

SOFT ECONOMY

SPECIALE

Il Sole **24 ORE**

Mercoledì 11 Luglio 2012
www.ilssole24ore.com



Corrado Clini, 64 anni

Sferisterio di Macerata. In cartellone Traviata, Bohème e Carmen ▶ pagina 10

Indagini. Un quarto delle imprese investe sul risparmio energetico ▶ pagina 11

Intervista. Il ministro dell' Ambiente: Rio +20 è stato un miracolo ▶ pagina 11

IN EDICOLA

FARE IMPRESA CON UN EURO!

LA NUOVA S.R.L. SEMPLIFICATA

Dal Sole 24 ORE la Guida alle agevolazioni per costituire una S.R.L. semplificata

Modelli societari e agevolazioni per giovani e professionisti

STATO CIVILE SOCIALE
CONTRIBUZIONE
TUTELA DEI CONSUMATORI
INFORMATICA

IN EDICOLA CON IL SOLE 24 ORE A € 7,90 IN PIÙ*

*Offerta valida in Italia dal 26/06/12 al 26/07/12

GRUPPO 24 ORE

Disponibile anche in formato PDF su www.paginegialle.it/sole24ore.com

La sfida del futuro. Ecco i settori trainanti della nuova «Green Italy»: vino, ceramica, rubinetteria, concia, meccatronica e nautica

La bellezza è anche ecologica

Innovazione più territorio, ambiente e cultura è la ricetta vincente sui mercati

di Ermete Realacci

Nelle scorse settimane, mentre la nazionale si batteva per arrivare in finale agli Europei, a dar retta a certi resoconti giornalistici sembrava che il futuro non solo calcistico del Paese sarebbe passato dai campi di Poznan e Kiev. O almeno che dal sarebbe potuto venire una positiva scossa. Fatta la tara sulla mania nazionale per il calcio, è poi così strapalata questa idea? «Chi cerca rimedi economici a problemi economici è su falsa strada. La quale non può che condurre se non al precipizio», diceva uno che, non so se fosse appassionato di calcio, ma certamente non era digiuno di economia: «Il problema economico - ha infatti scritto Luigi Einaudi - è l'aspetto e la conseguenza di un più ampio problema spirituale e morale». Proprio mentre la crisi emerge sempre più per la sua gravità, per le sue interconnessioni, per la sua durata, è necessario avere una visione più ampia del campo da praticare. Da Monti e dal suo Governo viene un'importante spinta, al di là della condivisione o meno dei singoli provvedimenti, a fronteggiare il debito pubblico, a ridare dignità, credibilità e quin-

di diritto di parola e ruolo in Europa e nel mondo, all'Italia. Non è poco, anzi nelle condizioni date è molto, ma non basta.

Dobbiamo fare i conti con i mali antichi dell'Italia: illegalità ed evasione fiscale, eccesso di burocrazia ed inefficienze della macchina pubblica, disegualianza nella distribuzione del reddito, un Sud che perde contatto. E con una situazione internazionale che vede una finanza

DA DOVE RIPARTIRE

Le coppie vincenti: città-high tech; banda larga-artigianato; efficienza energetica-fonti rinnovabili; chimica verde-agroalimentare/turismo

tuttora senza controllo e un'Europa a metà del guado, incapace di politiche effettivamente comuni. In un mondo che cambia e pone nuove sfide: le questioni ambientali, il controllo e il corretto uso delle risorse, l'emergere o meglio il tornare, sulla scena mondiale di grandi Paesi che conquistano un loro spazio.

Abbiamo bisogno di una visione, di una meta, di una missione collettiva che sappia catalizzare energie vitali e muovere

verso un futuro migliore, che fino a ieri davamo per scontato e oggi sembra farsi sempre più lontano. Dobbiamo dare una speranza e la voglia di provare a quel 36% di giovani che non ha lavoro, ai precari, agli imprenditori spinti dalla crisi a chiudere le loro imprese. Un'idea di Italia che non lasci indietro nessuno e sappia trarre forza anche dalle emozioni positive suscitate dalle celebrazioni dei 150 anni dell'Unità. Ed è possibile farlo se non guardiamo il Paese con occhio pigro e distante, magari offuscato da classifiche non sempre credibili, o dai vaticini, talvolta interessati, della finanza internazionale. Se sappiamo cogliere, e affrontare, i suoi tanti difetti ma anche valorizzare i suoi talenti. E soprattutto se abbiamo per lui curiosità e simpatia. Diceva Konrad: «non riuscirò mai a spiegare a mia moglie che quando guardo fuori dalla finestra sto lavorando».

