

FESTIVAL DELLA CRESCITA

Ruggiero (Bankitalia): sarò a Bari al meeting di Ccb

Casse rurali, mantenere le radici

TRENTO - «A Trento con Cassa Centrale Banca nascerà il secondo gruppo bancario cooperativo, il settimo ottavo nazionale. La sfida per le banche cooperative locali è diventare grandi senza perdere il riferimento con il territorio. Queste banche non devono pensare da grandi, perché il loro compito è favorire i progetti di vita di una comunità, artigiani, famiglie, giovani coppie». Lo ha sottolineato il direttore della filiale di Trento della Banca d'Italia **Pier Luigi Ruggiero**, che il 27 sarà a Bari a meeting di Ccb, ieri alla Sala della Cooperazione nella tappa trentina del Festival della Crescita, la manifestazione itinerante ideata dal filosofo e scrittore **Francesco Morace**. Per Morace, il Trentino è l'esempio virtuoso di «crescita felice», che è il contrario della dottrina elaborata dall'economista e filosofo **Serge Latouche** sulla «decrecita felice». Il presidente della Cooperazione trentina **Mauro Fezzi** ha parlato della sfida della «qualità dello sviluppo, del valore aggiunto che le cooperative sanno apportare alla trasformazione

dell'economia e della comunità locale. Oggi crescere non significa piegare il territorio e le realtà che lo costituiscono alle esigenze dell'impresa, ma creare i presupposti affinché l'impresa cooperativa e il territorio si aiutino e si integrino a vicenda». **Nicoletta Clauser**, dirigente della Provincia, ha parlato di «buone istituzioni» citando i casi dei poli Meccatronica e Manifattura e del Cibo, istituti di eccellenza. Ma anche delle nuove forme di welfare che sviluppa responsabilità. «Ci sono buone istituzioni che possono favorire lo sviluppo - ha argomentato il capo ufficio ricerca economica della Banca d'Italia a Trento **Antonio Accetturo** - Il Trentino ha un elevato livello di Pil pro capite anche perché è forte di una tradizione di cooperazione e di civismo, con un indice elevato di qualità delle istituzioni. Si tratta tuttavia di un ecosistema che può rivelarsi fragile». Tra le esperienze portate al convegno, il Gruppo Mezzacorona presentato dal presidente **Luca Rigotti**. La costruzione della cittadella del vino ha

realizzato una crescita per il territorio bonificando un'area inquinata da un precedente insediamento industriale. Dell'esperienza di Melinda, il responsabile marketing **Andrea Fedrizzi** ha

sottolineato i progetti delle celle ipogee e della produzione biologica. **Ivan Odorizzi**, presidente di Dao, ha presentato l'esperienza della cooperativa di dettaglianti.



I relatori | Gli esempi sulle potenzialità del turismo e l'impegno della Fondazione Moleskine in Africa

Narrazione del territorio da «vendere» e creatività di carta

ELENA NICOLUSSI GIACOMAZ

TRENTO - È stata una sessione pomeridiana dedicata alla «Crescita cooperativa» e all'«Anima del territorio», quella che si è svolta ieri presso la Sala della Cooperazione all'interno del «Festival della Crescita». Molti i temi salienti, tra i quali innovazione sociale, generatività e narrazione territoriale, illustrati da imprenditori, ricercatori e giornalisti accorsi a Trento proprio per portare la loro idea di «crescita felice». «Viviamo in un'epoca che si incammina verso la singolarità e l'intelligenza artificiale. È in questo contesto che mi sono chiesto: perché l'Italia potrebbe vivere di turismo e ciò non accade?». Questo l'interrogativo posto dal giornalista **Emilio Casalini** alla platea, con una risposta al contempo semplice ed articolata: porre l'attenzione alla necessità della «scoperta e della narrazione del nostro territorio»,

per generare un indotto turistico e, a catena, economico. «Oggi ci misuriamo con una totale incapacità di narrazione del nostro Paese - ha illustrato Casalini -, che si aggiunge all'indifferenza nell'accoglienza dei turisti e ad un sistema in cui le località ragionano solo in un'ottica personale, senza capire che più si narra di un luogo, più tutti quei luoghi funzioneranno». Fondamentale dunque, in tale prospettiva, la comunicazione e la capacità di dipingere i territori, per lasciarsi immergere dalle loro identità uniche ed inescare nel turista il desiderio di visitarli: «Il Trentino è avanti rispetto ad altre province, ma ancor di più lo è l'Alto-Adige dove è stata costruita una narrazione enorme sui vigneti, in cui si mescolano case perfette, luoghi e storia. Altro intervento, all'interno di «Riconoscere la missione dell'impresa», quello di **Maria Sebregondi** della Fondazione Moleskine, che ha spiegato la relazione tra la famosa marca di taccuini Moleskine e

l'omonima fondazione no-profit. «La nostra azienda, basata su uno strumento antico come la carta, ha fatto della creatività, dell'innovazione e del modo diverso di guardare i suoi valori fondanti, gli stessi che abbiamo voluto portare nella fondazione». Due, nello specifico, i progetti sviluppati in Africa centrati sull'educazione di qualità e la sostenibilità, obiettivi portati avanti anche dalle Nazioni Unite. «Per noi la creatività è un motore di innovazione e trasformazione sociale» ha spiegato Sebregondi. Per completare il quadro, la Fondazione Umberto Veronesi ha proposto una riflessione su «Mangiare e nutrirsi: tra scienze e costume», mentre Centrale Fies ha illustrato dalla viva voce dei protagonisti il workshop creativo Trentino Brand New. La chiusura della giornata è stata dedicata alla presentazione dei 12 punti del Manifesto della Crescita contenuti nel libro «Crescere!», con gli autori Linda Gobbi e Francesco Morace.