

Su questo sito utilizziamo cookie tecnici e, previo tuo consenso, cookie di profilazione, nostri e di terze parti, per proporti pubblicità in linea con le tue preferenze. Se vuoi saperne di più o prestare il consenso solo ad alcuni utilizzi [clicca qui](#). Cliccando in un punto qualsiasi dello schermo, effettuando un'azione di scroll o chiudendo questo banner, invece, presti il consenso all'uso di tutti i cookie **OK**

la Repubblica | Mobile | Facebook | Twitter | Google +

LE INCHIESTE | L'Espresso | Network

R.it **ECONOMIA & Finanza** con Bloomberg®

RICERCA TITOLO

Home **Finanza con Bloomberg** Lavoro Calcolatori Finanza Personale **AFFARI & FINANZA** Osserva Italia [► Listino](#) [► Portafoglio](#)

**OSSERVA ITALIA**

Come sono cambiati e come si evolvono i consumi degli italiani. Un osservatorio in tempo reale sull'andamento delle vendite, dei prezzi e degli stili di vita. Giorno per giorno con numeri, persone, fatti e storie

HOME LE STORIE I TREND STILI DI VITA I MERCATI EVENTI ARCHIVIO

Cerca nel sito

# Il paradosso del made in Italy

Investiamo poco in Ricerca & Sviluppo, ma il territorio esprime eccellenze in grado di far primeggiare il nostro Paese in Europa e nel mondo. Grazie al talento e al "genius loci" che non hanno uguali sul pianeta

Alessandro Paciello\*



Segnali Firenze – Archivio Future Concept Lab

C'è un evidente paradosso che caratterizza l'Italia: tra i Paesi economicamente più avanzati, navighiamo nei posti di coda per quello che riguarda le statistiche che misurano il rapporto tra spese in Ricerca & Sviluppo e Pil; ma, d'altra parte, siamo una delle potenze manifatturiere del mondo, secondi in Europa solo alla corazzata germanica e, per esempio, avanti rispetto a Paesi con Pil più solidi del nostro, come Gran Bretagna e Francia. Quindi, investiamo poco, da sempre, in R&D, ma siamo tra i primi Paesi produttori del

pianeta. Come è possibile? A una visione superficiale siamo di fronte a uno dei tanti "miracoli italiani" che spesso riempiono la nostra storia.

Ma, a un'analisi più approfondita, alcune ragioni le possiamo trovare. Per esempio, un tessuto produttivo molto popolato da imprese piccolo-medie con forti legami con il territorio di appartenenza. Un "genius loci" che queste imprese anima, rendendole vive e competitive a livello internazionale e che difficilmente potrebbe rientrare nelle canoniche rilevazioni sugli investimenti in R&D, come avviene per le grandi aziende multinazionali che hanno a conto economico gli importi di questi investimenti. Non dimentichiamo poi la nostra innata capacità di fare design, di rendere bello e funzionale anche ciò che altri si limitano a produrre "funzionante", ma senza anima, come spesso mi capita di vedere e sperimentare. Sì, perché sovente i prodotti parlano. E raccontano delle capacità di chi li ha studiati, di chi li ha progettati, del territorio che li ha partoriti, dei racconti delle genti che vivono sotto quei campanili. E narrano anche degli intrecci fra imprese e delle reti virtuose che rendono vincenti a livello mondiale produzioni che magari nascono in qualche cantina.

E per quanto concerne il settore agroalimentare, anche se la Ricerca e Sviluppo, in senso puramente tecnico, sembra meno importante, rimane che pure in questo caso la capacità di trasformare tradizioni, cultura e saperi in prodotti vendibili su larga scala, magari a livello internazionale, è tipica dei nostri connazionali, da secoli e secoli a questa parte. Questa abilità di tenere aggiornata la filiera per garantire la qualità è fondamentale per mantenersi ai

## OSSERVA ITALIA

Il rapporto sui consumi  
 Un'iniziativa di Affari & Finanza  
 in collaborazione con Conad e Nielsen



**OCCUPAZIONE**  
 PRESSIONE PER IL POSTO DI LAVORO  
 % di italiani che hanno perso il posto

I NUMERI  
 Settimana  
 Mese  
 Trimestre

**IL VINO**  
 Primato in bottiglia  
 per il vino  
 secondo natura  
 Paola Jadeluca

**OSSERVA CONSUMI**  
 Una finestra  
 sui prodotti, le scelte  
 e i modelli  
 di spesa degli italiani

**IL GRANDE VIAGGIO**  
 La terza edizione  
 del tour alla scoperta  
 delle comunità italiane  
**IL CALENDARIO**

**FESTIVAL DELLA CRESCITA**  
 La seconda edizione del tour  
 presenta in 10 città la visione  
 di un mondo sostenibile  
**IL CALENDARIO**

**AFFARI & FINANZA**  
 Rapporti - Guide  
 Focus - Dossier

vertici mondiali e fare del prodotto alimentare (e non) "Made in Italy" la garanzia del meglio che si possa trovare.

Non credo quindi ai maghi del "pensiero globale". Hanno la vista corta nonostante la loro affermazione di globalità. Di fatto, non conoscono il mondo che dicono di presidiare. Sono fondamentalmente ignoranti in storia e non conoscono la geografia dei nostri territori né le loro peculiarità e perciò parlano genericamente, magari dalla postazione di un terminale attraverso la manipolatoria "Rete". Non perdiamo invece di vista le origini di quanto facciamo e costruiamo un racconto tramite quel prodotto o quella produzione. E' l'obiettivo che per esempio ci siamo posti quando abbiamo dato origine a "Il Quinto Ampliamento", un movimento di pensiero, sotto forma di Associazione, che pone al centro della propria azione la crescita della persona e uno sviluppo aziendale, economico e sociale sostenibile. Non è facile, perché richiede studio e amore per le proprie radici.

Ma il presente e il futuro stanno nel "pensiero locale", perché solo questo porterà il nostro Paese verso un'azione e un successo "globale" e, soprattutto, con effetti solidi e di lungo periodo!

\*Presidente di **Aida Partners Ogilvy PR**. Socio Promotore di **Symbola** – Fondazione per le Qualità Italiane. Socio Fondatore Associazione "Il Quinto Ampliamento". Ambasciatore del Festival della Crescita

*segui Il festival della Crescita anche su:*

<http://www.festivalcrescita.it>

<http://www.facebook.com/festivalcrescita/>

<http://www.twitter.com/FestCrescita>

<https://www.youtube.com/festivaldellacrescita>

<https://www.instagram.com/festivaldellacrescita/>

© Riproduzione riservata

21 luglio 2017

## AFFARI&FINANZA

### A cura di

Luigi Gia e Paola Jadeluca

### Hanno collaborato

Stefania Aoi, Christian Benna, Adriano Bonafede, Stefano Carli, Vito de Ceglia, Luigi Dell'Olio, Silvano Di Meo, Sibilla Di Palma, Marco Frojo, Walter Galbiati, Mariano Mangia, Eugenio Occorsio

### Segreteria Affari&Finanza

Stefano Fiori telefono 0649822539

e-mail [stefano.fiori@repubblica.it](mailto:stefano.fiori@repubblica.it)

[segreteria\\_affari\\_finanza@repubblica.it](mailto:segreteria_affari_finanza@repubblica.it)

Tweets di @RepubblicaAF