



CRESCITA. Francesco Morace, studioso, scrittore, padre del Festival della Crescita

La riscossa del *genius loci*

La connessione virtuosa dei territori grazie anche alle tecnologie ha una straordinaria potenzialità, ma per emergere ha bisogno di uno sforzo collettivo che apra la strada a una leadership responsabile e meritevole

di **Massimiliano Cannata**

Il 2017 è stato un anno che ha riservato più di una sorpresa agli economisti. La ripresa che si è affacciata in maniera più pronunciata del previsto in Europa e (sorpresa nella sorpresa) anche in Italia, ha spiazzato molte previsioni per una volta in senso positivo. Il “vento della crescita” pare che non dovrebbe arrestarsi e almeno a quanto si apprende dagli ultimi rilevamenti (*Prometeia Brief* ha appena reso noti gli ultimi dati) per il 2018 il Pil dovrebbe attestarsi sul +1,6%. Certo non sono tutte rose e fiori. Occorrerà creare le condizioni perché questa “tardiva estate di San Martino”, si possa tramutare nell'*incipit* di una stagione nuova. Sono tante le incognite che continuano infatti a pesare sul nostro futuro, a cominciare dall'incognita elezioni, anche se a pesare maggiormente potrebbe ancora una volta essere la scarsa attitudine delle nostre classi dirigenti a impostare una seria politica industriale, capace di andare oltre il risicato esercizio di *captatio benevolentiae* praticato con grande maestria dai nostri leader alla vigilia dell'appuntamento con le urne. Un aspetto rimane cruciale: è necessario ridurre lo scarto che esiste tra la ripresa reale e quella percepita. Fino a quando il nostro rimarrà



Francesco Morace

un *Paese di Diseguali* per citare il titolo dell'ultimo saggio di Dario Di Vico, drammaticamente segnato da povertà e indigenza, sarà difficile gettare un ponte di dialogo tra le élites e i cittadini. La democrazia dell'astensione ha bisogno della linfa della fiducia. La distanza profonda che sussiste tra la vita di tante famiglie e la narrazione mediatica è la manifestazione di un profondo malessere, che va capito, analizzato e possibilmente superato.

Per saperne di più abbiamo sollecitato un sociologo, **Francesco Morace**, studioso dallo sguardo acuto e originale che ha indagato a fondo i meccanismi e le fenomenologie che possono determinare la ripresa. Docente di *Social Innovation* al Politecnico di Milano e di *Culture & Lifestyle* alla Facoltà di Sociologia

dell'Università di Trento, è autore di 20 saggi, tra cui i recenti: *Italian Factor. Come moltiplicare il valore di un Paese; Crescita Felice; Percorsi di futuro civile* e l'ultimo *Crescere* (Egea, 2017).

Ma ha anche ideato il Festival della Crescita, progetto di punta curato e realizzato da Future Concept Lab, di cui è presidente. Iniziativa che ha l'obiettivo di creare un circolo virtuoso tra i protagonisti dello sviluppo, cittadini o istituzioni, imprese o creativi, studenti o professionisti.

Professore, comincerei col guardare all'attualità. Esistono le condizioni per lasciare alle spalle questa lunga crisi, che ha avuto una connotazione non solo economica, ma anche morale e di leadership?

Non c'è dubbio che i dati siano positivi. Il tema rimane: come trasformare la ripresa economica in un Rinascimento italiano che coinvolga il nostro modo di pensare, di affrontare l'innovazione, di condividere tra diversi territori le "buone pratiche" invece di arroccarci in modo autolesionista e così provinciale. In questa dimensione abbiamo ancora molta strada da fare.

Sono essenzialmente tre i "motori" che hanno permesso di invertire la tendenza: il settore agroalimentare, il Made in Italy con la moda in testa, e la tecnologia, che vede la progressiva fusione di meccanica, elettronica e informatica. Condivide questa analisi?

Condivido questa analisi e mi sembra che queste tre dimensioni siano accomunate da una grande capacità e talento degli italiani nel produrre qualità: attraverso l'ingegno tecnico, la creatività applicata, la capacità sartoriale di rispondere alle richieste dei clienti (*tailor made* nei prodotti ma, purtroppo, non ancora nei servizi...) e l'intel-

ligenza relazionale che migliora la qualità della nostra vita.

Ho presentato questa opportunità in un libro dal titolo emblematico: *Italian Factor* che proponeva una lettura dell'Italian Way, cioè del modo italiano di fare le cose, di cui ci accorgiamo fino in fondo solo quando andiamo all'estero.

Il Festival della Crescita, che si è recentemente concluso a Milano, ha riscosso un grandissimo successo. Tra le sue finalità c'è quella di entrare nello "spirito dei luoghi" e di disegnare una mappa dell'innovation e delle eccellenze. Quali sono i territori che guideranno lo sviluppo?

Nel lungo viaggio che in due anni abbiamo proposto con il Festival della Crescita in 17 città italiane, abbiamo portato alla luce le grandi potenzialità dei 100 campanili, da Siracusa e Matera fino a Venezia e Torino.

Non c'è dubbio che in questi anni Milano sia tornata a splendere come un faro che può illuminare la strada, ma il riscontro più interessante riguarda la possibile riscossa del *genius loci*, in tanti territori che mettendosi in rete in modo virtuoso possono scambiarsi l'energia che arriva dalla loro diversità.

