

Il Made in Italy può e deve essere pensato anche come un ecosistema di investimento, pena la sua stessa sopravvivenza nel contesto economico globale.

Made in Italy come ecosistema di investimento: finanza, territorio e sfida climatica

La domanda “che cos’è il Made in Italy?” attraversa ciclicamente il dibattito accademico e imprenditoriale italiano. Le risposte più diffuse richiamano concetti come qualità, identità, territorio, saper fare. Eppure, questa definizione, per quanto evocativa, rischia di essere incompleta se non considera una dimensione ulteriore: quella finanziaria. Il Made in Italy può e deve essere pensato anche come un ecosistema di investimento, pena la sua stessa sopravvivenza nel contesto economico globale.

La tesi di fondo è che per svilupparsi — non solo per resistere — il Made in Italy abbia bisogno di attrarre capitali. Ciò implica un passaggio strategico dall’idea al progetto strutturato, e dal progetto a un asset finanziario vero e proprio, dotato di valore misurabile, capace di attrarre liquidità e di essere oggetto di scambio sui mercati.

Il real estate come nesso tra territorio e finanza

Il punto di connessione più diretto tra il Made in Italy e mondo finanziario è rappresentato dal real estate. Gli immobili e i terreni delle imprese che operano nei settori tradizionali italiani non sono soltanto luoghi fisici di produzione: sono ricchezza patrimoniale e, dal punto di vista finanziario, collaterale a garanzia del credito bancario. Un terreno o un fabbricato possono

determinare la capacità di un’impresa di accedere a finanziamenti; la comprensione e la gestione attiva di questi asset è pertanto una competenza strategica, non una questione meramente contabile.

Questa prospettiva diventa ancora più urgente alla luce dei rischi climatici. Secondo uno studio di Banca d’Italia, il 35% delle imprese affidate dal sistema bancario è esposto a rischio idrogeologico; l’8% dei debitori è interessato dal rischio frane e il 3% dal rischio alluvioni. Si tratta di dati relevantissimi, che segnalano una vulnerabilità strutturale del tessuto produttivo italiano e che impongono una riflessione sistematica sulla gestione del rischio fisico degli asset aziendali.

In questo contesto, le assicurazioni svolgono un ruolo fondamentale come meccanismo di allocazione del rischio. Un’impresa può trasferire a un assicuratore una parte del rischio climatico sulle proprie proprietà, in cambio di un premio. Tuttavia, l’aumento della frequenza e dell’intensità degli eventi estremi sta modificando gli equilibri del mercato assicurativo: i premi crescono e, in alcuni contesti, le compagnie si ritirano dai segmenti di rischio non più profittevoli — come già avvenuto in California per il rischio incendi. Il problema, dunque, non riguarda solo la protezione fisica degli asset, ma la loro bancabilità e assicurabilità nel

lungo periodo.

Il caso WINECOS: dalla filiera del vino al progetto investibile

Un esempio concreto di come queste riflessioni possano tradursi in pratica è offerto dal progetto WINECOS (Wine Innovation Ecosystem for Interregional Value Chains), sviluppato nell'ambito dell'Interregional Innovation Investment Instrument dell'Unione Europea, con una call specificamente orientata al capacity building.

L'obiettivo del progetto è duplice: rafforzare gli ecosistemi di innovazione interregionale e supportare la trasformazione di idee innovative in progetti concretamente investibili. Questo secondo obiettivo è particolarmente significativo: l'Unione Europea non si limita a finanziare la ricerca e l'innovazione in sé, ma chiede che il risultato finale sia un portfolio di progetti pipeline nei quali sia possibile investire, con caratteristiche economiche e finanziarie esplicitate e verificabili.

Il settore del vino è stato scelto per la sua rilevanza strategica in ambito europeo, con particolare riferimento ai territori meno sviluppati. Il caso calabrese, incluso nel progetto come area target, rappresenta un esempio di come le partnership interregionali possano supplire a carenze strutturali locali, attivando reti di competenze e risorse altrimenti inaccessibili.

Il partenariato del progetto riflette questa logica di ecosistema: coinvolge l'Università di Scienze Gastronomiche (UNISG), il FCEER (Fundación Centro de Estudios Eurorrexionais), il Zagreb County Tourist Board e l'ITS Academy Fondazione Pinta, operante nel sistema agroalimentare. Quest'ultimo soggetto ha una funzione di cerniera con le imprese del territorio: nel progetto, la Cantina Caparra & Siciliani funge da organizzazione pilota, consentendo di testare e validare i modelli sviluppati in un contesto produttivo reale.

L'esperienza di WINECOS suggerisce che il binomio Made in Italy-finanza non è una forzatura concettuale, ma una necessità operativa: le eccellenze italiane potranno continuare a esistere e a competere solo se sapranno dotarsi di strumenti per attrarre capitali, gestire il rischio e comunicare il proprio valore in termini comprensibili agli investitori.