

Saggistica

Lo stile del Belpaese tra storia, economia e cultura

«Comprare il Made in Italy è un affare, ma la qualità è tale solo se fatta in patria»

Romano Benini parla del libro che ripercorre la vicenda di un popolo di trasformatori di materie

Paolo Grieco

■ Fino a che punto ci rendiamo conto di quanto valgono i prodotti italiani? La nostra capacità lavorativa, iniziata fin dalla civiltà etrusca, ci ha contraddistinto ovunque e ha reso il "Made in Italy" un'espressione della quale dovremmo essere orgogliosi in quanto, a livello internazionale, sta a significare qualità pregiata e abilità creativa, invidiate e insuperabili.

È la tesi di Romano Benini nel prezioso saggio «Lo stile Italiano, Storia economia e cultura del Made in Italy» (Donzelli editore), in cui l'autore, esperto di prim'ordine in materia, essendo docente di Italian Fashion Industries alla Sapienza, professore straordinario di Sociologia economica e del welfare alla Link Campus University sempre a Roma, e giornalista economico conduttore di programmi Rai, ha brillantemente esposto la storia della nostra inventiva, del nostro stile di vita dovuto ad un popolo che ha lavorato con intelligenza e fantasia. Benini ha accettato volentieri

l'intervista per il nostro quotidiano essendo cresciuto a Brescia, allievo del liceo Arnaldo, e considera la città capace di tenere insieme l'economia e la cultura come poche altre.

La nostra creatività risale alla civiltà etrusca, è stata trasmessa nella Roma imperiale, nell'Umanesimo, nel Rinascimento fino ad oggi e gli italiani hanno saputo portarla persino dove sono emigrati...

L'inventiva italiana è dovuta soprattutto al fatto che siamo poveri di materie prime e abbiamo dovuto arrangiarci, divenire trasformatori e il risultato è stato apprezzato ovunque. Un esempio. Gli agricoltori bresciani che andarono in Australia furono premiati dal re d'Inghilterra per aver rilanciato l'industria della canna da zucchero.

Nel descrivere nei secoli la storia dell'arte, della moda, dell'artigianato, della gastronomia, del design, del ruolo delle piccole imprese, dell'artigianato, e della manifattura dell'Italia, lei ha accennato anche alla politica che sem-

bra aver ostacolato lo sviluppo del nostro Paese...

Sì. La politica italiana non ha aiutato lo sviluppo dell'economia italiana, come invece è stato fatto in Francia e in Inghilterra. Ma c'è di più. Pensiamo alle figure di Enrico Mattei e di Adriano Olivetti. Alla morte di quest'ultimo, Bruno Visentini divenne presidente della società, tuttavia l'allora amministratore delegato della Fiat, Vittorio Valletta, affermò, che nel futuro dell'Olivetti vi era un neo da estirpare: l'essersi introdotta nel settore elettronico troppo costoso. Così abbiamo regalato agli americani i brevetti dell'informatica, un'industria nascente.

Qual è la sua opinione sul fatto che molte nostre aziende sono state acquistate dagli stranieri?

Comprare il "Made in Italy" è un grandissimo affare. L'LVMH è divenuta oggi la prima azienda capitalizzata di Francia grazie all'acquisizione di marchi come Bulgari o Gucci. Un affare, dicevo, ma a patto che il "Made in Italy" resti in Italia. Al contrario quelli

che comprano per trasferire all'estero la produzione non hanno successo. Le qualità dei nostri prodotti, infatti, non si possono riprodurre al di fuori del contesto italiano.

Lei giustamente ha evidenziato il legame fra la cultura italiana e il bello, ma ritiene che nell'epoca della globalizzazione vi sarà ancora spazio per lo stile italiano?

In realtà la globalizzazione porta, se riusciamo a trasferire il nostro stile, ad un aumento della domanda. Può essere una grande occasione in Italia se cresce la capacità di difendere la qualità del "Made in Italy" rispetto alla contraffazione, che deriva soprattutto dal fatto che i nostri prodotti sono quotati e quindi imitati. Il nostro modello deve rimanere locale, pur agendo globalmente. L'Italia è il quinto paese con un avanzo commerciale al mondo e il secondo, in Europa, dopo la Germania. La maggiore esportazione, rispetto a quello che compriamo, si deve alla qualità. Le aziende cercano tecnici specializzati e operatori di marketing. Non si trovano, allora la disoccupazione in Italia si combatte solo se le famiglie e la scuola orientano i giovani ad apprendere i mestieri della nostra grande tradizione manifatturiera. //

L'autore racconta la vicenda degli agricoltori bresciani che furono premiati dal re d'Inghilterra



«Il sarto». Il dipinto di G. B. Moroni (1570, National Gallery Londra) in copertina



L'autore. Romano Benini è cresciuto nella nostra città

