



## **FORUM DONNE MOTORE DELLA RIPRESA**

### **L'ECONOMIA DELLA BELLEZZA**

#### **Relazione Patrizia Di Dio**

Buongiorno e un calorosissimo benvenuto a tutti al forum del Terziario Donna, l'organizzazione che rappresenta le imprenditrici del commercio, dei servizi, del turismo, dei trasporti e delle piccole e medie imprese e delle professioni associate al sistema Confcommercio.

Un calorosissimo e affettuoso saluto alle presidenti, alle Consigliere e alle socie del gruppo Terziario Donna, *provenienti da tutta Italia*.

E un riconoscente benvenuto alle illustri relatrici e agli illustri relatori che hanno accolto l'invito a venire a Palermo per dare il loro contributo a questo forum dal titolo "l'economia della bellezza".

Saluto e ringrazio il sindaco Leoluca Orlando che oggi avrà il compito non solo del suo gradito saluto in qualità di sindaco della città ospitante questo evento, ma di accompagnarci nella visione di una città che sta puntando sull'economia della Bellezza.

Palermo infatti ospita per il quarto anno un evento del Terziario Donna ed è l'unica *location* del Sud in cui si svolge un evento di confcommercio nazionale. Ma quest'anno Palermo non è *solo* sede del nostro evento.

Palermo presa a simbolo di una Italia che investe sulla sua bellezza e sulla sua capacità di meravigliare il mondo intero. città emblema delle grandi potenzialità del sud che non si sono ancora compiutamente tradotte a vantaggio di chi ci vive, è metafora di città splendida e nello stesso tempo decadente, dalle enormi potenzialità e grandi stimoli, eppure spesso in indolente inerzia, memoria di ferita e lacerazione, eppure esempio di recupero fascinoso e stimolante, antico e moderno insieme: città in cui abbiamo il percorso arabo normanno patrimonio dell' Unesco da un lato, ma che ospiterà "Manifesta 12", una delle più importanti iniziative di arte contemporanea al mondo, la biennale itinerante europea, nel 2018,

quando Palermo sarà anche capitale della cultura 2018, insomma metafora insieme del nostro passato e del nostro futuro, di crisi e di opportunità.

Ma insieme a tutto questo e qui parlo nel ruolo di Presidente di confcommercio Palermo, questa città è una storia di impegno, di tanti ( non tutti, ma tanti) impegnati a trarre il meglio da questa città pur con tutte le sue criticità.

E' una storia di impegno per tutto quello che Palermo sta facendo in campo umanitario, senza se e senza ma, dallo Stato, le istituzioni, le forze dell'ordine, al più semplice dei cittadini. Tra le discussioni generali in Europa e in Italia di cosa e di chi deve fare, qui *si fa* senza chiedersi a chi tocca, pensando che ci sono cose che vanno fatte. punto.

siamo fatti così ed è in fondo la nostra grandezza. lo stesso stile arabo-normanno rappresenta un esempio materiale di convivenza, interazione e interscambio tra diverse componenti culturali di provenienza storica e geografica eterogenea. Tale sincretismo ha generato un originale stile architettonico e artistico, di eccezionale valore universale, in cui sono mirabilmente fusi elementi bizantini, islamici e latini, capace di volta in volta di prodursi in combinazioni uniche, di eccelso valore artistico e straordinariamente unitarie. insomma la nostra storia di accoglienza e integrazione è il nostro paradigma di bellezza.

Palermo dove il nostro arcivescovo monsignor Lorefice per il discorso in occasione del suo primo *festino*, che si celebra da 393 anni in onore di Santa Rosalia, la nostra *Santuzza* patrona di Palermo, ha espresso parole sulla dignità, sul significato di umanità e sul valore di appartenenza a un sistema e a una comunità di senso che ci toccano particolarmente, non solo per la forza innovativa e profondamente cristiana ma anche per l'anelito a porre le basi di un rinnovato modo di intendere le prospettive della nostra vita. noi del Terziario Donna cogliamo con emozione quell' invito a far ricorso "alla sapienza del cuore e alla delicatezza dei sensi" "per rendere belli i nostri giorni, per vivere relazioni autentiche, che sappiano cogliere e rispettare l'anima dell'altro" perché siamo convinte come dice il nostro monsignore Lorefice che "le relazioni vere nascono e crescono dove c'è sintonia, c'è finezza, c'è rispetto, ascolto" dove c'è bellezza! e questo è quello che desideriamo mettere al centro anche delle nostre attività imprenditoriali e professionali.

noi diamo naturalmente espressione a quell'economia che chiamiamo del nuovo umanesimo anzi del *womanesimo*.

la città di Palermo, luogo simbolo di incontro di culture, di religioni, della possibilità di vivere nel segno della solidarietà e della pace, esempio di riconciliazione e rispetto reciproco, muove nella direzione di un' Economia consapevole del livello valoriale della società che le dà vita. valori che già introducono le premesse dell'economia della bellezza.

