

# SOFT ECONOMY

SPECIALE

Il Sole **24 ORE**

Mercoledì 11 Luglio 2012  
www.ilsolo24ore.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**

Modelli societari e agevolazioni per giovani e professionisti

STATUTO E CARTA SOCIALE  
AMMINISTRAZIONE E CONTABILITÀ  
SECURITÀ PER PROFESSIONISTI E CONTRIBUENTI

**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](http://www.paginegialle.it/sole24ore)

**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 **Ermeste 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 potuta 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 30% 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 ambizioso 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 diminuito 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 tantissimi 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 un riconoscimento al percorso svolto 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 territorio». Una riflessione sull'intreccio 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 Novamont; Ste-

fano Boeri, assessore Cultura, moda e design Comune di Milano; Mario Cucinella, titolare di Mc architects; Roberto Grossi, presidente di Federcultura; Alberto Meomartini, 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 con la 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 braccio di Treia; Franco Bassanini, presidente Cassa depositi e prestiti; 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 Dardanello, presidente Unioncamere; Ivan Lo Bello, vicepresidente Confindustria; Sergio Marini, presidente nazionale Coldiretti; Gianmario Spacca, presidente Regione Marche; Orietta Maria Varnelli, ad Distillerie Varnelli. Le conclusioni saranno affidate al presidente di Symbola, Ermeste Realacci. Il seminario estivo sarà preceduto giovedì 19 da un'anteprima dedicata alle Marche. Per info [www.symbola.net](http://www.symbola.net).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**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 incoraggian-

te. 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 del 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

## Soft economy

**Marche.** La priorità: far sì che le reti aperte trovino spazio nella nuova stagione della programmazione europea 2014-2020



**Lo Sferisterio di Macerata.** È una struttura teatrale unica nel suo genere architettonico (capienza 2.800 posti). Secondo i più noti cantanti lirici è il teatro all'aperto con la migliore acustica in Italia

# Nasce il Distretto culturale evoluto

Interazioni con industria, turismo, artigianato artistico, ambiente ed enogastronomia

PAGINA A CURA DI

Deborah Dirani

«**L**e Marche rappresentano una speranza per tutto il Paese, un esempio da seguire per la capacità che hanno avuto di unire la cultura, intesa non più solo come sviluppo attrattivo per il turismo, ma come contenitore di creatività e innovazione, e la green economy». Ad affermarlo è Pierluigi Sacco, ordinario di Economia della cultura all'Iulm. Riconosciuto come uno dei massimi esperti in materia, Sacco individua nella realtà marchigiana una sorta di spin off della cultura. «Un caso che ben evidenzia cosa significhi legare cultura e green economy è il food and wine di qualità. Food design innovativo anche nel packaging magari, unito a una agricoltura sostenibile».

Per questa sua vocazione che ne fa un esempio quasi unico in Italia, le Marche sono state scelte come teatro della decima edizione del seminario estivo di Symbola che quest'anno ha come tema: «La bellezza è ecologica. Cultura e green economy contro la crisi». Luogo di incontro di saperi e competenze, il seminario della Fondazione sarà anche luogo di confronto e dibattito al quale hanno voluto contribuire pure realtà istituzionali del territorio.

«La green economy si configura oggi come un nuovo paradigma, produttivo e culturale, che assume l'impatto ambientale come indicatore dell'utilità e dell'efficienza dell'attività economica - spiega Giuliano Bianchi, presidente della Camera di commercio di Macerata. Agire green significa agire in modo ef-

ficiente, creando valore e aumentando la competitività di quelle imprese che adottano tale approccio, rispettando l'identità dell'ambiente nel contesto in cui operano».

Non dimentichiamo la situazione in cui versa la nostra economia e quali sono le sfide alle quali il nostro sistema imprenditoriale è tenuto a rispondere. Il nuovo terreno della competizione globale non lascia alcun margine di errore alle tante micro-imprese del tessuto imprendito-

## IL PUNTO DI PARTENZA

Le fonti energetiche rinnovabili generano un aumento di posti di lavoro superiore a quello prodotto nelle tipologie tradizionali

## DAL RAPPORTO SYMBOLA

L'indagine sulle ricadute e le potenzialità dell'industria culturale e creativa vede sul podio Lazio, Marche e Veneto con oltre il 6% del Pil

riale marchigiano che si rifanno per lo più a un modello di sviluppo locale ma che non perdono di vista il rispetto dell'ambiente e l'innovazione del prodotto. Del resto la Regione Marche è oggi ai vertici delle classifiche sui dati relativi alla green economy. Per ciò che riguarda la Provincia di Macerata e le sue imprese, esse si dimostrano attente per il 67,9% alla riduzione dei consumi e delle materie prime utilizzate nei processi lavorativi. La vocazione marchigiana

alla green economy è più volte sottolineata negli studi. Ad esempio, nella classifica delle regioni italiane più "green", individuate tenendo conto di diversi elementi, come il ricorso al biologico in agricoltura, il riciclo dei rifiuti, la presenza di alloggi agro-turistici, la Regione Marche si colloca al 2° posto con 4,8 alloggi ogni 10 mila arrivi.

