

CRONACA VERA

LA FORZA DEL BRAND ITALIA

di **Andrea Di Consoli**

► Storia economica del "Made in Italy".

Davvero notevole il tentativo di indagare le origini storiche del "Made in Italy" di Romano Benini, autore de *Lo stile italiano. Storia, economia e cultura del Made in Italy* (Donzelli, 344 pagg., 22 euro). Dall'epoca romana a quella medievale, dalla tradizione municipale a quella delle Repubbliche marinare, Benini inquadra bene l'origine del concetto di benessere e del bello artigianale in Italia, che sempre origina dal *genius loci*, che nel saggio funge quasi da contraltare rispetto alla produzione standard globale, infinitamente imitabile. Dopo l'ampio excursus storico, Benini indaga i punti di forza attuali delle cosiddette "4 a" (Alimentari, Abbigliamento, Arredo, Automazione): «Nel complesso degli 850 prodotti in cui l'Italia sale sul podio, ben 370 appartengono al comparto della automazione-meccanica-gomma-plastica e

generano un saldo attivo di 90 miliardi di dollari; 250 appartengono all'abbigliamento-moda e danno origine a un surplus di 34 miliardi di dollari; 70 prodotti rientrano nel comparto degli alimentari-vini, con un saldo attivo di circa 20 miliardi; 40 prodotti appartengono all'arredo-casa e generano un avanzo commerciale di circa 15 miliardi all'anno». Benini, inoltre, sottolinea la centralità del paesaggio nel "brand Italia" e, dati alla mano, l'importanza economica delle imprese creative: «Il numero complessivo delle imprese del sistema produttivo culturale e creativo italiano, classificato dalla ricerca della Fondazione Symbola, ammonta a circa 420 mila imprese, che incidono per il 7% sul totale delle attività economiche del Belpaese». Infine, qualche nota dolente: la scommessa abbandonata e persa dell'elettronica all'indomani della morte di Adriano Olivetti, e il grande problema delle contraffazioni manifatturiere.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