Ancora: il Forum del Terziario Donna a Palermo dove i famosi "quattro canti" che rappresentano la città, sono dedicati ciascuno ad una santa protettrice, (sante Cristina, Ninfa, Oliva e Agata, poi soppiantata da Santa Rosalia)

Sono tutte donne. Sono poste lì dal 1617 . E ad esse sono state sempre rivolte le speranze dei nostri antenati concittadini.

Donne di primo piano , in un tempo in cui la figura femminile era relegata nelle retrovie della società; Eroine e martiri di una società grezza e ottusa che ha fatto pagare con la vita e subendo incredibili atrocità, le loro scelte personali

Donne che in fondo potremmo definire innovative rispetto ai tempi e alle condizioni sociali perché hanno scontato a caro prezzo quello che oggi potremmo individuare come il loro impegno sociale; hanno pagato per la loro tenacia, per il loro coraggio, per la loro sensibilità, o anche solo per la loro indipendenza.

Donne martiri come ancora ne piangiamo ogni giorno,

Donne martiri a causa di modelli sbagliati, di un corto circuito educativo e culturale, che alimenta la violenza sulle donne e determina i femminicidi, ogni giorno ,senza tregua.

Oggi possiamo solo accennare a questo terribile stato di cose ma è un dato sociale da cui non si può prescindere, perché è l'effetto deterioro del mancato rispetto e di pregiudizi atavici e sbagliati ancora vigorosamente presenti nella nostra nazione nei confronti delle donne.

È una società, la nostra, che finge di essere paritaria, ma che di fatto le donne semplicemente non le rispetta.

Ed invece, da uno dei luoghi simbolo ci viene, potente e fissato nei secoli, il "messaggio", di una città lungimirante che guarda alle sue donne con rispetto e le fa destinatarie di speranza.

Certo, è una bella immagine e, in prospettiva, una "visione" alta del nostro auspicato futuro!

Ma non possiamo coltivare facili illusioni sulla condizione odierna della donna in Italia e in Sicilia.

Sappiamo che in Italia per le donne la strada è ancora tutta in salita.

Ma abbiamo l'orgoglio di citare dati concreti:

- noi del Terziario Donna siamo una parte significativa di quelle 750.000 imprese di Confcommercio presenti non solo nel settore del commercio, ma anche dei servizi, del turismo, dei trasporti, della logistica e delle libere professioni.
- Abbiamo raggiunto il tasso di 30,3% di femminilizzazione, ossia nei nostri settori un'impresa su tre è femminile.
- Oggi sono circa 1 milione e 312mila imprese femminili (il 21,7% del totale) che danno lavoro a quasi 3 milioni di persone.

Su questi dati, che rappresentano i risultati, faticosamente raggiunti nonostante gli innumerevoli ostacoli che si sono frapposti, e ancora si frappongono, ad un pieno dispiegamento delle energie femminili nel nostro paese, noi fondiamo una certezza,

Noi crediamo che le *donne possano essere il motore della ripresa*, e pretendiamo che i nostri rappresentanti politici a tutti i livelli tengano conto dei risultati di studi autorevoli che hanno rivelato che

se nel 2030 la partecipazione femminile al lavoro raggiungesse i livelli maschili , la forza lavoro italiana crescerebbe del 7 % e il PIL pro capite crescerebbe dell' 1% l'anno.

Quindi il *claim* "donne motore della ripresa" che ispira ogni anno i nostri forum, non è espressione di una rivendicazione di genere, ma rispecchia il dato condiviso tra gli studiosi dei processi economici: puntare sulla "risorsa donna" rappresenterebbe una valida strategia di politica economica

Ma fatto sta che proprio venerdì scorso (20 ottobre 2017) il report dell'istat "Sessant'anni di Europa" segnalava che "nel 2016 il tasso di occupazione in Italia è pari al 57,2% della popolazione in età attiva, un livello inferiore a quello osservato nel complesso dell'Ue e ancor più basso se si considerano i soli paesi fondatori. Quanto alla parità di genere, negli ultimi sessant'anni, le differenze fra l'Italia e i sei paesi fondatori si sono accentuate: i punti percentuali che separano i tassi di occupazione maschili e femminili sono ben 18 nel 2016 e molta strada ci separa dal complesso dei paesi dell'Ue e dall'aggregato dei sei fondatori".