L'importanza strategica di pensare e agire green è testimoniata dall'assessore regionale alle Attività produttive e all'Innovazione, Sara Giannini: «La sfida che ci porta in eredità la globalizzazione economica è quella di continuare a creare valore utilizzando una quantità inferiore di risorse naturali. È questa l'essenza di quella che viene comunemente chiamata "green economy". Per il perseguimento di una crescita sostenibile è essenziale orientarsi verso nuovi modelli di produzione e consumo basati sul minor prelievo di risorse, sulla conservazione del capitale naturale e sul rispetto dei diritti sociali. Modelli di produzione, quindi, che individuino nella minore quantità di materia ed energia consumata per unità di prodotto o servizio, il principale fattore competitivo. I nuovi modelli di consumo dovrebbero consentire, incrementando il benessere personale, di godere di beni durevoli e del capitale naturale. Un nuovo modello di crescita economica che consentirà a sempre più persone tra noi e alle generazioni future di godere di un'ottima qualità della vita e di una relativa prosperità. Parte essenziale di questa nuova strategia, è costituita dall'uso delle fonti energetiche rinnovabili, che secondo ap-

profondite ricerche, è in grado di generare un aumento di posti di lavoro superiore a quello prodotto da un investimento analogo in fonti energetiche di tipo tradizionale. Oltre a produrre molteplici vantaggi economici distribuiti, come la minore dipendenza dall'import di petrolio, il miglioramento della bilancia dei pagamenti verso l'estero, una maggiore stabilità del prezzo dell'energia elettrica e minore inquinamento. Il 16 febbraio 2005, giorno di entrata in vigore del Protocollo di Kyoto, la Regione Marche approvava il suo Piano Energetico ambientale regionale (PEAR).

Prima ancora che l'economia verde assumesse l'importanza attuale nel dibattito, le Marche si dotavano, quindi, di uno strumento innovativo e inedito in Italia. Con l'obiettivo fondamentale di coniugare sviluppo, energia e ambiente. E a testimonianza della coerente correlazione tra obiettivi, nel recente Piano per le attività produttive e il lavoro, particolare rilevanza viene data al sostegno di progetti innovativi nella green economy, prevedendo una collaborazione rafforzata tra sistema imprenditoriale, università e centri di ricerca».

I pionieri della green economy ebbero il coraggio di credere nella loro creatività che, messa al servizio dell'ambiente, poteva garantire un livello e una qualità di vita che, fino a quel momento l'uomo sembrava aver dimenticato. E proprio nella creatività, nel suo potenziale trasversale a ogni disciplina, ripone una grande fiducia per la ripartenza l'assessore regionale alla Cultura, Pietro Mar-

colini: «Quando parliamo di sviluppo, l'elemento di novità non esclude, ma integra quello precedente e per innovare occorre muovere da presupposti diversi, come un uso consapevole delle risorse naturali, culturali e delle risorse umane. Per quel che riguarda le risorse culturali, intese come beni, attività e imprese, ci interessa l'elemento immateriale che le pervade: la creatività. In essa è insito il di più che può favorire l'evoluzione del sistema produttivo tradizionale, ma anche ciò che può far lievitare progettualità di sviluppo locale che abbiano un tratto nella cultura. Anche su questo la Regione Marche intende porre le basi per ripartire».

«Del resto il settore delle industrie culturali e creative si rappresenta come uno dei più dinamici in Europa, contribuendo a circa il 3% del Pil dell'Unione. Il rapporto della Fondazione Symbola per il 2010 ha contribuito ad avvalorare un'intuizione e a suffragarci nel cammino appena intrapreso. Infatti, l'indagine sulle ricadute e le potenzialità dell'industria culturale e creativa in ambito europeo ed italiano e la graduatoria regionale per incidenza del valore aggiunto del sistema produttivo culturale sul totale dell'economia, che poneva ai primi tre posti Lazio, Marche e Veneto con un dato pari o superiore al 6%, ha reso manifesto ciò che premeva sotto la pelle di alcuni contesti produttivi e territoriali del nostro Paese».

«Mentre per il Lazio sono in modo preminente le industrie culturali a generare il dato (industria del cinema, Roma Capitale) nel caso di Marche e Vene-

to sono le attività tipiche del made in Italy a fornire un contributo fondamentale alla produzione del valore aggiunto del sistema culturale».

«Le Marche si qualificano, quindi, come territorio con la vocazione alla cosiddetta "culture based innovation", una forma d'innovazione anche non tecnologica che integra alta tecnologia a creatività, che nasce e cresce nell'impresa culturale e creativa, mettendo in circolo professionalità della cultura e della creatività nell'impresa manifatturiera tradizionale».

