

Seminario estivo della Fondazione Symbola

Intervento del ministro On. Prof. Maria Chiara Carrozza.

Gentile Presidente Realacci, Autorità,

ho accettato con piacere l'invito a partecipare alla vostra manifestazione. Symbola svolge dal 2005 un prezioso lavoro, attraverso progetti, ricerche e iniziative, nella definizione di un'economia della qualità, di un modello di sviluppo in grado di interpretare le potenzialità dell'Italia con un'attenzione per l'innovazione, la ricerca, l'imprenditorialità, il "saper fare" che caratterizza il nostro Paese.

Symbola in questi anni ha quindi occupato uno spazio essenziale per l'Italia, e di questo dobbiamo esservi grati: penso, tra l'altro, anche in riferimento al vostro rapporto 2013 "Io sono cultura. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi", alla misura e alla definizione delle "industrie culturali e creative", da tempo al centro dell'attenzione della Commissione Europea e che il 29 aprile sono state per la prima volta menzionate nelle dichiarazioni programmatiche di un Presidente del Consiglio.

Credo che scuola, università e ricerca svolgano un ruolo essenziale nel preparare il sostrato culturale della *soft economy*. La mia presenza è rivolta anche a testimoniare questa vicinanza, su cui dobbiamo tutti essere più impegnati.

Nelle sue dichiarazioni programmatiche del 29 aprile 2013, il Presidente del Consiglio Letta ha ricordato una verità solo apparentemente scontata: una grande risorsa dell'Italia, purtroppo poco utilizzata, "è l'Italia stessa". E ha aggiunto: "la nostra tendenza all'autocommiserazione è pari solo all'ammirazione che l'Italia suscita all'estero". Da questo punto di vista, corriamo un doppio rischio: uno è appunto quello della sottovalutazione, di restare nella cappa di rassegnazione che a volte avvolge il nostro Paese e impedisce di riconoscerne le potenzialità e quindi di

valorizzare tutte le energie positive che si muovono in Italia; l'altro rischio è quello di appiattirsi sulla nostra qualità, sulla nostra storia, sulla nostra tradizione senza cogliere le principali necessità di intervento e di innovazione. A questo proposito, vorrei fare due brevi osservazioni.

In primo luogo, "L'Italia deve fare l'Italia" ci dice che il nostro Paese è una risorsa, che sta a noi mettere insieme le sue due nature di "museo" e di "laboratorio", le due anime che battono nel nostro petto. "L'Italia deve fare l'Italia" ci ricorda che la cultura può essere *soft power* nazionale, proiezione dell'Italia all'estero. Una maggiore conoscenza dell'Italia così com'è, dei suoi distretti e delle sue potenzialità economiche, deve andare di pari passo con l'apertura al mondo e con la "diplomazia della conoscenza". Su questo tema dobbiamo essere molto attenti, perché dobbiamo avere chiaro che l'Italia non si muove in un vuoto internazionale. Il mondo non sta fermo ad aspettarci e le nostre mappe dell'economia e della conoscenza sono rivoluzionate. Di conseguenza, la rivoluzione tocca anche le geografie del Made in Italy. È un salto mentale essenziale che dobbiamo fare insieme: andare oltre una certa rappresentazione del mondo, che non corrisponde alla realtà di tutti gli interlocutori del Made in Italy. Vedere l'Italia significa incrociare gli sguardi degli altri, vedere il nostro Paese con occhi e prospettive nuove. C'è una mappa bellissima che rappresenta il mondo visto dall'Australia. A prima vista ci sembra un mondo alla rovescia, dove il Sud sta in cima: in realtà, anche parlare di un "mondo rovesciato" restituisce il nostro pregiudizio. Recentemente ho partecipato a Bologna alla conferenza europea degli Istituti Confucio, e vi assicuro che gli altri paesi hanno ben presente cosa vuol dire "diplomazia della cultura": vuol dire anzitutto impegnarsi in politiche di scambio culturale e nella capacità di far circolare il "marchio" del Paese all'estero con un coinvolgimento di tutti gli attori, che parte dall'importanza della formazione.

Abbiamo bisogno di integrare le nostre mappe con quelle degli altri, quindi, se vogliamo parlare al mondo, se vogliamo far sì che le rotte dell'Italia siano veramente globali, in grado di agganciarsi a quella domanda internazionale che, grazie all'export, è la leva principale della crescita della nostra economia.

“L'Italia deve fare l'Italia” vuol dire, quindi, non dare nulla per scontato e cercare di imparare dalla diplomazia culturale degli altri paesi, andando oltre le Colonne d'Ercole delle rappresentazioni dell'Italia.

Il secondo punto riguarda Expo, un importante appuntamento per il nostro Paese dedicato a un tema cruciale e interdisciplinare (“Nutrire il Pianeta. Energia per la vita”) su cui dobbiamo sentirci tutti impegnati. Expo è una grande occasione per avanzare l'Italia della *soft economy* con progetti concreti. Vorrei citarne uno in particolare. Il 25 giugno ho avuto l'onore di partecipare al Centro Nazionale Ricerche, alla presenza del Presidente Giorgio Napolitano (che è stato un vero e proprio baluardo della cultura per il nostro Paese in questi anni), alla consegna del V Premio Nazionale per l'Innovazione.

Proprio in quell'occasione abbiamo ritenuto di lanciare una nuova piattaforma dedicata ad ambiziosi premi per studenti, ricercatori e inventori, sul modello dei *challenge prizes* già diffusi in Nord America ed Europa. L'idea di questo progetto, rivolto a ricercatori e studenti di ogni ordine e grado, è quella di agire sulla domanda di innovazione insieme a istituzioni, fondazioni e aziende su tutto il territorio nazionale. Vogliamo ascoltare le necessità del Paese per costruire percorsi e premi legati alle sfide tecnologiche, alle innovazioni sociali, alla valorizzazione del patrimonio artistico e culturale. Anche qui, “l'Italia deve fare l'Italia” coinvolgendo i giovani nella risposta a queste sfide. Sfide che, anche nell'azione del Ministero per il coordinamento dei progetti europei nella tutela del paesaggio, nell'ambiente, nella valorizzazione del nostro patrimonio, possono costituire un ponte tra la cultura umanistica e la cultura scientifica. Aiutandoci quindi a superare la separazione tra le

discipline, che non è adeguata ad affrontare le grandi questioni globali e a dare un orientamento positivo alle materie umanistiche, le quali – ne sono sicura – possono svolgere un ruolo strategico per rilanciare il nostro paese, aprendosi a queste sfide.

Vorrei che il network associativo e imprenditoriale attivato da Symbola ci desse una mano in questo progetto: aiutateci a conoscere i problemi per stimolare i giovani italiani a mettersi al lavoro per risolverli! Il nostro obiettivo è quello di raccontare questi progetti in occasione di Expo 2015, spiegando al mondo come la creatività e il talento degli italiani siano in grado di rispondere alle domande di cambiamento e innovazione che nascono dal Paese. E queste sfide singole si legano alla sfida principale per “fare gli italiani”, la sfida della formazione, a cui il vostro rapporto dà l’attenzione che merita.

Vorrei chiudere su questo punto: in Italia c’è troppa schizofrenia nel circuito formazione-lavoro: per la competitività del Paese e per raggiungere un livello europeo di valorizzazione delle competenze e del capitale umano è necessario invertire la tendenza, attraverso un rapporto tra università e impresa che sia veramente rivolto al bene comune. Ridisegnare la “terza missione” è una grande sfida, per l’istruzione e per l’economia italiana, e dobbiamo essere in grado di vincerla assieme, senza chiusure disciplinari e con la capacità di attraversare i confini che ci stanno troppo stretti, per disegnare le nuove geografie del Made in Italy.