

La sfida della Soft Economy

 **Symbola**
FONDAZIONE PER LE QUALITÀ ITALIANE
www.symbola.net

Symbola vuol dire "mettere insieme": così i Greci chiamavano le due parti spezzate di un oggetto, spesso un medaglione, che ricomposte servivano come mezzo di riconoscimento. La nostra Fondazione vuole fare appunto questo: mettere insieme esperienze diverse accomunate dalla scommessa sulla qualità.

Symbola means "to combine": with this term the Greeks indicated the two parts which made up one thing, such as a medallion, which served as an identification mark when they were joined. This is the aim of the Symbola foundation: to combine different experiences which share the common target of quality.

EDITORIALE

di Ermete Realacci, Presidente di Symbola

Spesso l'Italia viene presentata come un paese stanco, spaventato, che ha poca fiducia nel futuro. Gli organi di informazione italiani, e tanta parte dei commentatori, sono sempre pronti a riprendere ed ampliare le critiche che vengono da altri Paesi. O a dare credito assoluto a classifiche internazionali sulla competitività, in cui l'Italia occupa spesso posizioni imbarazzanti. Eppure, nell'ultimo quadriennio le esportazioni sono cresciute del 30%, con un più 10% nel solo 2007. In Europa solo la Germania ha saputo fare di meglio. Un Paese dunque che, nonostante i suoi enormi ed evidenti limiti, conserva grandi capacità di competere. E questo è dovuto in gran parte alla straordinaria vitalità di un sistema di piccole e medie imprese, all'evoluzione positiva che hanno saputo affrontare tanti distretti, al rapporto positivo con i territori, fatto di innovazione e creatività, di diritti e coesione sociale. Sono prototipi di futuro, di un'Italia che già ce la fa e guarda con fiducia al futuro.

Often Italy presents itself as a tired and scared country and as having little faith in the future. And many commentators are always ready to note and add to the criticism that comes from other countries, or to give absolute credit to international classification rankings, in which Italy occupies often embarrassing positions. And yet, in the last four-year period, exports grew by 30%, with more than 10% in 2007 alone (only Germany was able to do better in Europe).

It is therefore a country that, withstanding its enormous and evident limits, still contains great capacities to compete. And this is due in large part to the extraordinary vitality of a system of small to medium size businesses, the positive evolution that knew how to affront many districts, a positive relationship between the territories made with innovation and creativity, and from good laws and social cohesion. These are the prototypes of the future, of an Italy that is already able to look with faith to the future.

SYMBOLA

Fondazione per le Qualità Italiane vuole consolidare e diffondere il modello di sviluppo della soft economy, un'economia della qualità in cui i territori incontrano le imprese, dove si stringono alleanze tra i saperi, le nuove tecnologie, la tradizione e dove la competitività si alimenta di formazione, di ricerca, di coesione sociale e rapporti positivi con le comunità. Symbola chiama a raccolta tutti coloro che puntano sulla qualità e sui talenti del territorio, per mettere in comune le loro esperienze: personalità che vengono dal mondo economico e imprenditoriale, dalla cittadinanza attiva, dalle realtà territoriali e istituzionali, dal mondo della cultura. È la lobby delle qualità italiane: una nuova alleanza che parla alla politica, all'economia e alle istituzioni per indirizzare il futuro del Paese verso l'orizzonte della qualità.

I PROMOTORI

Il presidente è Ermete Realacci, parlamentare e presidente onorario di Legambiente. Giuseppe Mussari, presidente BancaMonte dei Paschi di Siena, è presidente del Forum della Fondazione. Domenico De Masi, ordinario di sociologia del lavoro presso l'Università La Sapienza di Roma, è presidente del Comitato scientifico. Il Segretario generale della Fondazione è Fabio Renzi, da sempre attivo protagonista sui temi del territorio e dello sviluppo locale. Roberto Di Vincenzo, presidente di Carsa Comunicazione Integrata, è l'amministratore.

