

Symbola vuol mettere in mostra il binomio Qualità-Made in Italy

Anche per il 2007 la fondazione di Realacci organizza la «Fiera della soft economy» dal 22 al 25 novembre a Milanocity

ANDREA SETTEFONTI

Qualità, ambiente, flessibilità per competere. Sono questi i temi cari alla fondazione **Symbola** che ha dato vita anche per il 2007 alla «Campionaria delle qualità italiane - fiera della soft economy», organizzata in collaborazione con Fiera Milano. La manifestazione, in calendario a Milanocity Rho Pero dal 22 al 25 novembre prossimo vuole rappresentare un'occasione per far conoscere al mondo la qualità italiana in tutte le sue declinazioni, dai prodotti, ai servizi, al marketing territoriale.

La fondazione **Symbola**, che ha calcolato anche un Piq, un prodotto interno lordo basato sul Made in Italy di qualità, sottolinea che la ripresa dell'economia nazionale è basata quasi esclusivamente sull'export e conferma che la «qualità è una delle opzioni per rendere competitivo il Paese» ha spiegato Fabio Renzi, segretario generale di **Symbola**, a



Ermete Realacci

imago

Produrre in Italia per essere competitivi nell'export

«La Campionaria delle Qualità Italiane, una grande fiera della soft economy e dei talenti italiani, è l'appuntamento con la qualità». Spiega così, Ermete Realacci, presidente della fondazione **Symbola**, la filosofia della Campionaria. «Serve un progetto capace di coinvolgere tutti i soggetti - dice - e servono nuovi strumenti conoscitivi. Come il Piq (prodotto interno di qualità) che ha un obiettivo semplice ma al tempo stesso ambizioso. Speriamo di proporre uno strumento valido, in grado di aiutare da subito le scelte dell'economia e della politica».

fronte del fatto che «le medie imprese industriali, capaci di affrontare i mercati all'insegna dell'innovazione, sono importantissime nel sistema produttivo, e il 30% di quelle piccolissime sta dimostrando di reggere la competizione aumentando il fatturato, esportando e lanciando nuovi prodotti». Per Andrea Mondello, presidente Unioncamere, «il made in Italy è divenuto nuovo made in Italy poiché il valore medio delle esportazioni è aumentato del 25% dal 2000 al 2006».

E si tratta di un nuovo made in Italy, espressione dei talenti italiani per affrontare e vincere la globalizzazione: una sfida moderna quella della Fondazione **Symbola**, che coniuga la crescita intensiva, quella dove l'intelligenza, la creatività e la volontà delle persone costituiscono le risorse principali. L'analisi di partenza è svolta sulla grande vitalità italiana, che ha permesso al paese di identificare e tracciare una strada nella competizione internazionale. Un percorso fondato sulle imprese fortemente legate al territorio, un contesto produttore di alternative culturali al modello delle multinazionali.

E, non a caso, proprio la vitalità italiana dimostra che quanto più un'azienda riesce ad esprimere il proprio *genius loci*, tanto più riesce a potenziarsi e ad imporsi sul mercato internazionale.

