

**VERSO
LA RIPRESA**

**Nel manifatturiero
siamo secondi dietro
la Germania
Realacci: tanti punti di**

**forza. Ma dobbiamo
metterci in rete e
riconoscerci in un
progetto comune**

Il «made in Italy» che affronta la crisi

Qualità e innovazione per ripartire

DA MILANO GIUSEPPE MATARAZZO

Contro la crisi l'Italia deve fare l'Italia. Dove «Italia» è l'acronimo di Industria, Turismo, Agroalimentare, Localismo e sussidiarietà, Innovazione e ambiente, Arte e cultura. Settori nei quali il nostro Paese eccelle per «qualità»: l'Italia dei distretti industriali, delle 4.300 imprese medio-grandi del cosiddetto Quarto Capitalismo e la moltitudine di piccole aziende. È un'appassionata e ragionata difesa del modello italiano la ricerca di Symbola e Fondazione Edison, presentata ieri nella sede di Assolombarda a Milano: «Italia, geografia del nuovo made in Italy». Un viaggio attraverso i «pilastri» della ripresa.

**Ricerca
di Symbola
e Fondazione
Edison
Fortis: il Pil non
dice tutto. Siamo
competitivi
in tutti i settori**

«La dinamica del Pil non dice tutto della crisi – e sordisce il professor Marco Fortis, vice presidente della Fondazione Edison –, anzi rischia di dare informazioni distorte sullo stato di salute delle economie. Molti indicatori dimostrano che l'Italia, grazie alla maggiore solidità e flessibilità del suo sistema produttivo e bancario, nonché del miglior equilibrio finanziario delle famiglie sta affrontando meglio di altri Paesi l'attuale crisi globale. E questi indicatori dicono che l'Italia resta il secondo Paese d'Europa in tutti i tre principali settori dell'economia reale: manifattura, turismo e agricoltura». Nel manifatturiero in particolare l'indice di competitività elaborato da Onu e Wto, colloca il nostro Paese al secondo posto, dietro la Germania, nella classifica dei dieci paesi più competitivi nel commercio mondiale: con un valore aggiunto nel 2008 di 262 miliardi (contro i 517 di Germania, ma nettamente davanti ai 209 di Francia). Così se Goldman Sachs tre anni fa liquidava l'Italia «a pizza e calcio», si è dovuta ricredere, intitolando un proprio recente rapporto «L'Italia va meglio di quanto si creda».

La fotografia scattata da Symbola e Fondazione Edison dà allora nuova fiducia. «Il problema – dice Ermete Realacci, presidente di Symbola – non

è essere ottimisti o no. Il punto è essere realisti, vedere i punti deboli (debito pubblico, burocrazia, legalità), ma non dimenticare i punti di forza, le qualità dell'Italia. C'è un'Italia che vince e resiste alla crisi perché punta sulla coesione sociale, sull'innovazione e sulla ricerca. È un'Italia che ha bisogno di mettersi in rete e riconoscersi in un progetto comune».

Un dibattito – a cui hanno partecipato anche Umberto Quadrino, ad di Edison, e Alberto Meomartini, presidente di Assolombarda – da cui sono emerse, fra l'altro, le eccellenze nel settore del vino e dell'agroalimentare, della nautica e anche della cultura. «È l'immagine di un paese che non sta crollando – ha detto Fabio Renzi di Symbola –. Che invece, assieme alla Francia, può essere il primo ad agganciare la ripresa». «Il nostro sistema è solido – non si stanca di ripeterlo Fortis –, Noi stiamo pagando la crisi degli altri. E anche la ripresa sarà inevitabilmente legata all'andamento degli altri sul fronte dell'occupazione e dei consumi». Ma l'Italia è pronta. Con il suo «made in» di qualità.