«In questo senso abbiamo cominciato a discutere e a ragionare sul progetto di «Distretto culturale evoluto», cioè di un'idea, un metodo, un orizzonte dello sviluppo locale che metta in relazione la cultura con l'industria, il turismo, l'artigianato artistico, l'ambiente e l'enogastronomia, secondo un approccio multifiliera. Non si tratta del semplice turismo culturale, né del fervore proprio di eventi effimeri ed episodici, ma del tentativo di fare della cultura un fattore di sviluppo locale duraturo, capace d'incidere sulle filiere produttive, sui modelli imprenditoriali e sull'intreccio con le produzioni extraculturali, in primo luogo quelle manifatturiere. Da qui vogliamo partire per fare dell'intero territorio marchigiano un ambito di sperimentazione di nuove contaminazioni, dove possano emergere progettualità pubblico-private, legate ai territori e alle produzioni, capaci di costituire delle reti aperte che trovino una sponda nella nuova stagione della programmazione europea 2014-2020».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Sferisterio

## Venerdì 20 al via il primo Festival by Micheli

«**L**a crisi economica vista da chi opera nella cultura? Un'occasione per imparare a non sperperare denaro ricorrendo all'intelligenza e alla fantasia». Risponde senza esitazione, tra una prova e l'altra, Francesco Micheli, da questa stagione direttore artistico dello Sferisterio di Macerata. Il 20 luglio si apre il Festival lirico, appuntamento imperdibile per melomani (ma non solo per loro) che fino al 12 agosto alternerà sul palcoscenico tre capolavori del genere: Traviata, Bohème e Carmen. Come spesso accade davanti a cartelloni di tutto rispetto, viene da chiedersi come sia possibile metterli in piedi con tutti i tagli alla cultura che fanno piangere lacrime di sangue agli artisti. «Innanzitutto va detto che la Regione Marche è una delle poche, forse l'unica, che non ha tagliato i fondi al settore, anzi li ha aumentati - spiega Micheli - Poi bisogna ammettere che molti artisti hanno accettato di ridurre i loro cachet pur di presenziare al nostro Festival. Infine credo che le idee che abbiamo avuto per potenziare l'attrattività della rassegna siano un aspetto fondamentale per il suo sviluppo». Se una volta il Festival lirico

maceratese era tappa obbligata nell'estate degli amanti della lirica, che non saranno pochi certo ma non sono nemmeno tanti da garantire i fondi necessari alla sopravvivenza di una manifestazione così imponente, oggi il Festival si è rinnovato e ha invaso Macerata. È diventato un appuntamento composito. «C'è la programmazione tradizionale allo Sferisterio e poi c'è il Festival Off, in giro per la città, dove si può assistere a spettacoli diversi». Innovazione e tradizione qui viaggiano nello stesso scompartimento: «Se ne parla spesso, noi l'abbiamo realizzata: del resto se è vero che non c'è niente di più tradizionale dell'opera, è anche vero che le tematiche delle tre opere che abbiamo scelto sono la disperata condizione dell'essere giovane, una condizione che non ha tempo. E dall'altra parte l'opera può anche essere formata tascabile, come nel caso del Festival Off dove si potrà assistere a dj-set o spettacoli multilinguistici». Niente rimpianti per quando i soldi c'erano? «Certo che il denaro serve ma credo che si possano creare appuntamenti di alto livello anche avendone un po' meno che in passato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Eataly (Torino)

## A breve sette aperture (due sono all'estero)

«**E**taly nasce con l'intento di smentire l'assunto secondo il quale i prodotti di qualità possono essere a disposizione solo di una ristretta cerchia di privilegiati, poiché spesso cari o difficilmente reperibili». Così si legge nella presentazione del marchio pubblicata sul sito [www.eataly.it](http://www.eataly.it). Questo, detto tutto, è dato, perché Nicola Farinetti, store manager, ha un po' di cose da aggiungere: «È vero noi abbiamo prodotti di qualità a prezzi accessibili, ma non c'è niente di strano in questo; casomai era strano che non ci fosse prima qualcuno come noi, capace di un'offerta del genere». Eataly ormai presente anche in Giappone e in America, è diventato quasi un modo di vivere. Parlare di Eataly, dunque, significa anche parlare di green economy, dove green sta per sano, pulito ed etico. «C'è molto lavoro "umano" da noi, fin dalle prime fasi della produzione/raccolta». L'uomo, il suo corpo e la sua mente al centro di un progetto imprenditoriale che prosegue con successo: ancora dal sito

una pillola della filosofia umanistica del marchio. «Da un lato l'offerta dei prodotti, sia sotto forma di distribuzione che sotto forma di opportunità di ristorazione, mentre dall'altro un discorso impostato sulla didattica e articolato in corsi di cucina, degustazioni, corsi sulla conservazione dei cibi, didattica per i bimbi. Quest'ultimo aspetto riassume l'originalità di Eataly e costituisce il punto di partenza per installare nel consumatore una corretta percezione della qualità. Nell'ottica della contaminazione tra gastronomia e cultura nasce poi la Fondazione Mirafiore, un tempio dove letteratura, musica e teatro si sposano con l'enogastronomia di qualità». Se poi qualcuno ancora crede che investire sull'uomo non dia buoni risultati, l'ultima parola di Farinetti dovrebbe essere risolutiva: «Abbiamo appena inaugurato uno store a Roma e abbiamo intenzione di aprire a breve anche Milano, Verona, Piacenza, Firenze e Bari. Quindi sarà la volta di Chicago e San Paolo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Nuova Simonelli