E ancora un'altra fotografia impietosa, in questo caso da parte dell'ocse, sempre in questo mese di ottobre:

"Le donne italiane hanno uno dei tassi di partecipazione al lavoro più bassi tra i paesi Ocse e al tempo stesso una delle routine quotidiane più pesanti. Insomma, poco occupate, ma gran lavoratrici. Sono anche tra le più istruite, molto spesso più preparate e qualificate dei coetanei, ma meno presenti nei lavori più redditizi. Nel rapporto Ocse sulla "difficile battaglia" per la parità di genere, il quadro per la Penisola è dolente soprattutto sul fronte dell'occupazione e della sua conciliazione con le responsabilità nella famiglia, mentre è migliorato negli aspetti di istruzione e governance. Il tasso di partecipazione alla forza lavoro delle donne in Italia è del 48% contro l'oltre 66% maschile, in Sicilia scende al 33% di occupazione, solamente una donna su tre lavora con una differenza di oltre il 18%, eppure aggiunge sempre l'ocse le donne, lavorano complessivamente più degli uomini se al lavoro pagato, formale, si aggiunge quello non pagato, nella cura delle persone e della casa.

Perché il Forum?

Perché ogni anno cerchiamo di ragionare su nuove visioni e nuove prospettive imprenditoriali, per soluzioni rigenerative o di riposizionamento indispensabili per le imprese esistenti, o di creazione di nuova impresa.

Il nostro Forum è un appuntamento per riflettere sull'economia del futuro con lo sguardo rivolto al cambiamento in atto non solo nel tessuto economico, ma anche nella società.

Per esempio il cambiamento che vede i consumatori attratti da nuovi modelli di prodotti e di servizi, da modelli che mettono al centro la qualità della vita, la cultura, la relazione interpersonale.

E, di conseguenza, suggerisce a noi imprenditrici di mettere a frutto quei valori di cui siamo portatrici sane, di cui siamo le migliori interpreti e attivando i quali possiamo riuscire a renderci PROTAGONISTE della economia di questo paese.

E' un processo necessario per la nostra crescita, che deve essere portato avanti con originalità e con la piena consapevolezza del nostro valore.

Nessuna timidezza, nessun complesso, nessuna remora ci deve frenare!

il tema di quest'anno: l' economia della bellezza ci richiama al nostro Paese, da tutto il mondo considerato il *Bel Paese*.

Non diciamo niente di nuovo se affermiamo che intendiamo l' economia della bellezza come valorizzazione del patrimonio culturale e della qualità della vita Made in Italy.

L'Italia è considerata sinonimo di Bellezza in virtù del suo patrimonio culturale, artistico, monumentale, paesaggistico, ma anche della sua qualità di vita, nell'alimentazione, nel gusto, nel design e nella moda. La ripresa deve partire da questo immenso patrimonio materiale di Bellezza unito al patrimonio immateriale di Ben-essere, per un nuovo modello economico, di cui le donne sono interpreti e protagoniste.

l'economia della bellezza è un progetto ancora più ampio, per noi è economia del Bene Essere.

Noi pensiamo che anche in un mondo futuro dominato dalla tecnologia, dobbiamo coltivare la nostra umanità, e desideriamo mettere al centro l'importanza della funzione della relazione e del fattore umano per l'individuo, l'impresa e la comunità. per questo siamo quella parte di operatori economici che si interrogano sulla dignità del nostro lavoro e delle nostre imprese.

A proposito di dignità, ai suoi allievi Kant ricordava che "ci sono cose che hanno un prezzo, altre che hanno una dignità" e quindi non hanno prezzo. Nella società del mercato in cui la domanda è «quanto costa», la nuova stagione riteniamo si baserà anche "sul quanto vale", sui Beni relazionali, la fiducia, la giustizia, la solidarietà, l'amore, l'empatia, Beni che non si comprano ma permettono alle persone di riconoscersi. E non uso a caso la parola "Beni" invece che la parola "Valori", perché questi aspetti che vengono spesso relegati nel contesto esclusivamente spirituale, quando vengono declinati nelle nostre attività assumono ANCHE un significato economico.

