

Un libro, un caso

Tra identità e storia: con lo stile italiano si può superare (anche) la crisi

È l'«economia del bello e del benfatto» che consente all'Italia di essere al quinto posto nel mondo per surplus commerciale e al settimo tra le nazioni manifatturiere. A spingere il bel paese sul podio sono le «4 A»: Alimentari-vini, Abbigliamento-moda, Arredo-casa, Automazione-meccanica-gomma-plastica.

Nonostante le dimensioni ridotte delle imprese, con 850 prodotti il Made in Italy si afferma nell'economia globale grazie alla capacità di creare prodotti dalle caratteristiche quasi «sartoriali». Il successo del Made in Italy è nello stile: nel giusto mix di artigianalità, autenticità, competenza, creatività, interpretazione, relazione, sistema e territorio, originalità e unicità, talento, valore.



La copertina

«Lo stile italiano»

Romano Benini **Donzelli**

346 pagine,

18,70 euro

(ePub 14,99 euro)

a cura di **Monica Mattioli**
momatt@iol.it

«Erede dell'innovazione di una tradizione», lo stile è l'espressione di una «cultura collettiva» e di una «pratica sociale», di un'identità radicata che contrasta l'uniformità dei prodotti standardizzati. Per analizzare l'economia del Made in Italy Romano Benini ne racconta la storia appassionante, lunga millenni. E, poiché lo stile italiano «si realizza nel rapporto con l'etica», dopo averne approfondito la cultura, propone un decalogo perché gli italiani di oggi «sappiano fare al loro meglio gli italiani». Si può uscire dalla crisi facendo tesoro della propria storia e della propria identità, purché «la politica affianchi l'economia» e «la scuola sostenga la conoscenza».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

