

MANIFESTO

“Oltre la crisi” L’Italia deve fare l’Italia

L’Italia è in crisi, una crisi profonda e drammatica. Ma non è un paese senza futuro. È molto popolare, in patria e all'estero, la tesi del nostro inarrestabile declino: che manca però del sostegno dei fatti, fa torto a chi lavora, fa danno al Paese e distoglie dai veri problemi da risolvere.

Nessuno lo nega, siamo zavorrati da guai che vengono da lontano, e che vanno ben oltre il debito pubblico: le diseguaglianze sociali, l’economia in nero, quella criminale, il ritardo del Sud, una burocrazia spesso persecutoria e inefficace. La crisi mondiale si è innestata su questi mali, incancrenendoli. Rimediare non sarà facile. Ma non è impossibile, se non ci lasciamo ipnotizzare dalla retorica dell’apocalisse.

Il giudizio negativo sull’Italia nasce da un clima di enorme, e pericolosa, confusione. È confusa l’opinione pubblica interna, trascinata in un cronico stato di pessimismo e frustrazione. C’è confusione tra gli addetti ai lavori, e tra gli osservatori e gli investitori stranieri, inclini a fare proprio questo giudizio, infondato ma senza appello. Tutto ciò, ovviamente, porta grave detimento per la nostra immagine internazionale. E rende difficilissima la stessa diagnosi dei mali del Paese: col rischio che vengano formulate ricette non adeguate per porvi rimedio.

La tesi del declino è supportata principalmente dalle pessime performance del Pil nazionale. Che però non fa distinzione tra un mercato interno prostrato dalla crisi e dall’austerità, e le ottime prestazioni internazionali delle imprese, del turismo e dell’agroalimentare. Siamo uno dei più grandi esportatori al mondo - soprattutto grazie ai nostri distretti - siamo una delle mete turistiche preferite del nuovo turismo mondiale. Ha le sue radici in questa difficoltà degli indicatori economici tradizionali (come le dinamiche delle quote di mercato nell’export mondiale) a cogliere i mutamenti in atto nel nostro Paese – difficoltà acuita dai rivolgimenti epocali avvenuti nel decennio: la crescente concorrenza dei paesi emergenti e la grande recessione. E si alimenta della divaricazione crescente tra i risultati eccellenti ottenuti meritoriamente sul campo dalla aziende nazionali e il deterioramento del sistema paese.

Quello che da questa confusione non emerge, invece, sono due tendenze molto positive: due ponti lanciati verso il futuro che fanno carta straccia delle profezie negative, e indicano una rotta, la via per restituire coraggio e convinzione agli italiani.

La prima. L’Italia non è una delle vittime della globalizzazione, anzi: ha profondamente modificato la sua specializzazione internazionale, modernizzandola e ‘sincronizzandola’ con le nuove richieste dei mercati. Abbiamo saputo costruire valore aggiunto in settori – quelli tradizionali del made in Italy: il tessile-abbigliamento, le calzature, i mobili, la nautica - in cui ci davano per spacciati a causa della

concorrenza dei paesi emergenti. E abbiamo creato nuove specializzazioni, come nella meccanica - oggi di gran lunga il settore più importante per surplus commerciale con l'estero - nei prodotti innovativi per l'edilizia, nei mezzi di trasporto diversi dagli autoveicoli e nella chimica – farmaceutica. Si spiega così il fatto che nel 1999 il nostro Paese era quinto nell'UE-27 per saldo commerciale normalizzato nei manufatti, e nel 2012 è salito al terzo posto.

La seconda tendenza: proprio grazie a questa nuova specializzazione - mentre la recessione globale e l'austerità facevano crollare la nostra domanda interna, e con essa Pil e occupazione - le imprese italiane hanno registrato eccellenti performance sui mercati internazionali. Tra ottobre 2008 e giugno 2012 il fatturato estero dell'industria italiana è cresciuto più di quello tedesco e francese (Eurostat). Nel 2012 siamo stati tra i soli cinque paesi al mondo (con Cina, Germania, Giappone e Corea del Sud) ad avere un saldo commerciale con l'estero superiore ai 100 miliardi di dollari (per i manufatti non alimentari). Su un totale di 5.117 prodotti (il massimo livello di disaggregazione statistica del commercio mondiale) nel 2011 l'Italia si è piazzata prima, seconda o terza al mondo per attivo commerciale con l'estero in ben 946 casi.

