



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
TERZIARIO DONNA

L'economia della Cultura e dei Saperi

Palermo, 26 ottobre 2018

Aula Magna del Dipartimento di Giurisprudenza dell'Università' di Palermo

Rieccoci a Palermo care amiche e cari amici all'appuntamento annuale del nostro Gruppo per il quinto anno. Rieccoci all'evento organizzato dal Terziario Donna di Confcommercio, l'Organizzazione rappresentativa delle imprenditrici, delle lavoratrici autonome e professioniste del commercio, dei servizi, del turismo, delle piccole e medie imprese associate a Confcommercio.

Benvenute e benvenuti. A Palermo, città amabile e complessa, luminosa e tetra. Perché Palermo è molte cose insieme. Si frantuma in quartieri ed aree diversi, spesso diversissimi, tra loro. Vi si incrociano arte e bellezze di natura, rigore civile e poteri criminali, progressive spinte legalitarie e involutive devianze, imprenditorialità virtuosa e domande assistenziali, in un tiro alla fune che ha visto contrapporsi poteri oscuri e generose lotte di liberazione. Ma dove l'evoluzione, da tempo e lentamente, si afferma sul regresso. Ieri era capitale della mafia. Oggi è capitale della cultura. Il futuro è ancora incerto. La prospettiva resta fragile...Ma è un passaggio epocale. Confcommercio l'ha intuito prima degli altri, l'ha scelta come location per il Terziario Donna, perché vuol stare, visibilmente, senza dubbi, dalla parte giusta. Perché vuole favorire crescita economica, rinascimento culturale, risanamento etico, coesione sociale, bonifica del degrado, rigenerazione urbanistica. Per questo, fin dal 2014 ha scelto Palermo come unico territorio del sud. "Città lab". Laboratorio per avviare il cambiamento e costruire il nuovo.

Da Capitale della mafia a Capitale della cultura, dicevo. Chiamiamola pure città delle culture. Una Palermo "leggera" che oggi esprime, come dice il nostro sindaco, parafrasando Italo Calvino "La leggerezza dei valori forti contro la pesantezza dei valori deboli". Dicevo che il futuro resta incerto, la prospettiva fragile. Ma c'è un punto di svolta visibile, una direzione di marcia chiara. Lo dobbiamo mettere oggi al centro del nostro incontro. Puntiamo a una crescita che abbia nella cultura e nella

bellezza, nella valorizzazione dei saperi e dei mestieri un fatto cruciale. Capitale lo siamo stati. Lo siamo rimasti? Devono stabilirlo gli altri. Noi dobbiamo lavorare per farcela. Se una rivoluzione ha avuto luogo qui, questa è legata al passaggio dalla paura alla ricerca della felicità. Una felicità tutt'altro che assente dal lavoro e dai doveri del vivere quotidiano seppur faticoso e in salita.

Noi di Terziario Donna di Confcommercio vogliamo la rinascita dell'economia e il cambiamento sociale. Palermo, in questo come l'Italia, sembra spesso sull'orlo del baratro, parola che compare troppo, non sempre opportunamente, nel dibattito e nella polemica politica. Ma noi diciamo, non per fede ma perché vediamo e sappiamo, che ci sono le condizioni per vincere, per risorgere dalle condizioni peggiori. Qualcuno, per attitudine al disfattismo, potrebbe chiedere: farcela anche a Palermo? Ebbene sì: anche a Palermo. Noi non sogniamo. Sappiamo misurare la profondità di solchi e distanze. In un certo senso, ecco il punto, Palermo è il paradigma di un'Italia che può farcela. Palermo è un'esagerazione dell'Italia. Città bellissima di un'Italia bellissima. Ma...

Se in Italia c'è disoccupazione qui ce n'è di più. Siamo maglia nera in Europa.

Se in Italia c'è arretratezza infrastrutturale qui ce n'è di più.

Se in Italia c'è un deficit di legalità e sicurezza qui più che altrove...

Noi, malgrado questo, anzi proprio per questo, abbiamo scelto Palermo come città/visione. Uno spazio per affermare un modello di sviluppo centrato sulla bellezza in tutte le direzioni possibili: monumenti, natura, mestieri, saperi, gusto, moda, stile di vita. Nel 2014 ancora non era così chiaro cosa potesse rappresentare Palermo. Non era stata ancora riconosciuta capitale della cultura. Non aveva ancora ospitato Manifesta biennale itinerante d'arte contemporanea in corso in questi mesi. Non erano arrivati Massimo e Francesca Valsecchi, collezionisti d'arte a sceglierla perché, restaurando Palazzo Butera, si potesse rigenerare tutto il quartiere della Kalsa. Un palazzo con cui i principi un tempo hanno voluto ergere un muro tra mare e città. I coniugi Valsecchi vogliono abbattere quel muro e vogliono rendere quel palazzo cerniera di Palermo non solo con il mare ma con il mondo. Pensano che la nostra città, in anni schiacciati sul presente, sia un'idea di futuro, con la sua cultura millenaria, la sua umanità, la sua anima bella, sia spazio ideale per rimuovere muri e combattere il nichilismo imperante. Perché Palermo è anche questo: sincretismo di culture, città mosaico, laboratorio di differenze, come tanta parte d'Italia. Ma anche simbolo di chi ce la può e ce la deve fare. Ha un patrimonio per anni ignorato. Adesso è sotto i riflettori per le numerose manifestazioni che valorizzano preziosi beni culturali che attraggono un pubblico sempre più numeroso e, cosa importante, sta creando nuove opportunità economiche.