## Alla ricerca di gente che voglia girare il mondo

«**D**a Macerata al resto del mondo: la storia della Nuova Simonelli, azienda leader nella produzione di macchine da caffè è la testimonianza di come un'impresa che conta oltre un'ottantina di addetti e che cresce a doppia cifra negli anni della crisi, possa trarre la sua forza dal territorio in cui è nata e non abbia bisogno di delocalizzare per vincere. A raccontarne la storia è l'a.d., Nando Ottavi: «L'azienda fu fondata nel 1936 da Otello Simonelli che al momento di ritirarsi, quarant'anni fa, la lasciò in mano a noi che eravamo suoi collaboratori. Fu così che nacque la Nuova Simonelli che, pure con tutti i cambiamenti e gli sviluppi avvenuti negli anni, non ha mai perso di vista la direzione data dal suo fondatore. Capimmo subito che il futuro per noi era dato dall'export, che a tutt'oggi rappresenta l'82% del totale del fatturato, e una delle prime cose che facemmo fu proprio quella di creare un ufficio dedicato. Ancora adesso questo ufficio esiste e vi lavorano ingegneri che girano il mondo per spiegare, tenere corsi di aggiornamento e formazione ai nostri clienti».

Clienti che sono sparsi in 115 Paesi del mondo. Inoltre, il prodotto che si propone deve essere di qualità, deve essere tecnologicamente avanzato e costantemente innovato. Noi lo facciamo ogni due anni: con questa cadenza proponiamo ai nostri clienti macchine rinnovate nell'aspetto e nella tecnologia». Nuova Simonelli non si è mai spostata da Macerata: «Non c'è bisogno di abbandonare le proprie radici per lavorare bene e raggiungere buoni risultati - chiosa Ottavi - i nostri addetti sono di qui e sono legati alla terra come all'azienda». L'a.d. lancia un appello ai giovani: «Abbiamo bisogno di professionisti che abbiano studiato discipline tecnico-scientifiche e che abbiano voglia di girare il mondo per noi. Ne stiamo cercando per inserirli in organico». Ma come tutti licenziano e voi cercate? «Nel 2008 siamo cresciuti del 38%, e c'era la crisi, nel 2011 del 16 e quest'anno, che la crisi c'è più forte che mai, stiamo di crescere ancora del 12%. Si noi cerchiamo gente che voglia lavorare con noi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Eccellenze e uscita dalla crisi



**Fabio Renzi**  
Segretario generale  
Fondazione Symbola

«Dalla capacità di unire la cultura e il made in Italy alle potenzialità della green economy vedo la chiave di un successo non comune che trova un suo forte esempio a Macerata, decima in Italia per contributo culturale al Pil provinciale»



**Francesca Molteni**  
Amministratore Muse Project Factory  
(programmi e installazioni video)

«Per uscire dalla situazione critica va abbinata la cultura del fare alla cultura del sapere. Con Muse, da ultimo, abbiamo prodotto uno spettacolo che, presentato al Salone del Mobile, è pronto per Mosca e poi, forse, anche più a Est»



**Ivanhoe Lo Bello**  
Vice presidente  
di Confindustria per l'Education

«Un pezzo del Paese ha messo in discussione modelli sociali ed economici obsoleti. La sfida è costruire un'egemonia culturale che sappia coniugare tradizione, saperi, innovazione, regole sostenibili, senso dello Stato e dell'etica pubblica»



**Gian Mario Spacca**  
Presidente della Regione Marche  
(al suo secondo mandato)

«La Regione Marche ha compiuto una scelta precisa: non solo confermando l'attenzione per la cultura, ma anche incrementando le risorse, stimolando una diffusa progettualità e sostenendo eventi di qualità»



**Ilaria Borletti Buitoni**  
Presidente Fai  
(Fondo ambiente italiano)

«Ritengo che per parlare di reale sistema culturale in Italia manchino alcune caratteristiche peculiari. Tra queste la questione della fiscalità dei privati che deve essere affrontata in modo diverso e il principio di sussidiarietà dello Stato»



**Innocenzo Cipolletta**  
Presidente associazione  
per l'Economia della cultura

«In Italia la cultura ha una sua economia spontanea che però subisce i colpi del defianziamento. Cultura che comunque va intesa in senso più ampio rispetto a quello che normalmente si intende: cultura sono la moda e il design»

Le indagini di Symbola-Unioncamere. Il 38% delle assunzioni complessive riguarda figure professionali legate alla sostenibilità

# «Green Italy» per battere la crisi

Un'impresa su 4 negli ultimi 3 anni ha investito per avere minore consumo o impatto ambientale

di Francesca Biffi

In Calabria c'è un'azienda, la Ecoplan, che produce pannelli per i più svariati usi: dall'edilizia ai trasporti, dall'arredamento agli allestimenti fieristici, usando gli scarti della lavorazione delle olive e della plastica. In Toscana, a Terranova Bracciolini, la Power One, è oggi la seconda azienda al mondo nel settore degli inverter fotovoltaici, esporta il 50% dei prodotti e copre il 15% del mercato globale. Sempre in Toscana, a Montepulciano, c'è una casa vinicola la Salcheto che produce meravigliosi vini a impatto zero. La cantina, infatti, grazie a una serie di soluzioni di edilizia sostenibile e a sistemi produttivi attenti al risparmio energetico produce vino carbon free.