Se puntiamo la lente sui paesi extra Ue - i mercati più promettenti, quelli su cui si deciderà il futuro del commercio mondiale - questa Italia 'in declino' è il secondo paese dell'UE, dopo la Germania, per surplus commerciale nei manufatti non alimentari (con un attivo di 63 miliardi di euro nel 2012). Mentre, appunto, sul mercato domestico domanda e produzione crollavano per ragioni che, evidentemente, nulla hanno a che vedere con la competitività delle imprese.

Non solo l'export sfata i luoghi comuni sbandierati dalla propaganda declinista. Il settore italiano del turismo è additato come uno dei protagonisti della nostra inevitabile uscita di scena. Di vero c'è, ancora una volta, che la crisi economica ha imposto tagli pesanti alle spese degli italiani. Ma l'afflusso di stranieri è in aumento. Se dismettiamo indicatori approssimativi (come quello degli arrivi di turisti internazionali, falsato dalla presenza di grandi hub internazionali e dai viaggi di lavoro), scopriamo che l'Italia, che per numero di pernottamenti di turisti stranieri è seconda in Europa soltanto alla Spagna, è addirittura il primo paese europeo per i turisti extra-UE (con 54 milioni di notti). Siamo la meta preferita per i visitatori da Cina, Giappone e Brasile; siamo alla pari con la Gran Bretagna per le provenienze dagli Stati Uniti; secondi per arrivi da Canada, Sudafrica, Australia, Russia.

Davvero ardito, dunque, parlare di un paese sul viale del tramonto. Non siamo una nazione di macerie e di cittadini rassegnati. Sappiamo competere, invece.

Allora, piuttosto che le sirene del declino dobbiamo prestare attenzione al messaggio e alle richieste dei tanti protagonisti di questo *made in Italy* rinnovato. Che stanno affermando un modello di sviluppo nuovo, ma perfettamente in linea con la grande vocazione nazionale: la qualità. Dove la bellezza è un fattore produttivo determinante e la cultura, sposata magari alle nuove tecnologie, un incubatore d'impresa. Una via italiana alla green economy in cui l'innovazione è un'attitudine che investe anche le attività più tradizionali - dove le eccellenze agroalimentari sono un volano per l'artigianato e il turismo, e viceversa – le cui straordinarie materie prime sono la qualità della vita, la coesione sociale, il capitale umano, i saperi del territorio.

Da qui dobbiamo ripartire, dal nostro irripetibile “ecosistema produttivo”. Dalla qualità, da questa via tutta italiana alla green economy. Incentivando la ricerca, l’ICT e l’innovazione non solo tecnologica ma anche organizzativa, comunicativa, di marketing. Sostenendo, con azioni di sistema, gli sforzi di internazionalizzazione del nostro manifatturiero, delle filiere culturali e turistiche. Con una politica industriale che faccia perno sulla valorizzazione dei nostri pilastri - manifattura, turismo, cultura, agricoltura – e indichi proprio nella sostenibilità e nella green economy la via da seguire. E con una politica fiscale conseguente, che sposti la tassazione dal lavoro verso il consumo di risorse, la produzione di rifiuti, l’inquinamento. Che incentivi la formazione, l’inclusione sociale e il contributo dei giovani e delle donne alla società e all’economia italiane. Che sostenga gli investimenti per competere nell’economia reale a scapito di quelli per fare speculazione sui mercati finanziari. Dove la burocrazia cessi finalmente di essere un freno per le imprese. Le aziende più piccole vanno accompagnate a lavorare di più in rete o in consorzio. Il turismo potrebbe intercettare più viaggiatori stranieri se l’Italia avesse migliori infrastrutture di trasporto e logistiche, se gli aeroporti italiani fossero meno periferici nelle tratte intercontinentali. Se lo sforzo promozionale dell’immagine dell’Italia all’estero non fosse polverizzato e spesso inconcludente, se le strutture ricettive fossero ammodernate e messe in rete con le tante eccellenze (culturali, paesaggistiche, produttive) del Paese. La lotta all’illegalità, alla contraffazione e all’*Italian sounding* deve diventare una priorità imprescindibile. Come pure le misure per strutturare reti distributive più forti, anche all’estero. Né si può prescindere dal garantire liquidità all’economia nazionale. Per sostenere le famiglie e far ripartire i consumi interni. E per garantire alle aziende, anche grazie ad un nuovo ruolo della Cassa depositi e prestiti, il credito necessario a rilanciare gli investimenti.