Emergono allora dall'Italia che c'è i cromosomi per una possibile sfida del futuro. Già oggi esiste nell'economia, nella società, nelle istituzioni, un Paese che accetta la sfida dell'innovazione, della conoscenza, della green economy e la collega alla forza del made in Italy, alla qualità, ai territo-

ri, alla coesione sociale.

Una «green Italy» nella quale si incontrano la bellezza delle nostre città e l'high-tech, la banda larga con il saper fare artigianale, la sfida dell'efficienza energetica, delle fonti rinnovabili, della chimica verde con la qualità della filiera agroalimentare legata al territorio e con un turismo che diviene anche uno strumento formidabile di marketing territoriale. Da dove far ripartire l'economia se non da qui?

Le misure del governo Monti parlano poco a quest'Italia. Basti pensare che nel decreto ambiziosamente chiamato per lo Sviluppo non si dà forza al credito di imposta per il 55% legato al miglioramento energetico degli edifici: una delle più importanti misure anticicliche di questi anni che ha prodotto 1,4 milioni di interventi, circa 17 miliardi di euro di investimenti, spinto all'innovazione e qualificato migliaia di imprese, creato circa 50 mila posti di lavoro all'anno; oltreché diminuiti i consumi energetici e la bolletta delle famiglie. Non si stabilizza il 55% né lo si estende alla prevenzione antisismica, sempre chiesta dopo i terremoti che colpiscono il nostro Paese, come ha ricordato il presidente Napolitano e più di re-

cente il governatore della Banca d'Italia Visco. Si sceglie invece di annegare il tutto in una «mini rottamazione» edilizia della durata di pochi mesi: un passo indietro, un morde e fuggi senza futuro e senza qualità.

Eppure, molto al di là degli incentivi pubblici, sono tantissime le imprese che in questi anni si sono messe in movimento, come dimostrano i lavori portati avanti in questi anni da Symbola e da Unioncamere sulla green economy e sull'economia legata alla cultura. Lo hanno fatto non perché folgorate sulla via di Damasco della sensibilità ambientale ma perché la necessità di competere sui mercati internazionali e l'antica propensione italiana a «produrre all'ombra dei campanili» cose che piacciono al mondo», come diceva Carlo Maria Cipolla, le hanno portate a innovare e cambiare senza perdere i legami con le comunità e con i territori e a trovare nell'ambiente, nella cultura, nella bellezza un naturale catalizzatore.

A scoprire che l'innovazione e la qualità sono quasi sempre amiche della sostenibilità e che la bellezza è ecologica. È accaduto nel vino come nelle ceramiche, nella rubinetteria come nelle concie, nella mecca-

tronica come nella nautica.

È accaduto negli ultimi anni in città come Torino, o in piccoli comuni come la Pollica di Angelo Vassallo. Un processo positivo che coinvolge centinaia di migliaia di imprese, tantissime istituzioni locali, tanta parte della società. Spesso la cultura è l'infrastruttura immateriale di queste innovazioni, di questo cambiamento. Una sorta di concreta incarnazione dell'articolo 9 della nostra Costituzione, definito da Carlo Azeglio Ciampi come il più originale, perché mette in relazione ricerca scientifica e tecnica con il paesaggio e il patrimonio storico-culturale. Ma c'è oggi nella politica, nell'economia, nella società la capacità di una nuova proposta in grado di mettere in rete queste energie? Ed è possibile affrontare con successo la crisi senza la percezione di una partita da giocare insieme? Un personaggio attento ai rapporti di forza sul campo come Napoleone diceva: «Vincio le mie battaglie anche con i sogni che i miei soldati fanno di notte». Sarà difficile affrontare la crisi con successo senza dare concretezza al sogno di un'Italia che fa l'Italia. E per questo può battere la crisi e sfidare il futuro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Meeting. Il 19 anteprima «Marche e made in Italy»