Eppure già prima era città dalla cultura millenaria, la cui grandezza, per troppi anni, è stata sopraffatta da decenni di oscurantismo mafioso, di anime torve, di rassegnazione e chiusura. La Bellezza c'era ma

era negata dalla violenza e dal sangue. C'era ma era sommersa dai piagnistei e dalla sfiducia. Siamo adesso a nuovi copioni.

Abbiamo scelto una città dove, come in tutto il nostro Paese, le donne proprio le donne, con lavoro, forza e dimostrata capacità sono una risorsa da utilizzare nell'interesse e per il progresso di tutti e tutto.

La ricerca della *Format Research* che il Prof. Ascani ha appena presentato è ancora oggi...il pianto delle donne! Enorme risorsa come pure questi stessi dati dimostrano, eppure bistrattata da una cultura miope che non sa valorizzare le proprie risorse.

L'Italia è un "brand" di successo, su cui costruire il nostro futuro di benessere. Traiamo spunto da alcuni numeri della ricerca di *Symbola*, a proposito di impresa culturale: questa frutta al Paese il 6% della ricchezza prodotta, oltre 92 miliardi di euro e dà lavoro a un milione e mezzo di persone (il 5,7% dell'occupazione nazionale). La cultura ha sul resto dell'economia un effetto moltiplicatore pari a 1,8: in altri termini, per ogni euro prodotto dalla cultura se ne attivano 1,8 in altri settori, col turismo come primo beneficiario di questo effetto volano.

Secondo alcune indagini, l'Italia è addirittura il primo Paese al mondo per la sua influenza culturale. Il Made in Italy è oggi, il terzo marchio più conosciuto a livello mondiale, dopo *Coca Cola* e *Visa*. C'è chi dice che siamo una sorta di super potenza culturale.

Essere il paese di Leonardo e Michelangelo non basta. Ma possiamo, su grandi figure come queste creare il racconto, lo storytelling per cui, anche grazie a questa nostra storia, siamo in grado di creare la moda più bella, vini e cibo più buoni, arredi più eleganti, lo stile di vita più raffinato e apprezzato.

Il rilievo che la cultura assume nell'economia contemporanea è la sua capacità di produrre valore mediante significati. In un'economia simbolica dove conta sempre meno il valore d'uso dei prodotti (il prodotto per quello che è) e conta sempre di più la valenza simbolica ed evocativa che esprimono e raccontano i beni e le esperienze. Il "quanto vale" contrapposto al "quanto costa" riduttivo e fuorviante in una visione della vita che mette al centro i valori. Noi non vendiamo semplicemente oggetti, definiti dalla loro utilità.

Vogliamo vendere "significati" che generano emozioni e senso. L'Italia deve volare su ciò che la rende unica.

L'Italia deve fare l'Italia, deve valorizzare i talenti, le energie migliori e il peculiare modello di sviluppo: che è fatto di competitività e di bellezza, di produzione di ricchezza, di sostenibilità, di coesione sociale, di innovazione e tecnologia, di un nuovo Umanesimo.

Una cosa, a questo punto dobbiamo chiarire, senza confusione. Quando parliamo, per il nostro Paese, di uno sviluppo centrato sulla Bellezza, non pensiamo a vuota contemplazione o a esercizi accademici di esaltazione che non ci appartengono. Abbiamo come scelta trainante la Bellezza come motore di una crescita centrata sull'impresa privata, sul rischio, sul merito, sulle competenze. Terziario Donna vuole questo. Da sempre. È questa la rivoluzione vera che può dare al nostro Paese nuovo smalto. Per superare una storia di pressione sulla mano pubblica con scopi assistenziali, per sconfiggere quella visione providenzialista che guarda ai governi, per veder prevalere valori e non clientele. E dicendo questo non neghiamo le responsabilità del privato. Anzi diciamo che è necessario pensare a nuovi modelli di convivenza e di imprenditoria.

Concludo dicendo che siamo assolutamente convinte che ci può essere impresa migliore in una società migliore. Società ed economia devono progredire insieme, l'una integrandosi con l'altra. E' per questo che ci piace l'Economia della Cultura e dei Saperi perché va in questa direzione.

Qui ieri abbiamo redatto il nostro Manifesto, un documento semplice ma forte, forte di valori, i nostri valori economici e di vita che danno senso a ciò che facciamo.

È la nostra ricerca della felicità!

Perché è proprio il significato che costruiamo intorno alle nostre esperienze che ci permette di essere felici e invece, se manca, ci condanna alla deriva del vuoto, della contingenza più reativa, di un presente che non nutre il nostro sé, non attiva alcuna energia.

La Felicità è un termine che porta in sé valori profondi.

E' generativa. Deve guardare al futuro e costruire futuro.

Felicità è la responsabilità di cosa facciamo e come.

La nostra fatica quotidiana serve a spaccare pietre o a costruire cattedrali?

Tocca a ciascuno di noi ogni giorno decidere se essere spaccapietre o costruttore di cattedrali!