L’Italia, insomma, ce la può fare. È semplicemente necessario che venga messa nelle condizioni di poter fare l’Italia.

I primi firmatari del Manifesto:

Ferruccio Dardanello, Presidente Unioncamere
Marco Fortis, Vicepresidente Fondazione Edison
Ermete Realacci, Presidente Fondazione Symbola
Anton Francesco Albertoni, Presidente UCINA
Catia Bastioli, Presidente Kyoto Club
Vincenzo Boccia, Vicepresidente e Presidente Piccola Industria Confindustria
Aldo Bonomi, Fondatore e Direttore Consorzio AASTER
Sandro Bonomi, Presidente ANIMA
Luigi Campiglio, Università Cattolica Milano
Giorgio Cannara, Presidente AIMPEs
Maurizio Casasco, Presidente nazionale Confapi
Fulvio Coltorti, Direttore emerito e Consigliere economico dell’Area Studi Mediobanca
Filippo Ferrua, Presidente Federalimentare
Cesare Fumagalli, Segretario generale Confartigianato
Marco Frey, Presidente Comitato scientifico Symbola
Claudio Gagliardi, Segretario generale Unioncamere
Mauro Gallegati, Università Politecnica delle Marche
Maurizio Gardini, Presidente nazionale Confcooperative

Enzo Gesmundo, Segretario generale Coldiretti
Mario Guidi, Presidente nazionale Confagricoltura
Ivan Lo Bello, Vicepresidente per l'Education Confindustria
Giancarlo Losma, Presidente Federmacchine
Ivan Malavasi, Presidente Nazionale Cna
Vincenzo Mannino, Segretario generale Confcooperative
Sergio Marini, Presidente Coldiretti Nazionale
Luigi Mastrobuono, Direttore generale Confagricoltura
Rino Mastrotto, Presidente nazionale UNIC
Giorgio Merletti, Presidente nazionale Confartigianato
Stefano Micelli, Università Cà Foscari Venezia
Fabrizio Palenzona, Presidente Aiscat
Franco Pasquali, Presidente Forum Fondazione Symbola
Giuliano Poletti, Presidente nazionale Legacoop
Agostino Re Rebaudengo, Presidente assoRinnovabili
Fabio Renzi, Segretario generale Fondazione Symbola
Sergio Silvestrini, Segretario generale Cna
Roberto Snaidero, Presidente Federlegno – Arredo Nazionale
Domenico Sturabotti, Direttore Fondazione Symbola
Valter Taranzano, Presidente Federazione Distretti Italiani
Marco Venturi, Presidente nazionale Confesercenti
Marco Vitale, Presidente Vitale Novello & Co Management and Strategic Consultant
Stefano Zamagni, Università di Bologna

Hanno aderito:

Pietro Marcolini, Assessore Cultura e Bilancio Regione Marche
Ugo Bacchella, Presidente Fondazione Fitzcarraldo
Antonio Gozzi, Presidente Federacciai
G.B. Zorzoli, Portavoce Coordinamento FREE
Paolo Pasini, Segretario generale ANEST
Aldo Poli, Presidente Fondazione Banca del Monte di Lombardia
Fabrizio Filippi, Presidente Consorzio Tutela Olio Extravergine Oliva Toscano Igp
Claudio Granelli, Architetto
Bartolomeo Visconti, Ingegnere, Polithema Società di Ingegneria
Claudio Gualdi, IES Italiana Energia e Servizi S.p.A.
Vittorio Andidero, AD Gruppo Andidero Sviluppo Immobiliare Turistico
Sandro Polci, Senior Partner Cresme Consulting
Maria Francesca Moroni, Corporate Communication and Marketing in Extra Comunicazione
Maurizio Mastrolempbo, Ricercatore socio-economico
Mariano Focareta, Geologo
Paolo Pigliacelli, Responsabile Progetti Federparchi
Alessandro Paciello, Presidente Aida Partners Ogilvy PR
Giorgio Gori, Imprenditore
Adele Gambaro, Senatore della Repubblica

Gianluca Benamati, Onorevole della Repubblica
Emanuele Lodolini, Onorevole della Repubblica
Andrea Pedrazzini, Marketing & Comunicazione - azienda italiana produttrice di sale uso alimentare
Manuel Ciocci, Responsabile Area Economica – Fondazione R.ETE. Imprese Italia
Giulia Moraschi, Architetto
Paolo Marsili, Dir. Resp. Servizio Sistemi Informativi e Infrastrutture ISPRA
Enrico Realacci, Architetto, titolare dello studio ERA – Enrico Realacci Architectures
Andrea Zavanella, Presidente CNA Provinciale Pisa, Amministratore Delegato Formatica srl
Sara Petroccia, Fondazione Lee Iacocca
Luigino Quarchioni, Presidente legambiente marche
Ines Caloisi, pres. TIA (www.tiassociazione.org)
Francesco Stefani, Imprenditore
Valter Pisani, Dirigente d'azienda settore gomma
Nicola Alberta, Segretario generale FIM-CISL Lombardia
Amilcare Merlo, presidente Ad Merlo Spa
Paolo Ragno, dipendente Confartigianato Verona
Gian Primo Monaci, Presidente della Monaci & Associati Srl
Mario Bruzzese, Insegnante
Marco Lucca, Lavoratore Autonomo
Pietro Bazzoni, fondatore "officine italiane innovazione"
Andrea Di Benedetto, Presidente CNA Giovani Imprenditori
Giovanni Hermanin, Ambientalista, amministratore
Marco Cappellini, CEO Centrica - Parco dell'Innovazione "Le Murate"
Maria Rita Fiasco, Senior Partner Gruppo Pragma Srl e co-founder Intoote Scarl
Lorenzo Belli, Presidente Associazione Alkedo
Monica Mirri, Account Manager
Pietro Pagliuca, Dirigente Coldiretti
Enrico Marramiero
Ugo Salerno, amministratore delegato. RINA. S.p.a.
Stefano Gasperi, Consigliere comune Cavezzo (MO)
Ferindo Palombella, presidente c.c.i.a.a. viterbo
Nello Rapini, Amministratore Delegato Eurosviluppo SpA (www.eurosviluppospa.it)
Piero Sassone, vice presidente. Confcommercio piemonte
Cristiano Olivotto, Ceo M3
Massimo Vaccari, Imprenditore
Luigi Santalucia, Sindaco di Treia (MC)
Andrea Cappelletto, Direttore Tecnoparco Del Lago Maggiore SpA
Marco De Guzzis, Amministratore Delegato Editalia
Carlo Vaccari, Imprenditore
Federico Poli, Direttore La Filippa
Stefano Arvati, Presidente Renovo Spa
Michele Manelli, Presidente Salcheto
Alberto Cavalli, Direttore - Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte
Duccio Bianchi, Ambienteitalia
Antonio Ferro, Presidente Extra Comunicazione

