

Poi mi chiedono: “Che futuro prevedi con l'affacciarsi del Sud del mondo?” Rispondo: “Certamente il mondo ha bisogno del Sud perché il Sud è solare, più caldo, più originale, più generoso. Le tecnologie ed il potenziamento dei mezzi di comunicazione saranno fondamentali. Si potrà lavorare dovunque ed immettere dati in uno spazio totale: lo spazio della comunicazione. Non sarà necessario spostare cervelli in scatola nei luoghi di sopravvivenza. Le nuove geografie saranno disegnate in base alle idee e non sugli spostamenti di persone”.

Io sono fortemente convinto di questo, come sono profondamente convinto del coraggio dei protagonisti del prossimo futuro. L'unica speranza del locale all'interno di questa contraddittoria visione globale sta nella forza delle vostre idee e nel coraggio di perseverare nella vostra direzione.

Alcune brevi considerazioni sul tema di questo interessante convegno, ai cui organizzatori rivolgo un sincero ringraziamento.

Da tempo si parla di mercato globale, senza confini. Indubbiamente, però, il processo di globalizzazione ha subito un'accelerazione straordinaria solo con l'avvento di Internet. La Rete ha annullato il paradigma cartesiano di velocità uguale spazio diviso tempo, svincolato la distanza dal tempo. Nella business community di Internet non ci si pone a distanze misurabili in chilometri, pochi o migliaia che siano. L'unica distanza è tra chi è attore della New Economy e chi non lo è.

Le cose, a dire il vero, sono un po' più complesse. Fino a qualche tempo fa la contrapposizione tra Old e New Economy era molto netta e identificava due mondi divisi dall'utilizzo o meno di Internet come strumento portante delle proprie aziende. Oggi si è cominciato a capire che Internet consente di migliorare i processi e l'organizzazione di qualsiasi tipologia di azienda, anche quella più tradizionale. Per usare un'espressione anglosassone, il “brick & mortar” è

stato sostituito dal “click & mortar”, cioè dal fisico e virtuale che si integrano a vicenda.

Ma si può operare in regime di New Economy in tanti modi, anche senza essere necessariamente un'azienda Internet “pura”. D'altra parte i mercati internazionali stanno già sgombrando il campo da alcuni equivoci. Le fortissime cadute registrate dai titoli delle dot.com in questi ultimi mesi sono la parte più evidente di un fenomeno di revisione critica della Net Economy, e ridimensionano il ruolo di Internet nel processo di sviluppo delle aziende. L'iniziativa odierna e il neologismo “glocal”, sempre più ricorrente, dimostrano che anche la contrapposizione fra i termini “locale” e “globale” è stata superata. La componente globale amplia gli orizzonti, quella locale approfondisce le conoscenze mirate. Insieme consentono di realizzare una vera integrazione tra tecnologia, business e cultura.

Sono convinto che solo dalla capacità di realizzare un collegamento tra locale e globale nasce un'identità forte, capace di coniugare il radicamento dell'azienda in una tradizione culturale con la sua capacità di diffondersi su tutto il mercato.

Si tratta di una vera e propria sfida, un percorso ad ostacoli che Banca 121 ha intrapreso alcuni anni fa. Oggi credo di poter dire che la storia della banca sia una fattiva dimostrazione di come ci si può proiettare in una dimensione nazionale ed internazionale restando pugliesi e salentini; di come si può pensare e agire in una dimensione globale mantenendo saldo il legame con la propria terra d'origine.

Il “racconto dal luogo” di Banca 121 parte da lontano, da quel 1948 quando il ministro guardasigilli Giuseppe Grassi, in una terra in cui la via dello sviluppo era ancora tutta in salita, volle dare vita ad un nuovo istituto bancario, la Banca del Salento, appunto. Fu un'idea imprenditoriale importante, ispirata da una grande intuizione, da una profonda conoscenza della realtà locale, e soprattutto da tanta lungimiranza.