In Lombardia, la Valcucine è la prima azienda in Italia nel settore cucine a ottenere la certificazione ambientale Iso 14001: 175 addetti, 40 milioni di fatturato, il 40% di export in tutta Europa, Usa, e poi principalmente Russia, Cina e Corea - ha adottato un'ampia rosa di misure per ridurre il proprio impatto ambientale. In Romagna, c'è una fabbrica che produce candele, la Cereira Terenzi, che ha scelto di puntare tutto sulla qualità, sulla tradizione, sul capitale umano e sull'ambiente, e oggi esporta le sue bellissime, profumate ed ecologiche candele anche in Cina. In Sardegna, il petrolchimico di Porto Torres, si è riconvertito alla chimica verde grazie all'accordo fra Eni e Novamont, l'azienda che ha inventato il mater-bioplastica vegetale derivata dal mais. O ancora in Umbria il Gruppo Angelantoni è l'unico produttore al mondo di tubi a sali fusi per centrali solari termodinamiche, una straordinaria innovazione tecnologica made in Italy, che probabilmente rappresenterà un decisivo passo avanti nella produzione di energia dal sole, abbattendo i costi e consentendo di accumulare l'energia anche quando il sole non c'è. In Sardegna c'è anche l'Edilana, un'azienda che è riuscita a trasformare un rifiuto speciale in una risorsa: dallo scarto della lavorazione della lana nascono, infatti, pannelli isolanti, termici e acustici, per l'edilizia. Oppure c'è il caso vincente di Comico, il Consorzio nazionale per il recupero e il riciclo degli imballaggi a base cellulosa, che ha dato un forte contributo allo sviluppo della raccolta differenziata riuscendo in vent'anni a far diventa-

re l'Italia un Paese esportatore netto di carta da macero, con un export che ha sfiorato il milione e mezzo di tonnellate. E c'è anche nel distretto delle ceramiche di Sassuolo, la Casalgrande Padana, un'azienda che ha saputo contrastare la drammatica crisi del settore della ceramica puntando tutto su innovazione e ricerca: loro le piastrelle antibatteriche, l'unico materiale ceramico in grado di abbattere al 99,9 per cento i quattro principali ceppi batterici rinvenibili in bagni, piscine e luoghi pubblici. Ma c'è anche, nelle Marche, la Revolution, l'azienda di Porto San Giorgio che con il Pet ricicla realizza gli arredi e gli scaffali per i supermercati e la

## STRATEGIE VINCENTI

Un terzo delle realtà che investe in tecnologie «verdi» vanta una presenza estera doppia rispetto alle imprese che non puntano sulla sostenibilità

grande distribuzione. C'è un legame tanto forte quanto invisibile che unisce tutte queste storie, ma anche molte altre, che attraversano l'Italia da Nord a Sud, raccontate nel libro Green Italy di Ermete Realacci (vedischeda). Sono storie di persone e di talenti, di alleanze tra imprese e comunità, di unione fra ambiente e modi di vivere, capaci di traghettare l'Italia verso un paese più desiderabile. È una fotografia di gruppo di un'Italia che ce la può fare, se persegue con convinzione la riconversione ecologica dell'economia, dei consumi e degli stili di vita, scommettendo su una green economy tricolore, che sposa i saperi e le vocazioni nazionali. Sono storie che tengono insieme le tradizioni secolari con l'elettronica e la meccanica di precisione, che puntano su ricerca e conoscenza per produrre un'economia più sostenibile e avanzata, che aprono ai mercati globali e rinsaldano i legami con il territorio, che legano la competizione alla cura della coesione sociale, del capitale umano e dei diritti dei lavoratori. Storie di persone che uniscono alla testarda ostinazione sulla qualità artigianale dei prodotti la bellezza e l'hi-tech e che pensano che una maggiore qualità della vita non può che essere associata a un minore impatto sull'ambiente. E che non si può competere con le economie emergenti su campi di gioco che

non sono i nostri, indebolendo i diritti e le regole ambientali, o addirittura strizzando l'occhio all'illegalità, all'abusivismo e all'evasione fiscale.

Tutto questo appartiene a un'Italia che già esiste e ha un cuore verde che pulsa, dinamico e vigoroso. Secondo un'indagine sulla green economy realizzata da Symbola e Unioncamere, già oggi la nostra economia è molto più verde di quanto si possa immaginare. Perché, come abbiamo visto, non parliamo di un settore legato esclusivamente ai comparti tradizionalmente ambientali - come per esempio il risparmio energetico, le fonti rinnovabili o il riciclo dei rifiuti -, ma di un vero e proprio "filo verde", che attraversa e innova anche i settori più maturi. La peculiarità della green economy italiana sta, infatti, proprio nella riconversione in chiave ecosostenibile dei comparti tradizionali dell'industria italiana di punta.