Rossella Giannotti, Presidente di ASSA S.c.c.
Edoardo Marinelli, Cittadino italiano
Alfonso Mercurio, Prof. Arch. Presidente AMA Group
Luciano Sita, Vice Presidente Nomisma
Assunta Maria Brachetta, Legambiente, Assemblea nazionale
Stefano Palmucci, Libero Professionista
Mariangela Cassano, Responsabile Eventi Symbola
Ferruccio Giovanelli, Impiegato pubblico
Carlo Cambi, Giornalista scrittore
Marco Caprai, Amministratore Arnaldo Caprai Soc. Agricola
Boris Zobel, Comitato scientifico SpazioComune
Leonardo Rapisarda, Libero Professionista
Luca Mario Manzoni, Presidente e Amministratore delegato Nuncas Italia Spa
Alberto Mattiacci, Professore
Gabriele Giansante, Insegnante
Silvio Argentati, Architetto - Argentati e Associati Studio di Architettura
Cosimo La Barbera
Nino Martino, culturanatura.it
Alessandra Calzecchi Onesti, Impiegata
Sergio Remi, Consulente Trentino Sviluppo Spa
Primo Barzoni, Presidente Palm spa
Sonia Russo
Laura De Benedetto, Co-Fondatrice di MakeTank Srl (www.maketank.it)
Adalberto Fiore, Imprenditore
Piero Orsola, Agente Commerciale
Emiliano Cecchini, La Fabbrica del Sole
Giorgio Roverato, Docente di Storia Economica e dell'Impresa – Università di Padova
Antonello Sanna, Direttore Dipartimento DICAAR Università di Cagliari
Averaldo Farri, Consigliere Delegato Power-One Spa
Laura Tommasi, Ricercatrice
Carla Sannicola, Agente di sviluppo, ricercatrice
Alessio Capriolo, Responsabile Valutazioni economiche per l'ambiente - ISPRA
Giancarlo Nardi, Impiegato tecnico amministrativo Regione Marche
Maria Giulia Fierro, Impiegato pubblico
Adriano Tomba, Presidente UCID -Unione Cristiana Imprenditori e Dirigenti - Veneto
Carlo Puri Negri, Presidente di SACRA spa
Alberto Valentini, Professionista
Carlo Giausa, Direttore servizi di investimento Fineco Bank
Carlo Degano, Amministratore Delegato Hill&Knowlton Gaia
Angelo Paladino, Avvocato socio fondatore
Renato Pasqualetti, Presidente Fondazione Orchestra Regionale delle Marche
Attilio Scienza, Docente universitario
Italo Giardina, Pensionato
Nicola Ucciero, Responsabile relazioni esterne e commerciali DeRev srl
Gianpiero Masera, Segretario Generale delle Camere di commercio

di Biella e di Vercelli

Daniela Fontana, Distretti

Ugo Bernasconi, Titolare Bernasconi Srl

Massimo Culini, Responsabile Area “Ricerche di mercato” di Almaviva Contact S.p.A.

Paolo Primavera, Imprenditore

Paolo Carnazza, Economista/Ministero dello Sviluppo Economico

Giuseppe Giordo, Segretario Generale UnionCamere Sardegna

Maria Chiara Turci, Professore di Statistica Economica, SAPIENZA Università di Roma

Barbara Rizzo

Maurizio Bèbuin, direttore artistico Santibriganti Teatro - Torino

Fabio Matteuzzi, Responsabile U.O. Attività Culturali, Provincia di Bologna

Elisabetta Salvati, Direttore AFORISMA Business School© OPRA Formazione

Bianca Susanna, Design & marketing azienda Legnomagia/made-in-Italy

Davide Orlando, Consulente ICT, App Developer

Paolo Pulicani, Responsabile R&D Keimei S.r.l.

Claudio Puliti, Chimico

Alessandra Carroni, SETTORE IMPIANTI ELETTRICI

Adriano Ciaffi, Ex deputato

Ilaria Catastini, Imprenditrice e manager

Paolo Castelnovi, Associazione Landscapefor

Daniele Piatti, Sindaco di Loro Piceno (MC)

Myriam Ines Giangiacomo, Presidente Scuola Superiore di Filosofia in Pratica

Franco Capponi, Presidente “ Ente Disfida del Bracciale di TREIA (MC)

Donatella Frezzotti, Ricercatrice e Presidente del Polo Sociale di Mantova

Giuliano Meini, Presidente Ortipesani / RadiciContadine