

Clint Eastwood spiega la via da seguire nella crisi

Pubblicato: Martedì 22 Ottobre 2013



Ci sono tre grandi suggestioni che arrivano dall'assemblea di Confesercenti in questo momento di crisi. La prima la fornisce il cinema ed è stata richiamata dal sociologo dell'Aaster (Agenti di sviluppo del territorio) **Francesco Cancellato**. Si tratta del film "Gran Torino" il capolavoro di **Clint Eastwood**. Ricordate **Walt Kowalski**, ex operaio della **Ford**, che impreca «maledetti barbari mi avete portato via tutto» riferendosi ai nuovi abitanti asiatici del quartiere? Fuori c'è il mondo che avanza, mentre quello vecchio, rappresentato dalla sua auto, una fiammante **Ford Gran Torino**, è rinchiuso nel garage al riparo da qualsiasi minaccia. Solo l'alleanza tra il vecchio e il nuovo, di cui i giovani orientali sono gli ambasciatori, è in grado di generare un contesto vivibile. «Sono due debolezze che unendosi possono fare una forza» ha detto Cancellato e nella realtà lombarda le due apparenti debolezze sono: le **piccole imprese** con meno di venti dipendenti (ovvero il 97,4% del totale) e Internet, il nuovo che avanza.

Confesercenti si è fatta interprete di questa «necessaria e nuova alleanza» a partire dalla lettura corale e condivisa della relazione generale, a cui il presidente **Cesare Lorenzini** e il direttore **Gianni Lucchina** hanno dato solo l'incipit e la chiusura, mentre tutto il resto del messaggio è stato affidato ai singoli rappresentanti delle varie categorie. Mentre agli studenti dei corsi di moda e marketing dell'istituto "Olga Fiorini" di Busto Arsizio è stato dato il compito di fare le domande.

I temi toccati dalla relazione sono vitali per un'economia che inizia a non ricordare più l'età dell'oro. Confesercenti **non fa la morale alla politica**, ma dà due indicazioni precise: una riguarda **Expo2015**, un treno da non perdere; l'altra l'adozione di soluzioni sul territorio che vadano nella direzione **dell'alleggerimento della burocrazia e del consolidamento e promozione di modelli vincenti**, come, ad esempio, i **distretti del commercio e lo sconto benzina**, nel tentativo di far risalire i redditi a livelli decenti e con essi la domanda interna.

La **seconda suggestione** è arrivata da **Max Brusati** ricercatore della **Liuc** che ha parlato dell'importanza del **contesto**, concetto fondamentale per uno studioso che si occupa di «aree deboli». Ritorna così ancora una volta il concetto di **debolezza**, negativo se letto in un contesto globalizzato, positivo se riferito a una tradizione che appare fragile solo perché in cerca di un rinnovamento. «Ciò che contraddistingue le imprese italiane – ha detto **Brusati** – è il loro alto tocco, generato da una storia secolare immersa nella bellezza. È per questo che i nostri imprenditori godono di grande stima nel mondo». Le imprese italiane possono dunque costruire un marchio distintivo del contesto in cui operano e farlo diventare elemento fondamentale della loro produzione e del loro prodotto.

E se c'è un settore che fa del contesto il suo punto di forza questo è il **turismo**. «È in grado di generare il più alto valore aggiunto – ha sottolineato **Alberto Bubbio** economista dell'Università **Cattaneo** -. È il nostro petrolio e in un'economia dove non ci sono più i grandi volumi può essere il punto di svolta».

I **vertici** di **Confesercenti** si dicono pronti a tirar fuori la "Gran Torino" dal garage: la terza suggestione infatti arriva proprio da loro. Il segretario regionale, Giorgio **Ambrosioni**, e quello nazionale, Mauro **Bussoni**, tracciano l'**identikit** del nuovo negozio, fatto di meno merce e più servizi e dove il **personal shopper**, esperto navigatore, sappia garantire il fornitore, la qualità della merce e la consegna.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it