"Made in Italy" e "cultura del fare"

Dopo la grave crisi del 2020 negli ultimi mesi l'economia ha dato segnali di confortante ripresa. In parte è frutto di un fisiologico "rimbalzo". Ma se il nostro Paese recupera posizioni, lo deve prima di tutto all'eccellenza delle nostre produzioni. Il "Made in Italy" rimane sempre uno dei marchi più apprezzati al mondo. Un recente convegno svoltosi ad Assolombarda Pavia (ne parliamo in questo numero de "il Ticino") ha sottolineato l'effetto traino che il "Made in Italy" sta producendo sull'economia della nostra regione. Nel primo semestre del 2021, le aziende lombarde che producono prodotti "Made in Italy" (nei comparti alimentare, moda, arredo e meccatronica) hanno venduto all'estero per 47 miliardi di euro: un risultato migliore di quello registrato nel 2019, prima della pandemia. Una tendenza positiva che riguarda anche le aziende della provincia di Pavia: Francesca Scotti, digital project manager, ha raccontato l'esperienza illuminante dell'azienda di famiglia. Ma il "Made in Italy" non è solo qualità dei prodotti: "è anche – come ha spiegato Marco Salvadeo, presidente della zona Oltrepò di Assolombarda – una cultura del fare che emerge in particolare nelle aziende lombarde". E' questa la vera risorsa da cui ripartire. (*) *direttore "Il Ticino" (Pavia)*

Alessandro Repossì (*)