

INTERVISTA
ECONOMICA

"L'industria è il motore del Paese: torniamo a raccontarla con orgoglio"

Il presidente di Apindustria Francesco Ferrari sul sondaggio che racconta gli italiani lontani dalla fabbrica

MANTOVA Un sondaggio realizzato da Community Research & Analysis per Federmeccanica evidenzia una forte distanza tra il peso reale dell'industria e la percezione degli italiani.

Sebbene l'Italia sia la seconda manifattura europea, soltanto il 12,4% degli intervistati la colloca tra i Paesi nei quali l'industria riveste maggiore importanza economica.

Turismo e commercio vengono inoltre considerati più determinanti per la crescita futura, mentre la manifattura è percepita come un settore in declino.

Una rappresentazione lontana dalla realtà, che rischia di indebolire una delle basi economiche e sociali del Paese.

Presidente Ferrari, perché esiste questa distanza tra realtà e percezione?

"Perché l'industria viene ancora associata alla fabbrica del Novecento, al lavoro sporco, ripetitivo e alienante. Oggi, invece, le imprese sono tecnologia, ricerca, automazione, sostenibilità e competenze. A questa scarsa conoscenza si aggiunge un limite culturale: noi italiani facciamo fatica a riconoscere e valorizzare i risultati degli altri. All'estero vediamo spesso sistemi produttivi capaci di presentarsi uniti, mentre noi tendiamo a procedere ciascuno per conto proprio. Così l'imprenditore, soprattutto nel proprio territorio, viene talvolta descritto soltanto come chi si è arricchito, dimenticando investimenti, rischi, responsabilità e anni di lavoro".

Perché l'industria rimane decisiva?

"Perché è il motore del Paese e rappresenta anche uno dei sistemi più diffusi e democratici di distribuzione della ricchezza. La manifattura genera valore e lo redistribuisce in modo capillare attraverso salari, contratti collettivi, fornitori, servizi e investimenti sul territorio.

Attorno a un'impresa lavorano decine o centinaia di persone e si sviluppano intere filiere. Altri settori sono importanti, ma possono produrre occupazione più intermittente o concentrare maggiormente i benefici economici. L'industria, invece, crea lavoro stabile, competenze e continuità. Non possiamo pensare a un'Italia museo, fondata soltanto sul turismo e sulla conservazione della propria bellezza. Senza manifattura perdiamo autonomia, capacità produttiva e futuro".

Lei richiama spesso il valore del lavoro.

"Il lavoro nobilita perché permette alle persone di crescere, diventare autonome e contribuire alla comunità. Naturalmente le imprese devono garantire sicurezza, rispetto e opportunità professionali. Ma dobbiamo smettere di descrivere il lavoro industriale soltanto come fatica o sfruttamento. In azienda si impara, si costruiscono relazioni e si partecipa a un progetto comune".

Perché l'imprenditore locale viene spesso giudicato con maggiore severità?



Francesco Ferrari presidente di Apindustria

"Perché è visibile e vicino. Se un'impresa guidata da un fondo entra in difficoltà, la reazione dell'opinione pubblica è spesso neutra. Quando accade a un imprenditore del

territorio, arrivano immediatamente giudizi sulla sua capacità o correttezza. Le responsabilità vanno accertate e gli errori non devono essere nascosti, ma non si può di-

menticare che fare impresa significa assumersi rischi personali, investire risorse e rispondere del lavoro di molte famiglie. Riconoscere il valore non significa celebrare

qualcuno senza spirito critico, ma comprendere il ruolo economico e sociale dell'impresa".

Come possiamo coinvolgere i giovani?

"Raccontando loro che cosa è davvero l'industria: meccanica, elettronica, software, intelligenza artificiale, sostenibilità e apertura internazionale. Dobbiamo portarli nelle aziende e mostrare che anche da un territorio come il nostro, di provincia, si possono progettare tecnologie esportate poi in tutto il mondo".

Quale ruolo devono avere gli imprenditori e le associazioni?

"Gli imprenditori devono raccontarsi di più. Non possiamo lamentarci perché la società non ci comprende se restiamo chiusi nei capannoni. Anche la rappresentanza associativa è un impegno sociale: significa dialogare con istituzioni, scuole e comunità, promuovere formazione e innovazione e difendere il valore del lavoro e della manifattura".

E la stampa?

"Le crisi devono essere raccontate, ma serve spazio anche per le buone notizie: imprese che innovano, assumono, esportano e fanno crescere i territori. Se raccontiamo soltanto fallimenti e conflitti, costruiamo una rappresentazione inevitabilmente distorta".

Il messaggio conclusivo?

"Basta piangersi addosso. Dobbiamo superare individualismo, diffidenza e pregiudizi e recuperare l'orgoglio di essere italiani. Non per nascondere i problemi, ma per affrontarli partendo da ciò che sappiamo fare meglio: lavorare, produrre, innovare e competere insieme nel mondo".