L'ultimo saggio che ha curato, *Crescere*, tratteggia un "manifesto in dodici mosse". Possiamo riassumere gli aspetti essenziali di questo grande progetto per il Rinascimento economico e morale del paese?

Si parte dal primo punto che riguarda la necessaria e possibile alleanza generazionale tra nativi digitali e grandi maestri artigiani, ma anche tra nonni e nipoti, per rafforzare quel modello familiare (e non familistico) che caratterizza il nostro paese, e si arriva al dodicesimo punto che, lavorando su un nuovo senso di cittadinanza, si propone di innovare

per includere. In mezzo troviamo l'importanza dei gesti, delle parole, del coraggio, della meraviglia, dell'onestà, delle sapienze locali, del merito, del sacrificio. Mi pare molto importante sottolineare il nono punto che mette in evidenza come il digitale ci permette di amplificare la qualità dell'umano, cosa per nulla scontata a giudicare da tante superficiali analisi ricorrenti.

Tutto il filone della decrescita – basta un nome celebre per tutti: Serge Latouche – è stato molto dibattuto, il declino di un certo modello capitalistico ha generato infatti molta sfiducia. Qual è la sua riflessione in merito?

Condivido buona parte dell'analisi che considera non sostenibile il modello di sviluppo che abbiamo seguito fino all'esplosione della crisi, ma non credo che la risposta possa essere la decrescita, che non è mai felice.

I bambini crescono, come anche le piante, e bisogna prendersi la responsabilità di una crescita che sia sana, felice e sostenibile. Il Manifesto della Crescita e lo stesso festival lavorano su questa possibilità.

A proposito di importanza dei territori. Quanto pesano sulla crescita la "disunità" d'Italia e il dualismo Nord Sud che rimane un nodo irrisolto? Quali politiche occorrerebbe mettere in campo per liberare le enormi potenzialità che ha Mezzogiorno?

Io sono un napoletano di origine calabrese che ha studiato a Trento e lavora a Milano.

Questa è la risposta: rimescolare le carte, attraversare i confini, smontare finte identità che esistono solo nella testa di qualche politico, rimboccare le maniche e affrontare la sfida del futuro con quella speranza che ha fatto grande l'Italia del Dopoguerra. In un libro del 2001 l'ho chiamata *La*



strategia del colibrì. Credo che sia un dovere di tutti noi come singoli cittadini, la politica seguirà.

«Il guaio del nostro tempo è che il futuro non è quello di una volta», diceva Paul Valery. Il *Future Concept Lab* è il cuore di molte delle iniziative che lei ha messo in campo in questi anni. Come va declinato in maniera corretta il termine futuro?

Come ho scritto nel mio libro *Che cos'è il futuro?* dobbiamo imparare a considerare il futuro come una terapia, partendo da una conoscenza del passato e dall'energia del presente, di generazioni a cui il futuro non può essere sottratto...

Anche per questo è importante ridare al termine "crescita" il suo giusto valore, in un orizzonte di speranza...

In uno degli interventi contenuti nel saggio si parla di leadership. Un problema grave per l'Italia a tutti i livelli: dalla politica al management. Come possiamo uscire da questo *empasse*?

Se diamo alla leadership il senso della responsabilità possiamo uscirne: in Italia ci sono sempre stati grandi imprenditori, grandi professionisti (basti pensare a Umberto Veronesi), grandi creativi...

Troppo spesso queste eccellenze sono rimaste isolate, mentre lo sforzo comune deve essere quello di condividere le visioni di chi ha la competenza e il carisma per poterle proporre. Si tratta di un esercizio di umiltà e riconoscimento del merito, cui non possiamo e non dobbiamo sottrarci.

Colpiscono in modo particolare due termini utilizzati nello studio: "affinità digitali" e "connessioni inaspettate". Possiamo soffermarci su questi due aspetti calandoli nelle realtà organizzative delle nostre Pmi?

Troppo spesso le Pmi sono rimaste affascinate dalla retorica del "Piccolo è bello" che in realtà tarpa le ali in una visione avanzata che da Unica deve diventare Universale...

È importante accettare questa sfida pur rispettando "Il meglio del piccolo", cioè i valori umani e la versatilità tipiche del modello italiano e della piccola e media impresa... Il digitale può creare nuove affinità e può far incontrare in modo inaspettato realtà diverse, che possono ispirarci...

Tra gli auspici espressi nel libro, mi pare importante sottolineare il ritorno alla "verità della comunicazione". In tempo di *fake news* non c'è il rischio che questa esigenza assuma le sembianze dell'utopia?

Sarà una grande sfida ma le persone già oggi cominciano a prendere la misura della verità: dopo il fuoco di paglia della post-verità tutti diventano più attenti alla credibilità delle fonti e alla verifica dei fatti.

Ci vorrà del tempo ma il sentiero è imboccato, ogni sistema produce i suoi anticorpi e anche il web comincia ad auto-regolamentarsi in questo senso...

Proviamo a concludere con l'evidenziazione delle "Sapienze locali". È questo un orizzonte che fa parte della struttura profonda delle nostre tradizioni che la globalizzazione sembrava aver cancellato. Questa dimensione ha ancora una speranza?

In questo caso il salto di qualità c'è già stato: nessuno più vuole sentirsi omologato e la ricerca dell'autenticità locale è sempre più diffusa.

È importante però che il sapere locale delle grandi qualità non rimanga confinato al cortile di casa: bisognerà avere il coraggio di affrontare il mare aperto del mondo! ■