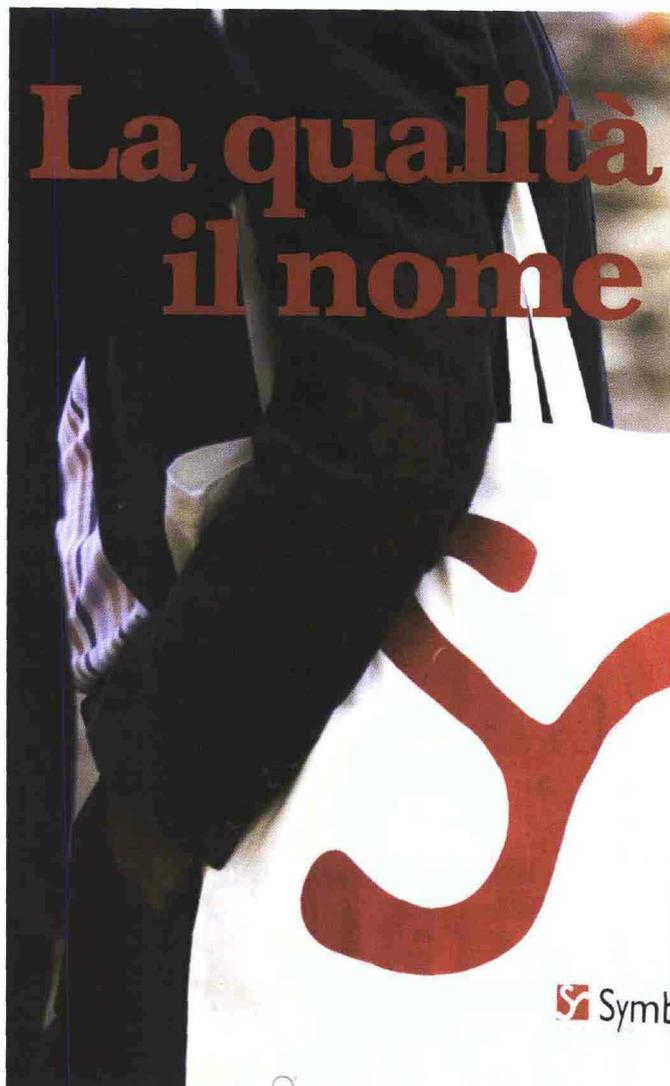
SYMBOLA

The Foundation for Italian Quality intends to consolidate and diffuse the model of development of soft economy, an economy of quality in which territories and companies can communicate, in knowledge, new technologies and where tradition can form an alliance and competition is developed through education, research, social cohesion and positive relations within the communities. Symbola intends to gather together anyone who bets on quality and talents in the territory in order to share their experience: economists and entrepreneurs, active citizens, operators in the fields of territory, institutions and culture. It is the lobby for Italian quality: a new alliance that is in communication with politics, economy and institutions to guide the future of the Country towards quality.

THE PROMOTERS

President Ermete Realacci is a Member of the Italian Parliament and honorary president of Legambiente.

Giuseppe Mussari, President of Banca Monte dei Paschi di Siena, is the President of the Foundation Forum. Domenico De Masi, professor of Sociology of Labour at the University La Sapienza in Rome, is the chairman of the scientific Committee. The Secretary General of the Foundation is Fabio Renzi, who has always been an active protagonist in the sector of territory and local development. Roberto Di Vincenzo, President of Carsa Comunicazione Integrata, is the chief executive officer.


LA DERIVA E LA SFIDA - DAI TALENTI E DAI TERRITORI L'ITALIA DEL FUTURO

Anche quest'anno si è tenuto, il 18 e il 19 luglio, a Bevagna e Montefalco (Perugia) il Seminario Estivo di Symbola, consueto appuntamento umbro sulla qualità italiana che ha visto la partecipazione di prestigiosi protagonisti del mondo imprenditoriale, istituzionale, politico e culturale del nostro Paese.