Dopo aver operato solo nell'area jonico-salentina, negli anni '80 la Banca del Salento, attraverso una politica di acquisizioni e fusioni con realtà bancarie contigue, si è caratterizzata come banca regionale a for-

te specializzazione finanziaria. Nell'ultimo decennio siamo cresciuti anche al di là della Puglia, con un disegno strategico definito e ben preciso. Così, primi in Italia, nel '97 abbiamo lanciato il modello dei negozi finanziari in franchising, una formula distributiva per il panorama finanziario italiano, che ci ha consentito di penetrare in nuovi mercati senza grandi investimenti e, soprattutto, senza irrigidire eccessivamente la struttura.

In seguito abbiamo imboccato per primi la strada della multicanalità attraverso il lancio di servizi telematici via telefono e Internet. In definitiva, i punti di forza di Banca 121 sono individuabili nell'orientamento all'innovazione tecnologica e distributiva, nella specializzazione finanziaria e nella personalizzazione del servizio, in una logica one-to-one che ha trovato nel nuovo marchio la sua definizione formale.

Con queste evoluzioni abbiamo aperto le porte per l'ingresso in banca di un nuovo modello produttivo fondato sull'iniziativa personale, la creatività e l'intelligenza delle persone che ci lavorano. La struttura gerarchica si è appiattita e la conoscenza è diventata fattore distintivo anche per chi lavora in banca. Sono convinto che oggi la vera materia prima è il sapere, e che cresce chi riesce a trasferire nei processi produttivi la maggiore quantità possibile di conoscenza. Nelle aziende il turn-over cognitivo e lo skill-flow condizionano il cash-flow.

In questa prospettiva Banca 121 ha avuto –ed ha– una grande opportunità. Ha potuto contare su un vero e proprio giacimento che il Sud possiede: mi riferisco ai giovani ad alta scolarizzazione e sempre più preparati ad affrontare il mondo del lavoro con grande determinazione. E mi riferisco non solo ai ragazzi che escono dalle facoltà scientifiche come Ingegneria, Informatica, Fisica, ma anche a chi si è specializzato in discipline umanistiche, come ad esempio Scienze della comunicazione, alle quali Internet sembra offrire nuove opportunità.

Nel talento dei giovani, dunque, la banca ha trovato il lievito per la propria affermazione sul mercato. Nella nostra banca i giovani pugliesi hanno trovato e continuano a trovare un laboratorio privilegiato per la costruzione di un bagaglio di competenze distintive. Competenze alle

edoardo winspeare il sangue del luogo

quali il mercato, in tutta Italia, guarda con straordinario interesse e mostra di apprezzare.

È un'energia positiva che nasce nella banca e si diffonde nell'intero Salento. L'azienda innovativa, infatti, trasferisce al territorio in cui opera una testimonianza di successo economico che è anche etico, e forma professionalità esportabili anche in altri settori economici e in altre realtà geografiche. Produce insomma valore sociale.

Un'ultima considerazione sollecitata dall'interessante discussione odierna. La creatività, l'intelligenza si possono meglio esprimere e capitalizzare in un ambiente strutturato. Internet è una grande innovazione, ma va vista in una logica di sistema e non solo quale strumento per esprimere in modo destrutturato la propria creatività. Il piccolo può essere bello a patto che faccia sistema.

Vi parlo della mia esperienza. I miei due film, specialmente l'ultimo "SANGUE VIVO", è radicato nel Salento. Io mi chiamo Winspeare e non sono proprio salentino, però sono cresciuto in un paese che si chiama Depressa, a Capo di Leuca e mi considero salentino perché il mio sangue è intriso di questa cultura e parlo questa lingua. Questo mio essere salentino è stato una mia decisione: a casa parliamo varie lingue, perché mia madre non è italiana e mio padre è napoletano ma di origine inglese.

La mia prima passione è il cinema e poi il Salento. Sono cresciuto qui fino a 14 anni, e a quell'età mi sono occupato di cinema facendo cortometraggi, fotografando moltissimo. Da 14 anni fino a 28 sono vissuto fuori. Ho fatto il Liceo a Firenze e poi sono partito per gli Stati Uniti. In Germania ho lavorato per la televisione tedesca, facevo documentari in tutto il mondo. In Russia, nel Sud America, Perù, Stati Uniti, Brasile... mi sono imbattuto in fenomeni di cultura popolare locale tipo: *cafuera* in Brasile, sincretismo pagano cattolico in Perù, sciamanesimo in Kazakistan. Nell'89 mi sono molto interessato al fenomeno del tarantismo