una formazione internazionale, che vogliono imparare a saper fare, che vogliono confrontarsi anche con veri professionisti e non solo con cattedratici".

Il motto dello Ied, quello che veicola tra i suoi iscritti, è che competenza, merito e talento vadano premiati in modo tale da favorire la nascita di uno scenario nuovo: "Siamo stati anche in questo caso lungimiranti: abbiamo capito che il valore di queste tre caratteristiche sarebbe stato premiato, abbiamo creduto sempre nella meritocrazia e il risultato è quello di oggi".

Anche la bellezza, la cultura della bellezza, è una delle chiavi del successo dell'Istituto: "Non può che essere così - con-