Tema di quest'anno, "La deriva e la sfida - Dai talenti e dai territori l'Italia del Futuro", argomento che ha portato al proficuo confronto di esponenti delle istituzioni, dell'imprenditoria, del mondo della ricerca e della cultura, sui problemi e sulle prospettive della "soft economy".

THE DRIFT AND THE CHALLENGE - FROM THE TALENTS AND THE TERRITORIES OF ITALY'S FUTURE

The Symbola Summer Seminar is a usual Umbrian event that has seen the participation of prestigious protagonists from the worlds of entrepreneurs, institutions and political and cultural societies. This year it will be held in Bevagna and Montefalco, in the province of Perugia, Italy on the 18th and 19th of July. The theme for the seminar is "The Drift and the Challenge - From the Talents and the Territories of Italy's Future", an argument that has brought about useful confrontations between the representatives of institutions and entrepreneurs in research and culture, on the problems and prospective of "soft economy".

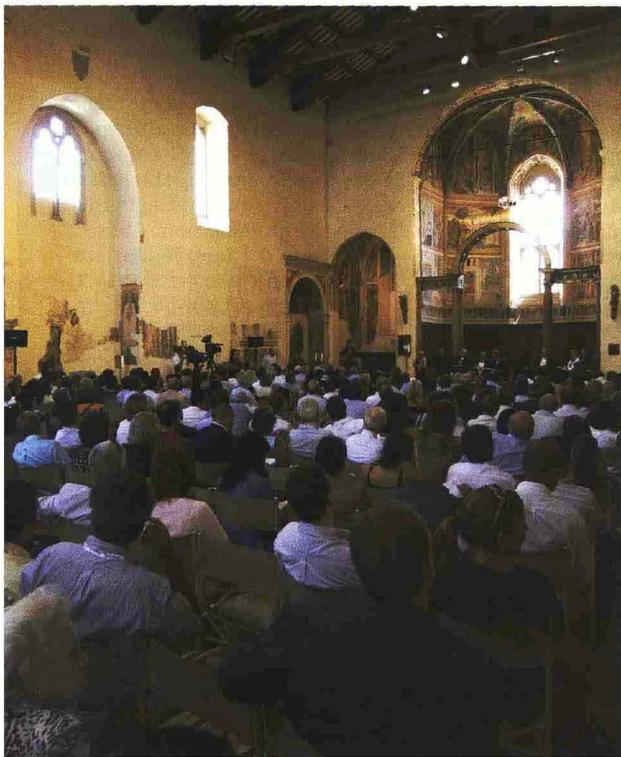


tiene alto dell'Italia

Le sfide da vincere sono tante, ma numerose sono le realtà **Made in Italy** che, grazie alla loro eccellenza produttiva, hanno guadagnato spazi crescenti sui mercati mondiali.

E, su di esse, "scommette" Symbola

di **Fabio Renzi**,
Segretario Generale
di Symbola



Il panorama della nostra vita nazionale sembra essere sempre più segnato da ansie, da paure e previsioni negative sul futuro. In una recente intervista al *Corriere della Sera*, Luigi Campiglio ha descritto molto bene questo atteggiamento psicologico, in grado anche di influenzare le scelte economiche. L'invito di Campiglio è a cambiare clima e ad agganciare l'ottimismo a qualche impresa di successo. Qualche giorno dopo, sempre sul *Corriere della Sera*, Giuseppe De Rita torna sulle paure che in questo momento turbano la nostra psicologia collettiva, individuando nel rilancio delle speranze la vera novità di risposta.

