

La rivincita è in quota

Esce il libro di Andrea Ferrazzi, direttore di Confindustria Belluno Dolomiti
Un viaggio di incontri e ricerca, un territorio come laboratorio del futuro

Si intitola "Il futuro ad alta quota. Montagne, aree interne, periferie. La rivincita dei luoghi che vogliono contare" il libro scritto da Andrea Ferrazzi, direttore di Confindustria Belluno Dolomiti, edito da Rubbettino (16 euro, pp. 216). La prefazione è dell'economista Giulio Buciuni, che pubblichiamo di seguito. Il volume smonta i luoghi comuni sulle montagne come periferia, descrivendole invece come laboratorio dell'innovazione.

GIULIO BUCIUNI

La montagna italiana è spesso raccontata attraverso due immagini ricorrenti, la retorica della nostalgia e il timore dello spopolamento. Entrambe consegnano un'immagine passiva, di luoghi che devono essere protetti o rimpianti, più che ripensati. In queste pagine Andrea Ferrazzi ci offre invece un prezioso riferimen-

to biografico. Il legame con la sua terra d'origine non è solo memoria affettiva, ma diventa chiave

di lettura del presente e soprattutto motivo di preoccupazione per il destino della montagna. È un gesto intellettuale importante, perché rivendica che la riflessione sul futuro nasce spesso dall'esperienza personale, da un'appartenenza che diventa responsabilità.

La cornice teorica di Periferie Competitive aiuta a collocare questa riflessione in una prospettiva più ampia. Oggi il nuovo disegno dell'economia globale moltiplica le periferie e le allontana dai centri, le città alfa dove si concentrano capitale umano, finanziario e tecnologico. In questo scenario la montagna rischia di diventare periferia della periferia, doppiamente esposta a marginalità economica e demografica. Non è solo un problema di distanza fisica, ma di distanza cognitiva e relazionale, che può condannare interi territori a essere tagliati fuori dalle reti che contano.

La montagna, tuttavia, non è condanna. Al contrario, è un terreno che può essere reinventato, se si ha la capacità di leggerne le risorse e connetterle alle traiettorie di sviluppo della nuova economia. Andrea Ferrazzi lo spiega in vari passaggi, soprattutto nella sua parte di proposta, dove indica con

chiarezza come il futuro delle Terre Alte non possa fondarsi sulla nostalgia di un passato agricolo o industriale, né sulla monocultura turistica, ma su una strategia che metta al centro conoscenza, capitale umano e innovazione. La montagna non deve limitarsi a sopravvivere, può candidarsi a diventare laboratorio di futuro.

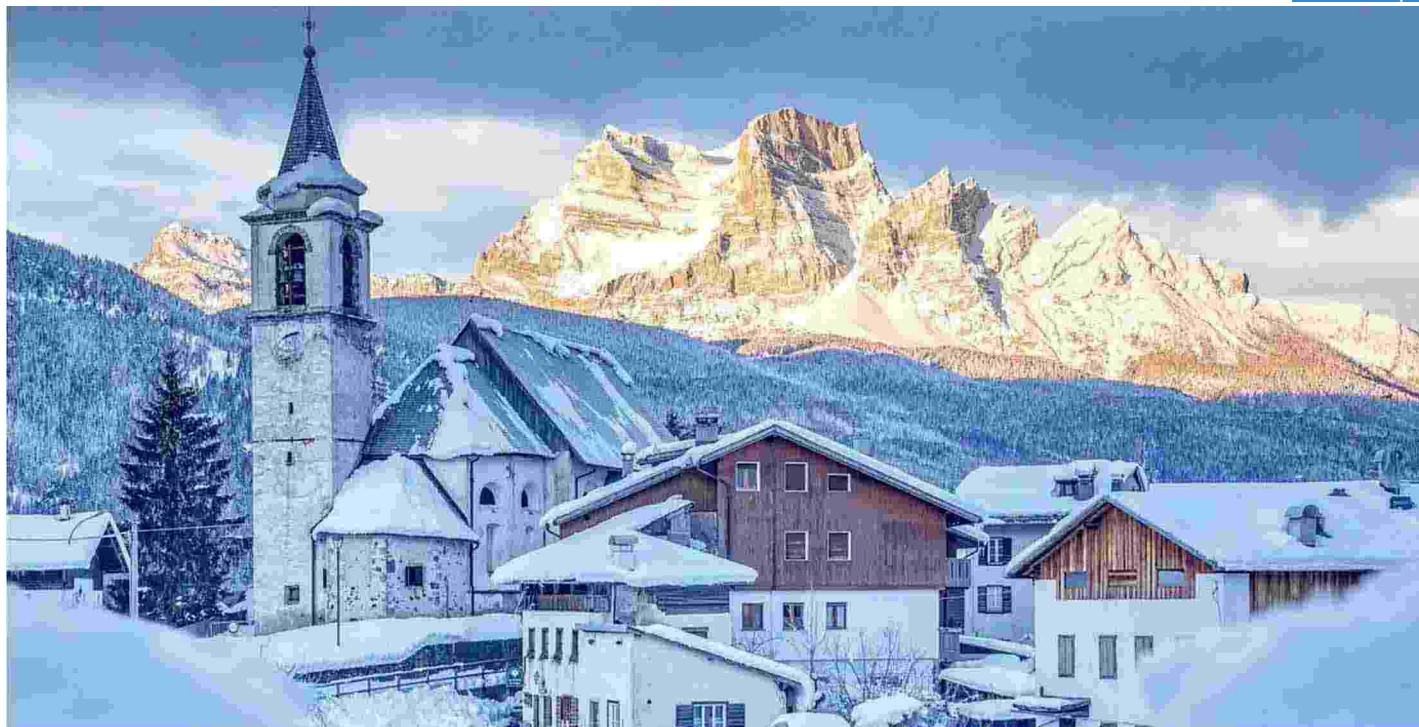
A sostegno di questa visione non mancano casi virtuosi che dimostrano come anche contesti apparentemente periferici possano diventare protagonisti. Boulder in Colorado ha trasformato la sua università e i laboratori federali in un ecosistema di startup e capitali di rischio tra i più vivaci degli Stati Uniti. Grenoble ai piedi delle Alpi francesi è diventata un hub europeo della deep tech, capace di attrarre imprese, scienziati e investitori grazie alla combinazione di ricerca pubblica e filiere industriali. Sono esempi che mostrano come la condizione montana non sia un limite, ma una possibilità se inserita in reti di conoscenza e di mercato.

Questo libro si inserisce in questo orizzonte e lo fa con una cifra personale e insieme collettiva. Personale perché nasce da una biografia e da un attaccamento sincero a un territorio che ri-

schia di perdere centralità. Collettiva perché parla di sfide che riguardano l'Italia intera, delle sue province e delle sue aree interne che oggi vivono la tensione tra declino e rinascita.

Per questo va letto come un manifesto. Un manifesto che non si accontenta di descrivere ma che propone. Che guida il lettore tra riflessioni interiori e sguardo alto, tra coscienza delle fragilità e visione delle possibilità. Non un punto di arrivo ma un punto di partenza. Un invito a ripensare la montagna non come museo del passato ma come cantiere di innovazione economica, sociale e demografica. —





ANDREA FERRAZZI
È IL DIRETTORE
DI CONFINDUSTRIA BELLUNO DOLOMITI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



006833-110C55