

Il territorio, le eccellenze

«Creare sinergie virtuose in nome del Made in Italy»

L'EVENTO

Lidia Luberto

Un modo nuovo e più efficace di raccontare il territorio e di promuoverlo attraverso la valorizzazione del made in Italy, anzi del "made in Campania" con i suoi punti di forza che sono il patrimonio artistico e architettonico, ma anche il saper fare dell'artigianato e delle filiere enogastronomiche, creando una rete fra istituzioni, università e scuola. La "prima pietra" di questo percorso che, partendo dalle tradizioni, vuole innovare la narrazione dei luoghi e delle eccellenze locali è stata posta ieri nella sala conferenze della Soprintendenza archeologica, belle arti e paesaggio di Caserta e Benevento dove si è tenuto l'incontro su "Competenze per il made in Italy; cultura, creatività e sviluppo", nell'ambito delle iniziative per la Giornata nazionale del Made in Italy che si celebrerà ad aprile.

«Quello di oggi costituisce l'inizio di un percorso comune fra istituzioni, università, scuola e mondo della ricerca sul ruolo strategico che cultura, patrimonio e creatività, insomma tutto ciò che fa "Made in Italy", rivestono nello sviluppo e nella valorizzazione del territorio. Il nostro - ha detto il soprintendente Mariano Nuzzo, aprendo il dibattito, condotto da Mariangela Mingione, responsabile Studi e ricerca

della Sabap - è un marchio riconosciuto in tutto il mondo, un brand di successo che racchiude in sé un sistema di conoscenze, tradizioni e competenze di cui dobbiamo essere fieri. Il nostro patrimonio non è solo quello che custodiamo ma anche ciò che conserviamo attraverso le tradizioni e le persone che creano, conoscono, studiano e realizzano manufatti, facendo leva su identità e cultura. Da qui l'iniziativa di mettere in dialogo università, scuola e istituzioni in modo da costruire visioni e percorsi comuni che parte oggi e proseguirà nel tempo con collaborazioni e sinergie virtuose, creando occasioni concrete in cui la cultura diventa motore di sviluppo, conoscenza e coesione sociale».

GLI INTERVENTI

Sulla necessità di una narrazione positiva del territorio si è soffermato il presidente della Camera di Commercio, Tommaso De Simone. «Il nostro brand è affermato al punto da essere imitato: su tre nostri prodotti due vengono, infatti, falsificati. Ciò vuol dire che il Made in Italy tira. Insomma, abbiamo tutte le carte in regola per essere competitivi con

► Convegno alla Soprintendenza per la Giornata nazionale di aprile

► Nuzzo: costruire percorsi comuni e visioni
De Simone: puntare sul nostro saper fare



IL TAVOLO I relatori del convegno; a destra gli abiti realizzati da studenti del Mattei FOTO FRATTARI



retore della Casa del Made in Italy di Caserta che ha detto: «La Giornata del Made in Italy si sviluppa sull'incrocio tra innovazione e tradizione, quest'ultima legata alla cultura, al vissuto, al saper fare, ma anche ai beni architettonici». Fabozzi ha poi annunciato un altro importante appuntamento in programma il 30 settembre su "Cultura che genera valore: politiche, impatto e sviluppo per il made in Italy", finalizzato ad approfondire strumenti e metodologie per valutare il contributo delle industrie culturali e creative alla valorizzazione del patrimonio e allo sviluppo dei territori.

Nel corso della mattinata, alla quale ha partecipato anche la prefetta di Benevento, Raffaella Moscarella, è stata allestita l'esposizione di abiti realizzati dagli studenti dell'indirizzo Moda e Costume dell'Istituto Mattei, nell'ambito del progetto decennale "Nei panni degli altri", coordinato da Giuseppina Gallo, per mostrare plasticamente come la "Creatività prende forma".

«Il nostro istituto - ha detto il dirigente scolastico del Mattei, Roberto Papa - non trasmette solo saperi tecnici, un pregiudizio antico che penalizza ancora l'immagine degli istituti professionali, ma forma coscienze attraverso la cultura che è strumento fondamentale per la formazione dei cittadini». I lavori sono proseguiti con gli interventi di studiosi e ricercatori, introdotti da Alessandra Cirafici, coordinatrice del Dottorato di Interesse Nazionale in Design per il Made in Italy, che hanno affrontato il tema del Made in Italy da diverse prospettive disciplinari.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LELLA: «COLLEGARE PATRIMONIO E SOCIALE»
CIRAFICI: «VALORE ALLO STILE DI VITA»
FABOZZI: «INCROCIO TRA VISSUTO E CULTURA»

gli altri territori del mondo puntando sulle nostre eccellenze e sul nostro saper fare».

Florinda Lella, delegata della direttrice della Reggia, ha sottolineato che «l'obiettivo è collegare il patrimonio culturale al Made in Italy, azione che ha anche un ruolo sociale. E alla Reggia, tale scopo si traduce in azioni concrete, come la realizzazione di "Reggia in arte e design", nell'ex con-

vento dei Passionisti, dove, artisti e designer potranno produrre e commercializzare manufatti».

Un ruolo fondamentale è svolto anche dall'Università e in particolare dal Dipartimento di Architettura e Disegno Industriale. «Il Dipartimento e, più in generale, l'Università hanno offerto contributi significativi. La nostra è una sfida vinta - ha sostenuto Alessandra Cirafici, delegata del

direttore del Dipartimento - il design è un ambito di pensiero che per molto tempo è stato trainante. Restare in una dimensione stereotipata del Made in Italy è qualcosa da cui dobbiamo fuggire, dando valore all'elemento di più grande seduzione dell'Italia: il nostro stile di vita».

Il senso dell'iniziativa e del percorso inaugurato ieri è stato illustrato da Marzio Fabozzi, di-