

Rinascita

Categoria : Economia

Interscambio commerciale. Le "eccellenze" italiane in Cina

Un progetto con cui incanalare la diffusione di tutta la migliore produzione laziale verso l'ex celeste impero

Il futuro del nostro Paese è collegato alle capacità di utilizzare i propri giacimenti culturali trasformandoli in moltiplicatori di crescita e di sviluppo economico", con queste parole il presidente di Stage Up, Giovanni Palazzi, ha indicato le potenzialità di crescita del pil in circa 140 miliardi, come riferito da Gianmarco Falchi in un suo articolo pubblicato tempo fa sul quotidiano "Linea". Infatti, prosegue ancora Palazzi: "circa la metà delle risorse culturali mondiali risiedono in Italia, ma risultano di fatto molto sotto-utilizzate e va preso atto che oggi l'apporto al pil da parte dell'industria culturale è superiore a quello del settore tessile o chimico ed il potenziale di crescita della cultura, del tempo libero e del turismo rappresentano in prospettiva la principale risorsa del nostro Paese". Purtroppo invece, per una mentalità sbagliata, le risorse stanziare a favore del "comparto culturale" vengono genericamente percepite da buona parte della cittadinanza (già vessata da tributi di vario genere) come una spesa non necessaria, mentre da gran parte della classe politica (già impelagata in oziosi dibattiti parlamentari) come un inevitabile contributo a fondo perduto. Invece, tali stanziamenti dovrebbero essere considerati come un investimento produttivo e propedeutico per generare un ritorno a cascata di benefici per tutto il Sistema Paese. Tali investimenti dovrebbero essere essenzialmente indirizzati per valorizzare tutte le nostre "eccellenze" e, dopo le importanti dichiarazioni di Giovanni Palazzi, si ritiene opportuno concentrarsi su una tavola rotonda riguardante l'esportazione dei prodotti laziali di eccellenza in Cina, svoltasi lo scorso anno presso l'Hotel Senato a Roma, finalizzato alla realizzazione di un "Desk Istituzionale" per favorire un interscambio non solo commerciale tra la Regione Lazio e la Cina. Un progetto forse ambizioso, ma concretamente realizzabile, con cui incanalare la diffusione di tutta l'eccellenza della produzione laziale verso l'ex celeste impero; infatti la Cina, anche se da circa un ventennio sta invadendo i nostri territori, con le esportazioni di prodotti e con i suoi immigrati (clandestini o no) a costi talmente bassi da spiazzare ogni concorrenza, può altresì rappresentare al proprio interno un potenziale ed enorme mercato per i nostri settori di nicchia. La Cina attualmente, che con solo 6 delle sue metropoli supera la popolazione di tutta l'intera Italia, annovera oltre 600mila ultra-ricchi ed oltre 200milioni di abitanti appartenenti ad una fascia economicamente medio-alta, i quali potrebbero rappresentare non solo gli acquirenti dei nostri prodotti di eccellenza nella loro nazione, ma potrebbero divenire - se ben motivati - anche i protagonisti di un turismo d'élite, sotto l'aspetto finanziario, sia nel Lazio, sia in tutte le città d'arte italiane. Infatti oggi, in un'epoca di globalizzazione e di mercati omnidirezionali, non è più possibile attestarsi su improponibili tentativi protezionistici (salvo voler individualmente adottare proprie scelte etiche personali), ma è necessario cercare di promuovere al massimo la qualità del Made in Italy (al 100%), esportare le nostre migliori performance ed importare flussi turistici ad alta potenzialità economica. D'altra parte a Roma e nel Lazio noi vantiamo patrimoni culturali e capolavori artistici che non possono essere "clonati" o riprodotti; così come in tutta Italia annoveriamo una molteplicità di città d'arte che possono essere visitate solo ove sono nate. Nella Tavola Rotonda organizzata da Luca Romagnoli, Segretario del MS- Fiamma Tricolore, è stata evidenziata la pressoché totale e cronica assenza di una adeguata "promozione istituzionale" nella Regione Lazio (ove il precedente governatore Marrazzo risultava spesso occupato in altre "funzioni"), nonché le difficoltà di collocare i prodotti di altissima qualità in un mercato oramai dominato stabilmente dalla "grande distribuzione". Infatti, come illustrato da Lamberto Iacobelli, la grande distribuzione costituisce il canale preferenziale in cui si sviluppano le commercializzazioni