Non si tratta di un invito ad omettere o ad edulcorare i tanti ritardi, le inadeguatezze antiche e recenti, i difetti e gli abusi. D'altronde non possiamo chiudere gli occhi davanti alle crescenti disegualianze sociali e territoriali, a partire dal divario sempre più marcato tra il centro/nord e il sud, al peso di un deficit pubblico che toglie risorse per gli investimenti necessari a modernizzare settori strategici per la vita del Paese, ad una spesa pubblica cresciuta a dismisura a causa anche del proliferare di università, aeroporti, parchi tecnologici e scientifici, centri di eccellenza condominiali. Proprio per combattere più efficacemente questa Italia, avvertiamo l'urgenza di far conoscere e apprezzare quell'Italia di successo che è all'opera tutti i giorni e che è capace di farsi valere a livello internazionale nella ricerca, nella cultura e nell'economia.

Il racconto e la rappresentazione di questa Italia - che è parte importante dell'azione di Symbola nel perseguimento della sua missione di indirizzare il futuro del Paese verso l'orizzonte della qualità - ha anche un valore educativo e civile. Come ha scritto recentemente Alberto Quadrio Curzio, l'Italia è diventata comparativamente più piccola in quantità ma non meno significativa in qualità. Uno scenario che Symbola ha analizzato nel 2007 indicando il dato del 44% del *PIQ-Prodotto Interno Qualità* sul PIL, come rappresentativo delle dinamiche di riposizionamento del nostro sistema produttivo. I dati dell'export che Marco Fortis monitora e interpreta con continuità ci raccontano di una straordinaria capacità delle produzioni italiane di muoversi su tutto lo scacchiere, dai mercati tradizionali a quelli emergenti, compensando con le esportazioni nei paesi produttori di petrolio, quello che perdiamo altrove. Vengono così smentite le previsioni che ancora qualche anno fa annunciavano la morte del *Made in Italy*, l'implosione dei distretti e l'obsolescenza del nostro sistema di piccole e medie imprese.

Molte delle paure nei confronti della globalizzazione sono anche la conseguenza di quel messaggio depressivo e smobilitante - rivelatosi clamorosamente sbagliato - che per anni da sedi autorevoli è calato sulle imprese e i territori. L'aggressività e la pressione sul sistema delle nostre imprese, in particolare quelle medie e piccole, esercitata dalle troppe forme di concorrenza sleale - alcune delle quali insediate nei nostri territori come e vere enclaves schiavistiche - stimola ulteriormente umori negativi e rancori nei confronti di un globale percepito come minaccia incombente. Per questo è necessario approntare strumenti e strategie per combattere la contraffazione e il sommerso, dalle sue forme più tradizionali e conosciute a quelle più recenti dai caratteri inediti e inquietanti. Così come ormai è necessario correggere tutte quelle asimmetrie finanziarie e regolamentative che sono oggi il vero "protezionismo" nei confronti di produzioni spesso realizzate in condizioni ambientali, sociali ed umane inaccettabili. Dobbiamo saper difendere i nostri territori, i nostri distretti, le nostre filiere affinché l'Italia continui ad essere un presidio avanzato di moderne e apprezzate produzioni manifatturiere.

Non è un caso che per competere e fare qualità sono ritornate in Italia produzioni che negli anni passati erano state delocalizzate nella rincorsa alla contrazione dei costi, ed è di qualche giorno fa la notizia che alcuni dei maggiori stilisti britannici hanno deciso di trasferire la produzione dei loro abiti da uomo e da donna dall'estremo oriente al nostro Paese. Ciò conferma che nel mondo globalizzato c'è spazio per la nostra economia, per la nostra cultura, il nostro modo di essere, i valori e le visioni che siamo capaci di incorporare nelle nostre produzioni e nei nostri servizi.

C'è al mondo una domanda di Italia, la sfida che abbiamo davanti è quella di saperla interpretare e soddisfare. ■

With quality, we can hold the name of Italy up high

There are many challenges to be faced; nevertheless, there are many Made in Italy enterprises that have been conquering more and more importance on the world markets thanks to their excellent production. Symbola will "bet" on them

Our national life seems to be more and more characterized by anxiety, fear and negative prospects for the future. In a recent interview with *Corriere della Sera*, Luigi Campiglio has described with very precise words this psychological attitude that can also affect economical choices. Campiglio has suggested changing this climate and trying to link optimism to some successful enterprises. A few days later, still in *Corriere della Sera* Giuseppe De Rita took up this subject again and talked about the fears that are affecting our collective psychology at this moment; with new hopes resulting in being the most effective and innovative reaction.

