

ROBERTO DE DONNO

Made in Italy contro la crisi

È ormai una costante di molti opinionisti economici e di alcuni esperti di finanza internazionale alimentare la preoccupazione o la sfiducia verso una possibile ripresa dall'attuale condizione di crisi mondiale. Per questo l'attuale crisi non permette nessuna sottovalutazione o addirittura un'analisi superficiale e generica. Tuttavia, penso che un'iniezione di fiducia e di ottimismo possano contribuire notevolmente alla ripresa economica e finanziaria a livello internazionale, ponendo in evidenza quei casi aziendali o territoriali che si misurano con l'attuale crisi senza gravi contraccolpi sul piano economico e produttivo, mantenendo pressoché stabile anche il loro livello di produttività e di fatturato. Da più parti si possono osservare e esaminare anche "casi" italiani che affrontano la crisi mediante le armi dell'innovazione, della ricerca e dell'internazionalizzazione. Investono in R&S, aprono le proprie aziende a personale altamente qualificato e definiscono strategie di sviluppo incentrate sulla qualità dei prodotti e sulla loro esclusività.

Alcuni esempi sono già noti, come l'industria italiana delle piastrelle di ceramica, che copre il 9% della produzione mondiale, oppure il distretto reggiano della meccatronica che ha alcune aziende capaci di fatturare circa l'80% solo con l'estero, acquisendo posizioni di leadership in ambito mondiale. Casi importanti che denotano la capacità

del tessuto imprenditoriale "made in Italy" di superare e affrontare la crisi senza rilevanti ripercussioni economiche e sociali. Penso che sia necessario ripartire proprio da questi casi di successo aziendale e considerarli dei modelli per le altre imprese, imprimendo così sulla leva dell'ottimismo e soprattutto sulla possibilità che si possa raggiungere concretamente l'inizio di un nuovo ciclo di ripresa economica e di rilancio produttivo in ambito internazionale. Sono convinto che tale atteggiamento sia indispensabile, forse pure obbligatorio, per chiunque si occupi di economia e di finanza, com'anche di marketing e di formazione manageriale, in quanto determinano indirizzi, linee strategiche e contribuiscono notevolmente alla costruzione di un immaginario collettivo.

L'Italia ha tutti gli strumenti per superare l'attuale fase congiunturale, possiede il dinamismo delle Pmi e il prestigio della grande industria, l'autorevolezza del design e il valore dell'ingegneria, ma anche la bellezza delle sue città d'arte e il fascino del suo territorio con l'infinita costa e l'innomerevole entroterra fatto di antichi borghi e di millenarie usanze e costumi. Ecco risiede proprio in queste qualità, esclusivamente "made in Italy", l'arma più semplice e più influente per guardare il futuro con più fiducia, ottimismo e speranza. È il vero e il più potente antidoto contro la crisi.