

MADE IN ITALY

La qualità è la nostra forza

di **Maurizio Lupi** ed **Ermete Realacci**

È ora di cambiare direzione. La crisi è una sfida che chiede a tutti responsabilità e scelte chiare con investimenti nei settori più vitali e innovativi. E una difesa del made in Italy legata non a improbabili e con-

troproducenti dazi o barriere, quanto a un insieme di scelte che ne valorizzino la qualità. Esiste una larga condivisione sui punti di debolezza, non sui punti di forza dell'Italia.

Intervento ▶ pagina 12



CRESCITA
PUNTI DI FORZA**Esiste un'intraprendenza delle imprese in grado di superare le difficoltà internazionali - Non servono dazi o barriere per sostenere la qualità**

Questa Italia sa accettare le sfide

di **Maurizio Lupi ***
ed **Ermete Realacci ****

Da più parti giunge l'invito a non lasciarsi piegare dalla paura, a cogliere nella crisi in atto non solo i pericoli ma anche le potenzialità, pure in assenza di valutazioni attendibili sulla durata e sulla durezza delle difficoltà che saremo chiamati ad affrontare. Noi pensiamo sia possibile farlo se, nella distinzione dei ruoli, istituzioni, politica, società, economia sapranno leggere meglio non solo le debolezze, ma anche i punti di forza del Paese. Perché, per dirla con Seneca, «non esistono venti favorevoli per il marinaio che non sa dove andare».

Esiste una larga condivisione sui punti di debolezza dell'Italia, a cominciare dall'enorme debito pubblico, dalla distanza che separa il Nord dal Sud, da un apparato burocratico spesso inconcludente, dall'abnorme presenza dell'illegalità in molti campi. Non altrettanto si può dire sui nostri punti di forza. Anzi.

Le dimensioni delle imprese, la loro scarsa propensione a quotarsi in Borsa e a finanziarizzarsi, il loro forte legame con le comunità, talvolta con le famiglie, la presenza in settori "maturi", sono stati visti anche come fattori di arretratezza e di provincialismo: l'anticamera del declino.

Nel gennaio 2006, a Davos, il capo della ricerca economica della Goldman Sachs liquidò l'Italia sostenendo che ci rimanevano solo «cibo e calcio». Un messaggio amplificato, con la debolezza culturale che spesso ci contraddistingue, da tutti i media italiani. Peccato che da allora, prima della crisi in corso, le nostre esportazioni siano cresciute di oltre il 40% anche nei settori più tradizionali. E oggi Goldman Sachs, come Morgan Stanley, non è più banca d'investimenti, mentre i cugini della Lehman Brothers sono falliti.

Nel corso di questi anni l'Italia si è rafforzata in molti settori puntando sulla

qualità. Lo stesso andamento delle localizzazioni è cambiato. Molti sono tornati a produrre, almeno in parte, nel nostro Paese. Altri sono all'estero per presidiare importanti mercati.

Siamo oggi leader mondiali negli yacht di lusso come nella meccatronica. Abbiamo dimezzato le paia di scarpe esportate, ma è aumentato il fatturato. Produciamo il 40% in meno di vino rispetto alla metà degli anni 80, ma il valore dell'export è quadruplicato superando di molto i tre miliardi. Alle Olimpiadi di Pechino erano bresciani molti dei fucili che hanno vinto medaglie, marchigiane le macchine elettriche, piemontesi le pavimentazioni degli impianti sportivi, toscani gli scafi del canottaggio e così via.

Tutto ciò è accaduto spesso in maniera caotica, vitale ma scoordinata, spesso non percepita da molti, e ha confermato la grande vocazione manifatturiera del Paese. È un'Italia, però, che ha un grande bisogno di essere messa in rete, raccontata, rappresentata per quello che è, di riconoscersi in progetto comune per essere più forte.

Ora il momento è difficile. Il caleidoscopio dell'economia mondiale è scosso. Ma proprio la crisi può aiutarci a leggere il Paese con occhi diversi, meno pigri e lontani. Cogliere nelle caratteristiche specifiche del nostro sistema produttivo le radici di una scommessa sul futuro.

Elementi di questa lettura non sono mancati anche dalle colonne di questo giornale. Basti pensare ai contributi di diversa matrice culturale tra gli altri di Bonomi, Cipolletta, Fabris, Fortis, Quadro Curzio, Trigilia, Vitale, Vittadini. Ma non erano la lettura prevalente nella politica e nell'economia.

È ora di cambiare direzione. È sicuramente urgente e necessario mettere al centro delle risposte alla crisi il tema del rafforzamento degli ammortizzatori sociali, della difesa dei redditi più bassi, della garanzia al credito delle piccole e medie imprese. Ma dobbiamo lavora-

re anche al rilancio della vocazione propria del nostro sistema produttivo. Produrre, diceva Carlo Maria Cipolla, all'ombra dei campanili cose che piacciono al mondo: la sfida dell'innovazione e della qualità.

Una sfida che si nutre di valori, di coesione sociale, che vede nella sussidiarietà, tema sul quale lavoriamo da anni con altri colleghi parlamentari, un formidabile fattore produttivo, che crede nella valorizzazione del capitale umano.

Una sfida che chiede oggi a tutti responsabilità e scelte chiare in grado di indirizzare gli sforzi comuni. Un investimento forte sulle frontiere della conoscenza, nei settori più vitali e innovativi, dall'innovazione tecnologica al risparmio energetico e alle fonti rinnovabili. Una visione del turismo legata non solo al suo peso economico, ma al suo ruolo di marketing del sistema Italia. È una difesa del made in Italy legata non a improbabili e controproducenti dazi o barriere, quanto a un insieme di scelte che ne valorizzano la qualità. Con strumenti già in parte esistenti quali la difesa dei marchi, il controllo della sicurezza, dei prodotti e degli alimenti, la lotta contro inaccettabili forme di dumping sociale e ambientale.

Insomma, è proprio una forte scommessa su un'economia a misura d'uomo, più attenta, per dirla con il cardinale Tettamanzi, alle ragioni della sobrietà che può rendere più competitivo il nostro sistema produttivo.

Nel discorso di fine anno il Presidente Napolitano ha provato con parole semplici a indicare una strada possibile. Guardare la crisi negli occhi, riconoscerne la gravità, ma non farsi paralizzare dalla paura. Utilizzare la crisi per cambiare, con più attenzione alla giustizia sociale e all'utilizzo della sfida ambientale per rilanciare la nostra economia. E trovare, per mobilitare le migliori energie, una missione comune per l'Italia.

Un compito cui nessuno, e sicuramente non la politica, può più sottrarsi.

* Parlamentare Pdl

** Parlamentare Pd

PROGETTO COMUNE

A tutti i protagonisti sono chieste responsabilità e scelte chiare: investimenti nei settori dell'innovazione tecnologica e dell'energia