Per noi, dunque, l' economia della bellezza si esprime con una cultura d'impresa che sa guardare lontano e che promuove comportamenti virtuosi sempre più attenti all'individuo e alla comunità, permeata delle specificità femminili di cura, visione dell'altro, "ricerca di senso", coraggio, istinto ecologico, cultura, relazioni, solidarietà

E questo è il sistema di valori che in genere le donne portano con sé nel fare impresa e che facilmente traducono in realtà grazie a quelle *soft skills, a quelle abilità*, di cui sono naturalmente dotate, che poi sono

quelle che si cercano oggi nei nuovi manager, quelle caratteristiche empatiche che ormai si promuovono a tutti i livelli della conduzione aziendale più innovativa.

l'economia della bellezza che desideriamo promuovere quindi è anche economia del nuovo Umanesimo, anzi quella che vorremmo chiamare del womanesimo per la sua coerente declinazione al femminile, che rappresenta la necessità di promuovere, nel concreto, una visione dell'umanità con una prospettiva arricchente, migliorativa, inclusiva, fatta di amore cura passione sensibilità ascolto.

La gente si dimenticherà forse quello che hai detto, o quello che hai fatto, ma non si dimenticherà mai di come l'hai fatta sentire.

e questa economia del nuovo umanesimo è quella dei nostri negozi sotto casa che rendono i luoghi "CITTÀ" e fanno di un luogo una "COMUNITÀ".

Sono un elemento di costruzione e mantenimento della identità urbanistica, ciò che rende fruibile, comoda e attraente la realtà cittadina e ciò che rende le nostre città più belle e più sicure, e rappresentano anche un modo di riappropriarsi del territorio e un sistema efficace e naturale di CONTROLLO della realtà urbana.

Non potremo sfidare i mercati globali sulla competitività del prezzo, ma possiamo sfidarli e vincere le nostre partite se adottiamo una visione dello scambio di beni e servizi che metta al centro la persona, le sue emozioni, i suoi sensi.

Che persegua uno sviluppo responsabile,

Che rimoduli modelli imprenditoriali antichi, non più attuali e non più funzionanti,

Che elabori un modo migliore di fare impresa conducente sia alla realizzazione economica, sia al miglioramento sociale e ambientale, che ponga alla base il benessere delle persone e del pianeta.

L'economia della bellezza non è una espressione vaga o velleitaria, ma la più moderna e attuale declinazione di una potenzialità economica straordinaria che si fonda sulla riscoperta della importanza della qualità della vita.

Ma cos'è la bellezza o meglio: come si percepisce?

Molto semplicemente: La bellezza è l'insieme di quelle sensazioni piacevoli percepite tramite i cinque sensi.

Il concetto di bellezza ha attraversato tutta la storia dell'Occidente e dell'Oriente. La sua elaborazione è sempre stata al centro del pensiero filosofico e teologico, sin dall'inizio della nostra civiltà. È sufficiente pensare al mondo greco, dove il termine kalós significa allo stesso tempo "bello" e "buono", in un'inseparabilità tra etica ed estetica.

Parlare di economia della Bellezza parlando d'imprenditoria femminile può generare fraintendimenti...Ma a questo punto mi sembra ovvio che l'economia della Bellezza di cui parliamo non riguarda il lato estetico.

Lo stesso Papa Francesco ha dato speciale importanza alla trasmissione della fede cristiana attraverso la via Pulchritudinis (la via della bellezza). Non basta che il messaggio sia buono e giusto. Deve essere anche bello, perché solo così arriva al cuore delle persone.

Questo vogliamo fare noi donne imprenditrici, rendendo vivo concreto e attuale

Il vero prestigioso BRAND con cui il mondo ci identifica e che desidera conoscere.

La bellezza di questo paese va rappresentata adeguatamente nei circuiti di conoscenza all'estero, e offerta alla fruizione qui sul nostro territorio, mettendo a frutto tutto il suo valore economico, sociale e identitario. L'arte, il paesaggio, il cibo, la musica, la lingua, ma anche il saper vivere, la capacità di mettersi in relazione con l'altro, la tecnologia, la qualità.

È un immenso patrimonio di ricchezza, un giacimento ancora quasi del tutto da utilizzare in tutte le sue potenzialità. E dunque non solo quelle attrattive evidenti e generalmente riconosciute delle grandi città, ma tutti quegli aspetti più nascosti ma non meno affascinanti che costituiscono le caratteristiche riconosciute alla identità culturali e sociali anche delle piccole città e dei piccoli borghi.