delle grandi multinazionali, ove il più delle volte non si rispetta il rapporto "qualità/prezzo" ma, per la regola dei grandi numeri, si "fa diventare buono" ed allettante tutto ciò - che costando meno - diviene più appetibile e vendibile, ottenendo il massimo profitto. Molte sono le piccole Imprese del Lazio che, non trovando sbocchi nelle reti di vendita, sono costrette a rinunciare alla produzione a discapito del lavoro ed al mantenimento delle loro peculiarità e tradizioni; da ciò deriva quindi un impegno prioritario per affermare la "cultura della qualità laziale". E questo, ovviamente, non è un problema che riguarda solo il Lazio, ma che si riflette in molte altre Regioni. A tale tavola rotonda è intervenuto anche Aldo Mattia, direttore della Coldiretti del Lazio, che ha illustrato come possa e debba essere riaffrontato il problema della filiera e dei costi di distribuzione, per salvaguardare i giusti interessi sia dei produttori, sia dei consumatori, rivalutando altresì le attività svolte dai consorzi agrari, a suo tempo riuniti nella Feder-Consorzi. Va annotato come tale Ente, dopo la crisi finanziaria del 1991, venne sottoposto ad una procedura fallimentare alquanto anomala, dato che il proprio patrimonio superava di gran lunga le passività; ma, a prescindere dagli interessi politici e sindacali che determinarono tale vicenda, credo di poter affermare come numerose "sezioni fallimentari" dislocate nei vari Tribunali ed i numerosi giudici che le compongono hanno spesso brillato per scarsa professionalità, competenza e preparazione, specie nel Lazio. Con un intervento essenzialmente tecnico, sono stati poi illustrati gli scenari e le prospettive operative da Massimiliano Mancini, responsabile e manager della Doge Consulting, una società attivamente presente in Cina sin dal 1999, specializzata nella promozione dell'interscambio commerciale Sino-Europeo. Tutti gli argomenti ed i temi trattati nel convegno sono stati quindi riepilogati da Luca Romagnoli, che si è impegnato con i partecipanti a convocare una nuova tavola rotonda per riprendere, approfondire e rendere concretamente operative le varie proposte emerse nel dibattito. In base a quanto qui esposto, va sottolineato l'eccezionale risultato che ha riscosso il made in Italy nella Fiera di Shanghai, ove lo stile italiano ha letteralmente conquistato la Cina, in cui buona parte della popolazione sembra stia vivendo il nostro "bum" economico degli anni 60. Sempre in Shanghai, la StageUp-Consulting, giovane divisione di StageUp - Sport & Leisure Business specializzata nell'innovazione e nella tecnologia, in partnership con il Future Centre di Telecom Italia, è stata selezionata con il progetto "Marco Polo - Piattaforma per l'ecosistema di business del Made in Italy", per rappresentare l'innovazione tecnologica italiana nell'ambito del programma "Italia degli innovatori" indetto dal Ministero per l'Innovazione. E Roma, proprio dopo 60 anni - se riuscisse a conquistare la candidatura per le Olimpiadi del 2020, potrebbe coronare non solo un sogno, ma sviluppare un obiettivo ambizioso in cui coinvolgere con efficienza, managerialità ed assoluta trasparenza tutte le intelligenze imprenditoriali e professionali del Lazio. Tale opportunità potrebbe rappresentare per Roma l'occasione per migliorare entro il prossimo decennio i servizi ai cittadini e alle imprese, divenendo anche la capitale digitale d'Italia e polo high tech del Mediterraneo. Tra l'altro, qualora Roma fosse la prescelta per le Olimpiadi, si potrebbero dislocare nella Laguna Veneta tutti gli sport acquatici, come già anche ipotizzato dal Ministro Brunetta, spalmando così tali eventi sportivi su un intero asse del nostro Paese, con un rinnovato spirito di solidarietà comunitaria e nazionale, al di là di sciocche ed anacronistiche contrapposizioni di campanile, molto spesso utilizzate dalla Lega a cui, purtroppo, continua a mancare quel quid per divenire, evitando altresì le continue e ripetitive "cadute di stile", una forza politica positivamente apprezzabile.

Giuliano Marchetti (2011-03-30 12:00:00)