

A Praga la rivincita degli artigiani

Presentato I Love IT, evento dedicato alla promozione delle piccole aziende

LUCA FIOCCHETTI
da Praga

Prada, Gucci e tutte le altre super griffe italiane ci sono già, assiegate in quella che potrebbe definirsi la via Montenapoleone di Praga. Prodotti che da queste parti sono più che esclusivi: nei prezzi, altissimi, è compreso più il marchio che l'effettiva qualità del prodotto. Il nome si paga sempre salato, ma da queste parti un po' di più. Ma il «made in Italy» non è composto soltanto dai nomi altisonanti che rappresentano il nostro Paese nel mondo, anche se poi producono in Pakistan. I grandi marchi sono solo le punte di eccellenza di un settore composto da migliaia di ditte artigianali, alle volte custodi di tradizioni centenarie tramandate di padre in figlio, che realizzano prodotti nei quali è la qualità che fa il prezzo. Aziende che spesso non hanno la forza imprenditoriale di portare le proprie creazioni all'estero e si accontentano del mercato locale. Invece, in ottobre, sbarcheranno in Repubblica Ceca decine di piccoli produttori desiderosi di farsi conoscere oltre i confini nazionali, grazie al marchio «I Love IT», ideato da CNA Piemonte, che è diventato un po' il simbolo della promozione dell'artigianato. Insieme ad alcuni partner strategici, la catena alberghiera austriaca Vienna International, la Camera di commercio italo-ceca e soprattutto il patrocinio dell'ambasciata italiana a Praga, CNA ha organizzato I Love IT Praga dal 2 al 5 ottobre, pensando come un evento vetrina dei prodotti italiani di qualità, ma anche come contenitore di momenti di spettacolo a base di cucina,

lo che gli stranieri apprezzano di più del nostro Paese, ovvero cibo e vino. A questo settore ci pensa lo chef Roberto Lucque proprietario di famosi ristoranti a Praga e Brno e vera e propria star da queste parti, che darà vita a dei «cooking show» insieme a colleghi stellati, preparando piatti italiani in diretta davanti al pubblico. Ma le vere star della manifestazione saranno loro, gli artigiani, selezionati in tre categorie: moda, food e design. «In Italia ci sono 600mila imprese e il 98 per cento di queste ha meno di 25 dipendenti: questo rende l'idea di quanto siano diffuse le piccole aziende - ha spiegato alla platea Alessio Stefanoni, capo della comunicazione di CNA Piemonte, vero motore della manife-

DAL 2 AL 5 OTTOBRE 2013
Sarà una vetrina internazionale per le imprese italiane del food, del design e della moda

stazione -. I Love IT era il titolo di una mostra dedicata alla creatività artigianale che era nel cartellone degli eventi per il 150esimo anniversario dell'Unità d'Italia, ma il suo successo ci ha convinti a farne un marchio che rappresentasse proprio queste aziende, che hanno una tradizione anche secolare, e che sono quelle che noi portiamo qui a Praga». I primi giorni di I Love IT saranno dedicati ai professionisti, buyers, grossisti e distributori, mentre il 4 e il 5 ottobre l'ingresso sarà aperto a tutti.

L'AMBASCIATORE D'AVINO
«Alla Repubblica Ceca ci lega lo stesso gusto e amore per le cose belle e ben fatte»

vino e moda. «Per i piccoli produttori sarà una ribalta internazionale che non mancherà di dare soddisfazioni anche in termini economici», come sostiene l'entusiasta Roberto Mazzeo, presidente di Federmoda Torino, tra i più attivi nell'organizzazione dell'evento di ottobre.

La lunga marcia di avvicinamento a I Love IT è iniziata con una conferenza stampa nell'ambasciata italiana a Praga, alla presenza dei vari soggetti che stanno portando avanti il progetto da tempo, e sono già una sessantina gli imprenditori da tutta Italia che hanno confermato la propria adesione. «Italia e Repubblica Ceca sono accomunati dall'amore per le cose belle e ben fatte - ha dichiarato l'ambasciatore italiano, Pasquale D'Avino -. L'importanza di questo progetto è che la promozione del sistema Italia viene fatta attraverso le piccole aziende artigiane, custodi di antiche tradizioni manifatturiere ma pronte a essere competitive in un mondo globale». La sede prescelta sarà l'Hotel Diplomat della Vienna International, catena di alberghi in Europa, che non si è limitata a ospitare l'evento mettendo a disposizione 2mila metri quadrati, ma si è resa parte attiva nell'organizzazione. Ma non c'è made in Italy senza quel-



I LOVE IT L'ambasciatore italiano in Repubblica Ceca D'Avino (in piedi) presenta la manifestazione

