

TRA ITALIAN FACTOR E CRESCITA FELICE



In occasione dell'ottava edizione del "Premio Vincenzo Dona", abbiamo incontrato Francesco Morace, sociologo e presidente di Future Concept Lab.

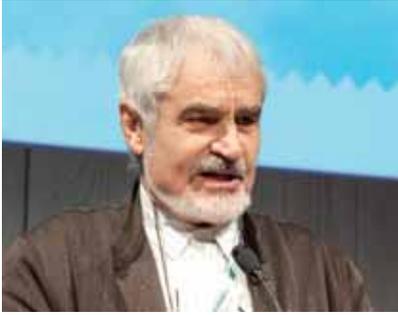
di Sonia Galardo

1 **Cosa vuol dire pensare al nuovo nel 2014?**

Pensare al nuovo significa comprendere gli orientamenti paradigmatici (l'ori-

ginalità, la sostenibilità, la tempestività, la condivisione) che caratterizzeranno il mercato del futuro. Su questi valori l'Italia deve dimostrare le proprie qualità: l'ingegno, il senso del gusto e del bello, la maestria. Ciò significa alimentare, sostenere, rafforzare, la presenza degli imprenditori italiani, ma

anche dei singoli professionisti e ricercatori, che potrebbero esprimere il loro talento basandosi su una piattaforma organica. Le tecnologie digitali, ormai alla portata di chiunque, possono sostenere questo orientamento al nuovo, condividendo e moltiplicando il valore che già siamo in grado di produrre.



Serge Latouche al Premio Dona 2013.

2

Al "Premio Vincenzo Dona" dello scorso anno ci siamo lasciati con le parole di Serge Latouche sulla "decrescita felice". Cosa intende invece Lei quando parla di "crescita felice"?

La decrescita felice si fonda su un mix di buone ragioni ma propone una direzione che non condivido. Non si può chiedere a una pianta o a un bambino di decrescere. L'idea di crescita segna una irresistibile tensione biologica, vitale e bisogna accettarne la sfida, fino in fondo. Puntan-

do a una crescita sostenibile, sana, felice. La vera discriminante per definire un'azienda di successo non sta nella dimensione ma nella sua capacità di aprirsi al futuro: il problema non è essere piccoli o grandi, ma chiusi o aperti. Non si tratta più di difendere "il piccolo è bello" ma di promuovere "il meglio del piccolo": la capacità "sartoriale" di essere vicini ai clienti, senza la paura di crescere.

3

Pochi mesi fa è uscito il Suo ultimo libro intitolato "Italian Factor". Cos'è l'Italian Factor?

L'*Italian Factor* è un moltiplicatore di valore per le qualità produttive (legate alle famose quattro A: alimentazione, arredo, abbigliamento, artigianato) che hanno permesso lo straordinario successo del made in Italy nel mondo. Siamo poco consapevoli del nostro

4

Uno dei concetti chiave del Future Concept Lab (l'Istituto di cui Lei è Presidente che racchiude nel suo nome la filosofia della sua attività) è "si può vedere il futuro solo se si è pronti a progettarlo". Crede che il nostro Paese lo sia?

L'Italia avrebbe tutte le carte in regola per progettare il futuro: intelligenza, creatività, saper fare. Gli ostacoli stanno tutti e solo nella nostra testa, nell'abitudine devastante allo scetticismo, all'invidia competitiva, alla conservazione, per non affrontare le sfide innovative che il futuro ci impone. Innovazione significa inserire delle qualità e dei talenti in un contesto specifico di grande cambiamento. Lo scenario globale che va definendosi richiede infatti una nuova capacità di confronto che l'Italia dovrà attivare, se vuole rimanere in gioco valorizzando le proprie qualità. La molla non può essere il semplice orgoglio nazionale che spesso in Italia si limita a una sterile strategia difensiva. ■

CHI È FRANCESCO MORACE

Sociologo, scrittore e giornalista, Francesco Morace lavora da oltre trenta anni nell'ambito della ricerca sociale e di mercato. È Presidente dell'Istituto di ricerca e consulenza strategica Future Concept Lab, con sede a Milano e San Paolo del Brasile e attività a livello internazionale. Docente alla Domus Academy, al Sole24 Ore Business School e al Politecnico di Milano, tiene inoltre conferenze, corsi e seminari in diversi paesi del mondo.

Autore di oltre 20 saggi tra cui "Italian Factor" (gennaio 2014); "Che cos'è il futuro" (aprile 2013), pubblicato anche in Brasile con il titolo "O que è o Futuro"; "I Paradigmi del Futuro. Lo scenario dei trend" (2011).

Tra i vari libri di cui è coautore: "L'Impresa del Talento. I territori creativi delle aziende italiane" (2012).

Collabora regolarmente con numerosi periodici di settori diversi e partecipa alla trasmissione radiofonica Essere e Avere di Radio24 con la rubrica settimanale "Consum-autore" (dal titolo del suo libro del 2008 "Consum-Autori: Le generazioni come imprese creative").

È inoltre autore del nuovo libro in uscita nel mese di gennaio "Crescita felice. Percorsi di futuro civile".