Treia. Uno dei Borghi più belli d'Italia

A Treia il 20-21 luglio il decimo seminario di Symbola

di Laura Genga

È il tempo di una bellezza ecologica, capace di dare forza e rappresentazione alle scelte culturali, sociali ed economiche con le quali vogliamo contrastare la durissima crisi in corso, per guardare con fiducia al futuro. È una grande sfida che chiede visione e coraggio e sarà il tema su cui si articolerà il seminario estivo della Fondazione Symbola «La bellezza è ecologica - Cultura e green economy contro la crisi» che si terrà a Treia in provincia di Macerata il 20 e il 21 luglio prossimi.

«Le Marche - spiega Domenico Sturabotti, direttore Symbola - sono un territorio che punta fortemente sulla cultura e sull'integrazione tra manifattura e produzione culturale per riqualificare il proprio tessuto manifatturiero. Proprio per dare riconoscimento al percorso avviato dalle Marche abbiamo scelto Treia per il nostro seminario estivo. Convinti della validità di questa visione, inoltre, quest'anno abbiamo inserito anche la manifattura nella ricerca sull'industria culturale che presenteremo al seminario, riconoscendola quale motore di processi culturali al pari dei settori tradizionali di produzione della cultura».

Il seminario entrerà nel vivo venerdì 20 con due sessioni tematiche. Il tema della mattinata sarà «L'Italia che verrà: industria culturale, made in Italy e territori». Un'riflessione sull'intercambio virtuoso tra cultura, territori e made in Italy, nell'ambito della quale sarà presentato da Claudio Gagliardi, segretario nazionale di Unioncamere, e da Pierluigi Sacco, professore di Economia della cultura alla Iulm, il rapporto 2012 sull'industria culturale in Italia. Alla discussione parteciperanno Catia Bastioli, ad Navamont; Ste-

fano Boeri, assessore Cultura, moda e design Comune di Milano; Mario Cucinella, titolare di Mc architects; Roberto Grossi, presidente di Federculture; Alberto Mearini, presidente Assolombarda; Rossella Muroli, direttore nazionale Legambiente; Alberto Orioli, vicedirettore Il Sole 24 Ore e Pietro Marcolini, assessore Cultura e bilancio Regione Marche.

Il pomeriggio, invece, si ragionerà di innovazione e ricerca nella sessione «Innovazione, innovazione, innovazione». Ai lavori, introdotti da Domenico De Masi, presidente comitato scientifico Fondazione Symbola, e Stefano Micelli, direttore Venice International University, interverranno rappresentanti delle imprese, del mondo politico e delle associazioni. Alla giornata conclusiva di sabato 21 luglio, il cui tema è «Quante divisioni ha Green Italy?», prenderanno parte: Giuliano Bianchi, presidente Camera di commercio di Macerata; Franco Capponi, presidente ente Disfida del bracciale di Treia; Franco Bassanini, presidente Cassa di risparmio; Vincenzo Boccia, presidente Piccola industria Confindustria; Aldo Bonomi, direttore Aaster; Francesco Casoli, senatore e presidente Gruppo Elica; Corrado Clini, ministro Ambiente e Tutela del territorio e del mare; Ferruccio Dardanelli, presidente Unioncamere; Ivan Lo Bello, vicepresidente Confindustria; Sergio Marini, presidente nazionale Coldiretti; Gianmarco Spacca, presidente Regione Marche; Orietta Maria Varnelli, ad Distillerie Varnelli. Le conclusioni saranno affidate al presidente di Symbola, Ermete Realacci. Il seminario estivo sarà preceduto giovedì 19 da un'anteprima dedicata alle Marche. Per info www.symbola.net.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



