

# Dai tubi ai bulloni La bellezza di tutti i giorni che fa ricca l'Italia

*Non solo arte,  
cultura, moda  
turismo e natura  
L'economia  
può crescere  
anche grazie  
al successo di  
utensili poveri*

**Oggetti di uso comune, ma ricercati e di design  
Sono «eccellenze nascoste» che rilanciano il Paese**

di **Nino Mater**

L'aggettivo «bello» è tra le dieci parole più usate dagli italiani. Non a caso il nostro si chiama anche Belpaese. Che tale resta, benché la sua Capitale sia infestata da topi e spazzatura. Nel resto del mondo si «rassengnino» pure: la nostra «Grande Bellezza» è quasi imbattibile. Possono competere, ma è arduo che vincano. Oltre il 60% del tesoro artistico-culturale del pianeta è qui (che noi poi non lo si riesca a valorizzare adeguatamente - o, peggio, lo si lasci andare in malora - è un altro paio di maniche ndr). Da Nord a Sud, di «bello» è permeata ogni regione, nessuna esclusa. La natura è un'alleata preziosa: ci regala ambienti meravigliosi che restano tali «malgrado» l'opera distruttiva dell'*homo politicus* che devasta a colpi di incapacità gestionale e dell'*homo vandalus* che devasta a colpi di comportamenti incivili.

Bene hanno fatto quindi **Fondazione Italia Patria della Bellezza** e Prometeia a realizzare la ricerca «Economia della bellezza», certificando come il bello italico «vale il

16,5% e può ancora crescere». Lo studio, presentato l'altro ieri a Milano, offre spunti inediti rispetto alla liturgia codificata dei nostri marchi di maggiore successo internazionale (dalla Ferrari alle griffe della moda, dal turismo d'élite ai poli del lusso, dalle eccellenze dell'enogastronomia alla creatività di design, ecc.). Ma tra le pieghe delle analisi di mercato, ecco spuntare un nuovo *trend*: quello del *fashion* degli oggetti umili. Scusandoci per aver inanellato in una sola riga due parole orribili come *trend* e *fashion*, va sottolineato con favore come all'interno del nostro mercato d'impresa il «bello» si annidi perfino all'interno di settori apparentemente esclusi dalla geografia dei tradizionali prodotti *glamour* (parola odiosa almeno quanto *trend* e *fashion*). Ci riferiamo, ad esempio, al settore «macchine e tecnologie» dove, insospettabilmente, la genialità italiana ottiene risultati al top di gamma. Tanto da nobilitare, con la forza del «bello», perfino oggetti dall'umile «bruttezza» come brugole, bulloni, tubi di plastica, reti metalliche, badili e tutto quanto fa...cantiere.

E qui il pensiero va subito al trio comico Aldo, Giovanni e Giacomo che nel film «Tre uomini e una gamba» interpretano il ruolo di tre commessi di un negozio di ferramenta milanese, il «Paradiso della Brugola»: un «Paradiso» che, alla luce dei riconoscimenti italiani all'estero, non appare per nulla una definizione esagerata.

«Considerare i beni tecnologici e di ingegno tra i comparti che producono bellezza desta stupore, ma è ciò che rende vincenti le nostre produzioni - raccontano al *Giornale* i curatori della ricerca -. Macchine non solo funzionali ma anche dal design distintivo e dal grado di personalizzazione, impensabile per altri Paesi. Oggi complessivamente il comparto vale 32 miliardi e rappresenta l'area con le maggiori potenzialità di crescita».

«L'impegno della nostra

Fondazione, e l'obiettivo di questo studio, è dimostrare che la Bellezza del nostro Paese non è un valore effimero - spiega Maurizio di Robilant, presidente della **Fondazione Italia Patria della Bellezza**, committente della ricerca -, ma una risorsa solida e strategica su cui costruire crescita, sviluppo e benessere: in una parola futuro».

Un futuro che può essere affrontato con due «scenari di crescita»: «La prima è un'ipotesi di crescita «coraggiosa» in cui tutte le imprese del settore si allineano alle migliori aziende italiane - precisa la ricercatrice Alessandra Lanza -; la seconda è un'ipotesi di crescita ancora maggiore, che abbiamo definito «ambiziosa», in cui tutte le aziende italiane di ciascun settore raggiungono le prestazioni delle migliori aziende europee. L'analisi condotta ha portato a stimare il potenziale di crescita tra i 52 miliardi di euro nel primo scenario e i 130 miliardi nel secondo, arrivando a un valore totale stimato tra i 292 e i 370 miliardi: rispettivamente il 19,5% e il 25,4% del Pil».

Bisognerebbe ora «solo» passare dalle *slide* alla realtà. Difficile, ma non impossibile.

## I numeri

**4,6-7,5**

Per quanto riguarda i beni di consumo di qualità si rileva un potenziale di crescita tra i 4,6 e i 7,5 miliardi di euro

**20/61**

Altissimo il margine di crescita per i beni tecnologici (20/61 miliardi), settore in cui la Germania è il paese leader

**16,5%**

«La «bellezza italiana» vale il 16,5% del Pil». Lo sostiene la ricerca di **Fondazione Italia Patria della Bellezza**

**20**

Nella crescita dell'Italia il turismo ricopre un ruolo-chiave: in questo settore i margini di crescita sono di 20 miliardi