Chi visita uno di questi luoghi scopre di solito molte cose ormai inusuali nel luogo da cui proviene

La gente in bicicletta che si saluta per strada,

Il fornaio che conosce per nome i suoi clienti,

Una cucina che cambia radicalmente a distanza di pochi chilometri e che usa ingredienti stagionali e ricette antiche, scoprono che il vino non è un intruglio fatto per ubriacarsi, ma un nettare che esalta i sapori delle vivande e che va assaporato. E tutto questo fa la differenza nella percezione personale, trasformando un viaggio in una esperienza umana straordinaria.

E' sicuramente vero che dobbiamo investire sulla bellezza delle città preservando le zone di particolare pregio, dal punto di vista dei beni architettonici e culturali, ma dobbiamo anche rispettare le tipologie delle strutture originarie anche per quanto riguarda le attività.

Appreziamo molto il lavoro del ministro Franceschini in linea con un indirizzo di sviluppo delle città e del turismo non indistinto, ma che tuteli il nostro patrimonio identitario, visto che non solo per i monumenti, per l'arte, per i paesaggi, è attrattiva l'Italia ma anche per tutto il nostro sistema di negozi, di botteghe e di realtà piccolo imprenditoriali che caratterizzano i nostri centri storici, che è un altro patrimonio unico al mondo.

Lo sviluppo indistinto che punta sempre più a ridisegnare le attività in certe aree di particolare interesse turistico verso prevalentemente il settore food o le catene di food o comunque verso un'offerta indistinta e generalizzata non tutela un ulteriore patrimonio tipico italiano che invece dobbiamo preservare.

Anche come presidente confcommercio cerco di diffondere strenuamente questa impostazione a partire

dalla mia città perché ritengo che questa sia la strada e una precisa responsabilità. quella di contribuire ad orientare, salvaguardare e indirizzare lo sviluppo sostenibile dei centri storici e dei borghi, perché a lasciare le dinamiche solo al libero mercato, purtroppo si rischia di alterare irreversibilmente il nostro aspetto identitario italiano che è fatto anche dall'offerta commerciale

Mentre, invece, come fin qui ho cercato di trasmettere con le mie parole, l'economia della Bellezza significa costruire un'identità competitiva per l'Italia, per contribuire al rilancio del Paese, trasformando il suo straordinario potenziale di bellezza in una risorsa strategica di sviluppo economico e sociale. Per fare dell'Italia il Paese della Bellezza perché l'Italia DEVE FARE L'ITALIA e scommettere su ciò che la rende unica e desiderata nel mondo: cultura, qualità, conoscenza, innovazione, territorio e senso di comunità.

l'economia della bellezza vale 240 miliardi il 17 % circa del pil del paese e se le imprese aumentassero, si potrebbe crescere di altri 130 miliardi.

I beni di consumo di qualità (moda, alimentazione, sistema casa) producono un valore di 44 miliardi, quelli tecnologici 32 miliardi, l'industria creativa 61 miliardi e poi c'è il turismo che da solo concorre con 30 miliardi

Il Talento dell'Italia è la Bellezza. La Bellezza ha per gli Italiani un valore che va ben oltre il solo senso estetico, giacché è la nostra stessa identità. È storia, cultura e territorio, ma anche ricerca scientifica e avanguardia tecnologica, qualità dei prodotti e creatività progettuale. A ciò si aggiungono la ricchezza del patrimonio agroalimentare, la capacità di costruire relazioni empatiche ed eccellenza fatta di *abilità e creatività*. Una irripetibile pluralità che determina, nel suo insieme, quello "stile di vita" che il mondo intero ci invidia e tenta di imitare.

Una ricchezza unica che ci appartiene e che abbiamo il dovere di proteggere, per vivere meglio l'Italia di oggi, per lasciare un Paese migliore agli Italiani di domani ma per costruire nuova ricchezza per far sì che i nostri cervelli, ma in generale i giovani e anche i vecchi non debbano andare via

Dobbiamo fare l'Italia.

Che sa innovare senza perdere la propria anima.

Che ha capito che nel mondo del XXI secolo, se uno spazio c'è per il nostro Paese è quello della qualità.

Che presidia la nuova frontiera della qualità ambientale, tema che anche in qualità di delegata nazionale di giunta sull'ambiente e la sostenibilità, mi trova particolarmente attenta.

Che sa dare valore alla propria bellezza intercettando la grande, e crescente, domanda di Italia che viene da ogni angolo del pianeta.

Questa Italia non può più attendere. Va riconosciuta, guardata con attenzione, raccontata con passione.

Perché l'Italia è per il mondo Bellezza, LA Bellezza e perché l'Italia per costruire ricchezza e il suo solido futuro DEVE FARE L'ITALIA. Deve fare il Paese della Bellezza!