It is not an invitation to forget or soften delays, old and recent inadequacies, mistakes and abuse. We cannot tolerate the increasing social and territorial inequalities, starting from the more and more noticeable gap between Northern-Central Italy and Southern Italy and continuing with a public deficit that absorbs resources for investments in strategic sectors which are essential for the modernization of the Country, as well as a public expenditure that has grown out of all proportion, also due to the increasing number of universities, airports, technological and scientific centers and luxury buildings. In order to effectively fight these sides of Italy, we feel the need to promote and appreciate the successful realities of Italy, which are at work every day and are able to compete on an international level in the fields of research, culture and economics. Promoting and representing these aspects of Italy – which play a basic role in the activity of Symbola for the achievement of its aim, i.e. to improve quality in the future of our Country – has an educational and civil value too.



Fabio Renzi

As Alberto Quadrio Curzio has recently written, Italy has become smaller in quantity but not in quality. Symbola analyzed this outline in 2007 and issued a value of 44% of our PIQ – Domestic Product Quality on GDP to represent the repositioning dynamics of our production system. The export data that Marco Fortis continuously monitors and interprets tell us about an extraordinary capability of Italian products

to expand all over the world, from the traditional markets to the emergent ones, balancing our losses with exports to the oil-producing countries. The expectations of some years ago about the death of *Made in Italy*, the implosion of the markets and the obsolescence of our system made up of small and medium-sized enterprises have been definitively denied. Many fears related to globalization are the consequence of that depressing and discouraging message, which resulted in being completely wrong, that has been communicated from authoritative sources to enterprises and territories for years. The aggressiveness and pressure on the system of our companies, especially on the small and medium-sized ones, by many forms of unfair competition – some of them are present in our territory as slavery enclaves – has contributed to arouse a negative attitude and grievances towards globalization, which is perceived as an imminent threat.

For this reason, it is necessary to build the appropriate tools and strategies to fight counterfeit and illegal work, both in its most traditional forms and in its most recent ones, which present some new, alarming features. Furthermore, it is necessary to correct all those financial and legislative inequalities that represent the real "protectionism" towards products which are often produced in unacceptable environmental, social and human conditions. We must be able to defend our territories, our markets and our production systems so that Italy can continue to be considered a modern and appreciated country for its manufacturing industries. It is not by chance that production lines, which had been delocalized to reduce costs some years ago, have recently returned to Italy in order to achieve again quality and competitiveness, and some days ago we read in the news that some of the most important British stylists have decided to move their production lines for ladies and gents clothes from the Far East to Italy. This confirms that in a globalized world there is enough space for our economy, lifestyle, values and visions that we are able to communicate with our products and services. In the world there is a demand for Italy, our challenge is that of understanding and satisfying it.

I PROTAGONISTI

I protagonisti di Symbola – Fondazione per le Qualità Italiane sono personalità che provengono da mondi ed esperienze diverse, sono gli attori di quel progetto di un'Italia di qualità che è l'obiettivo della Fondazione. La loro autorevolezza e la diversità dei loro percorsi sono la testimonianza della forza di un'alleanza inedita, la prima risorsa per la costruzione della rete di rapporti culturali, scientifici, istituzionali ed economici che sono la trama della lobby della qualità italiana.

THE PROTAGONISTS

The protagonists of Symbola – Foundation for Italian Quality – are personalities who come from different fields and have different backgrounds, they are the actors in the project of Italian Quality, which is the aim of the Foundation. Their prestige and their different careers are the basic elements of a new kind of alliance, they are the most important resource to create a network of cultural, scientific, institutional and economical relations which is the fabric of the lobby of Italian quality.

