

LIBRI & CRESCITA**Il localismo
che può frenarci**di **Dario Di Vico**

Per tentare di gestire in positivo il dibattito sul futuro del Salone del libro conviene abbandonare la chiave campanilista e sforzarsi di individuare nuovi approcci. *continua a pagina 23*

FIERA DEL LIBRO**I MERITI
(E I RISCHI)
DELLA NUOVA
MILANO**di **Dario Di Vico**

SEGUE DALLA PRIMA

Il localismo ha rappresentato sicuramente una fase proficua della crescita italiana, ora però volenti o nolenti siamo costretti a lasciarcelo alle spalle, lo richiede la dimensione globale che trionfa in qualsiasi mercato (industria culturale compresa) ma anche una considerazione di carattere autocritico. In troppi casi il municipalismo italiano è diventato inefficienza e conservazione allo stesso tempo e di conseguenza si è trasformato in un tappo. È chiaro che queste considerazioni, per come è fatto concretamente il nostro Paese, finiscono per giocare a favore di Milano e della sua centralità.

Ma se è vero che la città del Duomo si avvantaggia di una posizione geografica che costituisce il baricentro del Nord è altrettanto evidente che il suo primato Milano se lo è conquistato sul campo. Se in Italia c'è un presidio di terziario avanzato è chiaro quale sia il suo indirizzo e le prove vanno rintracciate in esperienze di successo

come l'Expo e il Salone del Mobile. Sia chiaro che nessuno considera queste prove come un punto di arrivo ma va riconosciuto che il mix di innovazione, organizzazione e comunicazione sprigionato dal sistema Milano in queste occasioni è stato di assoluto standard internazionale. Ciò vuol dire che bisogna operare in Italia una forzosa *reductio ad unum* e che ogni manifestazione che nutra ambizioni di successo debba trasferirsi sotto il Duomo? Assolutamente no, e la dimostrazione sta proprio nei consensi riportati di anno in anno da eventi — in campo librario — come il festival di Mantova e Pordenonelegge e in altri ambiti da Modena per la filosofia e Verona per il vino. Ho citato di proposito esperienze molto diverse tra loro, mescolando cultura e business propriamente detto, perché nessuno pensa di rinunciare alla «biodiversità ideativa» italiana a patto però che ciascun evento sappia esprimere un'elevata qualità di progettazione e riesca successivamente a darsi un altrettanto alto coefficiente identitario. Traguardi che con tutta evidenza il Salone di Torino non è riuscito a centrare nonostante gli sforzi lodevoli e generosi di chi lo ha organizzato in tutti questi anni. Ma detto della centralità di Milano e dei requisiti che in un mercato sempre più competitivo bisogna saper esprimere, l'ultima domanda riguarda il tipo di scambio che si riesce a generare tra la città leader del Nord e i territori.

Cosa è capace di restituire Milano per evitare di prevalere in un gioco fermo però alla somma zero? Innanzitutto la città deve evitare di «imbruttirsi» ovvero di diventare la caricatura di se stessa — come documenta una frequentatissima pagina Facebook di satira — e poi deve riuscire in una doppia operazione. Farsi vetrina di ciò che di meglio accade nel Nord e quando ne ha l'occasione sfondare in campo internazionale. Le polemiche si superano soprattutto con i risultati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