Nell'indagine, dunque, si evidenzia come la profondità degli effetti della crisi ha posto l'intero sistema di fronte alla necessità di un radicale ripensamento del proprio modello di sviluppo tanto che quasi un'impresa su quattro, il 23,9% del totale, ha realizzato negli ultimi tre anni, investimenti in prodotti e tecnologie che assicurano un maggior risparmio energetico o un minor impatto ambientale. Parliamo di circa 370 mila imprese, 150 mila industriali e quasi 220 mila dei servizi, che come se non bastasse, creano occupazione: ben il 38% delle assunzioni è per figure professionali legate alla sostenibilità. Si tratta di più di 220 mila assunzioni sul totale di quasi 600 mila previste dalle imprese nell'ultimo anno. Di queste circa la metà, 97.600 assunzioni, sono legate a professioni green in senso stretto (legate agli ambiti delle energie rinnovabili, gestione delle acque e rifiuti, tutela dell'ambiente, green mobility, green building ed efficienza energetica). Inoltre un terzo delle imprese che investono in tecnologie green vanta una presenza sui mercati esteri (34,8%), quota quasi doppia rispetto a quella rilevata per le imprese che non puntano sulla sostenibilità ambientale (meno di due su cinque, pari al 18,6%). Una proiezione internazionale sostenuta anche dalla capacità innovativa, indispensabile per anticipare la concorrenza o per crearsi originali nicchie di qualità all'interno della domanda mondiale.



Energia eolica. Gli impianti hanno bassi costi di mantenimento e smantellamento e componenti riciclabili/riutilizzabili

INTERVISTA | Corrado Clini | Ministro dell'Ambiente

## Crescita verde obiettivo condiviso

di Deborah Dirani

Ha confermato le scarse aspettative Rio +20, la conferenza Onu dedicata al futuro che vogliamo per il pianeta, che si è chiusa il 22 giugno a Rio de Janeiro. Ne parliamo con il ministro dell'Ambiente Corrado Clini. **Ministro, come giudica l'ultimo summit Rio +20?** Rio +20 è stato un miracolo, non un semplice successo. Fino a due giorni prima della conclusione, l'ipotesi più concreta era il fallimento, che avrebbe significato la chiusura a livello internazionale di una prospettiva di progresso verso lo sviluppo sostenibile. Avrebbe significato, cioè, che la stagione aperta nel '92 con lo storico summit della Terra si sarebbe chiusa nel 2012. E questo era atteso da molti, a partire dall'industria energetica mondiale, che si augurava che da Rio +20 i vincoli internazionali sulle politiche ambientali uscissero allentati. Le conclusioni del vertice,

invece, riconoscono che la crescita verde è l'obiettivo comune di tutti i Paesi del pianeta. Una crescita da realizzare dando priorità alla povertà e alle disuguaglianze e assumendo come criterio l'uso efficiente delle risorse naturali ed energetiche. Si tratta di un messaggio positivo e impegnativo, soprattutto se si considera che l'accordo è stato raggiunto dopo due anni di negoziati, nel mezzo di una crisi che avrebbe potuto suggerire di accantonare l'ambiente puntando sulla crescita. **Il punto su green economy e green technology in Italia?** Il volano della green economy è la riduzione dell'uso delle risorse naturali ed energetiche per sostenere lo sviluppo: quello che nel linguaggio internazionale viene chiamato "decoupling", il disaccoppiamento tra crescita economica e consumo delle risorse. Come ha messo in evidenza il Rapporto di Symbola, e come ha giustamente osservato Ermete Realacci

nel suo *Green Italy*, il nostro Paese è ricco di imprese che hanno messo a punto tecnologie e sistemi di gestione che consentono livelli elevati di efficienza in tutti i settori: dall'energia all'agricoltura, dalla siderurgia alla componentistica, dalla chimica (verde) all'illuminotecnica, dalla mobilità urbana al trasporto delle merci. Tecnologie e sistemi che aumentano la competitività delle nostre imprese nei mercati internazionali, che sono "assetati" di soluzioni innovative ed efficienti per ridurre i consumi di risorse senza compromettere la crescita: la Cina, l'India, il Brasile, il Sudafrica, l'Indonesia muovono questa domanda con investimenti imponenti. Solo la Cina nel 2011 ha investito 47 miliardi \$ per le "energie pulite" e ha destinato 50 miliardi \$ nel periodo 2012-15 per la protezione e conservazione delle risorse idriche.

Il testo integrale dell'intervista [www.ilsol24ore.com](http://www.ilsol24ore.com)

Mossi&Ghisolfi

## Da Vercelli il bioetanolo di seconda generazione

Leco-canna nel motore. Si può sintetizzare così la parabola degli stabilimenti Mossi & Ghisolfi di Crescentino, in provincia di Vercelli, leader nella chimica verde e nella produzione di bioetanolo. A fine 2012, dopo un lustro di sperimentazione, sarà infatti attivata la linea per produrre 40 mila tonnellate l'anno di bioetanolo partendo dall'Arundo donx, la canna comune. Un impianto modello sia per le dimensioni che per la materia prima scelta. Quello di Crescentino sarà il primo stabilimento al mondo a produrre su scala industriale bioetanolo di seconda generazione, ovvero bioetanolo che non deriva da colture alimentari, come il mais, i cereali o il frumento, bensì da biomassa lignocellulosa. Se il bioetanolo offre il doppio vantaggio di non entrare in concorrenza con le finalità alimentari del settore primario e di non interferire sull'andamento dei prezzi delle commodities, la scelta di produrre bioetanolo a partire dalla canna dolce offre un terzo beneficio: non sottrae superfici all'agricoltura. La canna comune, infatti, cresce sul limitare dei campi coltivati, sugli argini dei fiumi e sulle dune, e in condizioni ideali può crescere dai sei ai dieci metri l'anno. Il gruppo Mossi & Ghisolfi è il 2° gruppo chimico italiano, tra i maggiori

produttori di Pet al mondo (dal gruppo arriva il 13% circa del Pet usato nel mondo), leader nelle tecnologie, con più di venti siti tra centri di ricerca e impianti produttivi su quattro continenti, 2.300 addetti e un fatturato sopra i 2 miliardi di euro. Come spiega Vittorio Ghisolfi, fondatore dell'azienda, per raggiungere il primato hanno deciso di puntare su conversione verde e rinnovabili già da diversi anni: «Dal 2005 abbiamo spostato la



