Redazione Omnis*magazine*
Via del Battirame, 6/3a · 40138
Bologna - Italy
Tel +39 051 531800
E-mail: redazione@omnismagazine.com
Website: www.omnismagazine.com

TESTO DI

Lisa Bellocchi

Editoriale

Trasformare in business il bello ed il buono. Sembra questa la dote principale degli emiliano romagnoli, sia che si guardi ai loro successi nel comparto agroalimentare, sia in quelli della moda. La fantastica quantità di prodotti d'eccellenza certificati e famosi in tutto il mondo (dal prosciutto di Parma al formaggio Parmigiano Reggiano, dai salumi piacentini ai vini igt, doc e docg che costellano il territorio) incrocia e sublima il contributo che all'Emilia Romagna arriva dal mondo della moda. Marchi importanti dell'intimo, delle calzature, della maglieria, delle confezioni sono nati e cresciuti lungo la via Emilia e dintorni.
Di questa realtà rendono testimonianza alcune delle più recenti iniziative di cui ci occupiamo in questo numero. Per volontà di Alberto Masotti, già patron de La Perla, è nata la Fondazione Olga Cantelli, che raduna il ricchissimo materiale documentario costituitosi in decenni di operatività dell'azienda di intimo apprezzata in tutto il mondo.
Nell'area del Centro Agroalimentare di Bologna è nato FICO Eataly World, il più grande parco al mondo dedicato alla filiera agroalimentare. Quasi mille i giornalisti presenti all'anteprima per la stampa.
Ciò che colpisce in entrambe queste "nascite" è che ciascuna ha una forte componente didattica, a conferma del consolidato spirito sociale degli emiliano romagnoli. Basta pensare ad altre realtà relativamente recenti, ad altissimo contenuto di disseminazione culturale: il MAST, Manifattura di arti, sperimentazione e tecnologia, e l'Opificio Golinelli.
Chi guarda oggi il sistema industriale della regione non può che sentire definitivamente lontano uno slogan risuonato per decenni (fors'anche con spirito consolatorio): "Piccolo è bello". Essere piccoli, nel mondo globalizzato, non basta più, a meno che non si sia, incontrovertibilmente, il numero uno.
La sfida è che i grandi possano diventare più grandi e che i piccoli sfondino il mach2 della fama. Magari sostenuti da un studio attento di ciò che è stato prima, per aiutarsi a capire su quale strada si possa camminare per incrociare il successo.