

L'INTERVISTA. Il sociologo Morace ospite di Confartigianato Vicenza

«L'Italian factor cresce solo nel dialogo estero»

«Siamo bravi a fare unendo competenze diverse, ma dobbiamo saperci calare nelle culture del mondo»

Cinzia Zuccon Morganti

Fare innovazione significa anche pensare e realizzare prodotti che rendano la vita più semplice a chiunque. E questo è proprio l'obiettivo del progetto "Libero Accesso" di Confartigianato Vicenza che, nella Settimana dell'Artigianato, anche quest'anno ha premiato idee di 'design for all' scaturite dalla progettazione partecipata di imprenditori, designer e fruitori. Primo tra tutti si è classificato, come noto, il lavabo "Cento80" realizzato da Gioli arredo di Barbarano. Unire abilità differenti, favorire l'incontro di approcci diversi per progetti dal carattere inclusivo e sostenibile che aprano nuove possibilità di mercato: potremmo chiamarlo 'Italian factor', quel valore aggiunto che può segnare una svolta per il nostro Paese. E 'Italian Factor' è proprio il titolo dell'ultimo libro di Francesco Morace, sociologo delle tendenze e fondatore di Future Concept lab di Milano che venerdì è stato ospite dell'evento di Confartigianato a Schio.

L'Italian factor, come spiega nel libro, non va confuso col made in Italy, ma è quell'insieme di talenti e competenze uniche che può segnare una svolta. Ma come mai finora non ha fatto la differenza e il Paese arranca?

«Non dovremmo avere paura di essere copiati, ma essere coraggiosi e saper sfornare nuova qualità»



Il sociologo Francesco Morace

Perché non abbiamo pensiero strategico. L'Italian factor è un elemento moltiplicatore che singole aziende sfruttano con successo, ma manca una consapevolezza diffusa nel Paese e nelle Pmi. Siamo bravi a fare, ma non siamo consapevoli a sufficienza delle nostre caratteristiche e non abbiamo imparato a confrontarci e a condividere. E poi non sappiamo raccontare ciò che facciamo.

Unicità locale e universalità, velocità e profondità, economia e sostenibilità, condivisione e fiducia: sono i 4 paradigmi che ha individuato e attorno ai quali si costruirà il nostro futuro. In che modo e per quanto tempo?

Sono tendenze sulle quali si declinerà lo sviluppo dei prossimi 25 anni. Possiamo sfruttare la nostra unicità locale se sapremo provincializzarci viaggiando, imparando altre lingue, sfruttando le tecnologie per farci conoscere ma non in maniera folkloristica, calandoci invece nelle culture altrui. Possiamo valorizzare la capacità di reagire velocemente e di creare prodotti di qualità rendendo diffuso e democratico il gusto per il bello, che da noi è sopra la media. Un punto debole su cui lavorare è invece la sostenibilità: nella nostra vita c'è più estetica e meno etica e, in questo, dovremmo imparare dai paesi del Nord. E per quanto riguarda fiducia e con-

divisione non basta essere tra i popoli più conviviali del mondo, dobbiamo imparare a fidarci l'uno dell'altro e lavorare sulle affinità culturali.

Come lei ricorda ci sono tre 'A' che caratterizzano la qualità della vita nelle società avanzate: abbigliamento, alimentazione, arredamento. E qui, come dice lei, non abbiamo rivali. Caso mai temiamo chi ci copia: non dovremmo?

No, perché nella storia dell'uomo i migliori sono sempre stati imitati; certo, dobbiamo combattere la battaglia delle falsificazioni ma essere anche più spregiudicati e coraggiosi, continuando a sfornare qualità perché siamo inimitabili e possiamo essere sempre più avanti di chi ci insegue, con il vantaggio che i consumatori vogliono ciò che è autentico.

Certo, essere italiani per molti versi è un valore aggiunto, per altri significa faticare molto più che altrove. A che condizioni si può farcela se il Paese frena le imprese e non premia il merito?

Le istituzioni, non dimentichiamolo, ce le siamo scelte noi, ci rispecchiano, perciò partiamo da noi. Imprenditori, associazioni di categoria, cittadini: ciascuno faccia la propria parte al meglio, il Paese seguirà. Ogni grande cambiamento, ogni rivoluzione parte sempre dal basso.

Siamo all'anno zero?

Lo eravamo fino ad un paio d'anni fa, ora ci sono segnali evidenti di minoranze combattive che vogliono imprimere una svolta all'Italia. Vedo tanti giovani che si organizzano con il co-working o i fablab, vedo imprese che sui giovani puntano e che, al cambio generazionale, ripartono secondo nuovi canoni. Ci sono esempi virtuosi: emuliamoli, diffondiamoli, e altri saranno incoraggiati a cambiare strada. ●