I numeri. 2.300 addetti, ricavi 2 mld

ricerca sulle fonti rinnovabili: nella convinzione che le materie prime per fare il poliestere possono tranquillamente essere ricavate dalle biomasse cellulosiche». Proprio l'innovazione, d'altra parte, è stata la cifra distintiva dell'azienda sin dalla sua fondazione, nel 1953. Quando la principale attività dell'impresa, con base a Tortona (AL), era la trasformazione di materie plastiche e la produzione di imballaggi. Con giusta intuizione Ghisolfi, negli anni Sessanta, spostò l'attività del gruppo verso la produzione, scegliendo di puntare sul Pet. Negli anni '70 il percorso è proseguito con l'acquisizione di "cervelli" provenienti dalla Montedison, combinazione che ha consentito ulteriori salti in avanti. Complice l'acquisizione della Chemtex, specializzata nel campo dell'ingegnerizzazione di tecnologie e realizzazione di impianti, il gruppo M&G si è avvantaggiato anche di importanti innovazioni di processo. E oggi, grazie a un programma di ricerca quinquennale da 120 milioni si arriva infine all'etanolo da lignocellulosa, progetto in partenariato con Politecnico e Università di Torino, Università di Genova, Enea, Cra, Crear e Regione Piemonte.

La.Ge.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Legambiente

## Per le energie rinnovabili la strada è quella giusta

Comuni rinnovabili, parlarne, fino a qualche anno fa sembrava utopistico, oggi non lo è più, come conferma Rossella Muroi, direttore di Legambiente. «Alla fine del 2011 - spiega il direttore - il 95% dei Comuni italiani possedeva sul proprio territorio almeno un impianto da fonte rinnovabile: oltre 400 mila impianti in grado di soddisfare il 26% dell'energia elettrica nazionale e il 14% di quella totale». Il processo interessa tutte le tecnologie pulite e vede protagonisti cittadini, aziende e i Comuni stessi. Oggi, 22 Comuni - di cui 16 in provincia di Bolzano - sono in grado di produrre più energia termica ed elettrica di quella consumata dai residenti sono invece 2.068. Risultati importanti che mettono in evidenza quanto le rinnovabili giochino un ruolo fondamentale nella bilancia energetica nazionale. A proposito del futuro delle energie rinnovabili, Muroi spiega che «a giudicare dai risultati già raggiunti nel mix energetico italiano, non si può

che pensare che la strada intrapresa sia quella giusta. È necessario però introdurre percorsi nuovi che premino l'autoproduzione di energia elettrica e termica e i contratti di vendita diretta dell'energia prodotta da nuovi impianti da fonti energetiche rinnovabili. Per esempio, rendere possibile la creazione di cooperative e società elettriche per la produzione e la vendita diretta all'utente finale di energia



Rossella Muroi, 37 anni

elettrica da fonti rinnovabili, dando loro la possibilità di produrre, immagazzinare, distribuire energia elettrica da nuovi impianti a soci e a utenze in ambiti geografici limitati». Per questo è importante incentivare a questo tipo di interventi e a tutti gli impianti da fonti rinnovabili non allacciati alla rete, attraverso una completa detassazione, che si giustifica pienamente con i vantaggi per il sistema. «Il futuro - conclude il direttore - sta nel mix delle fonti, in un modello di generazione distribuita, efficienza energetica e tecnologica». Un modello innovativo ed efficiente che necessita, però, di investimenti in reti energetiche in grado di gestire flussi di energia discontinui e bidirezionali, che "sappia considerare" i cicli di produzione dal vento e dal sole nelle diverse parti del Paese. Occorre puntare sul potenziamento della rete, sullo stoccaggio dell'energia elettrica e sull'avvicinamento tra domanda e produzione, per ridurre anche le perdite della rete che nel 2010 sono state pari a 20 TWh, cioè il fabbisogno elettrico annuo di circa 7 milioni di famiglie.

De.D.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Sartoria Inglese

## Grazie a internet il 70% dei ricavi arriva dal Giappone

di Laura Genga

Bello, qualità, tradizione, creatività e occhio attento all'innovazione. Sono questi gli ingredienti della Sartoria Inglese, una formula così efficace che proprio dal laboratorio di Ginosà di Puglia proveniva la camicia indossata dal principe William al ricevimento di nozze il giorno del matrimonio con Kate Middleton. E sempre da Angelo Inglese sono firmate le camicie che vestono l'ex premier nipponico Yukio Hatoyama, così come il re di Norvegia.