Il Forum – Presieduto da Giuseppe Mussari, è animato dalle realtà della qualità italiana chiamate a raccolta da Symbola.

Vede come componenti sostenitori: Autogrill Group, Bialetti Industrie, Bonduelle Italia, Cir Group, Coldiretti, **Comieco**, Compagnia delle Opere, Confartigianato, Confindustria, Consorzio Costa Smeralda, Editalia, Eni, Expects, Impreme, Italgest, Novamont; Perugia, Pirelli & C. Real Estate, Provincia di Firenze, Richard Ginori, San Pellegrino, Seat Pagine Gialle, Teseco, TD Group, Tod's, Uni Credit Group, Unioncamere. Fanno parte del Forum come componenti ordinari: E Curti di Angela Ceriello; 3D Produzioni; Aboca Società agricola; Agriconsulting; Aida Partners; ALMA - Scuola Internazionale di Cucina Italiana; AMA Group; Ambiente.TV; Artoni Trasporti; ASDI-Parco Agroalimentare di San Daniele; Associazione Anima; Associazione Borghi Autentici; Associazione Club di Papillon; Associazione Eidos; Associazione Italiana della Ceramica; Associazione Nazionale Città del Vino; Associazione nazionale Città dell'olio; Azienda Agricola Masciarelli; Azienda Agrituristica "Il Frantoio"; Azienda vinicola Donnafugata; Benaglio Pastificio; Aziende Agricole Planeta; CMS Costruzioni Meccaniche; Cantine Arnaldo Caprai; Cantine Ferrari; Cartiera Artem in Fabriano; Carsa; Caseificio Di Nucci; Cereria Terenzi Evelino; Club Borghi più belli d'Italia; CNA Modena; Comune di Castel del Giudice; Comune di Castelmezzano; Comune di Farindola; Comune di Fortunago; Comune di Licciana Nardi; Comune di Moliterno; Comune di Montefalco; Comune di Pievebovigliana; Comune di San Giuliano Terme; Comunità Montana dell'Esino-Frasassi; Comunità Montana Vestina zona "I"; Consorzio dell'Olio Toscano; Consorzio di Tutela Olio Extravergine Umbria; Costruttori di dolcezza; CSQA Certificazioni; Distilleria Varnelli; Ecoplan; Elcoman; Eurosuole; Expert System; FAAM; Fattoria Poggio Gagliardo; Federazione Distretti Italiani; Federparchi; Fondazione Cognigni dei mestieri dell'arte; FDS - La Fabbrica del Sole; Fondazione G. Caporale; Fondazione Nazareno Fonticoli; Freepacknet; Fumagalli Componenti; Granarolo Felsinea; Gruppo Matura; IFI; Italgraf - Raggio Verde; Kronomark; La Rete; La Terra e il Cielo; Legapesca; Maglificio AR-VA; Manas; Marfuga Azienda Agraria; Mario Cucinella Architects; Materiali Musicali; Matinum Società Consortile; Medex Medical Expertise; Micromega; Molino Il Fattore; Museo Etnomusicale Gigli di Nola; Navarose Investment Italy; Novaterra; Nuova Simonelli; Parco Nazionale del Gran Sasso Monti della Laga; Parco Nazionale del Vesuvio; Parco Nazionale delle Cinque Terre; Planiplastic Ecologia; Progetti per l'Ambiente; Provincia di Ascoli Piceno; Provincia di Macerata; Provincia di Reggio Emilia; Provincia di Salerno; Puglia Turismo; Rainbow; Regione Basilicata; Regione Umbria; Robilant Associati; Salerno Editrice; Sextantio; Società Consortile Sangro Aventino; Spazi Consonanti; Studio Roscini; Terra, Uomini, Ambiente; UMPI Elettronica; UNCEM - Unione Nazionale Comuni Comunità Enti Montani; Upi - Unione Province d'Italia; Wine News.