IL BORSINO DEL PIEMONTE

Società	Valore azione	Tendenza %
Acque potabili	0,79	-0,02
Astm	9,05	+0,84
Banca Intermobiliare	2,82	-0,14
Basicnet	1,54	-0,45
Borgosesia	0,91	-1,83
Buzzi Unicem	12,23	-1,53
Centrale del latte di Torino	1,78	0,00
Exor	24,01	-0,95
Fiat Industrial	8,81	-0,68
Fiat Spa	5,42	+4,23
Fidia	2,46	-1,52
Fondiarria Sai	1,51	-1,24
Intesa - Sanpaolo	1,38	-1,07
Iren	0,87	-0,68
Juventus Football Club	0,20	-0,49
Prima Industrie	9,36	+0,21
Reply	34,50	+1,20
Seat Pagine Gialle	0,002	+5,26
Sias	7,23	-1,97

BREVI

Agroalimentare Esportare nei BRIC

Brasile, Russia, Cina: mercati di sbocco di grande appeal per le imprese dell'agroalimentare dove però è indispensabile la padronanza dei principi di base che disciplinano l'importazione e la commercializzazione dei prodotti. I gusti alimentari di queste economie emergenti stanno cambiando rapidamente e il cibo made in Italy è diventato per molti uno status. Su questo tema si terrà un seminario mercoledì a Torino (centro congressi) e giovedì a Cuneo (Camera di Commercio).



DEDICATO AL TRASPORTO PERSONE

A Ginevra debutta il nuovo Iveco Bus

■ Nasce «Iveco Bus», il brand di Iveco dedicato al trasporto persone, che sostituirà Iveco Irisbus. La società sottolinea che questo cambiamento «segna l'inizio di una nuova fase per le attività di Iveco nel settore degli autobus, con l'obiettivo di crescere a livello globale». «Si tratta dell'ultimo passo di un lungo processo di consolidamento - si legge in una nota dell'azienda - che ha radici profonde nella storia della società. Iveco Bus si fonda su una prestigiosa eredità europea che ha permesso all'azienda di diventare uno dei principali protago-

nisti nel trasporto passeggeri in tutta Europa». Inoltre «il nuovo brand Iveco Bus rafforza l'identificazione di questo business con le altre attività internazionali dell'azienda, favorendo lo sviluppo e la riconoscibilità dei prodotti della gamma Bus soprattutto in quei mercati in cui Iveco ha già un'importante presenza consolidata, come in Sudamerica e in Cina. Sostenibilità, tecnologia e riduzione del costo totale di esercizio sono i punti di forza di Iveco Bus, coerente con il resto della gamma prodotto di Iveco». La nuova identità coincide con il lancio di un nuovo autobus urbano Euro VI che debutterà alla 60esima edizione dell'UITP World Congress & Mobility and City Transport Exhibition, dal 26 al 30 maggio a Ginevra, appuntamento per i professionisti del settore.

ASSEMBLEA ANNUALE

La ricetta anticrisi di Manageritalia: «Le imprese facciano rete»

Nel 2012, in Italia 13.300 dirigenti del settore privato sono stati licenziati o sono usciti per accordo consensuale: 1.203 in Piemonte, di cui più di 810 a Torino. Sono i dati forniti nell'ambito dell'Assemblea annuale di Manageritalia, che ha visto rivisti a Torino i 2.200 manager associati per fare il punto sulla difficile congiuntura, sull'attività svolta nel 2012 e su quella per l'anno in corso. Dal 2008 al 2012 sono stati 56.300 i dirigenti del settore privato licenziati o usciti per accordo consensuale in Italia, 6.700 in Piemonte e 4.300 a Torino. Quelli attivi in Italia a fine 2011 nel settore privato erano 123.401 (un migliaio in meno si stima a fine 2012), di cui 11.029 in Pie-

monte (92 in meno circa a fine 2012) e 7.477 a Torino (70 in meno circa a fine 2012). Tra il 2009 e il 2011, a fronte di un calo dei dirigenti privati in Italia dell'1% (+15,4% donne e -3,3% uomini), in Piemonte c'è stato un calo (-2,7%), che si sostanzia con una buona crescita delle donne (+12,5%) e un forte calo degli uomini (-4,5%). I dirigenti del settore privato, in Italia già scarsi (0,9% per dipendente contro 3% di Francia e Germania). I dirigenti del settore privato hanno una scarsa presenza in Piemonte (0,96%) e un po' più alta a Torino (1,22%). Le donne dirigenti sono 16.989 in Italia (13,9% del totale) di cui 1.346 (12,2%) in Piemonte e 961 (12,9%) a Torino, che non

è comunque una città con un'elevata percentuale di donne manager sopravanzata in questo da Roma, Milano e altri capoluoghi anche del sud. «L'economia della regione - dice Silvio Massa, presidente Manageritalia Torino - seppure tra le più avanzate dello stivale sta anch'essa mostrando la corda. Sappiamo tutti della moria di imprese piccole, ma anche medie. Abbiamo bisogno che le tante e virtuose realtà imprenditoriali medio piccole e piccole trovino modalità per competere efficacemente grazie ad una vera e solida gestione manageriale e alla capacità di agire insieme in rete o comunque collaborando per aggredire i mercati nazionali e globali».