Ein effetti per la Sartoria Angelo Inglese cucire le camicie è una forma di arte, che richiede sapienza, dedizione e 25 ore di lavoro al pezzo. Tante ce ne vogliono, infatti, per cucire una camicia a mano, asole, collo e polsini compresi. Per potersi pregiare di tanta sapienza e per poter vestire i reali, una nota sartoria britannica - dopo il matrimonio del principe William - ha provato a comprare il marchio della sartoria pugliese. Ma non tutto è in vendita. Così la Sartoria Inglese, caso paradigmatico del made in Italy di qualità, è rimasta 100% italiana, mantenendo una tradizione che dura da ben tre generazioni.

Bisogna risalire agli inizi del Novecento, infatti, per raccontare la nascita del laboratorio. All'epoca la nonna materna di Angelo, Annunziata, rimasta vedova, puntò su quella che per Ginosà era una tradizione, la sartoria artigianale appunto, per sfamare i suoi quattro figli. Ma scelse con lungimiranza di unire alla tradizione alcune significative innovazioni provenienti dalle "Americhe": nuovi disegni per i modelli e, soprattutto, nuovi tessuti. Passione, qualità, tradizione e innovazione si sono rivelati i quattro pilastri del laboratorio, che è cresciuto ed è sopravvissuto, con qualche aggiustamento di rotta, anche alla rivoluzione dell'industria del tessile confezionato. Negli anni Sessanta, quando ha fatto la sua irruzione sul mercato il prêt-à-porter a prezzi accessibili e la sartoria è passata nelle mani degli zii di Angelo, il laboratorio Inglese ha affiancato alla vendita di camicie fatte a mano quella confezionata. Una scelta, al tempo, quasi obbligata, che ha consentito al laboratorio di sopravvivere,



Angelo Inglese, 39 anni

## TESTE NOBILI

Dal laboratorio di Ginosà di Puglia proveniva la camicia indossata da William al ricevimento nel matrimonio con Kate Middleton

mentre intorno tante sartorie chiudevano. Ma a riportare il core business della Sartoria Inglese sugli abiti cuciti a mano ci ha pensato Angelo, recuperando la tradizione di famiglia e contaminandola con nuovi saperi. «Ho messo a frutto l'esperienza in famiglia e tutto quello che avevo imparato fuori. Ho dato ascolto alla mia passione: mi sono rimboccato le maniche per recuperare la qualità di un tempo e dare a tutta la maestria della bottega un'impronta più moderna». Una modernità che è passata e passa tuttora per un aggiornamento continuo, per una rivisitazione dei modelli e dei disegni tradizionali, nonché per l'apertura di nuovi mercati e nuovi canali di distribuzione.

Grazie alla diffusione di Internet, agli inizi degli anni Duemila, Angelo carica sulla rete alcune foto e filmati dei propri manufatti per mostrarli anche sul mercato del Sol Levante. E la risposta non si fa attendere. Tuttora gli ordini dal Giappone valgono ben il 70% del suo fatturato all'estero. L'ultimo passo di questo percorso è stato acquistare e far restaurare il seicentesco Palazzo dell'Arciprete, per trasferire lì la sartoria e affiancare al laboratorio anche una scuola di "taglio e cucito" per salvare la sapienza artigianale di Ginosà.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LETTURE



### Green Italy

■ C'è un Paese nascosto, di cui nessuno parla mai. Non è il Paese delle grandi opere e dei nomi altisonanti, non è il Paese che vacilla sotto i colpi della crisi. È il Paese della consapevolezza e delle buone prassi, quelle vere non quelle da chiacchiere nei palazzi. Scoprirlo in questo periodo è pratica che rinfresca cuore e speranza. Scoprirlo si può leggendo *Green Italy* (Chiarelettere), l'ultimo lavoro di Ermete Realacci.



### Per un'Italia possibile. La cultura salverà il nostro Paese?

■ L'Italia ha fagocitato un patrimonio artistico unico al mondo sacrificandolo spesso a interessi economici dominanti. Ora è in crisi tutto il sistema. Ma se si pensa che i giapponesi usano lo stesso ideogramma per le parole crisi e occasione, il volume (Mondadori) scritto da Iliana Borletti Buitoni, presidente del Fai, diventa un auspicio in cui al punto interrogativo si sostituisce quello esclamativo.



### Futuro artigiano. L'innovazione nelle mani degli italiani

■ Diciamocelo: l'Italia è stata fatta grande dal lavoro artigianale. Da quello delle piccole botteghe ai geni del design e dell'architettura. L'Italia ora langue sotto i colpi della crisi e se a risollevarla fossero proprio gli artigiani? Leggetevi il libro (Marsilio) di Stefano Micelli. Quindi, una volta terminato, sarà tempo di mettersi al lavoro.



### L'Italia che verrà, industria culturale, made in Italy e territori

■ Il Rapporto sulle industrie culturali e il made in Italy è promosso da Unioncamere e Fondazione Symbola in collaborazione con la Regione Marche. Verrà presentato il 20 luglio prossimo a Treia, nell'ambito del decimo seminario estivo organizzato dalla Fondazione Symbola. (De.D.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA