

»» **Contro** Mario Moretti Polegato, presidente di Geox

«Ma indietro non si torna Siamo diventati più competitivi»

MILANO — «Indietro non si torna». Mario Moretti Polegato, presidente e fondatore di Geox, è forse l'imprenditore italiano che meglio conosce le rotte della subfornitura in almeno tre continenti. E ora avverte che la grande crisi non deve indurre politici e industriali a gettare il bambino con l'acqua sporca della globalizzazione.

Non trova che gli effetti indesiderati delle catene di subfornitura lunghe oggi siano più evidenti?

«Non dimentichiamo che la delocalizzazione non nasce da processi economici, ma dalla svolta politica dell'89. Ci ha permesso di essere più competitivi e, è vero, ha avuto anche aspetti negativi perché ha assunto un ritmo a momenti troppo rapido».

Significa che è il momento di prendere una pausa?

«Indietro nella storia non si torna, il mondo intero non lo farà. L'importante per vincere sui mercati globali non è delocalizzare la produzione, ma mantenere in patria l'intelligenza dell'azienda. Noi a Montebelluna, nel tre-

vigiano, abbiamo 850 giovani fra i 28 e i 35 anni, quasi tutti laureati. Fanno stile, marketing, finanza. In *outsourcing* poi si farà l'assemblaggio».

Lei sembra puntare sul fatto che fra vent'anni l'Italia sarà un Paese di soli colletti bianchi.



Quello che conta è difendere la nostra capacità di creare, non di eseguire. Il vero made in Italy è il cervello

«Per mantenere saldo il principio dell'italianità quello che conta è difendere la nostra capacità di creare, non tanto di eseguire. Quando i nostri bambini inizieranno a lavorare avranno bisogno di un concetto. Eppure proprio la capacità di gestire le nostre idee è ciò che ci manca di più».

Vuole dire che è più dannosa la contraffazione dei marchi che la perdita di posti di lavoro di produzioni originali?

«La difesa delle idee è tutto. Bisogna saper passare dalla creatività, al brevetto, alla collaborazione industriale con l'università per far crescere le aziende. Il vero made in Italy oggi non sono le braccia, ma il cervello ed è proprio qui che le nostre piccole e medie imprese hanno spazio nel mondo».

Basta a dare posti di lavoro?

«Sì, se lo sappiamo vendere. Ma per venderlo bisogna appropriarsene legalmente, depositare brevetti. Non avremo una chimica o un'elettronica forti. Ma abbiamo la cucina, la moda, lo stile. Dobbiamo scommettere sui nostri punti di forza».

F. Fub.

