

# La Toscana attrae. Ma la burocrazia frena

## Firenze, nuove ricette di sviluppo dal convegno di Bper Banca e La Nazione

■ FIRENZE

**FARE** impresa si può, ma quanta fatica alle nostre latitudini. Un dato di fatto che è ormai una presa di coscienza per il tessuto economico regionale. Al punto che, chi investe sul territorio, sa bene che gli ostacoli non mancheranno e che il percorso sarà arduo ancor prima di iniziare qualsiasi approccio al nuovo. Ma il valore aggiunto di creare ricchezza (e consapevolezza di forza sinergica) 'a casa propria' è più forte di ogni burocrazia. Soprattutto se il credito dà... credito alla crescita. Una consapevolezza che è emersa chiara ieri nell'auditorium Attilio Monti de La Nazione nell'ambito del convegno 'Made in Tuscany. L'eccellenza che fa impresa' promosso da Bper Banca e dal nostro quotidiano. Un confronto-incontro tra importanti soggetti della Toscana: moderati dal direttore de La Nazione Francesco Carrassi hanno preso la parola Fabrizio Togni, direttore generale Bper Banca; Gina Giani, amministratore delegato di Toscana Aeroporti; Antonella Mansi presidente del Centro di Firenze per la Moda Italiana; Alessia Antinori, vicepresidente di Marchesi Antinori e Eike Schmidt direttore delle Gallerie degli Uffizi.

«**FONDAMENTALE** - ha detto il

direttore Carrassi - è il ruolo del giornale quale 'sentinella' di ciò che non va, motivo di stimolo per le istituzioni e vetrina per chi fa impresa nell'interesse del territorio». Lo ha ribadito nel suo saluto l'assessore regionale alle attività produttive Stefano Ciuoffo: «E' il momento di indirizzare con efficacia azioni concrete per far volare il nostro brand». E' stata la professoressa Elena Gori, docente di economia aziendale all'Università di Firenze a dettare le linee della discussione. «Attrattività e competitività, spesso si confondono. Ciò che fa la differenza è saper resistere sul mercato nel lungo termine. La Toscana si è distinta nella crisi per la sua resilienza, ora però recupera in modo lento. La ricetta? Investire in nuove tecnologie e puntare sui mercati esteri». La domanda delle domande: come fare? «La nostra banca è pronta a giocare un ruolo importante - ha spiegato Fabrizio Togni -: il nostro obiettivo non è solo aprire sportelli ma trovare un'alchimia col tessuto economico toscano. C'è voglia di tornare al ruolo di facilitatori dello sviluppo. Crediamo nella Toscana».

E nella Toscana credono anche le donne manager presenti al convegno.

«Attrattività è diversa da competitività, ma se un territorio non è competitivo non attrae - ha ammonito Antonella Mansi -. Parliamo ancora delle nostre imprese come se fossero quelle di dieci anni fa... La svolta è necessaria e dev'essere strategica e sinergica». Di identità ha parlato invece Alessia Antinori. «E' un motore di sviluppo, è l'essenza del territorio. Su questo dobbiamo puntare per crescere». Ma è un processo arduo e tortuoso, come sostenuto da Gina Giani. «Molti dei problemi della Toscana sono legati alla connettività; il gap si palesa soprattutto sulla costa. Il fatto, e lo stiamo vivendo con l'approvazione del masterplan per lo scalo di Firenze, è che in Italia i progetti vivono il dramma della burocrazia». L'eco a Gina Giani è arrivato dal direttore Schmidt: «Anche noi, per qualunque, cosa dobbiamo fare molto molto di più rispetto agli altri Paesi. Ma noi non disperiamo e proviamo comunque a fare». Perché, dal turismo alla moda, dal manifatturiero all'enogastronomia, abbiamo un tesoro inestimabile. E - tutti gli intervenuti hanno convenuto - dobbiamo imparare a sfruttarlo meglio. Insieme.

**Diego Casali**  
**Lisa Ciardi**

### LE NOTE DOLENTI

«La nostra regione ha problemi di connettività in particolare sulla costa»



**IMPEGNO** Eike Schimdt con Francesco Carrassi e Fabrizio Togni



**Stefano Fantoni** direttore di sede de La Nazione e **Stefano Ciuoffo**



Peso:66%