URBAN MOVEMENT DESIGN. UNIRE/UNITE PH. SEBASTIANO LUCIANO COURTESY FONDAZIONE MAXXI

L'opera. Un nastro lungo e sinuoso realizzato con legno e prato attraverserà la piazza del Maxxi di Roma per tutta l'estate. È Unire/Unite, il progetto dello studio newyorchese/romano Urban Movement Design, vincitore di Yap Maxxi 2012, il programma di promozione e sostegno della giovane architettura organizzato dal Maxxi Architettura in collaborazione con il MoMA/MoMA PS1 di New York e Constructo di Santiago del Cile

INTERVISTA Claudio Gagliardi Segretario generale Unioncamere

«L'industria della conoscenza crea occupazione»

di Deborah Dirani

L'industria culturale in Italia, un'opportunità per il Paese, a patto che venga letta in tutte le sue potenzialità, come conferma Claudio Gagliardi segretario generale di Unioncamere

Voi presenterete una ricerca sull'industria culturale durante il seminario di Symbola. Quali sono le linee principali? In questa seconda edizione della ricerca «L'Italia che verrà», da noi realizzata in collaborazione con la Fondazione Sym-

bola, abbiamo voluto analizzare in profondità quei fattori competitivi, propri di molte imprese italiane, che stanno progressivamente segnando un evidente cambio di paradigma nella crescita economica. Anche in risposta all'attuale crisi, oggi infatti assistiamo alla sempre

INDUSTRIA CULTURA

«Per ogni euro prodotto dal settore se ne generano altri due all'interno dell'intera filiera»

maggiore diffusione di un nuovo modello di sviluppo aziendale fondato sulla qualità, sulla creatività, sulla valorizzazione dei fattori locali, sulla storia e tradizione dei prodotti comprati e consumati, sul rispetto dei luoghi di origine, associando a questi il valore della salvaguardia dei beni ambientali e dei valori culturali. Un modello di sviluppo che - puntando quindi su alcuni asset competitivi del Sistema Italia come l'innovazione, la sostenibilità e, non da ultima, la tutela del territorio - risponde appieno alla mission

delle Camere di commercio nella valorizzazione dei sistemi economici locali.

In un periodo di crisi come questo, con i continui tagli alla cultura, qual è lo stato di salute del settore?

Se per settore culturale si intende - come nella nostra ricerca - il ruolo e il peso che la produzione di cultura assume non solo nella tutela e valorizzazione dei beni culturali stessi ma in tutte le dimensioni del nostro sistema imprenditoriale ed economico, il suo stato di salute è senz'altro incoraggiante.

E con grandi potenzialità per il futuro. Rispetto al 2007, solo per fare un esempio, l'occupazione di questo settore è cresciuta quando nel complesso dell'economia nazionale si è invece dimostrata in flessione. L'industria culturale mostra pertanto una particolare tenuta occupazionale, un elemento di grande importanza in anni come questi in cui abbiamo assistito e continuiamo ad assistere alla distruzione di posti di lavoro.

Si può considerare l'industria culturale come uno dei



Claudio Gagliardi, 53 anni

punti strategici dell'economia nazionale per uscire dalla crisi?

La competitività futura del Paese passa senza dubbio da questa fascia del nostro tessuto imprenditoriale, la cui crescita implica però la definizione di interventi di supporto dedicati, orientati a una logica di networking, indispensabile per vincere le nuove sfide globali. Le reti di impresa, in questo senso, hanno il grande vantaggio di unire innovazione e tradizione, internazionalizzare piccole realtà locali, fare delle tante singole genialità un unico e potente know-how tutto italiano, in grado di competere sui mercati esteri. In questo campo, le camere di commer-

cio si stanno già impegnando per sensibilizzare la creazione di reti non solo orizzontali ma soprattutto intersettoriali, promuovendo quella cultura dell'aggregazione necessaria al nostro sistema per fare un salto decisivo nel futuro. La valenza strategica dell'industria culturale è infatti data proprio dalla sua forte carica di intersettorialità. Ovvero dalla sua capacità di attivare altri «pezzi» del tessuto economico: per ogni euro prodotto dal settore, se ne producono infatti quasi altri due all'interno dell'intera filiera culturale (dal recupero del patrimonio storico-architettonico fino al turismo e al commercio di prodotti tipici).

© RIPRODUZIONE RISERVATA