

reference for agrifood

Il primo periodico dell'Italia nel mondo



MODA, **DESIGN & FOOD**

ISTITUZIONI

MERCATI

10 SEZIONI PAESE

EXPO MILANO 2015

anche online:

www.italplanet.it

Abbonati online con il sistema PayPal Visita il sito www.italplanet.it e clicca su "Abbonati a èltalia"



Subscribe Online with PavPal Visit our website www.italplanet.it and click on "Abbonati a èltalia"

Compilare e inviare a Fill in the form and send it to: èltalia - Galleria del Corso, 2 - 20122 MILANO - ITALY - eitalia@italplanet.it

- SI! Mi abbono a **èItalia**: 1 ANNO (6 numeri) al prezzo di € 50,00 YES! I subscribe to **¿Italia**: 1 YEAR (6 issues) at the price of € 50,00
- SI! Mi abbono a èItalia: nella versione PDF al prezzo di € 25,00 YES! I subscribe to **¿Italia**: in PDF at the price of € 25.00

Cognome e Nome Surname and Name

Via Address -

Città City -

CAP Zip Code

Prov. District ___

Nazione Country

PAGAMENTO PAYMENT

☐ PayPal

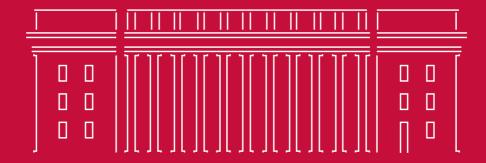
☐ Bonifico bancario a Newscorp International S.r.I. Bank transfer receipt to Newscorp International S.r.I. Data Date ___



ROMA, 8 GIUGNO 2016 - ORE 10.30

MEET ITALIAN EXCELLENCE

Le fiere come ponte di sviluppo



Sala del Tempio di Adriano della Camera di Commercio di Roma



AEFI e i suoi associati celebrano la Giornata Mondiale delle Fiere organizzando un evento per sostenere l'Italia delle Fiere come ponte di sviluppo verso il mercato globale.





ANNO XVII - N.113 MARZO-APRILE 2016

on line su www.italplanet.it



STORIA DI COPERTINA

TODAY I'M A NEWYORKER!"

Così Sergio Mattarella ha salutato a
New York – scatenando l'applauso –
i rappresentanti della comunità italoamericana che si sono riuniti negli
spazi del Guggenheim Museum per
conoscere da vicino il nuovo
presidente italiano in visita ufficiale.
Ed è stato accolto da un altrettanto
caloroso abbraccio del governatore
dello Stato, Andrew Cuomo.

Il servizio a pagina 8

29
RENZI: VI RACCONTO
LA MISSIONE AMERIC

LA MISSIONE AMERICANA RENZI: LET ME TELL YOU ABOUT AMERICAN MISSION



THE EXTRAORDINARY ITALIAN TASTE



13 COMITATO LEONARDO
LEONARDO
NAR
DO

SPECIALE FIMAR 49



SOMMARIO

- B DAL QUIRINALE
 "Today I'm a Newyorker!"
- 10 DALLA FARNESINA
 The Extraordinary Italian Taste
- 13 SPECIALE COMITATO LEONARDO
 Le amarene e il vaso di Rachele
 Amarene cherries and Rachele's jar

Fabbri, un segno d'amore che dura nel tempo Fabbri, a symbol of love that endures over time

"Attrarre sviluppo"
"Attracting development"

- 24 PANORAMA D'ITALIA
 Grazie Genova! Macerata, ora tocca a te
 Thank you, Genoa! Macerata, it's now over to you
- 26 OCCAM OCCAM XXI Conferenza Euromediterranea OCCAM XXI Euromeditarranean Conference
- 27 SPECIALE MADE IN ITALY IBS al Summer Fancy Food 2016 IBS at Summer Fancy Food 2016

Renzi: vi racconto la missione americana Renzi: let me tell you about American mission

18a edizione di Cibus 18th edition of Cibus

Milano Moda Design 2016

Ercole Olivario 2016: ecco i migliori extra vergine d'Italia Ercole Olivario 2016: here are Italy's best extra virgin olive oils

In viaggio con Vespa On the road with Vespa

Le imprese della consulenza fanno rete nei mercati asiatici Consulting firms build their strength in Asian markets

MERCATO GLOBALE

- Nuovo piano d'azione Italia-Cina
 New Italy-China action plan
- 4-2 UNIONCAMERE
 Immigrati: 100.000 imprese in più in 5 anni
 Immigrants: 100,000 enterprises in 5 years
- ASSOCAMERESTERO
 Riunione d'Area CCIE Asia e Sudafrica a Mumbai
 Asia and South Africa Area ICCA Meeting in Mumbai
- 46 YACHT MED FESTIVAL
- CCIAA DI CUNEO
 CCIAA di cuneo presenta "educazione finanziaria"
 The Chamber of Commerce of Cuneo presents
 "financial education"
- 49 SPECIALE FIMAR
 La nautica unisce l'Italia e il Brasile
 A náutica une a Itália e o Brasil

Assonautica e Acatmar: uniti come solo il mare può fare Assonáutica e Acatmar unidos por um único propósito: o mar

La Campania, "Regione Ospite" della seconda edizione di Fimar

Campania, "Região Hóspede" da segunda edição da FIMAR

Vitelli: "Entusiasmo e passione per diventare i primi al mondo"

Vitelli: "Entusiasmo e paixão para ser os primeiros no mundo"

30 Aprile/l'Italian Internet Day



EDITORIALE DI GIORGIO MULÈ

1 30 aprile del 1986 l'Italia per la prima volta si è connessa ad Internet: il segnale, partito dal Centro universitario per il calcolo elettronico di Pisa, è arrivato alla stazione di Roaring Creek, in Pennsylvania. "Ping", fu il semplice messaggio, a cui dagli Usa risposero con un "ok". Quella prima connessione era la fine del progetto di un gruppo di pionieri, ed è stato l'inizio di una storia nuova. Trenta anni dopo, il prossimo 29 aprile, un Internet Day coinvolgerà tutta Italia, per celebrare i primissimi passi del web in Italia e ricordare le gesta di chi ci ha creduto per primo. "Quel giorno, ricorda il Presidente del Consiglio Renzi, il CNUCE, il Centro di calcolo elettronico del CNR di Pisa, è stato collegato per la prima volta alla rete Arpanet, la rete creata negli Stati Uniti per collegare i computer delle università, degli istituti di ricerca e degli enti militari. Quindi, continua

Renzi, il 30 aprile 2016 saranno 30 anni esatti. E faremo un altro Internet Day. Tutti sono invitati a partecipare. Ad aprile saremo pronti con il primo bando sulla banda ultra larga. Sarà il primo di una serie di bandi con i quali portare a tutti i cittadini entro il 2020 la connessione Internet ad alta velocità e colmare quindi il divario digitale nei prossimi quattro anni". Banda ultra larga, competenze digitali, servizi digitali per tutti: è ora di accelerare. Come fecero 30 anni fa.



Le Camere di Commercio Italiane all'Estero

Un network qualificato per l'internazionalizzazione delle imprese

Via Sardegna, 17 – 00187 Roma Tel +39 06 44231314 Fax +39 06 44231070

èltalia for USA

Camera di Commercio Italiana di Los Angeles Presidente: Christiano Manfrè Segretario Generale: Emanuela Panebianco

èltalia for BRASILE

Direttore Editoriale: Giancarlo Lanna

èltalia for CANADA

Camera di Commercio Italiana dell'Ontario Presidente: Giorgio Visintin Segretario Generale: Corrado Paina

èltalia for FRANCIA

Camera di Commercio Italiana di Nizza Presidente: Patrizia Dalmasso Segretario Generale: Agostino Pesce

èltalia for GERMANIA

Camera di Commercio Italiana per la Germania Presidente: Emanuele Gatti Segretario Generale: Mario Bianchi

èltalia for INDIA

Camera di Commercio Italiana di Mumbai Presidente: Narinder K. Nayar Segretario Generale: Claudio Maffioletti

èltalia for REGNO UNITO

Camera di Commercio Italiana di Londra Presidente: Leonardo Simonelli Santi Segretario Generale: Helen Girgenti

èltalia for RUSSIA

Camera di Commercio Italo-Russa Presidente: Rosario Alessandrello Segretario Generale: Leonora Barbiani

èltalia for AUSTRALIA

Camera di Commercio Italiana di Sydney Presidente: Joseph Carrozzi Segretario Generale: Nicola Carè

èltalia for CINA

Camera di Commercio Italiana di Pechino Presidente: Sergio Bertasi Segretario Generale: Giulia Ziggiotti

10 SEZIONI PAESE

Redazioni presso le Camere di Commercio Italiane di: Francoforte, Londra, Los Angeles, Melbourne, Mosca, Mumbai, Nizza, Pechino, San Paolo, Toronto. In collaborazione con le Istituzioni italiane all'estero.

Coordinamento Editoriale CCIE Gaetano Fausto Esposito – ASSOCAMERESTERO

eltalia for BRASILE	49
音 èItalia for USA	59
èltalia for CANADA	62
eltalia for RUSSIA	64
eltalia for FRANCIA	66
eltalia for GERMANIA	68
eltalia for REGNO UNITO	70
eltalia for AUSTRALIA	72
eltalia for CINA	74
🔔 èItalia for INDIA	76

IL PRIMO PERIODICO **DELL'ITALIA NEL MONDO**

Fondatore - Direttore Responsabile

Domenico Calabria

Condirettori

Rosario Alessandrello Gaetano Lo Russo

Redazione

Gian Carlo Bertoni, Mario Boselli, Massimo Borgia, Eunice Cappelletti, Pina Costa, Umberto Forte, Alessio Gambino, Silvana Genzone, Natale Labia, Giuseppe Laghezza Masci, Gloriano Mazzè, Oronzo Mongiò, Umberto Mucci, Carlo Ottaviano, Sandro Pettinato, Flavio Ramella, Camilla Sala, Roberto Spingardi, Pietro Viola, Martina Zanetti

Senior Contributors

Carlo Azeglio Ciampi (primo editoriale di èltalia), Diana Bracco, Carlo Calenda, Giovanni Castellaneta, Pietro Celi, Simone Crolla, Ferruccio Dardanello, Claudio Gagliardi, Giancarlo Lanna, Riccardo Monti, Giorgio Mulè, Alessandro Paciello, Edoardo Pollastri, Luisa Todini, Giuseppe Tripoli

Art Director Marco Marino Grafica Anna Grasso, Silvia Mastropietro Traduzioni Verto Group Srl Stampa Marca Print snc

Editore e Abbonamenti

Newscorp International Srl Galleria del Corso, 2 – 20122 Milano Tel. + 39 02.3657.1756 eitalia@italplanet.it

Pubblicità

Intl. Media Srl Galleria del Corso, 2 – 20122 Milano Tel. + 39 02.3657.1696 marketing@italplanet.it

DIFFUSIONE

Aut. Trib. Milano n. 739 del 26/11/1999 Tiratura e diffusione media n. 20.000 copie Bimestrale: 6 numeri l'anno e la pubblicazione in ogni numero di due supplementi: Speciale Made in Italy e Speciale Comitato Leonardo

Rivista diffusa in Italia e all'estero a: Aziende internazionali importatrici del Made in Italy, Camere di Commercio Italiane all'estero e loro Soci, Associazioni imprenditoriali e culturali, uffici ICE, Aziende italiane, Ministeri, Regioni, Province e Comuni capoluogo, Associazioni di categoria, CCIAA, Biblioteche, Tour operators, Ristoranti Italiani nel Mondo, Aeroporti, Ambasciate e Consolati. Associazioni italo-estere

Belloni segretario generale alla Farnesina

Su proposta del ministro Paolo Gentiloni, l'Ambasciatrice Elisabetta Belloni è il nuovo segretario generale della Farnesina. Prima donna a ricoprire questo incarico, la Belloni è stata scelta per succedere a Michele Valensise. Classe 1958, in carriera diplomatica dagli anni 80, nel 2004 diventa Capo dell'Unità di crisi e nel 2008 direttore generale del dicastero.

BELLONI SECRETARY GENERAL OF THE FARNESINA



Based on a proposal put forward by Minister Paolo Gentiloni, Ambassador Elisabetta Belloni, is the new Secretary General of the Farnesina. Belloni is the first woman to cover this role and was chosen as the successor to Michele Valensise. Born in 1958, she has had a diplomatic career since the 1980s. In 2004, she became Head of the Crisis Unit and in 2008 Director General of the Ministry.

Iran, fine dell'embargo. Sarà davvero così?

Che il mercato iraniano sia uno dei mercati più promettenti in cui investire nei prossimi anni non è certamente più un segreto e la recente visita del premier Renzi a Tehran è la



dimostrazione della volontà dell'esecutivo italiano di stimolare una maggiore cooperazione fra le nostre PMI ed il tessuto industriale iraniano.

La svolta, come è noto, c'è stata quasi un anno fa ed esattamente il 14 luglio 2015 quando è venuta meno la ragion d'essere delle sanzioni imposte all'Iran da ONU, USA e UE a partire dal 2006. A dicembre 2015 è arrivata una ulteriore conferma anche da un'altra importante istituzione, l'International Atomic Energy

Agency (IAEA) che ha certificato come l'Iran stia rispettando gli impegni assunti dando il via libera al cosiddetto "Implementation Day", che ha definitivamente celebrato l'atteso ritorno di Tehran nella "arena" del commercio internazionale.

IRAN, END OF THE EMBARGO. WILL IT HAPPEN?

It is definitely not a secret that the Iranian market is one of the promising markets in which you can invest in the next years. And Renzi's recent visit of Tehran is the proof of Italy's executive's desire to stimulate a bigger cooperation between our SME's and Iran's territory. The change was over a year ago, the 14 of July 2015, when Iran's sanctions imposed by the UN, USA and the EU, were removed.

In December 2015, there has been another confirmation by another important institution, the International Atomic Energy Agency (IAEA), which is verifying that Iran is respecting their assigned tasks, leading to the "Implementation Day", which has ultimately celebrated the awaited return of Tehran in the "arena" of international trade.

L'Italia candida la tradizionale arte della pizza alla lista del patrimonio immateriale dell'UNESCO

La Commissione Nazionale Italiana per l'UNESCO ha deciso all'unanimità di candidare la tradizionale arte dei pizzaiuoli napoletani alla Lista del patrimonio immateriale dell'UNESCO. "Questa decisione", sottolinea in una nota la Farnesina, "riafferma il ruolo centrale delle tematiche dell'alimentazione nella cornice della promozione del sistema-Italia all'estero, che si giova del ruolo propulsivo svolto da EXPO 2015". "L'iniziativa", conclude la nota, "è coerente con la politica dell'Italia di salvaguardare e promuovere l'arte e il saper fare alla base dei suoi straordinari prodotti, affinché sia pienamente valorizzato lo straordinario ed articolato patrimonio di tradizioni culturali da cui essi traggono origine".



ITALY NOMINATES THE TRADITIONAL ART OF PIZZA FOR THE UNESCO LIST OF INTANGIBLE HERITAGE

The Italian National Commission for UNESCO has unanimously decided to nominate the traditional art of the Neapolitan pizza chefs for the UNESCO List of Intangible Heritage.

In a note, the Farnesina (Italian Ministry of Foreign Affairs) emphasizes that "This decision reaffirms the central role of the topic of food in the context of promoting the Italian economic system abroad, which benefits from the dynamic role played by EXPO 2015".

The note concludes that "The initiative is

consistent with Italy's policy for safeguarding and promoting the art and know-how on which its extraordinary products are based, so that value of the extraordinary and articulate patrimony of cultural traditions from which they originate can be fully highlighted".

Tutti a tavola: impariamo l'italiano

L'Istituto italiano di cultura di Parigi ha invitato 20 grandi chef a parlare di cucina e territorio. La cucina come testimonial di tutte le bellezze d'Italia

di Carlo Ottaviano



EVERYONE TO THE TABLE: LET'S LEARN ITALIAN

THE ITALIAN INSTITUTE OF CULTURE IN PARIS HAS INVITED 20 GREAT CHEFS TO TALK ABOUT COOKING AND TERRITORY. COOKING AS A TESTIMONY TO ALL THE BEAUTY OF ITALY

Make yourself comfortable at the table for a special meal, where you can savour the treasures of Italian cuisine with its infinite variety that sets it apart. This was the invitation to twenty dinner-lessons that were held last year at the Italian Institute of Culture in Paris. Those lessons have now also become a book. You can read it like a recipe book (at least three for each of the 20 chefs present), as a tribute to the best of Italian excellence in food and wine, or even as a beautiful and tasty journey through Italy. This may be the best option. Thanks to director Marina Valensise's invitation, 20 testimonials thus talked about the best of Italy for a whole year. "It's a well-known fact - writes Marina Valensise in the introduction - that Italian cuisine

contributes to the wealth of the entire country, with its extraordinary variety, made up of territories, landscapes and cultures, which are different and always surprisingly unique." Its cuisine has now become a winning trademark for exporting Italian style and the Made in Italy brand throughout the world. "This book - Valensise adds - is therefore a way of paying tribute to all those who made it

SORA SE

assaporare i tesori della cucina italiana nell'infinita varietà che la distingue. È questo l'invito a venti cenelezioni che si sono tenute lo scorso anno all'Istituto Italiano di Cultura di Parigi. Ora quelle lezioni sono diventate anche un libro. Potete leggerlo come un volume di ricette (almeno tre per ognuno dei 20 chef presenti), oppure come un omaggio al meglio dell'eccellenza italiana nell'enogastronomia. O ancora come viaggio nell'Italia del bello e del buono. E forse questa è la chiave migliore. Invitati dalla direttrice Marina Valensise, per un intero anno 20 testimonial hanno raccontato così il meglio dell'Italia. "È noto – scrive Marina Valensise nell'introduzione – che la cucina italiana contribuisce alla ricchezza dell'intero Paese, con la sua straordinaria varietà, fatta di territori, paesaggi e culture diverse e sempre sorprendentemente uniche". Ormai la cucina è diventata anche un marchio vincente per esportare lo stile italiano e il made in Italy nel mondo. "Questo libro – aggiunge Valensise – è quindi un modo di rendere omaggio a tutti coloro che hanno reso possibile, a cominciare dai grandi cuochi e soprattutto ai tanti straordinari produttori che lavorando sulla materia prima italiana, permettono alla nostra cucina di eccellere e a tutti noi di godere del riverbero di tanta incontestata qualità".

Accomodatevi a tavola per un pasto speciale, dove

Al seminario "L'Italiano in cucina" hanno partecipato Davide Oldani, Gianfranco Vissani, Enrico Cerea, Pino Cuttaia, Heinz Beck, Moreno Cedroni, Salvatore Tassa, Gennaro Esposito, Alfonso Iaccarino, Anthony Genovese, Luigi Ferraro, Carlo Cracco, Roberto Petza, Emanuele Scarello, Vinod Sookar e Antonella Ricci, Giancarlo Perbellini, Cristina Bowermann, Mariangela Susigan, Matteo Baronetto. Ognuno ha portato i suoi ingredienti, i suoi segreti, il suo giro di mano, il suo legame forte e genuino con il territorio.

A cura di Marina Valensise L'Italiano in cucina – Skira 192 pagine - 42 euro

possible, beginning with the great chefs and especially the many extraordinary producers who work on the Italian raw materials, making it possible for our cuisine to excel and allowing us all to enjoy the results of so much undisputed quality." At the seminar entitled "L'Italiano in cucina" (An Italian in the kitchen), the participants included Davide Oldani, Gianfranco Vissani, Enrico Cerea, Pino Cuttaia, Heinz Beck, Moreno Cedroni, Salvatore Tassa, Gennaro Esposito, Alfonso laccarino, Anthony Genovese, Luigi Ferraro, Carlo Cracco, Roberto Petza, Emanuele Scarello, Vinod Sookar and Antonella Ricci, Giancarlo Perbellini, Cristina Bowermann, Mariangela Susigan, Matteo Baronetto. Each person brought their own ingredients, secrets, methods and their own strong and authentic bond with the territory. Edited by Marina Valensise L'Italiano in cucina - Skira 192 pages - 42 euro

"Today I'm a Newyorker!"

Così Sergio Mattarella ha salutato a New York – scatenando l'applauso – i rappresentanti della comunità italoamericana

di Domenico Calabria

olla e tanta curiosità nella cornice spettacolare del Gugghenheim Museum in occasione di un ricevimento organizzato dalla Conferenza dei Presidenti delle maggiori organizzazioni italo-americane, a partire dalla potente NIAF. "Benvenuto nel club dei siciliani", gli ha detto il Governatore dello Stato di New York Andrew Cuomo che ha fatto il padrone di casa.

Cuomo ha toccato le corde profonde degli intervenuti ricordando più volte quanto i circa tre milioni di italoamericani dello Stato siano "orgogliosi di essere americani e altrettanto fieri di mantenere vive le tradizioni italiane". "Mi sento davvero a casa", ha risposto il capo dello Stato che ha lodato la capacità di accoglienza degli "States" sin dalla fine dell'ottocento: una vera "lezione" di democrazia per quest'Europa che sembra aver dimenticato i valori della solidarietà e i propri momenti bui quando tanti europei furono costretti a lasciare il Continente.

"Voi rappresentate un ponte tra Stati Uniti e Italia. Siete cittadini degli Stati Uniti, leali al vostro Paese, non avete però mai smesso di guardare all'Italia, unendo con le vostre energie le due sponde dell'Atlantico"

Non a caso Mattarella ha visitato anche Ellis Island, il principale porto di ingresso per gli Usa dal 1892 da dove negli anni sbarcarono quasi quattro milioni di italiani "carichi di paure e di fiducia". Oggi "tutti orgogliosamente americani che amano le origini italiane", ha osservato. Prima Mattarella a Ground Zero aveva reso omaggio alle vittime dell'attentato dell'11 settembre 2001 deponendo un mazzo di fiori bianchi sul bordo di una delle due enormi fontane costruite proprio dove si trovavano le Torri Gemelle. Il capo dello Stato ha anche visitato il Memoriale in ricordo della strage.

Parlando con i giornalisti a Washington, Mattarella ha sottolineato come la cultura sia parte integrante della lotta al terrorismo perché favorisce la tolleranza e supera i confini. Il presidente della Repubblica ha visitato la National Gallery di Washington e ha spiegato che la cultura "unisce al di là delle frontiere e semina rispetto per la civiltà e la tolleranza".

L'INCONTRO CON OBAMA. Gli sforzi degli Stati Uniti e dell'Italia per contrastare l'Isis e la crisi globale dei rifugiati sono stati i temi al centro dell'incontro bilaterale tra il presidente

centro dell'incontro bilaterale tra il presidente degli Stati Uniti Barack Obama e il presidente della Repubblica Sergio Mattarella, accompa-

gnato dal ministro degli Esteri Paolo Gentiloni. Nell'incontro si è parlato anche degli sviluppi economici in Europa, dell'importanza del 'Transatlantic Trade and Investment Partnership' (Ttip), il trattato di libero scambio tra Unione Europea e Stati Uniti.

Il presidente americano ha affrontato col capo dello Stato italiano il ruolo che l'Italia può svol-

"Voi rappresentate un

ponte tra Stati Uniti e

Italia. Siete cittadini

degli Stati Uniti, leali al

gere nella lotta all'Isis in Siria e Iraq, in particolare "il ruolo fondamentale" che il nostro Paese svolgerà nel rafforzare la zona di Mosul, nel nord dell'Iraq. Obama ha ringraziato l'Italia anche per "il notevole contributo nel fornire addestramento alla

truppe irachene e per i progressi fatti nel Paese". I legami tra Stati Uniti e Italia "non potrebbero essere più stretti". Ricordando che è il primo presidente italiano di origini siciliane, Obama ha lodato il presidente italiano di cui ha citato "la lunghissima e straordinaria carriera come giurista e avvocato". "Come me – ha detto il presidente Usa – è stato professore di diritto costituzionale; per questo abbiamo una forte affinità".

Mattarella da parte sua, ha ringraziato il presidente americano Barack Obama per la "meravigliosa accoglienza" alla Casa Bianca e parlando dallo Studio Ovale ha definito "solida" l'amicizia tra Stati Uniti e Italia che "dura da settant'anni". Quell'amicizia e una "stretta col-









laborazione ci consentono oggi e ci consentiranno in futuro di fronteggiare sfide nuove e di sconfiggere i nemici della pace, della libertà e dei diritti umani". Mattarella ha invitato Obama in visita in Italia. Entrambi confidano che il viaggio si possa svolgere per fine anno. Obama ha ribadito che l'Italia è una delle sue mete preferite e che cercherà di non deludere il capo dello Stato italiano compatibilmente con i suoi impegni.

"Today I'm a Newyorker!"

Sergio Mattarella greeted the representatives of the Italo-American community in New York, triggering applause

n the spectacular setting of the Guggenheim Museum, there were crowds and much curiosity on the occasion of a reception arranged by the Conference of Presidents of major Italo-American organisations, starting with the powerful NIAF. "Welcome to the club of Sicilians", said the New York State Governor **Andrew Cuomo**, in his role as host.

Cuomo profoundly struck a chord with those present, recalling on various occasions how approximately three million Italian-Americans in the nation are "proud to be American and equally proud to keep alive the traditions of Italy". "I feel very much at home", responded the Head of State, who praised the welcoming capacity of America dating back to the end of the nineteenth century: a real "lesson" in democracy, whilst Europe seems to have forgotten the values of solidarity and its own dark moments when many

Europeans were forced to leave the continent.

"You represent a bridge between the United States and Italy. You are citizens of the United States, loyal to your country. Yet you have never stopped looking towards Italy, uniting the two sides of the Atlantic with your energies."

Not by chance, Mattarella also visited Ellis Island, the main port of entry for the United States since 1892, where almost four million Italians disembarked "brimming with fear and trust". Today, "all are proud Americans who love the Italian origins", he observed. Earlier at Ground Zero, Mattarella had paid tribute to the victims of the attack of 11 September 2001, laying a bouquet of white flowers on the edge of one of the two enormous fountains constructed on the site of the Twin Towers. The Head of State also visited the Memorial in remembrance of the heart-break.

Speaking with journalists in Washington, Mattarella underlined that culture is an integral part of the fight against terrorism because it promotes tolerance and transcends boundaries. The President of Italy visited the National Gallery in Washington and explained that culture "unites beyond frontiers and fosters respect for civility and tolerance"

MEETING WITH OBAMA. The efforts of the United States and Italy to counter ISIS and the global refugee crisis were the themes at the centre of the bilateral meeting between United States President Barack Obama and the President of Italy Sergio Mattarella, accompanied by Foreign Affairs Minister Paolo Gentiloni. The meeting also touched on economic developments in Europe, the importance of the Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP), plus the free trade agreement between the European Union and the United States.

With the Italian Head of State, the American President addressed the part that Italy may carry out in the fight against ISIS in Syria and Iraq, in particular "the fundamental role" that our country will play in reinforcing the area of Mosul, in northern Iraq. Obama

thanked Italy also for "its notable contribution in training soldiers in Iraq and for the progress achieved in the country". The ties between the United States and Italy "could not be closer". Recalling that he is the first Italian President of Sicilian origin, President

Obama praised the Italian Head of State, citing "the long and extraordinary career as a jurist and lawyer". "As I mentioned", said the U.S. President, "he's also a constitutional law professor, so I felt great affinity for him right away."

For his part, Mattarella thanked the U.S. President Barack Obama for his "wonderful reception" at the White House and, speaking from the Oval Office, defined as "solid" the friendship between United States and Italy that "dates back seventy years". This friendship and "close collaboration allows us today and in the future to confront the many new challenges and to defeat the enemies of peace, of freedom and human rights". Mattarella has invited Obama to visit Italy. Both hope that the journey may occur at the end of the year. Obama reiterated that Italy is one of his favourite destinations and he will try not to disappoint the Italian Head of State in accordance with his commitments.

PATTO TRA ISTITUZIONI E CUCINA ITALIANA DI QUALITÀ

"Le segnalazioni delle nostre Ambasciate e dei Consolati ci confermano che il

gusto italiano
gode di un
crescente
prestigio in tutti i
Paesi; ciò si
traduce anche in
un aumento della
domanda di
cucina italiana di
alta qualità, che è
considerata parte
integrante, se non
essenziale, dello stile



Direttore Generale per la Promozione del Sistema Paese

di vita italiano. In questo quadro, il Protocollo di intesa per la valorizzazione all'estero della cucina italiana di alta qualità è uno strumento strategico che rafforzerà la nostra attività di promozione internazionale. Infatti, grazie all'azione di coordinamento della Farnesina ed all'impiego della nostra vasta rete diplomaticoconsolare, potremo far incrociare, anche tenendo conto delle specificità dei diversi mercati esteri. questa crescente domanda di Italia con la dinamica ed articolata offerta costituita dall'alta cucina italiana e dai nostri più pregiati prodotti enogastronomici.'

A PACT BETWEEN INSTITUTIONS AND ITALIAN QUALITY CUISINE

"Reports from our Embassies and Consulates confirm that Italian taste is enjoying growing prestige in every country; this also translates into an increase in demand for Italian high-quality cuisine, which is considered an integral, or even essential part of Italian lifestyle. In this framework, the Memorandum of Understanding for highlighting the value of high-quality Italian cuisine abroad is a strategic tool that will strengthen our international promotion activities. In fact, thanks to the coordinating action of the Farnesina and the use of our vast diplomatic-consular network, we will be able to bring together this growing demand for Italy, even taking into account the specificity of the different foreign markets, and the dynamic and wide-ranging offer represented by Italian haute cuisine and by our finest foods and wines."

The Extraordinary

Protocollo di intesa tra Maeci, Mipaaf e Miur per la Valorizzazione all'Estero della Cucina Italiana di Qualità

stato presentato in Farnesina il Protocollo d'Intesa per la Valorizzazione all'Estero della Cucina Italiana di Alta Qualità, sottoscritto dal Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione internazionale, Paolo Gentiloni, dal Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali, Maurizio Martina, e dal Ministro dell'Istruzione, Università e Ricerca, Stefania Giannini. All'evento hanno partecipato anche gli Ambasciatori dei Paesi G20, Istituzioni ed Enti della cultura e dell'economia, nonché alcuni degli chef più apprezzati del panorama italiano e internazionale.

"La Farnesina coordinerà la promozione dell'alta cucina e dei prodotti enogastronomici di qualità italiani nel mondo per mezzo della nostra capillare rete diplomatica, consolare e culturale" ha dichiarato il Ministro Paolo Gentiloni nel suo intervento. "La cucina italiana ed i nostri prodotti alimentari di alta gamma sono parte integrante della nostra cultura e parlano dell'Italia e del nostro gusto a milioni di consumatori nel mondo.

"L'iniziativa è anche per questo una ideale prosecuzione delle tematiche di Expo Milano 2015, che svilupperemo nei prossimi anni insieme a MIPAAF, MIUR, Agenzia ICE, Unioncamere e Assocamerestero, avvalendoci del prezioso sostegno dei migliori Chef d'Italia. A tale fine, collaboreremo con il CONI per utilizzare anche il palcoscenico dei grandi eventi sportivi internazionali, a cominciare dalle Olimpiadi di Rio 2016" ha aggiunto il Ministro.

"Promuovere il vero Made in Italy agroalimentare all'estero, anche attraverso la collaborazione di chef di fama, significa rafforzare la nostra presenza sui mercati stranieri e conquistarne anche di nuovi. Un'azione di ampio respiro, che si inserisce nel piano di internazionalizzazione del Governo che crede e investe sempre di più in un settore cruciale per l'economia del nostro Paese" ha dichiarato il Ministro Maurizio Martina. "Lo scorso anno, grazie anche ad Expo Milano 2015, l'export agroalimentare italiano ha sfiorato i 37 miliardi di euro. Un risultato straordinario che conferma che l'obiettivo dei 50 miliardi entro il 2020 è assolutamente alla nostra portata. Per raggiungerlo però dobbiamo continuare ad essere una squadra."

L'iniziativa che lanciamo oggi rafforza la strategia Paese del dopo Expo. Non vogliamo sem-



plicemente esportare la cucina italiana o un segmento della nostra cultura: stiamo attivando un vero e proprio processo di internazionalizzazione del gusto. Lo faremo a partire da Paesi strategici come gli Stati Uniti, la Cina, la Russia, gli Emirati – ha sottolineato il Ministro Stefania Giannini nel video messaggio proiettato durante l'evento, annunciando l'impegno del MIUR a finanziare con 1 milione di euro per 50 borse di studio, per giovani under 30.

Tra le principali azioni previste l'organizzazione della Settimana della Cucina italiana organizzata da Ambasciate, Consolati e Istituti italiani di Cultura nell'ultima decade di novembre; master class dirette a chef stranieri per diffondere i valori della Dieta Mediterranea e promuovere la conoscenza delle eccellenze agroalimentari e vitivinicole italiane; il conferimento di borse di studio per chef italiani under 30; l'organizzazione di giornate italiane dedicate alla cucina di qualità promosse dal CONI in occasione di eventi sportivi internazionali, a partire dai Giochi Olimpici di Rio 2016.

Nel biennio 2016-2017 le azioni promozionali riguarderanno Stati Uniti, Giappone, Repubblica Popolare Cinese, Federazione Russa, Emirati Arabi Uniti e Brasile.

Italian Taste





ALCUNI DATI

- L'Italia è il primo Paese in Europa per numero di prodotti di qualità certificata (280 alimenti e 523 vini)
- Primi produttori al mondo di vino con 48,9 milioni di ettolitri nel 2015
- Secondo Paese al mondo per numero di ristoranti stellati (334)
- L'export agroalimentare italiano nel 2015 ha registrato il record di 36,8 miliardi di euro, il 7,4% in più rispetto al 2014. Obiettivo: 50 miliardi entro il 2020
- Il piano di internazionalizzazione del Governo prevede 70 milioni di euro solo per il settore agroalimentare
- Il Ministero delle politiche agricole è l'unico al mondo ad avere accordi con eBay e Alibaba per rimuovere i falsi prodotti Dop e Igp italiani dagli scaffali virtuali

SOME DATA

- Italy ranks first among countries in Europe by the number of quality certified products (280 Foods and 523 Wines)
- Italy is at the top of world producers of wine with 48.9 million hectoliters in 2015
- Italy places second in the world for the number of starred restaurants (334)
- The Italian agri-food exports in 2015 have reached a record of 36.8 billion euro, +7.4% more than in 2014.
 Objective: 50 billion by 2020.
- The internationalisation plan of the Government is to supply 70 million euro, which will be funneled entirely into agri-business
- The Italian Ministry of Agriculture is the only one in the world that has managed to sign agreements with eBay and Alibaba to remove counterfeit Italian PDO and PGI products from their virtual shelves.

The Extraordinary Italian Taste

he Memorandum of Understanding has been presented at Palazzo della Farnesina (head-quarters of the Italian Ministry of Foreign Affairs) for highlighting the Value of Italian High Quality Cuisine Abroad, signed by the Minister of Foreign Affairs and International Cooperation, Paolo Gentiloni, by the Minister of Agricultural, Food and Forestry Policies, Maurizio Martina, and by the Minister of Education, Universities and Research, Stefania Giannini.

The event was attended by the Ambassadors of the G20 Member Countries, representatives of cultural and economic Institutions and agencies as well as by some of the world's most prized Italian and international chefs.

Minister Paolo Gentiloni said in his speech: "The Foreign Ministry will coordinate the promotion of Italian haute cuisine and gourmet products in the world through our extensive network of diplomats, consuls and institutions representing Italian culture. Italian cuisine and its high-end food products are an integral part of our culture that can speak of Italy to millions of consumers worldwide. The initiative, which fol-

lows up on the experience acquired at Expo Milano 2015, is set to be further developed in the coming years with the invaluable support of some of the most prized Italian chefs in partnership with the Ministry of Agricultural, Food and Forestry Policy, the Ministry of Education, Universities and Research, The Italian Trade Agency ICE and the associations of chambers of commerce Unioncamere and Assocamerestero. Furthermore, a special cooperation is to be established with CONI (the Italian National Olympic Committee) to exploit major international sporting events, starting with the Olympic Games in Rio 2016, as a showcase for Italian food".

"The promotion of genuine Made in Italy agro-food abroad, also through the collaboration of renowned chefs, calls for a stronger presence in existing markets and for the expansion in new ones. Such a wide-ranging strategy is part of an internationalization plan of the government aimed at stepping up investments in a sector that is crucial for the Italian economy," said Minister Maurizio Martina. "Thanks to Expo Milano 2015, the Italian agri-food exports of the past year have reached almost 37 billion euro, an extraordinary result that confirms that the goal of 50 billion by 2020 is absolutely within our reach. To reach that objective, however, we must continue to work as a team."

"The initiative we are launching today follows up on the experience acquired at Expo Milano 2015. Our objective is not merely to export Italian food and culture abroad, but to launch a full fledged process aimed at bringing our food and culture to the forefront in the international arena. To this end we will start from those countries that we consider strategic, such as the U.S., China, Russia, and United Arab Emirates," said Minister Stefania Giannini in a video message. She also announced the Ministry's commitment to finance 50 scholarships for young chefs for a total of 1 million euro.

Among the main actions envisaged are: a Week of Italian cuisine organized by Embassies, Consulates and Italian Cultural Institutes, set to take place at the end of November; awareness building master classes for foreign chefs on the Mediterranean Diet and high quality Italian food and wine; scholarships for young Italian chefs; special days devoted to Italian quality cuisine promoted by CONI at international sporting events, starting with the 2016 Olympic Games in Rio.

As of the 2016-2017 these activities will involve the following countries: United States, Japan, Peoples Republic of China, Russian Federation, United Arab Emirates and Brazil.



Per comunicare l'Italia nel mondo

ITALPLANET. Un brand distintivo, a tutto tondo, dal quale nasce il pay off "per comunicare l'Italia nel mondo", ampiamente riconosciuto a livello internazionale e capace di esprimere e di identificare, nella sua unicità, tutte le attività promozionali e di informazione del Sistema Italia all'estero.

Tra stampa e multimedialità:

- · la rivista, èltalia
- · il portale, Italplanet.it
- · l'agenzia stampa Exportiamo.it/News
- · la casa editrice, ItalPlanet Edizioni

L'IMPORTANZA DELL'INFORMAZIONE PER LA PROMOZIONE DELL'ITALIA NEL MONDO.

L'innegabile necessità di realizzare in forma unitaria la promozione dell'immagine del *Made in Italy* nella logica del mercato globalizzato, è basata primariamente sull'informazione. La carta stampata e internet crescono a ritmo impressionante, rivolgendosi ad una nuova "total audience", oramai abituata ad informarsi su una stessa testata e attraverso i suoi media disponibili. In questa vasta community, l'informazione deve mostrarsi capace di dialogare con un modello di informazione di "servizio", in grado di sostenere il business sempre più globale.

èITALIA: IL PRIMO PERIODICO DELL'ITALIA NEL MONDO.

Dal 1999 **èltalia** promuove il patrimonio economico, turistico e culturale italiano, permettendo alla comunità internazionale di avere costantemente una visione generale del Sistema Italia; diffusa in Italia ed all'estero in edizione bilingue, Italiano e inglese, conta al suo interno 10 sezioni paese in doppia lingua dedicate a: USA – RUSSIA – BRASILE – CANADA – GERMANIA – REGNO UNITO – AUSTRALIA – FRANCIA – INDIA – CINA.

GLI SPECIALI DI ÈITALIA. COME DIFENDERE ED ESPORTARE IL MADE IN ITALY NEL MONDO.

Unioncamere, Assocamerestero e la rivista **èltalia**, insieme per raccordare l'informazione della rete delle Camere di Commercio Italiane ed Italo-Estere e del mondo imprenditoriale italiano. Grazie alla diffusione nel mondo di **èltalia**, gli Speciali informano sui servizi offerti dal sistema camerale alle imprese che desiderano esportare e investire sui mercati mondiali, in collaborazione con le Camere di Commercio Italiane all'Estero.

MADE IN ITALY: ECCELLENZE CHE DIVENTANO IDENTITÀ.

Per riassumere la "mission" di ItalPlanet, **èltalia** pubblica in collaborazione con il **COMITATO LEONARDO**, un supplemento Speciale dedicato al Made in Italy e le Eccellenze che lo distinguono, presentando quella moltitudine di categorie del ben fatto che esportiamo in tutto il mondo.

WWW.ITALPLANET.IT

Nel portale **ItalPlanet.it** si trovano la versione integrale della rivista **èltalia**, l'Agenzia Stampa online **Exportiamo.it**—la finestra dell'imprenditore sul mondo—dedicata all'internazionalizzazione e al Made in Italy e la Newsletter Exportiamo News con le informazioni tratte dalle rubriche dell'Agenzia: un qualificato strumento per veicolare messaggi promozionali di enti, aziende pubbliche e private.

SERVIZI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

IBS ITALIA – International Business Strategy – è una società di consulenza strategica specializzata nell'offerta di servizi all'internazionalizzazione d'impresa. L'attenzione è rivolta in particolar modo alle PMI che desiderano cogliere le opportunità offerte dal mercato globale e competere con successo sui mercati esteri. Avvalendosi anche del supporto editoriale di èltalia ed Exportiamo.it, IBS ITALIA, offre una vasta gamma di servizi integrati in grado di seguire, sia per conto delle imprese sia per conto dei privati, l'intero processo di internazionalizzazione: finanza e strategie d'impresa, corsi e seminari di formazione, partecipazione a fiere, marketing e comunicazione internazionale.

CON ITALPLANET E I SUOI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE, QUESTA INFORMAZIONE DIVENTA BUSINESS.













MADE IN ITALY

Amarena Fabbri è la specialità italiana che ha reso l'azienda famosa nel mondo

Intervista a Nicola Fabbri



L'Assemblea del CL approva la nomina di tre nuovi consiglieri e la cooptazione di due aziende associate

The CL Partner's Meeting approves the appointment of three new councillors and the co-optation of two associated companies

Rapporto CER - La nuova internazionalizzazione tra catene globali del valore e reshoring delle produzioni

Report by the ERC: the new internationalization between global value chains and reshoring of production

Consiglio Direttivo del Comitato Leonardo

Presidente Onorario Laura Biagiotti

Presidente

Luisa Todini

Vice Presidente per Agenzia ICE

Riccardo M. Monti

Vice Presidente per Confindustria

Roberto Snaidero

Tesoriere Federico Grazioli Segretario Generale Massimo Mamberti Consiglieri
Giuseppina Amarelli Mengano
Corrado Antonini
Giandomenico Auricchio
Sonia Bonfiglioli
Alessandro Castellano
Carlalberto Corneliani
Adolfo Guzzini
Mauro Moretti

Soci Onorari

Il Presidente del Consiglio dei Ministri

Il Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale

Il Ministro dello Sviluppo Economico

Il Ministro dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo

Andrea Tessitore

Il Presidente dell'Agenzia ICE

Il Presidente di Confindustria

Soci Onorari

Khaldoon Khalifa Al Mubarak Carlo Calenda Zhan Chunxin Innocenzo Cipolletta Eduardo Eurnekian **Dante Ferretti** Carla Fracci Dario Franceschini Luiz Fernando Furlan Paolo Gentiloni Jeffrey R. Immelt Marcello Inghilesi* Alina Kalczynska Scheiwiller Mikhail Kusnirovich Francesca Lo Schiavo Katzuhiko Machida Pietro Marzotto Rosita Missoni Jelmini Rajan Bharti Mittal



Riccardo Maria Monti Ennio Morricone Riccardo Muti Fabrizio Onida* Renzo Piano Arnaldo Pomodoro Paolo Portoghesi Ahmad Pourfallah Beniamino Quintieri* Matteo Renzi Carlo Rubbia Jan Song Giorgio Squinzi Giuseppe Tornatore Oliviero Toscani Umberto Vattani* Umberto Veronesi Franco Zeffirelli

* Past President ICE

Soci Effettivi

A.B.B. - Presidente Matteo Marini AAT Oranfresh – Presidente Salvatore Torrisi Adler Plastic – Presidente Paolo Scudieri AAT Oranfresh – Presidente Salvatore Torrisi
Adler Plastic – Presidente Paolo Scudieri
Agriconsulting – A. D. Federico Grazioli
Amarelli – Presidente Giuseppina Amarelli Mengano
Amplifon – Presidente Enrico Vita
Annamaria Alois San Leucio – Presidente Annamaria Alois
ANSPC – Presidente Ercole Pietro Pellicanò
API Anonima Petroli Italiana – Presidente Ugo Brachetti Peretti
Aristoncavi – A.D. Leopoldo Destro
Arix – Presidente Silvano Melegari
Artemide – Presidente Ernesto Gismondi
Artoni Group – Presidente Anna Maria Artoni
Autostrade per l'Italia e Atlantia – Presidente Fabio Cerchiai
Balt Investimenti – Presidente Roberto Snaidero
Biagiotti Group – Presidente Roberto Snaidero
Biagiotti Group – Presidente Sonia Bonfiglioli
Bracco – Presidente e AD Diana Bracco
Brembo – Presidente Alberto Bombassei
Brunello Cucinelli – Presidente Brunello Cucinelli
Bulgari – Presidente Benito Benedini
Casa Vinicola Zonin – Presidente Gianni Zonin
Casa Vinicola Zonin – Presidente Gianni Zonin
Castelli – Presidente Paolo Castelli
Centro di Firenze per la Moda Italiana – Presidente Andrea Cavicchi
Coeclerici – Presidente Isabella Seragnoli
Coolacem – A.D. Carlo Colaiacovo
Colussi Perugia – Presidente Angelo Colussi Serravallo Coelmo – Vice Presidente Stefania Brancaccio
Coesia – Presidente Isabella Seragnoli
Colacem – A.D. Carlo Colaiacovo
Colussi Perugia – Presidente Angelo Colussi Serravallo
Conad – A.D. Francesco Pugliese
Consorzio Orafo il Tarì – Presidente Vincenzo Giannotti
Corneliani – AD Carlalberto Corneliani
Costa Crociere – Corrado Antonini
Costa Group – Presidente Franco Costa
Dallara – AD Andrea Pontremoli
Damiani – Presidente Guido Grassi Damiani
De Agostini – Presidente Marco Drago
Dompé farmaceutici – Presidente Sergio Dompé
Ducati Motor Holding – A.D. Claudio Domenicali
E. Marinella – Presidente Maurizio Marinella
Enel – Presidente Patrizia Grieco
Fabbri 1905 – A.D. Nicola Fabbri
Fabbrica D'Armi Pietro Beretta – Presidente Ugo Gussalli Beretta
Fabiana Filippi – Presidente Mario Filippi Coccetta
Ferrari – Presidente Sergio Marchionne
Ferrari F.lli Lunelli – Presidente Gino Lunelli
Fiam Italia – Presidente Gino Lunelli
Fiam Italia – Presidente Aurelio De Laurentiis
Finmeccanica – A.D. Mauro Moretti
Fondazione Pro Musica e Arte Sacra – Fondatore e Presidente Hans Albert Courtial
Furla – Presidente Giovanna Furlanetto
G.S.E. - Gestore Servizi Energetici – Presidente e AD Francesco Sperandini
Gennaro Auricchio – A.D. Giandomennico Auricchio
Giugiaro Architettura – Presidente Giorgetto Giugiaro
Gruppo Almaviva – Presidente Alberto Tripi

Gruppo Armani – Presidente Giorgio Armani
Gruppo Ennova – Founder e Presidente Fiorenzo Codognotto
Gruppo Ferrero – Presidente Giovanni Ferrero
Gruppo Techint – Presidente Giovanni Ferrero
Gruppo Techint – Presidente Giorani Ferrero
Gruppo Techint – Presidente Giorani Inferrero
Gruppo Trevi – A.D. Cesare Trevisani
Guzzini Illuminazione – Presidente Giovanni Inghirami
InN-PRO.DI. Inghirami – Presidente Giovanni Inghirami
Industrie Ceramiche Piemme – Presidente Francesco Zironi
Intesa Sanpaolo – A.D. Carlo Messina
Italia Independent – A.D. Andrea Tessitore
Kartell – Presidente Claudio Luti
Kerakoll – A.D. Gian Luca Sghedoni
Liu Jo Luxury – Amministratore Unico Bruno Nardelli
Loro Piana – Vicepresidente Pier Luigi Loro Paina
Luisa Spagnoli – A.D. Nicoletta Spagnoli
Luxottica Group – Presidente Elonardo Del Vecchio
Maglificio Miles – Presidente Silvia Stein Bocchese
Mapei – Presidente Giorgio Squinzi
Marcegaglia – A.D. Emma Marcegaglia
Marchesi Dè Frescobaldi – Presidente Lamberto Frescobaldi
Mattoli Giotelli – Presidente Licia Mattioli
MPF Group – A.D. Paolo Calamandrei
Nonino Distillatori – A.D. Giannola Nonino
Officine Meccaniche Giovanni Cerutti – Presidente e A.D. Giancarlo Cerutti
Pedrollo – Amministratore Unico Silvano Pedrollo
Perini Navi – Presidente Fabio Boschi
Permasteelisa – Presidente Fabio Boschi
Permasteelisa – Presidente Franco Moschini
Prodit Engineering – Presidente Maria Donata Gentile
Prysmian Group – A.D. Valerio Battista
Raffaella Curiel Couture – Presidente Raffaella Curiel
René Caovilla – Presidente Goslamo Rummo
SACE – A.D. Alessandro Castellano
Salni Impregilo – Consigliere Luisa Todini
Salini Impregilo – A.D. Pietro Salini
Salini Impregilo – A.D. Pietro Salini
Salini Impregilo – A.D. Pietro Salini
Salio – Presidente Giovanni Gemmani
Silion Biosystems – Presidente Gosetno Marzotto
SCM Group – Presidente Giovanni Gemmani
Silion Biosystems – Presidente Gosetno Russandri
Technogym Group – Presidente Nario Gruppioni
Smeg – Presidente Andrea Tomat
Technogym Group – Presidente Nario Alessandri

Assemblea dei Soci del Comitato Leonardo, riunitasi il 7 marzo scorso a margine della Giornata della Qualità Italia -XXI edizione dei Premi Leonardo, ha approvato la nomina di Mauro Moretti, A.D. e Direttore Generale di Finmeccanica, Alessandro Castellano, A.D. di SACE e Andrea Tessitore, Co-fondatore e A.D. di Italia Independent Group a Membri del Consiglio Direttivo, l'organo esecutivo dell'Associazione.

Finmeccanica, primo gruppo industriale italiano nel settore dell'alta tecnologia e tra i principali leader mondiali in ambito difesa, aerospazio

e sicurezza, SACE (Gruppo CDP), società di servizi assicurativo-finanziari a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese italiane, e Italia Independent Group, gruppo attivo nel mercato dell'eyewear e dei prodotti lifestyle. Si tratta di tre realtà italiane d'eccellenza che contribuiscono alla promozione e all'affermazione della "Qualità Italia" a livello internazionale.

Oltre alle nomine dei nuovi Consiglieri, nel corso dell'Assemblea sono stati cooptati nel Comitato due realtà aziendali leader nei rispettivi settori di appartenenza: Paolo Castelli SpA (arredo) e Conad (grande distribuzione), che saranno rappresentate nel Comitato rispettivamente dall'A.D. Paolo Castelli e dall'A.D. e Direttore Generale Francesco Pugliese. Paolo Castelli e Conad si aggiungono ai numerosi imprenditori e personalità del mondo dell'arte, della cultura e della scienza già associati al Comitato.

"È con grande piacere che diamo il benvenuto ai nuovi Consiglieri e soci del Comitato Leonardo, rappresentanti di eccellenza produttiva e d'ingegno tutto

italiano, riconosciuti ed apprezzati al livello internazionale" – ha commentato Luisa Todini, Presidente del Comitato Leonardo – "Le recenti nomine danno rinnovato slancio al nostro obiettivo di fare squadra, unendo conoscenza, competenza e passione per rappresentare e dare voce al meglio dell'Italia in tutti i settori. Dal 1993 il Comitato Leonardo, che oggi associa oltre 150 aziende, contribuisce attivamente alla promozione del made in Italy, valorizzando e sostenendo le imprese sui mercati esteri. Con l'entrata di queste prestigiose aziende e personalità contiamo di rafforzare ulteriormente il dialogo e l'azione sinergica di tutti gli attori coinvolti nel processo di internazionalizzazione".

he Partners' Meeting of the Leonardo Committee (Italian Quality Committee), which took place on 7 March on the sidelines of Italian Quality Day - 21st edition of the Leonardo Awards, has approved the appointment of **Mauro Moretti**, CEO and Managing Director of Finmeccanica, Alessandro Castellano, CEO of SACE, and **Andrea Tessitore**, Co-founder and CEO of Italia Independent Group, as Members of the Governing Council, the Association's executive body.

Finmeccanica, first Italian industrial group in the field of high technology

and one of the world-leaders in the field of defence, aerospace and safety, SACE (CDP Group), an insurance-financial services company supporting the internationalization of Italian businesses, and Italia Independent Group, an active group in the eyewear and lifestyle products market. These are three examples of Italian excellence that contribute to promoting and affirming "Italian Quality" internationally.

During the Meeting, as well as the appointment of the new Councillors, two leading businesses were also co-opted into the Committee, in the relative sectors to which they belong: Paolo Castelli SpA (furniture) and Conad (large-scale retail trade), which will be represented in the Committee respectively by the CEO Paolo Castelli and by CEO and Managing Director Francesco Pugliese. Paolo Castelli and Conad join the numerous entrepreneurs and personalities in the world of art, culture and science that are already members of the Committee.

"It is with great pleasure that we welcome the new Councillors and members of the Leonardo Committee, representatives of Italian ingenuity and productive excellence, recognized and appre-

ciated internationally", commented **Luisa Todini**, President of the Leonardo Committee. "The recent appointments provide new impetus to our goal of being a team, by combining knowledge, skill and passion when representing Italy and giving it a voice in every sector. Since 1993, the Leonardo Committee, which currently brings together 150 companies, actively contributes to promoting the Made in Italy brand, highlighting its value and supporting businesses in foreign markets. With the entry of these prestigious companies and personalities, we are counting on further strengthening the dialogue and synergy of all the players involved in the internationalization process."



Il **Comitato Leonardo** *(www.comitatoleonardo.it)* è nato nel 1993 su iniziativa comune del Sen. Sergio Pininfarina e del Sen. Gianni Agnelli, di Confindustria, dell'Istituto Nazionale per il Commercio Estero (ICE) e di un gruppo d'imprenditori con l'obiettivo di promuovere e affermare la "Qualità Italia" nel mondo. Oggi

associa personalità tra imprenditori, artisti, scienziati e uomini di cultura, avvalendosi del patrocinio e della collaborazione degli Organi Istituzionali preposti alla promozione delle aziende italiane all'estero.

Il Comitato Leonardo non vuol essere solo una mera vetrina per valorizzare il Made in Italy, ma si propone con un ruolo attivo attraverso svariate iniziative, tra cui la concessione di borse di studio a laureandi su temi legati all'internazionalizzazione.

Tra i soci del Comitato Leonardo sono presenti 161 aziende il cui fatturato complessivo, nell'ultimo anno, è di circa 310 miliardi di euro, con una quota all'estero pari al 55%. Se si considerano le sole aziende manifatturiere, la quota export sale al 80%.

The **Comitato Leonardo** (www.comitatoleonardo.it) was established in 1993, based on the joint initiative of Senator Sergio Pininfarina and Senator Gianni Agnelli, of Confindustria, of the Italian National Institute for Foreign Trade (ICE) and of a group of entrepreneurs, with the goal of promoting and asserting 'Italian

Quality' throughout the world. Today, its members include entrepreneurs, artists, scientists and men of culture and it avails itself of the sponsorship and the cooperation of the Institutional Bodies responsible for promoting Italian companies abroad.

Comitato Leonardo does not want to be a mere showcase for promoting the Made in Italy brand, but it intends to play an active role in a variety of initiatives, among which that of granting scholarships to graduating

university students in topics linked to internationalization.

Among the members of the Comitato Leonardo, there are 161 companies, the overall turnover of which was approximately 310 billion euro over the past year, with a 55% quota abroad. If we consider the manufacturing companies only, the export quota increases to 80%.

Assocamerestero

Partner editoriale

Le Camere di Commercio Italiane all'Estero

Un network qualificato per l'internazionalizzazione delle imprese

Albania **Argentina**

Australia

Belgio Brasile

Bulgaria Canada

Cile

Cina

Cina - Hong Kong Colombia Corea del Sud Costarica **Danimarca**

Ecuador

Emirati Arabi Uniti Finlandia Francia

ermania

appone

Lussemburgo Malta

Marocco Messico

Moldova Olanda **Paraguay**

Perù **Polonia Portogallo** Qatar

Regno Unito Rep. Ceca Rep. Dominicana

Romania Russia

Serbia Singapore Slovacchia

Spagna Stati Uniti

Stati Uniti Sud Africa Svezia Svizzera Thailandia Tunisia Turchia Ungheria

Venezuela /ietnam

Buenos Aires - Córdoba - Mendoza - Rosario **Brisbane - Melbourne - Perth - Sydney**

Belo Horizonte - Curitiba - Florianópolis - Fortaleza - Porto Alegre - Rio de Janeiro - San Paolo

Sofia Montreal - Toronto - Vancouver

Santiago

Pechino

Hong Kong Bogotà Seoul

San José **Aarhus** Quito **II Cairo**

Sharjah Helsinki

Lione - Marsiglia - Nizza

Francoforte sul Meno - Monaco di Baviera

Tokyo

Atene - Salonicco **Guatemala City**

Mumbai **Tel Aviv**

Lussemburgo La Valletta

Casablanca

Città del Messico Chisinau

Amsterdam

Asuncion Lima

Varsavia Lisbona

Doha Londra

Praga **Santo Domingo**

Bucarest Mosca

Belgrado Singapore Bratislava

Barcellona - Madrid

Chicago - Houston - Los Angeles - Miami - New York

Johannesburg Stoccolma Zurigo Bangkok

Tunisi Istanbul - Izmir **Budapest Caracas**

Ho Chi Minh City

79 Camere

54 Paesi

140 Uffici

25.000 Associati

300.000 Contatti d'affari

Grazie alla profonda conoscenza dei mercati e del loro tessuto imprenditoriale, le Camere di Commercio italiane all'estero sono un interlocutore fondamentale per la promozione del made in Italy nel mondo. Ogni anno realizzano oltre 2000 iniziative e progetti per facilitare l'ingresso e il consolidamento delle imprese italiane sui mercati mondiali.

Thanks to their substantial knowledge of markets and their entrepreneurial spirit, the Italian Chambers of Commerce abroad are fundamental to the promotion of Made in Italy throughout the world. Each year they conduct more than 2000 initiatives and projects in order to facilitate the entrance and solidification of Italian enterprises in foreign markets.

Le amarene e il vaso di Rachele



All'inizio quel contenitore valeva più del contenuto e si rivelò l'arma vincente, al pari della ricetta tuttora segreta della nonna Rachele, come ci racconta l'AD Nicola Fabbri, quarta generazione al timone dell'azienda bolognese

apitano, lo possiamo torturare?", chiedeva Mano di fata a Salomone il pirata pacioccone (Carosello, 1965–1976). E via con le immagini dell'Amarena e degli sciroppi Fabbri. Così come il pirata Salomone, incontriamo Nicola Fabbri, amministratore delegato, che neanche sotto tortura vuole infatti rivelare uno degli ingredienti con cui viene "candito" il frutto che da cent'anni—partito da Borgo Panigale, quartiere bolognese – chiuso in un vaso di ceramica, ha raggiunto più di cento Paesi in tutto il mondo. Un'immagine dell'Amarena Fabbri, inscindibile dal vaso in ceramica di Faenza che la accompagna da sempre e che è stato uno dei fattori del suo successo commerciale

"La ricetta è segreta. Io sono un Fabbri di quarta generazione. Posso forse svelare ciò che i miei nonni e bisnonni hanno sempre nascosto?". Inizia così il suo racconto Nicola Fabbri. "Fu la mia bisnonna Rachele a inventare la ricetta delle Amarene. Suo marito, Gennaro Fabbri, capì subito che il prodotto poteva avere un futuro. Nel 1915 molti italiani non avevano molto denaro, ma c'era anche una fetta della popolazione che aveva soldi da spendere. Gennaro inventò per questo il vaso in ceramica. Oggi lo chiameremmo "premio immediato": a chi compra il prodotto veniva regalato il vaso, subito, senza che dovesse raccogliere punti o garantire ordinazioni. Secondo uno studio americano il mio bisnonno è stato fra i primissimi in Europa a inventare questa formula".

"I nostri vasi", continua Nicola Fabbri, "nascono a Faenza, nella Bottega d'arte ceramica Gatti. Ancora oggi li regaliamo ai commercianti: sono un omaggio graditissimo e un veicolo pubblicitario davvero importante. Il mio bisnonno non conosceva la parola marketing, ma in questo campo è stato davvero un genio".

"Oggi la Fabbri ha un fatturato di 70 milioni e 500 collaboratori in tutto il mondo. Sciroppi e Amarena – sia per i consumatori finali che per in canale ho.re.ca. – e ingredienti per gelateria e pasticceria sono i cardini dell'impresa. L'Amarena resta, in ogni caso, il nostro simbolo: un prodotto che apre tutte le porte. Il contributo della famiglia alla direzione manageriale dell'azienda resta forte. Sta facendo il suo ingresso in questi anni la quinta generazione, ma con un protocollo preciso: i nuovi Fabbri devono avere una laurea, parlare almeno due lingue e aver lavorato per sei o sette anni come dipendenti, da noi o in altre aziende. Poi, nel tempo, saliranno di grado. E fra loro le donne saranno la maggioranza".

Ed allora ripetiamo: "Capitano, lo possiamo torturare?". Inutile insistere. Il segreto delle amarene sarà consegnato alla quinta generazione.

Amarene cherries and Rachele's jar

At the beginning, that container was worth more than its contents. It proved to be the trump card, equalling Nonna Rachele's recipe that is still secret to this day, so tells us CEO Nicola Fabbri, fourth generation at the helm of the Bologna-based company

aptain, can we torture him?" went the catchphrase of the Mano difata character, imploring Salomone the friendly pirate (Carosello television programme, 1965–1976). Then came the imagery of Fabbri's Amarena and syrups. Just like the pirate Salomone, we meet **Nicola Fabbri**, CEO, who even under torture would not reveal one of the ingredients with which the fruit has been "candied" for over a hundred years – starting from the Borgo Panigale district in Bologna – enclosed in a ceramic jar that has now reached over 100 countries around the world. An image of Amarena Fabbri, inseparable from the ceramic vessel from the Faenza area that has always accompanied it and that was one of the factors in its commercial success.

"The recipe is secret. I am a fourth-generation Fabbri. How could I possibly reveal what my grandparents and great-grandparents have always kept hidden?" Thus begins Nicola Fabbri's account. "It was my great-grandmother, Rachele, who invented the Amarene recipe. Her husband, Gennaro Fabbri, immediately understood that the product may have had a future. In 1915, many Italians did not have much money, but there was also a section of the population that did have a little to spend. For this reason, Gennaro invented the ceramic jar. Today, we would call it an 'instant prize': whoever buys the product is given the jar, immediately, without ever having to collect points or guarantee orders. According to an American study, my great-grandfather was one of the first in Europe to invent this formula."

"Our jars", says Nicola Fabbri, "are born in Faenza, in the Bottega d'Arte Ceramica Gatti. To this day, we gift them to retailers: they are a welcome present and a very important marketing tool. My great-grandfather did not know the word 'marketing', but he was truly a genius in this field."

"Today, Fabbri has a turnover of 70 million and has 500 employees worldwide. Syrups and Amarena - both for end consumers and food service channels - and ingredients for ice-creameries and patisseries are the cornerstones of the company. Amarena remains, in any case, our symbol: a product that opens doors. The contribution of the family to the executive management of the company remains strong. In the last few years, it has been entering into the fifth generation, but with a precise protocol: new Fabbris must have a college degree, speak at least two languages and have worked for six or seven years as employees, with us or for other companies. Then, over time, they may rise up in rank. And amongst them, women are in the majority." So, we repeat: "Captain, we can torture them?" It is useless to insist. The amarene secret will be passed on to the fifth generation.

Fabbri, un segno d'amore che dura nel tempo

Un frutto, una tradizione, un simbolo: Amarena Fabbri è la specialità italiana che ha reso l'azienda famosa nel mondo

a storia di **Fabbri** è un racconto i cui protagonisti sono uomini e donne che in oltre un secolo hanno contribuito al successo internazionale dell'azienda e alla valorizzazione del made in Italy in tutto il mondo.

Gennaro Fabbri regalò il primo vaso bianco e blu della storia dell'azienda bolognese alla moglie Rachele, come segno d'amore per avere ideato una ricetta a base di amarene. Il fondatore dell'azienda bolognese non sapeva che con quel dolce gesto stava regalando a tutto il mondo la gioia di assaporare un gusto unico e inconfondibile per molte generazioni.

L'ECCELLENZA DEL MADE IN ITALY AFFERMATA NEL MONDO. Un'azienda è grande per la qualità dei suoi prodotti, dei suoi processi, delle sue persone. Fabbri da 1905 è l'espressione di questa qualità e della straordinaria passione con cui le persone che vi lavorano perseguono tale missione, attraverso la costante innovazione dei suoi prodotti e delle tecnologie utilizzate. L'eccellenza del Made in Italy affermata nel mondo. La qualità è il nocciolo dell'azienda, così come l'Amarena Fabbri ne è l'icona. Ispirati alla tradizione italiana, i prodotti Fabbri anticipano nuove tendenze di gusto dei consumatori e offrono a gelatieri, pasticcieri, ristoratori, gestori di bar e pubblici esercizi di ogni tipo, le migliori soluzioni per dare forma alla loro creatività. Questo impegno si traduce anche in una qualificata e certificata attività di formazione in Italia e nel Mondo, dedicata a gelatieri, pasticceri e barman e a tutti coloro che intendono intraprendere queste pro-

THINK GLOBALLY, ACT LOCALLY. A questo Fabbri si è ispirata fin dalla sua nascita, anche grazie ad una struttura organizzativa di tipo manageriale che si fonde con la tradizionale componente familiare.





ORGOGLIO FABBRI NEL MONDO. È infatti sempre Gennaro Fabbri che inizia ad esportare il marchio Fabbri da Bologna all'Italia fin dai primi anni dalla fondazione dell'azienda, e sono i figli e i nipoti che a partire dal dopoguerra varcano i confini nazionali per far conoscere "la dolcezza Fabbri" in tutta Europa. Una filosofia che prosegue anche con l'attuale management che ha portato il dolce Italian style in oltre 100 Paesi del mondo.

A gestire la presenza sui mercati esteri 11 società collegate: Fabbri Italy, Fabbri France, Fabbri Deutschland, Fabbri Spain, Fabbri North America, EuroFood (Mexico), Fabbri Uruguay, Fabbri Brasil, Fabbri Asia, Fabbri Shangai e Fabbri Argentina, una realtà produttiva su uno spazio di 18.000 metri quadrati, per tutto il Sud America. Tutte le società sono controllate da Fabbri G. Holding Industriale.

FBBRI



100 ANNI DI AMARENA. Fabbri 1905 oggi è gestita dalla quarta generazione della famiglia Fabbri: quattro soci, tra fratelli e cugini, alla guida di un'azienda di 250 dipendenti, che vanta circa 1200 referenze con 17 linee di prodotto e 23 di confezionamento. Una holding familiare che distribuisce i prodotti in 100 nazioni. Guidata dai pronipoti del fondatore, Andrea, Nicola, Paolo e Umberto Fabbri, forte di un marchio sinonimo di qualità in tutto il mondo, la Fabbri prosegue nel suo impegno nello sviluppo di strategie sempre nuove. È attiva sul mercato sia con prodotti tradizionali sia con nuove creazioni. Opera oggi su quattro mercati principali:

- prodotti destinati al largo consumo, con l'amarena, gli sciroppi, i topping e la frutta al liquore;
- prodotti rivolti al circuito ho.re.ca. con gli sciroppi professionali di frutta per cocktail, le bibite e le granite;
- semilavorati per pasticceria e gelateria, con una vasta gamma di decorazioni e farciture e preparati specifici per l'alta pasticceria;
- semilavorati per le industrie alimentari.

Il 2005 è stato l'anno del Centenario, celebrato con eventi e iniziative, edizioni limitate di opere celebrative come il Vaso del Centenario e la monografia "Cento Anni Fabbri", la partecipazione ad appuntamenti di grande prestigio come il Festival del Cinema di Venezia.

Nel 2015 l'azienda, universalmente nota per aver "inventato" l'amarena e gli sciroppi alla frutta, ha celebrato un altro compleanno secolare: proprio quello dell'Amarena creata da Rachele Fabbri nel 1915.

Universalmente nota per aver "inventato" l'amarena e gli sciroppi alla frutta, è impegnata ad affermare il made in Italy dolciario nel mondo.

Fabbri, a symbol of love that endures over time

A fruit, a tradition, a symbol: Amarena Fabbri is the Italian speciality that has made the company famous worldwide

he **Fabbri** story is one in which the protagonists are men and women who, over more than a century, have contributed to the international success of the company and the appreciation of Made in Italy all over the world. **Gennaro Fabbri** gave his wife Rachele the first blue-and-white jar in the history of the Bolognese company as a token of love for having devised a recipe based on amarene cherries. The founder of the Bologna-based company did not know that with his sweet gesture, he was giving to the entire world the joy of savouring an unmistakable flavour for many generations.

THE EXCELLENCE OF MADE IN ITALY AFFIRMED AROUND THE WORLD. A company is great due to the quality of its products, its processes and its people. Since 1905, Fabbri has been the expression of this quality and the extraordinary passion with which the people working there pursue this mission via the constant innovation of its products and the technology utilised. The excellence of Made in Italy affirmed around the world. Quality is the core of the company, just as the Amarena Fabbri is its icon. Inspired by Italian tradition, Fabbri products anticipate new trends in consumer tastes and offer ice-cream makers, pastry chefs, restaurateurs, bar managers and public establishments of all kinds the best solutions to

give shape to their creativity. This commitment also translates into qualified and certified training activities in Italy and around the world, dedicated to ice-cream producers, pastry chefs and bartenders, as well as all those who intend to pursue these professions.

THINK GLOBALLY, ACT LOCALLY. Fabbri has taken inspiration from this ever since its conception, thanks to a managerial organisation structure that blends with a traditional familial component.

WITH PRIDE, OUR COMPATRIOTS CARRY FABBRI THROUGHOUT THE WORLD. In fact, it was Gennaro Fabbri who began to export the Fabbri brand from Bologna to the rest of Italy in the initial years after the founding of the company. It is his children and grandchildren that, since post-war times, have crossed the national borders to introduce "Fabbri sweetness" throughout Europe. A philosophy that continues also with the present management that took the Italianstyle sweet to over 100 countries around the world.

Eleven associate companies manage their presence in foreign markets: Fabbri Italy, Fabbri France, Fabbri Deutschland, Fabbri Spain, Fabbri North America, Euro-Food (Mexico), Fabbri Uruguay, Fabbri Brasil, Fabbri Asia, Fabbri Shangai and Fabbri Argentina, a productive organisation covering an area of 18,000 square metres, for the entire South America. All the companies are managed by Fabbri G. Holding Industriale.

100 YEARS OF AMARENA. Today, Fabbri 1905 is managed by the fourth generation of the Fabbri family: four partners, being siblings and cousins, at the helm of a company with 250 employees, that boast around 1200 references with 17 product lines and 23 packaging lines. A family holding company that distributes products in 100 countries. Led by the great-grandchildren of the founder – Andrea, Nicola, Paolo and Umberto Fabbri – and strengthened by a brand synonymous with quality around the world, Fabbri continues in its commitment to developing new strategies. It is active on the market both in terms of traditional products and new creations. Today it operates in four key markets:

- products destined for mass consumption, with amarena cherries, syrups, toppings and fruit in liqueur;
- products pertinent to food service channels with professional cocktail fruit syrups, soft drinks and granitas;
- semi-prepared ingredients for patisseries and icecreameries, with a vast range of decorations, fillings and compositions specific for high-level bakeries;
- ingredients for the food industry.

2005 was the centenary year, honoured with events and initiatives, limited editions of celebratory items such as the Centenary Jar and the monograph "100 Years of Fabbri", along with participation in events of great prestige such as the Venice Film Festival.

In 2015, the company universally known for having "invented" the amarena cherry and fruit syrups, celebrated another centennial birthday: that of Amarena creator herself, Rachele Fabbri, born in 1915.

Universally known for having "invented" the amarena cherry and fruit syrups, it is committed to affirming Made in Italy confectionery around the world.

"Attrarre sviluppo"



La nuova internazionalizzazione tra catene globali del valore e reshoring delle produzioni: Rapporto CER - Centro Europa Ricerche

di Gaetano Fausto Esposito, Segretario Generale di Assocamerestero

ome è cambiata negli ultimi anni l'economia mondiale? Qual è lo scenario competitivo in cui si inserisce il nostro paese e quali le sfide che si pongono per una nuova e diversa azione di sostegno per lo sviluppo internazionale? Questi gli interrogativi sono stati al centro della discussione condotta lo scorso 19 aprile all'Unioncamere per la presentazione del Rapporto del Centro Europa Ricerche su "Attrarre sviluppo".

Il quadro che ne emerge è molto diverso da quello su cui siamo stati abituati nell'ultimo decennio: i tradizionali processi di acquisto e vendita tra singoli paesi, oramai hanno ceduto il passo a complessi fenomeni di ripartizione di fasi produttive tra aree del mondo, secondo la logica della creazione di "catene globali del valore", in cui c'è non solo lo scambio multilaterale di merci e prodotti, ma più complessi flussi di connessione di specifici compiti produttivi, di know how e di persone e in cui le nuove tecnologie di comunicazione e di relazione contribuiscono a ridefinire continuamente lo scenario di riferimento.

Per dirla con una espressione di un noto eco-

GAETANO FAUSTO ESPOSITO



nomista internazionale Richard Baldwin, siamo entrati già da tempo nella fase del secondo unbundling delle produzioni, in cui – a differenza della prima fase – ciò che conta non sono tanto i minori costi di produzione, ma la capacità di sfruttare i vantaggi offerti dalle

nuove capacità di connessione della rete e dallo sviluppo dei trasporti. Non viene meno l'importanza dei processi produttivi localizzati, ma anzi emerge una diversa esigenza di personalizzazione delle produzioni, in cui locale e globale si mischino vicendevolmente dando luogo a nuove combinazioni e a nuove opportunità.

Accanto a questi fenomeni assistiamo anche un processo definito di reshoring delle produzioni, ossia di rientro nei paesi di origine di fasi di processi produttivi che nel passato erano state portate all'estero, in particolare in paesi caratterizzati da minore costo della manodopera, e che adesso ritornano nei territori di origine, per sfruttare meglio i vantaggi di conoscenza e di fattori terziari maturati nelle economie più avanzate.

In questo complesso quadro si trova il nostro paese, in cui si sono fatti notevole passi avanti nell'apertura ai mercati internazionali, ma il cui coinvolgimento in questi processi è minore rispetto ai nostri principali competitor, ed in particolare (per rimanere in Europa) rispetto alla Germania, con la quale abbiamo un comune una forte presenza industriale.

Pochi numeri stanno a dimostrarlo: l'indice di partecipazione dell'Italia alle catene globali del valore negli ultimi anni è passato dal 27 al 36 per cento, ed il contenuto di valore aggiunto italiano nei prodotti esportati è sceso dall'82 al 73 per cento.

Ciò significa che oggi vendiamo all'estero una maggiore percentuale di prodotto fatto fuori dall'Italia, a dimostrazione di una più alta partecipazione ai processi di globalizzazione, ma non riusciamo ancora a sfruttare tutte le opportunità, e non solo perché abbiamo una maggiore quantità di imprese mediamente più piccole, ma soprattutto per effetto di diversi ritardi nell'utilizzo dei servizi avanzati, soprattutto in quelli di rete.

Al contempo stiamo sperimentando significativi episodi di ritorno in Italia di fasi produttive, prima esternalizzate in altri paesi del mondo, specialmente nei settori considerati più caratterizzanti del made in Italy, ed infatti la principale motivazione al riguardo è nella volontà di sfruttare meglio e di più il vantaggio

del "country of origin effect", e che per noi si traduce nella messa a valore negli elementi di ordine immateriale ed emozionale che connotano il made in Italy.

Maggiore valore della relazionalità in termini di processi produttivi, nuova personalizzazione dei prodotti e valorizzazione degli elementi territoriali richiamano la necessità di concepire nuovi prodotti di promozione

> per l'estero e soprattutto una diversa architettura dei soggetti su cui poggia questa promozione.

Serve sempre più un approccio multilaterale e di rete, per supportare le nostre aziende a interagire in un contesto globale, in cui flussi di esportazione, di importazione e di reimportazione si combinano vicendevolmente e secondo un approccio di multilateralità. Qui emerge quindi tutta la potenzialità di ruolo e di azione per il network delle
Camere italiane all'estero, che per sua natura
è una rete multilaterale operante nel mondo,
con forte caratterizzazione territoriale e che
quindi si pone – oggi ancora di più che nel
passato – come un network di riferimento per
una diversa e più forte sussidiarietà nelle
politiche per l'internazionalizzazione, in coerenza con le attuali tendenze della globalizzazione.

"Attracting development"

Serve un approccio

multilaterale e di rete

per supportare le

nostre aziende a

interagire in un

contesto globale

ow has the world's economy changed over the last few years? What is the competitive scenario in which our country can be placed and what are the challenges for new and different activities in support of international development? These are the questions that were central to the discussion that took place on 19 April at Unioncamere (Italian Union of Chambers of Commerce), for the presentation of the Report by the European Research Centre on "Attracting development".

The picture that emerges is very different from the one we have been accustomed to over the past decade: the traditional buying and selling processes between individual countries have now given way to complex phenomena of distributing production phases between the various areas in the world, based on the logic of creating "global value chains". In these, there is not only the multilateral exchange of goods and products, but more complex flows connecting specific production tasks, specific know-how and people and in which new communication and relational technologies help to continually redefine the scenario of reference.

To say it in the words of a well-known international economist, Richard Baldwin, some time ago we entered the phase of the second unbundling of production, in which – unlike the first phase – what matters is not so much the lower production costs, but the ability to make use of the advantages offered by the new network connection and transport development capabilities. The importance of localized production processes is not affected, but rather, a different need to personalize production emerges, in which global and local mix with each other, resulting in new combinations and new opportunities.

The new internationalization between global value chains and reshoring of production: Report by the ERC - European Research Centre

Alongside these phenomena, we also witness a well-defined process of reshoring of production, or of a return to the countries of origin of production processes that had been taken abroad in the past. In particular, these were taken to countries with lower labour costs and are now returning to their territories of origin, in order to make better use of the advantages of knowledge and of tertiary factors accrued in the most advanced economies.

Our country finds itself in this complex framework, in which considerable steps forward have been taken in opening up to the international markets, but with less involvement in these processes compared to our main competitors, particularly (in Europe) compared to

Germany, with whom we have a strong industrial presence in common.

A few numbers demonstrate it: the participation index of Italy in the global value chains over the last few years passed from 27 to 36 percent and Italy's value-added content in exported products dropped from 82 to 73 percent.

This means that today we sell a larger percentage abroad of products made outside of Italy, demonstrating greater participation in globalization processes. However, we are still unable to take advantage of all the opportunities and not just because we have a greater number of companies that are smaller on average, but especially as a result of various delays in using advanced services, especially network services

At the same time, we are experiencing significant episodes of production phases returning to Italy, which had first been outsourced to other countries in the world, especially in the sectors considered most characteristic of the Made in Italy brand. In fact, the main motivation in this regard is the desire to make better and greater use of the "country of origin effect" advantage, which, for us, translates into enhancing the immaterial and emotional elements that signify the Made in Italy brand.

Greater value of relationality in terms of production processes, new personalization of prod-

ucts and highlighting the value of territorial elements all point to the need to formulate new promotional products for abroad and above all different architecture of the entities on which this promotion rests.

A multilateral and a network approach is increasingly need-

ed, in order to support our companies in their interaction in a global context, in which export, import and reimport flows are combined mutually and according to a multilateral approach. Thus, all the potential of role and action for the Italian Chambers of Commerce abroad emerges here. By its very nature, it is a multilateral network operating in the world, with strong territorial characterisation that therefore presents itself - now even more than in the past - as a network of reference for a different and stronger subsidiarity in internationalization policies, consistent with the current globalization trends.

NEWS DAI SOCI

"Missoni Art Colour" a Londra

In collaborazione con The Woolmark Company e organizzata dal museo MA*GA, la mostra MISSONI, ART, COLOUR si sposta a Londra dal 6 maggio fino al 4 settembre.

La nuova esposizione comprenderà 40 dipinti di artisti europei, tra cui Gino Severini, Lucio Fontana e Sonia Delaunay, nomi che da sempre hanno influenzato l'ispirazione della Maison Missoni. Le opere d'arte esposte provengono dal MA*GA e da collezioni private, molte non sono mai state presentate al pubblico.

La mostra, allestita in precedenza al MA*GA di Gallarate, dal 19 aprile 2015 al 24 gennaio 2016, esplora l'affinità elettiva dell'arte europea del 20° secolo sulla creazione di moda e tessuti di Ottavio e Rosita Missoni. È curata da Luciano Caramel, storico dell'arte e curatore della Biennale di Venezia e della Quadriennale di Roma, da Luca Missoni, direttore artistico dell'Archivio Missoni ed Emma Zanella, Direttore del MA*GA e storica dell'arte e museologa.

Oltre alle opere d'arte, l'esperienza visiva della mostra è arricchita da una selezione di look creati a partire dal 1953 da Rosita Missoni e dal 1997 da Angela Missoni e con studi tessili, arazzi e dipinti di Ottavio Missoni.



"MISSONI ART COLOUR" IN LONDON

In collaboration with The Woolmark Company and organized by the MA*GA museum (Museum of Art in Gallarate), the MISSONI, ART, COLOUR exhibition is moving to London, where it will be from 6 May to 4 September.

The new exhibition will include 40 paintings by European artists, among whom Gino Severini, Lucio Fontana and Sonia Delaunay, names that have always inspired the Maison Missoni. The works of art on display come from the MA*GA and from private collections, many of which have never been presented to the public before.

The exhibition, previously staged at the MA*GA in Gallarate, from 19 April 2015 to 24

January 2016, explores the elective affinity of 20th century European art on the creation of fashion and fabrics by Ottavio and Rosita Missoni. It is curated by Luciano Caramel, art historian and curator of the Venice Biennial and of the Rome Quadrennial, by Luca Missoni, artistic director of the Missoni Archives, and by Emma Zanella, Director of the MA*GA and art historian and museologist.

As well as the works of art, the exhibition is a visual experience enriched by a selection of looks created since 1953 by Rosita Missoni and since 1997 by Angela Missoni, and with textile studies, tapestries and paintings by Ottavio Missoni.

Il Comitato Leonardo al Salone del Mobile

Il Consiglio Direttivo del
Comitato Leonardo,
presieduto dall'imprenditrice
Luisa Todini, si è riunito
venerdì 15 aprile al Salone del
Mobile di Milano, vetrina
dell'innovazione,
dell'eccellenza e del design.
Oltre alla Presidente Luisa
Todini hanno partecipato al
Consiglio Direttivo odierno



esponenti di spicco del Made in Italy e rappresentanti delle Istituzioni come Riccardo M. Monti, Presidente dell' Agenzia ICE, Roberto Snaidero, Presidente di FederlegnoArredo e del Salone del Mobile di Milano nonché Vice Presidente del Comitato Leonardo, Federico Grazioli, Presidente e A.D. di Agriconsulting, Giandomenico Auricchio, A.D. di Auricchio, Sonia Bonfiglioli, Presidente di Bonfiglioli Group, Carlalberto Corneliani, Presidente di Corneliani, Andrea Tessitore, Co-fondatore e A.D. di Italia Independent Group e Adolfo Guzzini, Presidente di iGuzzini Illuminazione. La scelta della location per riunire l'organo esecutivo dell'Associazione è particolarmente significativa in quanto il Salone del Mobile è oggi un punto di riferimento per le aziende del design e dell'arredo e sinonimo di eccellenza a livello internazionale, dove si incontrano innovazione, artigianalità, tradizione, valori che il Comitato da sempre sostiene e promuove. Inoltre, è parte integrante della mission del Comitato Leonardo che è itinerante sui territori nell'intento di favorire l'incontro e il confronto con le realtà locali.Il Comitato Leonardo valorizza infatti l'Italia come Sistema Paese mettendo in rilievo le doti di imprenditorialità, creatività artistica, raffinatezza e cultura che si riflettono nei suoi prodotti e nel suo stile di vita. In quest'ottica, lo scorso marzo, ha conferito i Premi Leonardo 2015, riconoscimenti assegnati alle punte di eccellenza italiana in vari settori produttivi, dalla moda, all'industria alimentare, dalla meccanica, al design e all'arredo.

THE LEONARDO COMMITTEE AT THE FURNITURE FAIR

The Governing Council of the Leonardo Committee, presided over by the entrepreneur Luisa Todini, met on Friday 15 April at the Milan Furniture Fair, a showcase of innovation, excellence and design.

In addition to the President, Luisa Todini, other participants at today's Governing Council included prominent members of the Made in Italy brand and representatives from the Institutions like Riccardo M. Monti, President of the Italian National Institute for Foreign Trade, Roberto Snaidero, President of FederlegnoArredo and of the Milan Furniture Fair as well as Vice President of the Leonardo Committee, Federico Grazioli, President and CEO of Agriconsulting, Giandomenico Auricchio, CEO of Auricchio, Sonia Bonfiglioli, President of the Bonfiglioli Group, Carlalberto Corneliani, President of Corneliani, Andrea Tessitore, Co-founder and CEO of Italia Independent Group and Adolfo Guzzini, President of iGuzzini Illuminazione. The choice of location for bringing together the executive body of the Association is particularly significant in that today's Furniture Fair is a point of reference for design and furniture companies and is synonymous with excellence on an international level, where innovation, craftsmanship and tradition can be encountered and are values that the Committee has always supported and promoted. Furthermore, it is an integral part of the Leonardo Committee's mission, which is itinerant across the territories and aims to facilitate meetings and confrontation with local institutions. In fact, the Leonardo Committee highlights the value of Italy as a National Economic System, drawing attention to the entrepreneurial qualities, artistic creativity, refinement and culture reflected in its products and in its lifestyle. In this perspective, last March, the 2015 Leonardo Awards were allocated, in recognition of Italian excellence in various production sectors, from fashion, the food industry and mechanics to design and furniture.

Italia Independent e Ducati insieme per rappresentare l'unicità del Made in Italy

I grandi brand del design italiano, Italia Independent e Ducati, hanno siglato un accordo triennale di collaborazione su scala globale dal quale nascerà una linea di prodotti in grado di rappresentare l'originalità e l'innovazione Made in Italy.

Nel corso dell'evento di presentazione della partnership, che si è svolto nell'abito di Art Basel nel dicembre scorso, è stata presentata la motocicletta Scrambler® Italia Independent, insieme ad una collezione di occhiali da sole ispirata alla "Land of Joy".

Il nuovo Scrambler® Italia Independent offre un'interpretazione originale e unica dell'iconica motocicletta degli anni '70, nata negli Stati Uniti e subito affermatasi

come un successo mondiale. Realizzato in edizione limitata e numerata, lo Scrambler® Italia Independent si propone ad una clientela sofisticata, attenta ai nuovi trend, pur mantenendo inalterati i valori essenziali che caratterizzano il Brand.

Sono eleganti e sportivi gli occhiali da sole Scrambler Ducati realizzati da Italia Independent e dedicati alla nuova moto, della quale seguono lo stile: una forma classica, senza tempo, di colore nero profondo e trattamento superficiale gommato, lenti specchiate di colore rame come l'interno della montatura. La superficie interna sia del frontale che delle aste riprende il colore del telaio e di alcuni dettagli della Scrambler Italia Independent, il rame, proposto con un effetto "spazzolato". Completa la personalizzazione del prodotto il logo dedicato inserito all'interno dell'asta di sinistra preceduto dall'iscrizione "Unique Edition for" mentre su quella di destra è presente il logo Italia Independent. La grande cura e attenzione per i dettagli, caratteristiche peculiari sia di Ducati che di Italia Independent, fanno di guesti occhiali un prodotto che incarna alla perfezione lo spirito lifestyle di Scrambler®.

La gamma completa di occhiali da sole ispirati all'iconica moto comprende altri quattro modelli che prendono ispirazione da altrettante versioni dello Scrambler®, riproducendone le caratteristiche estetiche e cromatiche. La nuova moto e la collezione di occhiali sono solo il primo, concreto, risultato di questa creativa collaborazione tra i due marchi.

Il nuovo Scrambler® Italia Independent sarà disponibile a partire dalla primavera 2016. Gli occhiali da sole dedicati a Scrambler saranno disponibili nei Ducati Store e nelle boutique Italia Independent, sulle rispettive piattaforme online e presso i principali negozi di ottica del mondo.



ITALIA INDEPENDENT AND DUCATI TOGETHER TO REPRESENT THE UNIQUENESS OF THE MADE IN ITALY BRAND

The big brand names in Italian design, Italia Independent and Ducati, have signed a three-year collaboration agreement on a global scale, from which a range of products will emerge and will be able to represent originality and innovation Made in Italy. During the presentation of the partnership, in an event that took place at Art Basel last December, the Italia Independent Scrambler® motorcycle was presented, along with a collection of sunglasses inspired by the "Land of Joy".

The new Italia Independent Scrambler® is an original and unique interpretation of the iconic motorcycle from the 1970s, first built in the USA and an immediate world-wide success. A limited and numbered edition of

the Italia Independent Scrambler® has been built and is being offered to a sophisticated clientele that is attentive to the new trends, while also maintaining the essential values that characterize the Brand.

The elegant, sporty Scrambler Ducati sunglasses are

made by Italia Independent. They are dedicated to the new motorcycle and are, in fact, modelled on its style: a classic, timeless shape, with a deep black colour and a rubber-coated surface, with mirror lenses that are copper-coloured like the frame. The internal surface of the front part of the frame and of the temples takes on the colour of the bodywork and several details of the Italia Independent Scrambler, which is copper, with a "brushed" effect. Completing the personalization of the product is the dedicated logo inside the left-hand temple, preceded by the wording "Unique Edition for". The Italia Independent logo is on the right-hand temple.

Great care and attention to detail, unique characteristics both of Ducati and of Italia Independent, make these sunglasses a product that perfectly embodies the spirit and lifestyle of the Scrambler®.

The complete range of sunglasses inspired by the iconic motorcycle includes a further four models that are inspired by four other versions of the Scrambler®, reproducing their appearance and colours. The new motorcycle and the collection of sunglasses are only the first, concrete result of this creative collaboration between the two brands.

The new Italia Independent Scrambler® will be available in the spring of 2016. The sunglasses dedicated to Scrambler will be available from Ducati Stores and Italia Independent boutiques, from their respective online platforms and from major optician's shops all over the world.



ono stati quattro giorni intensi e meravigliosi, quelli della tappa di Panorama d'Italia a Genova, la prima dell'edizione 2016, iniziata mercoledì 30 marzo e conclusa sabato 2 aprile con l'intervista pubblica al ministro della Giustizia Andrea Orlando. E proprio il ministro Orlando, sostituendo il sindaco di Genova assente per un impegno improvviso, con il direttore di Panorama Giorgio Mulè ha consegnato il testimone di Panorama d'Italia ai protagonisti della tappa successiva, i rappresentanti della città di Macerata. Dal 20 al 23 aprile infatti Panorama d'Italia arriverà nelle Marche.

GENOVA: UN SUCCESSO STRAORDINA-

RIO. La città ligure ha risposto con entusiasmo alla prima tappa del 2016 del tour: migliaia gli iscritti agli oltre 20 eventi in città. Un successo straordinario. Non ci sono altre parole per descrivere la prima tappa dell'edizione 2016 del tour Panorama d'Italia, un viaggio nel Paese alla scoperta del meglio visto da vicino.

Migliaia gli iscritti che hanno potuto godere della meravigliosa lectio di storia dell'arte di Vittorio Sgarbi o girare con i tour organizzati alla scoperta della città Segreta.

Non sono poi mancate la musica con Cristiano De Andrè e la lettura con Andrea Vitali. Il cinema con il duo Buy-Gerini e lo spettacolo con Elenoire Casalegno.

Nè è mancato il **tema della crescita e dell'attenzione al territorio** con la presenza di imprenditori e delle istituzioni locali (regione e comune) attente al futuro della città e della Liguria.

Grazie Genova! Macerata, ora tocca a te

Si è conclusa con grande successo la tappa di Panorama d'Italia nel capoluogo ligure. Dal 20 al 23 aprile, il tour si trasferisce nelle Marche

di Giorgio Mulè, Direttore di Panorama

In particolare, nell'incontro "Presidente mi spieghi..." il Governatore Giovanni Toti ha risposto alle domande dei cittadini e lanciato il suo affondo al Governo sugli investimenti e su Ilva. Spazio alle start-up e alle loro nuove idee di impresa in una mattina di dibattito in cui è stata anche premiata Accadermica, la Start-up vincitrice del concorso "90 secondi per spiccare il volo".

Massima attenzione ai **più giovani** e alle problematiche del lavoro anche nella **mattinata dal titolo "Panorama carriere e lavoro"** realizzata in collaborazione con HRC: mezza giornata di incontri, anche one to one, con i capi del personale di alcune grandi aziende italiane per mettersi alla prova con il proprio curriculum, le difficoltà di un colloquio di lavoro, la capacità di sapersi "vendere" al meglio a chi poi dovrà assumere. Tra gli altri momenti salienti, il dibattito con le **eccellenze**





TUTTE LE TAPPE DI PANORAMA D'ITALIA 2016

Da Genova a Trapani, passando per Perugia e Cagliari, ecco tutte le città e le date della terza edizione del tour

> In 10 tappe da marzo a novembre, Panorama attraverserà l'Italia da nord a sud, coinvolgendo eccellenze locali e ospiti prestigiosi moderati dalle firme del giornale. Per quattro giorni ogni città accoglierà un calendario ricco di appuntamenti nei luoghi più vivi e rappresentativi, a stretto contatto con i suoi protagonisti.

Si parte da Genova (30 marzo-2 aprile) per poi fare tappa a Macerata (20-23 aprile), Perugia (11-14 maggio), Padova (8-11 giugno), Ravenna (29 giugno-2 luglio), Costiera Amalfitana (7-10 settembre), Cagliari (28 settembre-1 ottobre), una tappa speciale a Milano (16-22 ottobre) e per finire Mantova (9-12 novembre) e Trapani (23-26 novembre).

imprenditoriali, le loro sfide e il processo di internazionalizzazione che si è concluso con la premiazione degli studenti vincitori dei 100 libri per la loro scuola, per lasciare poi spazio a due grandi eventi su ambiente e spazio organizzati in collaborazione con FOCUS.

Effettuato il passaggio di testimone, ora non resta che aspettare solo qualche settimana. Panorama d'Italia si trasferisce nelle Marche, più precisamente a **Macerata dal 20 al 23 aprile** con 4 giorni di eventi tutti da scoprire.



Thank you, Genoa! Macerata, it's now over to you

The Panorama d'Italia concluded its leg in the Ligurian capital with great success. From 20 to 23 April, the tour will transfer to the Marche region

he first leg of the 2016 edition of the Panorama d'Italia in Genoa concluded after four intense and marvellous days, beginning on the Wednesday and wrapping up on Saturday, 2 April with a public interview of the Minister for Justice, Andrea Orlando. Together with the director of Panorama, Giorgio Mulè, it was Minister Orlando (substituting the Mayor of Genoa who was absent due to an unexpected obligation) who passed the baton of the Panorama d'Itala to the protagonists of the next stage, the representatives of the city of Macerata. From 20 to 23 April, the Panorama d'Italia will, in fact, be in the Marche region.

GENOA: AN EXTRAORDINARY SUCCESS. The Ligurian city responded with enthusiasm to the first stop of the tour, with subscribers to the 20-plus events in town being in their thousands. An extraordinary success. There are no other words to describe the first stage of the 2016 edition of the Panorama d'Italia tour, a journey around the country to discover its best from up close. The thousands of participants were able to enjoy the wonderful **reading on art history by Vittorio Sgarbi** or travel around on tours organised to **reveal the city secrets**.

Not to be missed was the music with Cristiano De Andrè and a reading with Andrea Vitali and the cinema, with the Buy-Gerini duo and a performance with Elenoire Casalegno.

Also included in the **event was the theme of growth and attention to the territory**, with the presence of entrepreneurs and local institutions (regional and municipal), attentive to the future of the city and of Liguria.

In particular, at the meeting "President, please explain..." **Governor Giovanni Toti** answered questions from citizens and launched his appeal to the Government on investments and the Ilva steel company. Space for **start-ups and their new business ideas featured** in a morning of debate in which the start-up competition winner, **Accadermica**, was also awarded the prize for "90 seconds to take flight".

Maximum attention to youth and the problems of employment was also in the morning with the "Panorama of Careers and Jobs", created in collaboration with HRC: a half-day of meetings, even oneon-one, with the heads of staff of various large Italian companies to test one's own resume, the difficulties of job interviews and the capacity of knowing how to best "sell" your skills to those who are hiring. Among other highlights was the debate with the entrepreneurial excellences, their challenges and the internationalisation process, concluding with awarding 100 books to winning students for their school, then leaving time for two major events on the environment and space organised in collaboration with FOCUS. The baton having been passed, it is only a few weeks until the Panorama d'Italia will be in the Marche region, specifically in Macerata, from 20 to 23 April for 4 days of exclusive events.

OCCAM - XXI Conferenza Euromediterranea

Il Mediterraneo nell'Era Digitale

icurezza sanitaria, emergenza migranti e sviluppo solidale nel bacino del Mediterraneo

La rivoluzione digitale sta apportando enormi cambiamenti alle nostre vite, sia nella comune quotidianità sia nel contesto degli avvenimenti storici e macro-sociali della nostra epoca.

La XXI Conferenza Euromediterranea che si è tenuta il 26 e 27 Febbraio 2016 a Catania, dedicata al tema del Mediterraneo nell'Era Digitale, si è incentrata sulla "Sicurezza sanitaria, emergenza migranti e sviluppo solidale nel bacino del Mediterraneo" e ha affrontato anche questa nuova fenomenica, analizzando come le nuove soluzioni telematiche, e in primis la telemedicina, si possano applicare in maniera incisiva alla situazione d'emergenza migranti; una realtà pulsante e allarmante



che investe l'Europa e tutta l'area mediterranea, costituita da continui sbarchi e flussi migratori che causano gravi difficoltà alle strutture d'accoglienza e d'assistenza sanitaria.

Importanti contributi alla conferenza sono stati dati dal Sindaco di Catania Enzo Bianco, i sottosegretari ministeriali Giuseppe Castiglione, Domenico Manzione, Vito De Filippo e Benedetto Della Vedova, il Presidente di OCCAM e Infopoverty Pierpaolo Saporito, i rappresentanti istituzionali dei paesi partner del progetto E-MedMed e numerosi esperti convenuti al fine di trovare soluzioni urgenti, quali la creazione nella riva sud nel Mediterraneo di strumenti atti al monitoraggio e l'assistenza sanitaria. I partecipanti hanno discusso di come un uso avanzato e pratico della telemedicina possa rappresentare una soluzione, creando sulla riva sud del Mediterraneo presidi sanitari atti al monitoraggio della sicurezza nel campo della salute, la cui cooperazione vada a fornire un'assistenza sanitaria, anche remota, in tutta l'area interessata.

La dichiarazione di Catania individua una strategia d'integrazione delle politiche mediterranee nel campo digitale e prende corpo nel protocollo d'accordo tra il sindaco di Catania Enzo Bianco e il Presidente d'OCCAM ed Infopoverty Pierpaolo Saporito, che prevede la costituzione del "Centro Hub" di Catania per la Sicurezza sanitaria, emergenza migranti e sviluppo solidale nel bacino del Mediterraneo, con la missione d'interfacciarsi direttamente con gli ospedali e le strutture sanitarie presenti nel bacino mediterraneo dando vita ad una reale cooperazione sul campo. Il progetto trova ulteriore rinforzo nella creazione di un master sulla telemedicina, che verrà attivato presso varie università e fornirà le competenze per formare degli operatori che siano in grado di gestire la Piattaforma Euromediterranea dei servizi di e-Health, validata alla fine della conferenza.

OCCAM – XXI Euromeditarranean Conference

The Mediterranean Sea in the Digital Age

ealthcare security, migrant crisis and joint development in the Mediterranean basin.

The digital revolution is producing great changes in our lives, both on the level of our daily routines and on that of the historical and macro-social events of our time.

The XXI Euromediterranean Conference that was held on February 26th and 27th 2016 in Catania, Italy, dealt with the theme of the Mediterranean Sea in the Digital Age and focused on "Healthcare security, migrant crisis and joint development in the Mediterranean basin". The Conference addressed this new phenomenon as well, by analyzing how the new telecommunication solutions (most importantly telemedicine) can be incisively applied to the migration crisis; the multifaceted and alarming reality that Europe and the whole Mediterranean basin are being forced to deal with, which involves incessant landings and migration flows that cause grave difficulties to shelters and healthcare facilities.

Decisive contributions to the Conference were given by the Major of Catania Enzo Bianco, the ministerial undersecretaries Giuseppe Castiglione, Domenico Manzione, Vito de Filippo and Benedetto Della Vedova, the President of OCCAM and Infopoverty Pierpaolo Saporito, the institutional representatives of the partner countries of the E-MedMed Project and several experts, who gathered to develop urgent solutions, such as the development on the southern shore of the Mediterranean of devices for monitoring and healthcare aid.

The participants discussed how an advanced and practical use of telemedicine could be a solution, with the creation on the southern shore of the Mediterranean of hospital units capable of monitoring health security, even remotely, in the whole involved area.

The Catania Declaration defines a strategy for the integration of the Mediterranean policies in the digital field and is embodied in the Agreement signed by the Major of Catania Enzo Bianco and the President of OCCAM Pierpaolo Saporito. The Agreement stipulates the founding of a "Center Hub" in Catania for healthcare security, migration crisis and joint development in the Mediterranean basin; with the task of communicating directly with hospitals and sanitary facilities on the Mediterranean shore, thus enabling a real cooperation on the field. This project will be further supported by the establishment of a Master's Degree in Telemedicine, which will be activated in several universities and will give the future professionals the competences to manage the Euromediterranean Platform of e-Health Services, validated at the end of the Conference.

Speciale



Non è possibile crescere senza investire all'estero, e non è possibile farlo senza una presenza diretta negli Stati Uniti



e aziende italiane hanno quasi decuplicato gli investimenti negli Stati Uniti negli ultimi 10 anni, questo dato è molto significativo. Ma gli Stati Uniti non attraggono solo investimenti, anche talenti. E non solo, molte di queste aziende crescono e si integrano non solo negli Usa, ma anche in Canada e Messico, la cosiddetta area Nafta. Vi è poi chi guarda

a questo mercato come a un'opportunità unica e sta facendo il salto di qualità. L'Italia ha infatti una grande storia di successo nella internazionalizzazione di società del manifatturiero e abbiamo segnali molto interessanti dal mondo automotive, farmaceutico e biotech. Questi settori molto dinamici, vedono un interesse crescente dagli stati americani tanto da focalizzare il loro sforzo di marketing. Rispetto all'ICT (Information and Communication Technology) ci sono molti distretti attivi, dalla Georgia all'area di Boston e di Chicago, che vanno al di là della Silicon Valley. L'ICE ha sempre guardato con attenzione a questo grande mercato di opportunità, attuando le misure più idonee per sostenere gli investimenti. Per questo, in una prospettiva più ampia, con grande determinazione ci siamo organizzati come una moderna Trade Promotion Organization, lavorando su tre fronti: promuovere l'export, gli investimenti all'estero e gli investimenti stranieri in Italia.

Growth is not possible without investing abroad, and is not possible to achieve without a direct presence in the United States

talian companies have increased investments in the United States almost tenfold in the last decade, being quite a significant figure. The United States does not only attract investment, but also talent. Moreover, many of these companies grow and integrate into the USA along with Canada and Mexico as well, the so-called Nafta region. There are those who look upon this market as a unique opportunity and are making the leap in quality. Italy has, in fact, a great history of success in the internationalisation of manufacturing companies and we have very interesting signals from the automotive, pharmaceutical and biotech worlds. Seeing such an increase in interest from the American states, these very dynamic sectors are focalising their marketing efforts. With respect to ICT (Information and Communication Technology), there are many active districts, from Georgia to Boston and Chicago, that go beyond Silicon Valley. ICE has always looked carefully upon this great market of opportunities, implementing the most appropriate measures for sustaining investments. For this reason, in a wider perspective and with great determination, we have organised ourselves like a modern Trade Promotion Organisation, working on three branches: promoting export, investments abroad and foreign investment in Italy.

Riccardo Monti, Presidente di ICE-Agenzia

- 28 IBS at Summer Fancy Food 2016 IBS at Summer Fancy Food 2016
- Renzi: vi racconto la missione americana Renzi: let me tell you about American mission
- 32 18° edizione di Cibus 18th edition of Cibus
- 33 Milano Moda Design 2016 Milano Moda Design 2016
- **34** Ercole Olivario 2016: ecco i migliori extra vergine d'Italia
 Ercole Olivario 2016: here are Italy's best extra virgin olive oils
- 36 In viaggio con Vespa On the road with Vespa
- 37 Le imprese della consulenza fanno rete nei mercati asiatici Consulting firms build their strength in Asian markets

IBS al Summer Fancy Food 2016

l Summer Fancy Food, giunto alla sua 61° edizione, rappresenta la fiera di maggior rilievo internazionale nel settore agroalimentare aggregando sotto lo stesso tetto i principali produttori di specialità alimentari ed i buyers internazionali provenienti da tutto il mondo. L'affluenza prevista, di operatori appartenenti al settore, sarà di circa 25.000 compratori e 2.500 espositori.

L'edizione estiva si terrà come di consueto a New York City, presso il rinnovato Jacob Javits Center, dal 26 al 28 giugno e sarà l'occasione per mostrare il meglio dei prodotti Made in Italy.

Esporre al Fancy Food Show è il modo migliore per instaurare un primo collegamento con potenziali clienti provenienti da tutti i principali canali di acquisto del food & beverage, negli Stati Uniti ma anche in altri Paesi. È un'occasione unica di networking e di raccolta di informazioni, entrambi utili per programmare ed attuare una vincente azione di crescita internazionale.

Il solo mercato degli Stati Uniti d'America vale per l'export agroalimentare italiano quasi 40 miliardi di euro. Complice un dollaro forte

Per l'export agroalimentare italiano, il mercato degli Stati Uniti d'America vale quasi 40 miliardi di euro

come mai negli ultimi dieci anni ed il rallentamento delle economie emergenti, il mercato a stelle e strisce si confermerà anche per gli anni a venire come quello più appetibile al mondo. In una strategia di export e di penetrazione commerciale all'estero, non inserire il mercato nord americano tra quelli target sarebbe un errore imperdonabile.

IBS North America LLC, società di consulenza strategica per l'internazionalizzazione delle imprese nel mercato americano, e IBS Trading INC, società di importazione di prodotti alimentari, faranno da promotrici per le imprese italiane della filiera agroalimentare italiana, rappresentando, presso il proprio stand riservato al piano 1 del centro congressi, alcune delle eccellenze italiane.

Il gruppo IBS con la propria partecipazione,

mette inoltre a disposizione delle aziende, diversi

servizi utili ad agevolare e massimizzare l'esperienza del Summer Fancy Food Show. I servizi offerti, grazie alla presenza diretta sul territorio degli Stati Uniti, si concentrano nell'assistenza per le autorizzazioni FDA (Food and Drug Administration), consulenza sul packaging e sulle norme di etichettatura, consulenza di marketing e comunicazione attraverso la predisposizione di brochure, siti web e company profile. The last but not the least, la gestione della logistica relativa all'importazione dei prodotti e dei campioni. I servizi comprendono anche l'organizzazione di incontri b2b pre e post fiera e la partecipazione a workshop ed eventi formativi.

Per maggiori informazioni, per partecipare e conoscere i costi scrivi a: *info@ibsitalia.biz* o chiama al 39 06 59 19 749.





IBS NORTH AMERICA

International Business Strategy



IBS at Summer Fancy Food 2016

For Italian food farming exports, the USA market is worth nearly 40 billion euro

ummer Fancy Food, now at its 61st edition, represents the most important international trade fair in the food farming industry, bringing together under the same roof the main producers of speciality foods and international buyers from all over the world. About 25,000 buyers and 2,500 exhibitors operating in the sector are expected to attend. The summer edition will be held, as is customary, in New York City, at the renovated Jacob Javits Center, from 26 to 28 June and it will be an opportunity to showcase the best Made in Italy brand products.

For Italian food farming exports, the USA market is worth nearly 40 billion euro. Exhibiting at the Fancy Food Show is the best way to establish an initial connection with potential customers from all the main food & beverage purchasing channels in the United States and also in other countries. It is a unique opportunity for networking and collecting

information, both of which are useful for planning and implementing a winning action that will lead to international growth.

The annual US market Value for the Italian food and beverage sector is close to fourty billion euros.

Aided by a dollar stronger than ever over the last ten years and a slowing down of the emerging economies, the American market will once again confirm itself as the most attractive in the world in the years to come. In a strategy of export and market penetration abroad, not making the North American market a target would be an unforgivable mistake.

IBS North America LLC, a strategic consultancy company for the internationalization of businesses in the American market, and **IBS Trading INC**, a food products import company, will be promoting Italian businesses in the food farming chain, with its own stand reserved on the 1st floor of the confer-

ence centre, where it will be representing some of Italy's excellent products.

With its participation, the **IBS group** also provides companies with the availability of various services useful for facilitating and maximizing the Summer Fancy Food Show experience. The services offered, thanks to the direct presence of the United States on the territory, concentrate on assistance with FDA (Food and Drug Administration) authorizations, advice on packaging and on labelling regulations, advice on marketing and communication through the preparation of brochures, websites and company profiles. Last but not least, the management of logistics with regard to the import of products and samples. The services also include the organization of pre and post trade fair B2B meetings and participation in workshops and educational events.

For further information on participation and costs, write to: *info@ibsitalia.biz* o chiama al 39 06 59 19 749.

Renzi: vi racconto la missione americana

In Nevada Matteo Renzi inaugura impianto Green Power dell'Enel.

A Chicago visita i laboratori Fermi e incontra le aziende italiane che investono negli USA, cantando poi col sindaco Emanuel al ritmo dei Blues Brothers. A Boston annuncia importante accordo con IBM.

Discorso alla Harvard University. Vertice nucleare di Washington

l Presidente del Consiglio, **Matteo Renzi**, come ormai consuetudine, affida al web il resoconto ed il bilancio della sua missione negli Usa. "Sono appena rientrato da una bella missione di quattro giorni negli Stati Uniti. E vi confesso di essere molto felice dei risultati.

Trentamiladuecentocinquantasette km, novantasei ore, quattro Stati toccati. Eccovi 10 flash per sintetizzare i risultati".

NEVADA, ENEL. StillWater, Fallon, Nevada: in una parola Far West. Qui l'Enel di Francesco Starace ha realizzato una delle centrali di energie rinnovabili più innovative del mondo. Del mondo, sì. Perché altro che storie, l'Italia è anche questo: il massimo dell'innovazione. E mentre eravamo in visita alla centrale, la notizia della vittoria di una gara molto importante sull'energia in Messico: 1,5 miliardi di euro di investimenti. Il futuro dell'energia è la tecnologia: non sprecare ciò che la natura ci offre è la priorità.

CHICAGO, LA CORSA. Il sindaco di Chicago si chiama Rahm Emanuel. È un leader tosto, che è stato in passato capo dello staff del presidente alla Casa Bianca. Siamo andati a correre insieme, lungo il lago, alle 6.30 del mattino. E mentre discutevamo di Trump e di primarie, di Europa e terrorismo, di economia e scuole lo vedevo improvvisamente accendersi quando poteva mostrarmi una pista ciclabile nuova o un investimento in corso. I sindaci li riconosci da questo: sono innamorati delle proprie città, sono entusiasti di realizzare progetti che vedono crescere sulla carta e poi nella realtà. Anche per questo penso che una delle carte più importanti che il nostro Governo sta giocando sia quella di sbloccare gli investimenti, finalmente: non solo i grandi progetti come Pompei o la Variante di Valico, come il Brennero o la Salerno Reggio Calabria. Ma anche i (presunti) piccoli progetti, dall'edilizia scolastica, alle strade con le buche. Aver sbloccato il patto di stabilità è una delle riforme più importanti del nostro mandato.

LA SCUOLA ITALIANA. Abbiamo inaugurato una nuova scuola italiana, organizzata sul modello di Reggio Children. Perché ci lamentiamo sempre di tutto, ma anche quando si parla di educazione siamo un punto di riferimento nel mondo. E questa scuola non servirà soltanto i figli della comunità italiana, ma tante famiglie di Chicago. Nella (bella) palestra ho provato un tiro da tre, fallendo miseramente e dimostrandomi una volta di più incompatibile con il basket. Ma la gioia delle famiglie,





dei volontari, dei donatori resterà a lungo impressa nel mio cuore. Che bello poter imparare l'italiano, che bello poter crescere con un metodo italiano, è bello e importante mantenere viva la nostra cultura fuori dall'Italia per la crescita delle future generazioni.

GLI SCIENZIATI DEL FERMILAB. Abbiamo poi visitato il FermiLab, poco fuori la città. È stato come concludere un percorso iniziato al Cern di Ginevra e proseguito all'Aquila, al Gran Sasso. Tanti, tantissimi italiani non solo tra i ricercatori, ma anche nelle aziende leader che costruiscono macchinari. E mentre camminavo per i laboratori, accompagnato da un italiano premio Nobel, Carlo Rubbia, e persone che forse il Nobel lo prenderanno presto, ho pensato che i 2,5 miliardi sulla ricerca che finalmente abbiamo sbloccato sono il miglior investimento sul futuro del nostro Paese: non c'è ricchezza più grande del capitale umano. Soprattutto in Italia. Nessuna intelligenza artificiale sostituirà mai il valore dei nostri cervelli.

EXPORT E MANIFATTURA 4.0. Aproposito di intelligenza artificiale e digital: all'Università di Chicago abbiamo discusso di come la manifattura cambierà volto nei prossimi anni. E lo abbiamo fatto insieme ad alcuni dei protagonisti di oggi e di domani, tra i quali Diego Piacentini, manager mondiale di Amazon che ha deciso di regalarci due anni del suo tempo – gratis – per aiutare l'Italia a essere protagonista del digitale. L'Export Italia Usa è cresciuto alla grande, sopratutto nell'agrolimentare (visitando Eataly ne abbiamo avuto una conferma diretta): in un anno siamo passati da 29 a 36 miliardi. Ma io sono certo che investendo sull'innovazione, il meglio debba ancora venire.

LA CENA E L'AUTO. Alla cena ufficiale abbiamo dimostrato di essere incompatibili anche con la musica, non solo con il basket, accompagnando in modo indecente un artista blues in "Sweet home Chicago". Ma il momento più forte della cena è stato il confronto sul passato e il futuro dell'industria dell'auto. Al tavolo infatti avevamo tra gli altri Sergio Marchionne. Che con Emanuel e il suo team è stato protagonista del salvataggio della Chrysler, la scommessa industriale di Obama più riuscita. Due anni fa eravamo soli a sostenere il progetto italiano di Marchionne. Oggi i numeri parlano per lui: se la Basilicata produce le Jeep per il mercato americano è merito suo, che ci ha creduto quando tutto il pensiero dominante in Italia sapeva solo criticare. Ricordate quando nei talk show chi lo difendeva prendeva fischi su fischi e gli applausi erano tutti per i sindacalisti anti Marchionne? Guardate i dati della produzione di auto in Italia anche a marzo. Fate il conto dei posti di lavoro. E domandiamoci se per quelle che La Pira chiamava "le attese della povera gente" sia più utile creare lavoro o lanciare solo slogan demagogici.

BOSTON, CERVELLI A COLAZIONE. Prima colazione intrigante con una quindicina di giovani cervelli italiani che stanno a Boston. Idee, proposte concrete, progetti di apertura di startup a Palermo e a Napoli. È importante uscire dalla retorica trita e ritrita della fuga dei cervelli: in un mondo globale stare all'estero può non essere una fuga ma un'occasione anche per il territorio d'origine. A condizione che si affermi la legalità, si riduca la burocrazia e si crei finalmente una finanza per le piccole imprese in grado di far girare le idee. E di realizzare i sogni che tanti di questi ragazzi hanno.

IL PROGETTO IBM WATSON E L'AREA **EXPO.** Forse il risultato più importante sotto il profilo economico: un investimento di IBM da oltre cento milioni di dollari nel progetto Post-Expo di Milano. Vivremo sempre di più, fortunatamente. E sarebbe bene cercare di vivere meglio, con un'alta qualità della vita, attenti alla salute fisica e mentale. Per questo alcune big dell'innovazione mondiale stanno scommettendo sul nostro progetto chiamato Human Technopole che abbiamo immaginato nell'area che ha ospitato l'Expo. E IBM ci mette soldi, visione e il proprio fiore all'occhiello: Watson Healthcare. Un abbraccio affettuoso a chi voleva fare del post-expo un progetto piccolo piccolo ad uso e consumo dei soliti noti. Noi per l'area dell'Expo vogliamo semplicemente il meglio, con un progetto internazionale e criteri di meritocrazia e trasparenza. Tutto qui.

HARVARD. Ormai sta diventando una consuetudine: in tutti i viaggi cerco sempre di incontrare gli studenti e i professori di una università. Credo infatti che proprio in queste aule si respiri il futuro più che altrove e ritengo sia un dovere civico confrontarsi con il corpo docente e gli studenti. Il tour universitario è partito a Bologna, nell'università più antica del mondo, ma ha toccato la Germania e il Kenya, il Cile e il Senegal, la Sorbona e Georgetown. In questa missione ho avuto l'onore di poter parlare ad Harvard, uno dei più prestigiosi templi del sapere. Se non vi scandalizzate dell'inglese qui trovate il mio

intervento: ho parlato di economia, di riforme istituzionali, di Europa e terrorismo. Della proposta italiana di "un euro per la sicurezza un euro per la cultura". Della necessità di cambiare direzione alla politica economica di Bruxelles. Della stabilità finalmente ritrovata in Italia. Continueremo a girare per università con le proposte italiane per un'Europa più umana.

SUMMIT NUCLEARE - WASHINGTON.

Una delle grandi eredità di Obama è questa iniziativa sulla lotta alla proliferazione e sulla sicurezza nucleare. Il vertice di Washington (nel quale ho portato tra gli altri l'esempio della scuola internazionale di Trieste) è andato esattamente in questa direzione. Ci sarà tempo da qui a novembre per una riflessione più approfondita sul lascito politico della presidenza Obama in politica estera, a cominciare da Cuba e dall'Iran. Intanto possiamo dire che questo vertice è stato un passaggio utile nella giusta direzione. E speriamo che i segnali positivi che arrivano dalla Libia siano confermati nelle prossime settimane: l'Italia lavora silenziosamente in questa direzione, tutti i giorni.

E dopo questa bella missione, adesso sto fisso a Roma per qualche giorno. Anzi, riprendiamo il filo diretto non solo con chi mi scrive a matteo@governo.it ma anche sui Social.





Renzi: let me tell you about American mission

Matteo Renzi inaugurates Enel's Green Power plant in Nevada. In Chicago, visiting the Fermi laboratories and meeting with Italian companies investing in the United States, then singing with Mayor Emanuel to the rhythms of the Blues Brothers. In Boston he announces an important agreement with IBM. Speech at Harvard University. Nuclear Summit in Washington

s has become customary, the Prime Minister of Italy, Matteo Renzi, entrusts the web with a summary and report of his visit to the U.S.A. "I have just returned from a beautiful four-day trip to the United States. I confess to being very happy with the results. 30,257 km, 96 hours, four states visited. Here are 10 points to sum up the results.

NEVADA, ENEL. StillWater, Fallon, Nevada: in two words, Far West. It is here, under Francesco Starace, that Enel has created one of the most innovative renewable energy power plants in the world. Yes, in the world. Because aside from history, Italy is also this: the ultimate in innovation. While we were visiting the power station came news of the victory for a very important tender on energy in Mexico with 1.5 billion euro in investments. The future of energy is technology and not wasting that which nature offers us is the priority.

CHICAGO, THE RUN. The Mayor of Chicago is named Rahm Emanuel. He is a tough leader, who was once Chief of Staff to the President in the White House. We went running together by the Lake at 6.30 in the morning. While we were talking about Trump and the primaries, of Europe and terrorism, economics and schools, I saw him suddenly light up when he could show me a new bike path or an investment under way. Mayors are recognisable by this: they are in love with their own city, they are excited to implement projects that show growth on paper and also in reality. It is also why I think one of the most important cards that our government is playing is that of finally unblocking investment. Not only major projects such as Pompeii or the Variante di Valico motorway, such as the Brennero rail tunnel or the Salerno-Reggio Calabria motorway. But also the (supposedly) small projects, from school buildings to potholed roads.

Having unlocked the Stability and Growth Pact is one of the most important reforms of our mandate.

THE ITALIAN SCHOOL. We launched a new Italian school, organised on the model of Reggio Children. We always complain about everything, yet when it comes to discussing education, we are a point of reference for the world. This school will not only serve the children of the Italian community, but many other families in Chicago. In the (very striking) gym I tried a three-point shot, failed miserably and demonstrated yet again my incompatibility with basketball. But the joy of the families, volunteers and donors will long remain imprinted in my heart. How wonderful to be able to learn Italian, how fantastic to be able to grow with an Italian method. It is beautiful and important to keep our culture alive outside of Italy for the growth of future generations.

THE SCIENTISTS OF FERMILAB. We then visited FermiLab, just outside the city. It was the conclusion of a journey commenced at Cern in Geneva that continued on to Aquila, to Gran Sasso. There were many, many Italians not only amongst researchers, but also in leading machinery construction companies. As I walked to the laboratories, accompanied by Italian Nobel Prize winner, Carlo Rubbia, and people that will perhaps win a Nobel prize soon, I thought that the 2.5 billion on research that we have finally unlocked will be the best investment in the future of our country: there is no greater wealth than human capital. Especially in Italy. No artificial intelligence will ever substitute the value of our brains.

EXPORT AND MANUFACTURING 4.0. With regards to artificial and digital intelligence, at the University of Chicago we discussed how manufacturing will change face in the coming years. We spoke together with some of the leaders of today and tomorrow, amongst whom Diego Piacentini, Amazon's worldwide manager who has decided to give us the gift of two years of his time – free of charge – to help Italy be a leader in digital. Italian-American exports grew significantly, especially for agrifood products (visiting Eataly gave us direct confirmation): in one year we went from 29 to 36 billion. Yet I am certain that investing in innovation, the best is vet to come.

DINNER AND THE CAR. At the official dinner, we proved ourselves to be incompatible not only with basketball, but also with music, shockingly accompanying a blues artist in 'Sweet Home Chicago'. However, the most marked moment of the dinner was comparing the past and future of the automotive industry. Amongst others at the table, in fact, we had Sergio Marchionne. With Emanuel and his team, he was the leader in the rescue of Chrysler, Obama's most successful industrial bet. Two years ago, we were the only supporters of Marchionne's Italian project. Today, the numbers speak for him: if the Basilicata region produces Jeeps for the American market, it is because of him, who had faith when the dominant thinking in Italy was only to criticise. Remember on talk shows when anyone who defended him would be booed, whilst the cheers were saved for the anti-Marchionne trade unionists? Take a look at the data on automotive production in Italy even in March. Take into account the number of jobs. Now let's ask ourselves whether for what La Pira called 'the hopes of poor people', it is more useful to create jobs or to just launch demagogic slogans.

BOSTON, BRAINS AT BREAKFAST. An intriguing breakfast with about fifteen young Italian minds who are in Boston. Ideas, concrete proposals, start-up launch projects in Palermo and Naples. It is important to escape from the rehashed rhetoric of brain drain: in a global world, to be abroad does not have to be a drain but can also be an opportunity for one's territory of origin. The proviso is that you affirm the legality, reduce the bureaucracy and finally create finance for small businesses able to put their ideas into action. And to realise the dreams that so many of these young people have.

THE IBM WATSON PROJECT AND THE EXPO **AREA.** Perhaps the most important achievement in economic terms: an investment of IBM of more than a hundred million dollars into the Post-Expo project in Milan. Fortunately, we will live longer and longer. Thus, it would be good to try to live better, with a high quality of life, paying attention to our physical and mental health. As such, certain heavyweights in global innovation are betting on our project called Human Technopole, which we imagined in the area that hosted Expo. IBM shall invest money, vision and its own pride and joy: Watson Healthcare. A big hug to those who wanted to undertake a small Post-Expo project for the use and consumption of the usual suspects. We simply want the best for the Expo area, with an international project and criteria of meritocracy and transparency. That's all. HARVARD. By now, it has become a habit: on all trips, I always try to meet with the students and professors of a university. I believe that precisely in these classrooms, it is possible to breathe in the future more than anywhere else and I maintain that it is a civic duty to meet the teaching staff and students. The university tour started in Bologna, in the oldest university in the world, but has since included Germany and Kenya, Chile and Senegal, the Sorbonne and Georgetown. On this trip, I had the honour of being able to speak at Harvard, one of the most prestigious temples of knowledge. If you are not scandalised by the English, here you will find my talk: I spoke of the economy, institutional reform, of Europe and terrorism. Of the Italian proposal of 'a euro for security, a euro for culture'. Of the necessity to change direction on economic policy in Brussels. Of the stability finally recovered in Italy. We will continue to travel to universities with Italian proposals for a more humane Europe.

NUCLEAR SUMMIT – WASHINGTON. One of the great legacies of Obama is this initiative combating nuclear proliferation and safety. The Washington Summit (in which I presented, among others, the example of the international school of Trieste) went precisely in this direction. There will come a time between now and November for deeper reflection on the political legacy of the Obama Presidency in foreign policy, beginning with Cuba and Iran. In the meanwhile, we can say that this summit was a useful step in the right direction. We hope that the positive signals coming from Libya will be confirmed in the upcoming few weeks. Italy works silently in this direction, every day.

And after this beautiful trip, I will be in Rome for a few days. Still, we can return to the direct lines of communication not only by writing to me at matteo@governo.it but also through social media."



a 18ª edizione di Cibus si presenta con una adesione senza precedenti delle maggiori aziende alimentari italiane e con una esposizione che copre tutti i settori tradizionali del

GIAN DOMENICO

AURICCHIO

comparto e tutte le nuove tendenze dell'offerta alimentare. Cibus 2016, Salone Internazionale dell'Alimentazione organizzato da Fiere di Parma e Federalimentare, si terrà a Parma dal 9 al 12 Maggio. Saranno presidiati tutti i settori: carni e salumi, formaggi e latticini, gastronomia ultrafresco e surgelati, pasta conserve condimenti, prodotti

dolciari e da forno, la Quarta Gamma, le bevande, prodotti tipici e regionali, ed altro ancora. Grande spazio avranno i prodotti vegetariani e vegani (per entrambi è stata creata la comune etichetta "VEG" che segnalerà gli stand di queste categorie), ma anche prodotti biologici e prodotti con meno grassi, meno sodio, senza glutine e via dicendo. "Cibus 2016 si conferma la fiera alimentare più conosciuta e rilevante in Italia e nel mondo - ha dichiarato Elda Ghiretti, Cibus Brand Manager. L'adesione delle aziende alimentari è fin qui numerosa ed entusiasta. Sanno di trovare una piattaforma che si modella in tempo reale alla domanda del mercato, sia in termini di innovazione che di tipicità. Gioca a nostro favore anche l'incredibile esperienza dei 6 mesi in Expo, col padiglione "Cibus è Italia" che ha ospitato centinaia di buyer esteri".

Soddisfazione confermata anche da Gian Domenico Auricchio, Presidente di Fiere di Parma: "Fondamentale è stato

18^a edizione di Cibus

La fiera alimentare italiana più conosciuta nel mondo

il contributo arrivato dalla nostra partecipazione a Expo 2015 con il padiglione Cibus è Italia, che ha generato ricavi per oltre 14 milioni di euro. E che ha consolidato l'immagine e il ruolo di Cibus 2016 come punto di riferimento per l'agroalimentare".

Per quanto riguarda le attività e le novità di Cibus 2016, sono quattro gli ambiti di interesse che verranno presidiati: Sezioni Speciali, Convegni & Workshop, Incoming ed Eventi in Città. Il rinnovato padiglione 7 della fiera, valorizzato dal nuovo ingresso Ovest, creato ricostruendo a Parma il padiglione Cibus è Italia presente ad EXPO, ospiterà in questa edizione sezioni speciali e novità. Nelle sezioni speciali troviamo il nuovo spazio Halal/Kosher, uno showcase dedicato ai prodotti Made in Italy certificati Halal e Kosher. Altra nuova area sarà lo spazio Seafood EXPO, dedicato agli espositori del settore ittico dove i visitatori avranno la possibilità non solo di scoprire i prodotti ma anche di partecipare ad incontri ed approfondimenti sul tema, presso la specifica

> area workshop. La 18ª edizione della manifestazione vedrà anche un particolare focus sul retail, con un convegno che si concentrerà sul ruolo della Marca del Distributore nello sviluppo dell'export italiano. Altro spazio dedicato all'approfondimento dei temi legati al Retail sarà un'area workshop all'interno del padiglione 7 dove verranno organizzati incontri pomeridiani dedicati all'analisi degli scaffali all'estero e a come vengono presentati i prodotti Made in Italy nei principali mercati obiettivo. L'attività incoming realizzata in collaborazione con ICE/Italian Trade Agency, che svolge da sempre un ruolo chiave nella strategia di Cibus, quest'anno si rafforza con un investimento di oltre 2 milioni di euro, stanziati nell'ambito delle azioni di promozione a sostegno dell'agroalimentare italiano promosse sotto il segno distintivo "The Extraordinary Italian Taste", per ospitare buyers e importatori inter-



he 18th edition of Cibus will feature the participation of an unprecedented number of Italian food companies, in an exhibition covering each of the traditional industry sectors and all the new trends in food offerings. Cibus 2016, the International Food Exhibition organised by Fiere di Parma and Federalimentare, will be held in Parma from 9th to 12th May. All sectors will be represented: meat and cured meats, cheeses and dairy products, frozen and ultra-fresh foods, pasta condiment preserves, confectionery and bakery products, prewashed produce, beverages, typical and regional products, and more. The large space will include vegetarian and vegan products (for which the common "VEG" label has been created to indicate the stands in these categories), as well as organic products and items with reduced fat, less sodium, glutenfree, and the like. "Cibus 2016 remains the best known and most important food fair in Italy and in the world", declared Elda Ghiretti, Cibus Brand Manager. "The participation of food companies to date has been in great numbers and with much enthusiasm. They know they will find a platform that adapts to market demand in real time, both in terms of innovation and typicality. Also in our favour is the in-

18th edition of Cibus

PARMA 9-12 MAGGIO

The most famous Italian food fair in the world

credible experience of passing 6 months at EXPO, with the 'Cibus è Italia' pavilion that hosted hundreds of foreign buyers."

Satisfaction was also confirmed by Gian **Domenico Auricchio**, President of Fiere di Parma: "The contribution coming from our participation in EXPO 2015 proved fundamental, with 'Cibus è Italia' pavilion generating revenues of over 14 million euro. It also consolidated the image and role of Cibus 2016 as a point of reference for agrifood."

With regard to the activities and innovations of Cibus 2016, four areas of interest will be dealt with: Special Sections, Conferences & Workshops, Incoming, and In-city Events. The reconstructed Exhibition Hall 7 of the fair was created by recreating in Parma the Cibusèltalia pavilion that was present at EXPO, now enhanced with a new west entrance and set to host in this edition innovation and special sections. In the Special Sections, the new Halal/Kosher area can be found, a showcase dedicated to Made in Italy products that are certified Halal and Kosher. Another new area will be the Seafood EXPO space, devoted to exhibitors in the fisheries sector where visitors will have the opportunity not only to discover the products but also to participate in meetings and workshops on the theme, taking place in the specific workshop area. The 18th edition of the event will also place particular focus on retail, with a conference that will concentrate on the role of the Distributor's Brand in the development of Italian exports. Another space dedicated to the analysis of issues concerning retail will be a workshop area within Pavilion 7 were afternoon appointments will be dedicated to the analysis of shelving abroad and how Made in Italy products are presented in the key target markets. Incoming activities will be realised in collaboration with ICE/Italian Trade Agency, which has always played a key role in the strategy of Cibus. This year, their involvement will be strengthened with an investment of over 2 million euro, allocated to the field of promotional actions to sustain the Italian agrifood marketed under the hallmark of "The Extraordinary Italian Taste", to host international importers and buyers.



Milano Moda Design 2016

Camera della moda lancia la nona edizione di Milano moda design

ilano Moda Design, nata con la finalità di celebrare il connubio tra moda e design, due ambiti che rappresentano l'eccellenza del made in Italy, è in agenda dall'11 al 17 aprile.

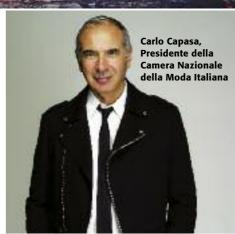
La manifestazione, coordinata da Camera Nazionale della moda italiana, raccoglie gli eventi dei brand che in occasione del Salone del mobile 2016, partecipano con le presentazioni delle proprie home collection o con eventi speciali in collaborazione con designer.

Sono 43 i brand presenti (tra cui Braccialini, N°21, Pollini, Valentino), 41 gli eventi e 13 le presentazioni delle collezioni home che compongono il calendario di Milano moda design.

L'hashtag ufficiale della manifestazione è #MilanoModaDesign e potrà essere vissuta in diretta anche grazie al sito milanomodadesign.it, dove saranno disponibili video, news e fotogallery.

Il Presidente della Camera Nazionale della Moda Italiana Carlo Capasa, con questo ulteriore evento conferma di volere difendere la filiera produttiva italiana, unica al mondo, mettendo al primo posto la difesa del "Made in Italy". "La partecipazione del Presidente del Consiglio alla

recente Settimana della Moda Donna a Milano, ha dato un riconoscimento serio e importante al nostro settore – ha detto Carlo Capasa, – il nostro è un settore base dell'economia italiana ed europea: siamo i primi in Europa col 41% di fatturato lordo di abbigliamento, tessile e accessori. È un grande primato che dobbiamo ribadire e a maggior ragione è importante il riconoscimento del presidente del Consiglio".



Milan Fashion Design 2016

The chamber of fashion launches the ninth edition of Milano Moda Design

ilano Moda Design, created with the goal of celebrating the union between fashion and design, two areas that represent the excellence of the Made in Italy brand, is scheduled to take place from 11 to 17 April.

The event, coordinated by the National Chamber of Italian Fashion, brings together the brand name events that, on the occasion of the 2016 Furniture Fair, participate by presenting their own home collections or with special events in collaboration with designers. There are 43 brand names present (among which Braccialini, N°21, Pollini, Valentino), 41 events and 13 home collection presentations included in the Milano Moda Design programme. The event's official hashtag is #MilanoModaDesign

and it can be seen live thanks to the milanomodadesign.it website, where videos, news and photo galleries will be available.

With this additional event, the President of the National Chamber of Italian Fashion, Carlo Capasa, confirms that he wants to defend the Italian production chain, the only in the world, by putting the advocacy of the "Made in Italy" brand in first place. "The Italian Prime Minister's participation at the recent Women's Fashion Week in Milan was serious and important recognition of our sector" said Carlo Capasa. "Our sector is a fundamental one in the Italian and European economy: we are in first position in Europe with 41% of gross sales volume with regard to clothing, textiles and accessories. This is a leading position that we need to reiterate, which makes recognition by the Italian Prime Minister even more important."

Ercole Olivario 2016: ecco i migliori extra vergine d'Italia

Umbria e Lazio le regioni più premiate del prestigioso concorso dedicato all'oro verde

ono stati proclamati a Perugia i vincitori della XXIV edizione dell'Ercole Olivario, prestigioso concorso dedicato alle eccellenze olivicole del Bel Paese, indetto dall'Unione Italiana delle Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura, in collaborazione con la Camera di Commercio di Perugia e il sostegno del Sistema Camerale Nazionale, delle associazioni dei produttori olivicoli, degli enti e delle istituzioni impegnate nella valorizzazione dell'olio di qualità italiano.

I numeri della XXIV edizione: 249 gli oli partecipanti, provenienti da 17 regioni della Penisola. 100 i finalisti, di cui 51 a denominazione d'origine (DOP e IGP) e 49 Extra; tra questi ben 30 biologici. E non è stato facile il compito svolto durante la fase finale della competizione dai 16 degustatori, eminenti esperti del settore, facenti parte della Giuria Nazionale, che hanno esaminato i "campioni" selezionati dalle 17 Commissioni Regionali. Elevatissimo è risultato infatti lo standard qualitativo di questa edizione, che ha visto dunque l'extravergine italiano riscattarsi dopo un'annata, quella 2014-2015, decisamente sfortunata.

Umbria e Lazio le regioni che si sono aggiudicate il maggior numero di premi, con tre riconoscimenti a testa, seguono, con uno, Toscana, Puglia, Calabria, Liguria, Abruzzo e Sardegna.

"Quest'anno - ha commentato Giorgio Mencaroni, Presidente del Comitato di Coordinamento del Concorso - oltre all'attività di selezione del Concorso, abbiamo voluto offrire dei servizi che potranno essere utilizzati dalle imprese come strumenti per favorire la propria crescita nel settore. Un primo servizio riguarda il miglioramento del livello di digitalizzazione: a tutti i 249 partecipanti verrà fornito uno studio sulla presenza on-line della propria azienda, con indicazioni per ottimizzarne la visibilità. Il secondo supporto è rivolto alla trasparenza delle etichette: grazie alla collaborazione con Agroqualità verrà fatta una verifica sulla presenza degli elementi obbligatori previsti dai Regolamenti europei e relativi decreti attuativi in materia di etichettatura.

L'internazionalizzazione è il terzo ambito di attività per il quale desidero ringraziare ancora l'agenzia ICE, che svolge un ruolo fondamentale per la promozione del Made in Italy nei mercati esteri. Ringrazio inoltre il CREA, Centro di ricerca per l'olivicoltura e l'industria olearia, che ha seguito con impegno e professionalità le selezioni regionali".



ELENCO COMPLETO DI TUTTI I PREMI ASSEGNATI DALLA XXIV EDIZIONE DELL'ERCOLE OLIVARIO

CATEGORIA OLIO EXTRAVERGINE DOP FRUTTATO LEGGERO

1° CLASSIFICATO

Olio extravergine DOP TERRE DI SIENA dell'Azienda Agricola Buoni o del Buono Maria Pia di Cetona - SIENA 2° CLASSIFICATO

Olio extravergine DOP UMBRIA COLLI ASSISI SPOLETO dell'Azienda Agraria Marfuga di Campello sul Clitunno -PERUGIA

CATEGORIA OLIO EXTRAVERGINE DOP FRUTTATO MEDIO

1° CLASSIFICATO

Olio extravergine DOP COLLINE PONTINE dell'Azienda Agricola Biologica Orsini di Priverno - LATINA

2° CLASSIFICATO

Olio extravergine DOP UMBRIA COLLI ORVIETANI dell'Azienda Eugenio Ranchino di Orvieto - TERNI

CATEGORIA OLIO EXTRAVERGINE DOP FRUTTATO INTENSO

1° CLASSIFICATO

Olio extravergine DOP TERRA DI BARI -**CASTEL DEL MONTE del Frantoio** Galantino di Bisceglie - BARLETTA **ANDRIA TRANI**

2° CLASSIFICATO

Olio extravergine DOP COLLINE PONTINE dell'Azienda Agricola Alfredo Cetrone di Sonnino - LATINA



CATEGORIA OLIO EXTRAVERGINE FRUTTATO LEGGERO

1° CLASSIFICATO

Olio extravergine dell'Azienda Cassini Paolo di Isolabona - IMPERIA 2° CLASSIFICATO

Olio extravergine della Società Agricola Ceraudo Roberto di Strongoli - CROTONE

CATEGORIA OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA FRUTTATO MEDIO

1° CLASSIFICATO

Olio extravergine dell' Azienda Agraria Viola di Sant'Eraclio di Foligno -**PERUGIA**

2° CLASSIFICATO

Olio extravergine dell'azienda Agricola Di Giacomo Sandro di Pianella - PESCARA

CATEGORIA OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA FRUTTATO INTENSO

1° CLASSIFICATO

Olio Extravergine dell'Azienda Agricola Callicarpo di Oliena - NUORO 2° CLASSIFICATO

Olio extravergine dell' azienda Agricola Adria Misiti di Sabaudia - LATINA



Ercole Olivario 2016: here are Italy's best extra virgin olive oils

Umbria and Lazio are the most awardwinning regions in the prestigious competition dedicated to "green gold"

he winners of the 24th edition of Ercole Olivario were announced in Perugia. This prestigious competition is dedicated to Italy's excellent olive oils, organized by the Italian Union of Chambers of Commerce, Industry, Artisanship and Agriculture, in collaboration with the Chamber of Commerce of Perugia and with the support of the National System of Chambers of Commerce, the olive-producing associations and the organizations and institutions engaged in highlighting the value of Italian high quality olive oil.

The numbers of the 24th edition: 249 oils participating, from 17 Italian regions. A hundred finalists, of which 51 with Designation of Origin (PDO and PGI) and 49 Extra Virgin; of these, a good 30 are organic. It was not an easy task, that performed in this final phase of the competition by the 16 tasters, eminent experts in the sector, who are part of the National Jury and who examined the "samples" selected by the 17 Regional Commissions. In fact, the quality standards were extremely high in this edition, in which Italian extra virgin olive oil redeemed itself following the decidedly unlucky previous year - that of 2014-2015.

Umbria and Lazio were the regions that won the most prizes, with three awards each, followed by Tuscany, Apulia, Calabria, Liguria, Abruzzo and Sardinia with one award each.

"This year - commented Giorgio Mencaroni, President of the Competition's Coordinating Committee - as well as the Competition's selection activity, we have also decided to offer services that can be used by businesses as tools to facilitate their growth in the sector. A first service regards improving the level of digitization: all 249 participants will be provided with a study on the on-line presence of their own company, with indications on how to optimize its visibility. The second support is aimed at transparency of labels: thanks to the collaboration of Agroqualità, the presence of the mandatory elements will be verified to ensure their compliance with the European Regulations and relative Implementation Decrees on the subject of labelling. Internationalization is the third area of activity for which I wish, once again, to thank the Italian National Institute for Foreign Trade, which carries out a fundamental role in the promotion of the Made in Italy brand in foreign markets. I also wish to thank CREA, Centre of research into olive-growing and the olive oil industry, which followed the regional selections with commitment and professionalism."

PREMI SPECIALI

- il Premio Speciale Amphora Olearia all'olio finalista che recherà la migliore confezione, secondo i parametri stabiliti dal Regolamento – assegnato all'azienda Terraliva - SICILIA
- la Menzione Speciale "Olio Biologico" – al prodotto, certificato a norma di legge, che otterrà il punteggio più alto tra gli oli biologici finalisti – assegnato all'olio extravergine DOP COLLINE PONTINE dell'Azienda Agricola Biologica Orsini - LAZIO
- il Premio Lekythos alla personalità straniera distintasi per conoscenza delle tecniche d'assaggio – assegnato all'Università dei Sapori
- il Premio "Il Coraggio di fare Nuove Imprese Agricole" – riservato alle aziende finaliste avviate nell'ultimo quinquennio – assegnato all'Azienda Agricola Callicarpo – SARDEGNA



In viaggio con Vespa

Un'avventura lunga 70 anni

n occasione dei festeggiamenti per i 70 anni di Vespa la Fondazione Piaggio dedica una grande mostra a uno degli aspetti più affascinanti ed evocativi della storia dello "scooter più venduto nel mondo", che dalla sua nascita ai giorni nostri coinvolge un numero sempre crescente di appassionati: il viaggio.

Nata all'indomani della II Guerra Mondiale come mezzo di trasporto individuale in grado di rimettere in moto un intero Paese, Vespa ha alimentato nei decenni il suo mito quale simbolo di libertà e di movimento. Compagna inseparabile delle prime gite fuoriporta nella società in rapido mutamento degli anni '50 così come dei riti di passaggio di più di una generazione di giovani (segno al tempo stesso di distinzione e di emancipazione), Vespa è da sempre l'intrepida protagonista delle avventure di un grande numero di viaggiatori, alcuni dei quali hanno affrontato sulle sue due ruote delle vere e proprie imprese che hanno colpito l'immaginario di molti.

Vespa è infatti il mezzo di trasporto ideale per viaggiare intorno al mondo in assoluta libertà, grazie alla sua estrema maneggevolezza, affidabilità e facilità di personalizzazione. Ogni viaggio con Vespa diventa un'avventura unica e originale, nell'eguale desiderio di macinare chilometri con leggerezza e inesauribile curiosità. E così che anche grazie a questi viaggiatori Vespa ha solcato e continua a solcare le strade dei cinque continenti, mostrandosi allo sguardo ammirato di milioni di persone e cementando il forte senso di appartenenza di una comunità di globetrotter sempre più numerosa e appassionata.

On the road with Vespa

An adventure 70 years long

n the occasion of the celebration of 70 years of Vespa, the Piaggio Foundation is dedicating a great exhibition to one of the most fascinating and evocative aspects in the history of the "best selling scooter in the world" that, since its creation, has been involving an increasing number of enthusiasts: the journey.

Vespa emerged in the aftermath of the Second World War as an individual means of transport able to get an entire country going again and, over the decades, its legend as a symbol of freedom and movement has continued to grow. An inseparable companion for out-of-town trips in the rapidly changing society of the 1950s, as well as the rites of passage of more than one generation of young people (a sign of distinction and, at the same time, of emancipation), Vespa has always been the intrepid protagonist of adventures for a large number









IN VIAGGIO CON VESPA



22 APRILE - 4 GIUGNO | MUSEO PIAGGIO

VIALE R. PIAGGIO, 7 - PONTEDERA (PI)

INAUGURAZIONE

venerdi 22 aprile - are 21,00 Auditorium del Museo Piaggio PRENOTAZIONE OBBLIGATORIA

BANCA POPOLARC DI LANGO







annalisa.ross@fondazionepiaggio.il

INFO E CONTATTI

www.museopiaggio.it

0587 2717.27

of travellers. Some of these tackled real challenges that struck a chord in many people's imaginations. Vespa is, in fact, the ideal means of transport for travelling around the world in total freedom, thanks to the fact that it is extremely easy to handle, reliable and simple to personalize. Every journey with Vespa becomes a unique and original adventure that will satisfy a person's desire to cover kilometres with agility and also their endless curiosity. In this way, thanks also to these travellers, Vespa has left its mark and continues to do so through the roads of the five continents, attracting the admiring glances of millions of people and reinforcing the strong sense of belonging to a community of increasingly numerous and enthusiastic globetrotters.

Le imprese della consulenza fanno rete nei mercati asiatici

Il progetto OPEN ASEAN è una rete tra tre società di consulenza (IBS Italia, Lattanzio Advisory e Dimensione Qualità) nata per affrontare insieme il vasto e lontano mercato del Sud-Est asiatico

obiettivo è fare squadra attraverso l'apertura di un ufficio operativo a Singapore che faccia da base per l'erogazione di servizi di consulenza a supporto delle PMI interessate ad entrare nei paesi ASEAN, l'Associazione delle Nazioni del Sud-Est asiatico che riunisce 10 Paesi: Tailandia, Indonesia, Malesia, Filippine, Singapore, Brunei, Vietnam, Laos, Myanmar e Cambogia.

La regione rappresenta un mercato molto interessante per le PMI italiane ed OPEN ASEAN nasce con lo scopo di fornire un supporto strategico ed operativo a tutti gli imprenditori che hanno intenzione di fare business nella regione.

Perché Singapore?

Investire nella città-stato è altamente strategico per una serie di fattori:

- Stabilità politica;
- Cornice legale solida, trasparente ed efficiente;
- Forza lavoro professionale e produttiva;
- Tassazione contenuta;
- È il quarto centro finanziario del mondo e il rating delle più grandi agenzie mondiali, lo classifica con una tripla A;
- È protagonista nelle dinamiche del commercio internazionale, grazie anche al suo porto che è tra i primi cinque per attività e traffico su scala mondiale;
- I suoi cittadini dispongono di un elevato potere d'acquisto grazie ad un PIL pro capite annuo tra i più alti al mondo (60.000 USD);
- Aeroporto internazionale e trasporto internodale all'avanguardia.

Tutti questi fattori rendono Singapore realmente business-friendly, un vero e proprio Hub privilegiato per espandere la propria presenza in tutti i Paesi dell'area ASEAN.

Per maggiori informazioni sul progetto visitare www.openasean.ite/o scrivere a info@ibsitalia.biz





Consulting firms build their strength in Asian markets

OPEN ASEAN is a project of three consulting firms (IBS Italy, Lattanzio Advisory and Dimension Quality) created to enter the far and wide South-East Asian market

The main goal of team building was to open an operating office in Singapore. The office serves now as a basis for the provision of consulting services to SMEs aiming at entering the ASEAN market, which is the Association of Southeast Asian Nations covering 10 countries: Thailand, Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore, Brunei, Vietnam, Laos, Myanmar and Cambodia.

The region is a very attractive market for Italian SMEs. Therefore ASEAN OPEN was created to provide strategic and operational support to all entrepreneurs who plan to do business in the region.

Why Singapore?

Investing in the city-state is highly strategic for a number of factors:

- Political stability;

- Solid, transparent and efficient legal frame;
- Job market productivity and a connected professional framework;
- Low taxation;
- It's the fourth among the world's financial centers and according to the largest world rating agencies, it is rated with a triple A;
- It's one of the main characters in the framework of international trades, thanks to its port which is among the top five for activities and traffic on a global scale;
- Citizens have a high purchasing power. As a matter of a fact, the annual per capita GDP is among the highest in the world (\$ 60,000);
- International Airport and advanced transportation.

All these factors make Singapore a really business-friendly environment, a real privileged Hub to expand our presence in all the countries of the ASEAN Group.

For more information about the project, visit www.openasean.it and / or write to info@ibsitalia.biz

Tennessee, dove il business è di casa

Il Tennessee si trova al centro del quadrante sud orientale degli Stati Uniti d'America e confina con ben 8 differenti stati.

Il nome dello Stato deriva da quello dell'omonimo fiume, il Tennessee, il quale ad oriente percorre tutto il territorio da nord a sud per poi scorrere in Alabama e rientrare nella parte occidentale. A livello internazionale sono molte ed importanti le industrie con sede in Tennessee e non manca anche la presenza di aziende italiane.

Andando ad approfondire la composizione del PIL dello stato, emerge come il contributo maggiore provenga dai servizi (21,9%) seguito dalle attività manifatturiere (18,3%), dal commercio (17,8%) e da finanza, servizi assicurativi ed immobiliari (15,2%).

Il Tennessee è tra i maggiori produttori degli Stati Uniti di marmo e zinco mentre, per quanto



riguarda l'agricoltura, le risorse principali sono rappresentate dall'allevamento di bovini e suini, dall'industria casearia e dalla coltivazione di soia, tabacco, foraggio, cotone, mais, grano, sorgo, fagioli, pomodori, meli e peschi. Sono diverse e molteplici le ragioni per scegliere il Tennessee, una realtà capace all'interno della Federazione a registrare negli ultimi anni la crescita più alta del PIL senza mettere in discussione la sua identità, ma riuscendo a trovare un equilibrio non sempre scontato tra tradizione e innovazione.

TENNESSEE, WHERE THE BUSINESS IS SO COMFY

Tennessee is located in the center of the southeast quadrant of the United States of America and is bordered by as many as 8 different states. The name of the state derives from the eponymous river, the Tennessee, which runs in the east through the territory from north to south and then flows through Alabama and the western part.

On an international level, there are many and important industries based in Tennessee and also Italian companies are not missing the presence in the region.

In order to investigate the composition of the GDP of the state, it emerges as the largest contribution comes from services (21.9%) followed by manufacturing (18.3%), commerce (17.8%) and finance, insurance services and real estate (15.2%).

Tennessee is among the largest producers among the Member States of marble and zinc while, with regard to agriculture, the main resources are represented by cattle and pigs, dairy, soybean crop, tobacco, fodder, cotton, corn, wheat, sorghum, beans, tomatoes, apple and peach trees. There are different and multiple reasons in order to choose Tennessee for a business purpose. It's a reality that, within the Federation has registered in recent years the highest growth of GDP, without questioning its identity, but failing to find a not always obvious balance between tradition and innovation



L'arredo Made in Italy è sempre più green

Il "Made in Italy" è indubbiamente sinonimo di qualità, bellezza e sapienza artigiana capace di consolidarsi con rispetto della tradizione e rimanendo al passo con l'innovazione. Tra i settori nei quali queste caratteristiche si estrinsecano con tutta evidenza troviamo certamente l'agroalimentare, il fashion e l'arredo-design. Il comparto italiano del legno-arredo torna a crescere nel 2015 per la prima volta dopo sette anni con un aumento della produzione del 2,6% supportato non solo grazie alla domanda estera che si conferma molto dinamica con una crescita attorno al 6%, ma anche a quella domestica, che in un solo anno ha recuperato circa l'1%.

THE FURNISHING MADE IN ITALY IS ALWAYS GREENER

The "Made in Italy" is undoubtedly synonymous of quality, beauty and craft skills that can be consolidated with respect to tradition and that can keep the pace with innovation. Among the sectors in which these characteristics are manifested quite clearly, we certainly find food processing, fashion and decor-design.

The Italian sector of furnishing and design returned to grow in 2015 for the first time in seven years with an increase of 2.6 % of production, supported not only by the foreign demand, which confirmed to be very dynamic with a growth of around 6%, but also by the domestic demand, which in one year has recovered of about 1%.

Reti di imprese: i numeri di un successo non annunciato

Dalla sua introduzione nel nostro ordinamento nel 2010 il contratto di rete ha rappresentato una novità di assoluto rilievo e un'opportunità da cogliere ed approfondire per il panorama produttivo italiano, storicamente e strutturalmente caratterizzato da una forte frammentazione delle filiere produttive e da una scala dimensionale delle imprese conseguentemente

ridotta

A livello dimensionale, a prevalere sono le Reti di dimensione ridotta con l'89,9% delle realtà che conta meno di dieci imprese associate e il 45,8% meno di quattro, ma si segnala come nel corso degli anni, il peso delle Reti composte da dieci imprese e oltre è raddoppiato, passando dall'8,2% nel 2011 al 16,3%

nell'agosto 2015.

A livello settoriale invece le Reti sono prevalentemente multisettoriali con ben l'84,0% delle Reti composto da imprese appartenenti a diversi comparti produttivi, mentre il 45,1% è composto - per almeno la metà - da imprese appartenenti ad uno stesso comparto produttivo.

BUSINESS NETWORKS: THE NUMBERS OF A SUCCESS NOT ANNOUNCED

Since its introduction into our law system in 2010, the so called "contratto di rete" represented a highly significant innovation and an opportunity to be seize and deepen the Italian production scene, historically and structurally characterized by a strong fragmentation of the production chain. That reduced the dimensional scale of companies accordingly. On a dimensional level, the small size networks (with less than 10 companies within the network) with 89.9% of the share market are the ones who prevail, and then there is the 45.8% (with less than four companies). It is noted over the years that the weight of the composed network of ten enterprises or more has doubled, from 8.2% in 2011 to 16.3% in August 2015. On a sector level, while the networks are predominantly multi-sectoral with 84.0% of networks composed of companies from different productive sectors, 45.1% of networks are companies belonging to the same production sector.





Origine preferenziale delle merci

In ambito doganale esistono due concetti di origine che contemplano finalità diverse, parliamo infatti di origine non preferenziale e origine preferenziale. Il concetto di origine non preferenziale gravita attorno a misure limitative all'importazione quali divieti, contingenti, massimali, dazi antidumping, etichettatura di origine, ecc. Per origine preferenziale invece si intende uno status insito della merce grazie al quale risulta assegnataria di diritto ad un trattamento tariffario preferenziale - un dazio

ridotto o un'esenzione del dazio - in ragione di specifici accordi di libero scambio stipulati tra paese esportatore e paese di destinazione della merce. Altra caratteristica per attribuire l'origine preferenziale delle merci è quella della sostanziale trasformazione ovvero il prodotto deve risultare sufficientemente trasformato e lavorato. L'Unione Europea ha ratificato accordi di commercio preferenziale sia di natura bilaterale, sia di natura unilaterale. Nell'ambito del commercio internazionale, la

definizione del concetto di origine risulta importante in quanto da essa scaturiscono i diversi trattamenti doganali e fiscali per le merci.

È importante ricordare che la disciplina ai fini doganali non deve assolutamente confondersi con il concetto di provenienza delle merci in quanto essa fa riferimento al luogo di produzione o di sostanziale lavorazione delle merci e discende da precise regole come abbiamo visto.

PREFERENTIAL ORIGIN OF GOODS

In the customs area, there are two different concepts that refers to "origin". We speak of non-preferential origin and preferential origin.

The concept of non-preferential origin gravitates to restrictive measures such as import bans, quotas, ceilings, anti-dumping duties, origin labeling, etc. Preferential origin instead, refers to inherent status of goods by which the assignee is entitled to preferential tariff treatment - a reduced rate of duty or exemption of duty - because of specific free trade agreements between the exporting country and the country of destination. Another feature to assign preferential origin of goods is

EXPORT

trade agreements, whether it is of bilateral nature or unilateral nature. In international trades, the definition of the concept of origin is important as it concerns the different customs and tax treatments for the goods. It is important to remember that the rules for customs purposes must not be confused with the concept of origin of goods, since it refers to the place of production or substantial processing of goods and comes

from precise rules as we have seen.

Made in Italy, l'agroalimentare coltiva il futuro

EXPORTIAMO :

Dopo anni di chiusura e sfiducia da parte degli istituti finanziari, oggi investire nel comparto agroalimentare appare sempre più strategico e vincente, con i big nostrani a fare a gara per concedere finanziamenti, moratorie e linee di credito capaci di andare incontro alle esigenze del comparto. Nelle ultime settimane infatti il Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, quidato da Maurizio Martina ha concluso accordi importanti per dare ossigeno e prospettiva al comparto sempre più sugli scudi e sempre più riabilitato quale





driver di sviluppo ed eccellenza per l'economia del Paese. Fondamentale nella strategia la promozione attraverso il segno unico distintivo presentato in occasione di Expo Milano – "The extraordinary Italian taste" – già utilizzato per il coordinamento di tutte le iniziative di promozione e comunicazione a livello

internazionale e per contrastare con maggiore forza il fenomeno dell'italian sounding, soprattutto sul mercato nord americano dove a dicembre è partita la campagna promozionale con un video realizzato da Silvio Muccino, ben visibile anche nel cuore di Manhattan, a Times Square.

MADE IN ITALY, THE FOOD CULTIVATES THE FUTURE

After years of closure and mistrust by financial institutions, today investing in the agricultural sector appears more and more strategic and successful, with our big "nostrani" that seem committed to making to grant loans, "moratorie" and lines of credit which are able to meet the needs of the sector.

In recent weeks in fact, the Ministry of Agriculture, Food and Forestry, led by Maurizio Martina concluded important agreements to increasingly give oxygen and perspective to the sector on the fiscal shelters as a driver for the excellence for the country's economy. Fundamental strategy in the promotion through the unique hallmark presented at Expo Milano – "The extraordinary Italian taste" – has already been used for the coordination of all promotional and communication initiatives at the international level. We can count with greater force, the phenomenon of 'Italian sounding', especially in the Northern American market; in this respect, in December the campaign with a video made by Silvio Muccino has started, which was clearly visible in the heart of Manhattan in Times Square.

Cuba, tante opportunità con vista sui Caraibi

the substantial transformation which is when the product is sufficiently transformed and assembled. The European Union has ratified the preferential

Nel 2015 nella piccola grande isola, si è segnato il record assoluto di flussi turistici in entrata con circa 3,5 milioni di presenze, mentre appare superfluo quardando alla storia, ribadire come il turismo rappresenti una delle risorse economiche più importanti per il sostentamento e la sopravvivenza stessa di Cuba. Oggi Cuba rappresenta un nuovo potenziale Eldorado ed è di fatto già iniziata la corsa, essendo vista l'economia cubana come sul punto di esplodere ma quello che è chiaro è che a Cuba non hanno alcuna intenzione di snaturare il proprio sistema faticosamente difeso in questi decenni. Le opportunità offerte da Cuba sono tutt'altro che trascurabili: l'economia del Paese sta vivendo un ciclo di espansione culminato in una crescita pari al 4% registrata nel 2015 e la previsione per il 2016 è intorno al 2%. Cuba è una realtà che con tutte le sue contraddizioni, vanta grandi potenzialità specialmente dal punto di vista del capitale umano, del sistema educativo ed in specifici settori di eccellenza come quello biomedico e medico, mentre un settore con grande margine di sviluppo è rappresentato dalle energie rinnovabili (oggi al 5% ma che il governo vorrebbe portare al 24% entro il 2020).

CUBA, MANY OPPORTUNITIES OVERLOOKING THE CARIBBEAN ISLANDS

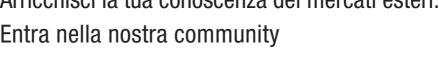
In 2015, the small, still large island has marked the absolute record of tourist inflows with approximately 3.5 million visitors, while it seems superfluous looking at history and confirming that tourism is one of the most important economic resources for the sustenance of the island and that is a very survival sector for Cuba. Today Cuba is a potential new Eldorado and in fact a race has already begun, with the Cuban economy as about to explode, but what is also clear is that Cuba has no intention of deviating from its system laboriously defended in recent decades. The opportunities offered by Cuba are far from negligible: the country's economy is experiencing a cycle of expansion culminated in an increase of 4% recorded in 2015 and the forecast for 2016 is around 2%. Cuba is a reality with all its contradictions, has great potential, especially in terms of human capital and in the education system in specific areas of excellence such as the biomedical and medical, and a sector with great room for development is represented by the energies renewables (now 5%, but that the government would like to raise it at 24% by 2020).



EXPORTIAMO.IT È IL PERIODICO

dedicato all'internazionalizzazione ed all'export delle aziende italiane nel mondo

> Arricchisci la tua conoscenza dei mercati esteri. Entra nella nostra community





Interviste

Schede Paese

Video reportage dal mondo

O Corsi di formazione

Newsletter

🕕 Eventi e fiere

Ufficio stampa



avel inform









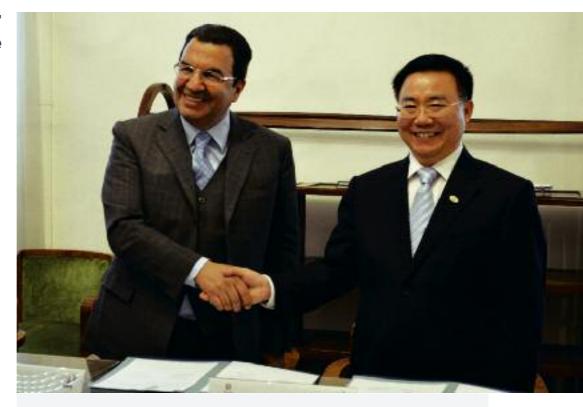
Nuovo piano d'azione Italia-Cina

Mise e Ufficio cinese per la Proprietà intellettuale definiscono piano per rafforzare cooperazione

1 Sottosegretario del Ministero dello Sviluppo Economico Antonio Gentile e il Vice Commissario dell'Ufficio Statale della Proprietà intellettuale della Repubblica Popolare di Cina (SIPO) He Zhimin hanno definito un piano d'azione allo scopo di rafforzare la collaborazione tra i due Paesi nel diffondere la cultura dell'innovazione attraverso il miglioramento e il potenziamento dei sistemi nazionali di tutela della proprietà industriale.

In base a tale intesa i due uffici nazionali preposti, la Direzione Generale Lotta alla Contraffazione-Ufficio Italiano Brevetti e Marchi del Mise (DGLC-UIBM) e il SIPO, si sono impegnati a diffondere, alle imprese e ai cittadini, nei rispettivi territori di riferimento, la consapevolezza circa il fenomeno della contraffazione e gli strumenti adeguati di difesa, ad attivare sevizi per l'utenza e per le PMI, a trasferire le reciproche conoscenze sui più recenti sviluppi in materia di proprietà industriale e di lotta alla contraffazione.

Il Sottosegretario Gentile ha posto in evidenza come "è fondamentale per gli operatori economici italiani fare affidamento su un sistema giuridico cinese che assicuri la tutela dei diritti di proprietà industriale e la certezza del diritto in tale ambito, affinché la nostra impresa, anche di piccole dimensioni, possa essere indotta a investire maggiormente in tale contesto. Per questo motivo assume carattere strategico intensificare la cooperazione con la Cina per la promozione e la tutela della proprietà industriale, migliorando l'efficacia del dialogo e dell'azione tra le nostre Amministrazioni, non solo con riferimento alla cooperazione nel settore della proprietà industriale, ma anche nel campo dell'enforcement e della lotta alla contraffazione. La creazione in Cina di un ambiente più favorevole alla proprietà industriale e all'innovazione - ha sostenuto il Sottosegretario Gentile incoraggerà ulteriori scambi tra i due Paesi in ambito commerciale, scientifico, tecnologico e culturale".



New Italy-China action plan

The Ministry of Economic Development and the Chinese Office of Intellectual Property define a plan to fortify cooperation

he Undersecretary of the Ministry of Economic Development, **Antonio Gentile**, and the Vice Commissioner of the State Intellectual Property Office of the People's Republic of China (SIPO), **He Zhimin**, have defined an action plan to strengthen collaboration between the two countries in dissemination of the culture of innovation, by improving and strengthening the national systems of industrial property protection.

Based on this understanding, the two designated national offices – the Directorate-General for the Fight against Counterfeiting – Italian Patent and Trademark Office of the Ministry of Economic Development (DGLC-UIBM) and the SIPO - are committed to disseminating, to businesses and citizens in their local areas, awareness with regard to the phenomenon of counterfeiting and adequate tools of defence, to activating services for users and for SMEs and to transferring mutual knowledge on the most recent developments on the topic of industrial

property and on the fight against counterfeiting.

The Undersecretary, Gentile, pointed out that "It is fundamental for Italian economic operators to be able to rely on a Chinese legal system that ensures the protection of industrial property rights and legal certainty in this area, so that our businesses, including smaller ones, can be encouraged to invest more in this context. For this reason, it is strategic to intensify cooperation with China for the promotion and protection of industrial property, by improving the effectiveness of dialogue and action between our Administrations, not only with reference to cooperation in the field of industrial property, but also in the field of enforcement and in the fight against counterfeiting. The creation of a more favourable environment for industrial property and innovation in China - according to Undersecretary Gentile - will promote further commercial, scientific, technological and cultural exchanges between the two countries."



Immigrati: 100.000 imprese in più in 5 anni

Marocco, Cina e Albania le nazioni leader tra gli imprenditori con passaporto straniero Una su tre è artigiana, il 21% è donna

cresciuto anche negli anni della crisi il numero di immigrati che hanno aperto un'impresa in Italia: nei dodici mesi dello scorso anno, le imprese individuali aperte da cittadini

nati fuori dell'Unione Europea sono aumentate di quasi 23mila unità, portando il totale di queste realtà a superare quota 350mila, il 10,9% di tutte le imprese individuali operanti nel nostro Paese. Cinque anni fa, a fine 2010, erano 100.000 in meno. Il dato assume ancora mag-



IVAN

gior significato considerando che il saldo complessivo delle imprese individuali lo scorso anno è stato pari a -0,1%. Lo rilevano Unioncamere-InfoCamere sulla base dei dati del Registro delle imprese delle Camere di commercio italiane. La presenza di piccoli imprenditori extra-UE si rivela particolarmente significativa nelle attività artigiane: oggi sono oltre 120mila, un terzo di tutte le microaziende di immigrati, con forti specializzazioni in settori economici quali i servizi alle imprese (dove il 23% è extra-UE), il commercio (16,4%) e le costruzioni (15,2%). La mappa della loro presenza sul territorio vede ai primi posti Toscana, Lombardia, Liguria e Lazio (tutte con una rappresentanza di micro-imprese di immigrati superiore al 15% del totale delle imprese individuali regionali), con Prato che, dall'alto del 40,9% di imprese individuali con passaporto extra-UE, si conferma la capitale virtuale dell'imprenditoria immigrata in Italia.

"Per gli stranieri giunti in Italia aprire un'impresa è certamente un modo per integrarsi nel nostro sistema economico e sociale" – commenta il Presidente di Unioncamere, Ivan Lo Bello. "Gli imponenti flussi migratori con i quali ci confrontiamo richiedono sicuramente politiche di accoglienza mirate. A queste, però, si possono affiancare strumenti e politiche di integrazione a basso costo quali quelle di supporto all'avvio dell'attività imprenditoriale. È questo un ambito nel quale le Camere di Commercio giocano un ruolo importante".



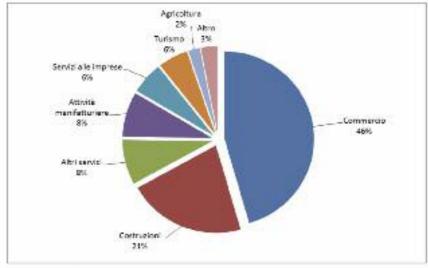


COSA FANNO

Tab. 3 - Distribuzione % settoriale delle imprese individuali con titolare Extra-UE al 31.12.2015

MACRO-SETTORI DI ATTIVITA'	Imprese individuali con titolare ExtraUE	Totale imprese individuali	Peso % imprese individuali ExtraUE sul totale imp. ind. nel settore
Commercio	161.313	982,102	16,4%
Costruzioni	75.742	498.229	15,2%
Altri servizi	29.583	481.939	6,1%
Attività manifatturiere	29.240	234.968	12,4%
Servizi alle imprese	20.757	90.345	23,0%
Turismo	19.194	188,760	10,2%
Agricoltura	7.483	666,200	1,1%
Altro	10.801	101.139	10,7%
TOTALE SETTORI	354.113	3.243.682	10,9%

Posts: Usloscomere-InfoCamere, Movimpress



Poste: Unioscomere-lejo Capture, Movimpruse







DA DOVE VENGONO: LA MAPPA DEI PAESI

LA 'TOP 10' DEI PAESI PER NUMERO DI IMPRESE INDIVIDUALI NEL 2015

Tab. 2 - IMPRESE INDIVIDUALI DI IMMIGRATI DA PAESI EXTRA-UE

Primi 10 paesi di provenienza dei titolari al 31 dicembre 2015 – Valori assoluti, saldi e tasso di crescita % nell'anno

Stato di nascita del titolare	Imprese individuali	paso % sul totale	Stato di nascita del titolare	Var. assoluta 2015-2014	Stato di nascita del titolere	Tasso di crescita % 2015*
MARDCCO	67,415	19,04%	BANGLADESH	3.195	GHAKA	24,4%
CINA	49.048	13,85%	MAROCCO	3,115	INDIA	22,4%
AIBANIA	30.503	8,73%	CINA	2.028	PAKISTAN	17,8%
BANGLADESH	28,800	8,13%	PAKISTAN	1.916	SRITANKA	15,5%
SENEGAL	19.413	5,48%	NIGERIA	1.593	NIGERIA	15,1%
EGITTO	16,839	4,76%	EGITTO	1.233	BANGLADESH	12,5%
SVIZZERA	15,928	4,50%	SENEGAL	1.221	SERBIA	11,1%
TUNISIA	14,060	3,97%	INDIA	1.069	ALGERIA	10,7%
PAKISTAN	12,658	3,57%	TUNISIA	561	K0550V0	10,0%
NIGERIA	12.156	3,43%	GHANA.	458	COSTA D'AVORIO	8,8%
TOTALE	354.113	100,00%	TOTALE PAESI	22,673	MEDIA PAESI	6,8%

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

LA DIMENSIONE TERRITORIALE

Tab. 7 - IMPRESE INDIVIDUALI DI IMMIGRATI DA PAESI EXTRA-UE

Graduatoria regionale per paesi di provenienza dei titolari al 31 dicembre 2015

REGIONE	Imprese Individuali Extra-UE	Totale imprese individuali	Quota su imprese ind. Extra-UE in regione	Paese 'TOP'	Imprese individuali	% su Extra-UE in regione
ABRUZZO	7.781	83,391	8,8%	SMZZERA	1.165	15,0%
BASILICATA	1.164	39,525	2.9%	MARGCCO	401	34,5%
CALABRIA	10.563	120.925	8.7%	MARGCCO	5.678	53,896
CAMPANIA	29.552	305,796	9,7%	MARGGOO	7.088	23,9%
EMILIA ROMAGNA	31,769	241.541	13.2%	MARGCCO	4.763	15,0%
FRIULFVENEZIA GIULIA	6.804	57,768	11,8%	SERBIA E MON.	834	12,3%
LAZIO	39.925	273.504	14,6%	BANGLADESH	12.561	31,3%
LIGURIA.	13,704	88,035	15,6%	ALBANIA	3.015	22,0%
LOMBARDIA	66.766	427.551	15,6%	EGITTO	10.368	15,5%
MARCHE	9.851	98,296	10,0%	CINA	1.758	17,8%
MOUSE	1,088	23,426	4,6%	MARGCCO	343	31,5%
PIEMONTE	23.793	254.544	9,3%	MARG000	7.886	33,1%
PUGLIA	12.241	244.898	5,0%	MARGCCO	2.695	22,0%
SARDEGNA	7.199	100.894	7,1%	SENEGAL	2.424	33,7%
SICILIA	19.504	280.804	6,9%	MAR0000	5.009	25,7%
TOSCANA	35.058	215.879	15,2%	CINA	10.038	28,6%
TRENTINO - ALTO ADIGE	3.557	64.753	5,5%	MARGCCO	623	17,556
UMBRIA	4.635	50.957	9,1%	MARGCCO	1.211	26,1%
VALLE D'AOSTA	353	6.868	5,1%	MARGCCO	118	33,4%
VENETO	28.706	259.327	11,1%	CINA	5.425	18,9%
ITALIA	354.113	3.243.682	10,9%	MAROCCO	67.415	19,0%

fante: Unionsamere Infollowere, Meningrese

he number of immigrants opening a business in Italy grew even during the years of crisis. Over the 12 months of last year, individual enterprises opened by citizens born outside the EU rose by nearly 23,000 entities, bringing the total of these to over 350,000, being 10.9% of all individual businesses operating in the country. Five years ago, at the end of 2010, there were 100,000 less. This figure assumes even greater significance considering that the overall amount of individual enterprises last year was equal to -0.1%. This was revealed by the Unioncamere-InfoCamere, based on data from the Business Register of the Italian Chamber of Commerce. The presence of small business owners from outside the EU is particularly significant in artisan activities: today there are more

Immigrants: 100,000 enterprises in 5 years

Morocco, China and Albania the leading nations amongst entrepreneurs with foreign passports. One in three is in artisan trade, 21% are female

than 120,000, one-third of all immigrant microenterprises, with strong specialisation in economic sectors such as business services (where 23% is from outside the EU), trade (16.4%) and construction (15.2%). The map of their presence in the territory sees in the top positions Tuscany, Lombardy, Liguria and Lazio (all with an immigrant microenterprise representation of more than 15% of the total regional sole proprietorships), with Prato that, from the 40.9% of individual enterprises with non-EU passports, confirms its place as the virtual capi-

tal of business owners who immigrated to Italy.

"For foreigners arriving in Italy to open a business, it is certainly one way to integrate into our economic and social system", said the President of Unioncamere, Ivan Lo Bello. "The massive migratory influx we are facing definitely requires focused reception policies. These, however, can be accompanied by instruments and integration policies with low cost, such as support systems for starting up business activities. This is an area in which the Chambers of Commerce play an important role."





Riunione d'Area CCIE Asia e Sudafrica a Mumbai

a Indo-Italian Chamber of Commerce and Industry (IICCI) ha ospitato dal 17 al 20 marzo 2016 a Mumbai l'annuale Riunione d'Area delle Camere di Commercio Italiane all'Estero (CCIE) Asia & Sud Africa. All'evento hanno partecipato i Presidenti e i Segretari Generali delle CCIE India, Tailandia, Singapore, Cina, Giappone, Vietnam, Corea, Hong Kong e Macao, Filippine, EAU, Qatar, Sud Africa.

In occasione di tale evento, nella giornata di venerdì 18 marzo, è stata organizzata una panel discussion sul tema "The Italics – A New Frontier for the Italian Glocal Business Communities".

La riflessione parte dal fatto che la globalizzazione e la crescente mobilità delle persone hanno favorito la nascita di nuove connessioni e relazioni, di nuovi soggetti e di nuove comunità globali.

In tale contesto, gli Italici sono i cittadini italiani in Italia e all'estero, i discendenti degli Italiani, gli Italofoni, gli Italofili. Si tratta di una comunità globale, stimata in oltre 300 milioni di persone: una comunità transnazionale, segnata

Panel Discussion sul tema ITALICI e Cerimonia di premiazione Ospitalità Italiana 2015-16

da appartenenze e cittadinanze declinate al plurale, caratterizzata da ibridazione di culture, prodotti, modi e mezzi di produzione. Questo termine è stato coniato da **Piero Bassetti**, Presidente della fondazione Globus et Locus ed ex Presidente di Assocamerestero, che ne ha tratteggiato il significato e le implicazioni per le comunità d'affari nel mondo attraverso il libro "Svegliamoci, Italici!".

La discussione ha avuto inizio con un video

"La comunità degli

Italici rappresenta

un mercato enorme.

il cui potenziale

non è ancora

compreso"

di Piero Bassetti in cui è stato introdotto il concetto di Italici, ed è proseguita con il dibattito di quattro relatori che rappresentano in maniera particolare l'identità italica: Ramesh Bulchandani, CEO Atlas Brands

(Bangalore, India), Dario Dezio (MD Ararella Fod, Pune, India), Simrita Dhillon, Titolare di Golmaal (Mumbai, India), Devendra Khandelwal, Presidente di Marco Polo Jewellers (Jaipur, India), ed il moderatore Cesare Saccani,

Vice Presidente della CCIE Mumbai.

Per il Segretario Generale della IICCI, Claudio Maffioletti, "La comunità degli Italici rappresenta un mercato enorme, il cui potenziale non è ancora compreso. Ci sono senz'altro molti aspetti che richiedono una riflessione più approfondita e meditata: quali sono le caratteristiche di un prodotto italico oppure di un'impresa italica? Quali sinergie è possibile generare tra prodotti "Made in Italy" e "Made by Italics"? Come si può sfruttare l'effetto di traino insito nei prodotti "Italian sounding"? E in tale contesto, quale ruolo possono assumere le 79 Camere di Commercio Italiane all'Estero? Presenti in 54 Paesi, le CCIE rappresentano circa 18.000 associati, 1'88% dei quali sono aziende locali che riconoscono nell'Italia un partner per il proprio business e/o per operazioni di investimento. Le CCIE per la loro natura di enti radicati nei territori in cui operano ma profondamente legati all'Italia, sono il punto di riferimento naturale di questa comunità.

A conferma dell'importanza dell'evento, la presenza di Gaetano Fausto Esposito Segretario Generale di Assocamerestero, che ha dichiarato: "Le CCIE dell'Area operano in

uno dei contesti di maggiore dinamismo del commercio internazionale, nonostante negli ultimi mesi si sia registrato un certo rallentamento, dovuto più che altro alle performances dell'economia cinese. In questa parte del mondo abbiamo generalmente Camere di più recente formazione, perché non si sono costituite sull'onda delle prime emigrazioni dall'Italia come è capitato in altri contesi (es. in Europa e America), che però hanno dimostrato in pochi anni una forte capacità nel realizzare progettazioni anche particolarmente innovative, per mercati che comunque presentano un livello di complessità superiore a quelli tradizionali, non solo

per la distanza geografica, ma per la necessità di assicurare un presidio stabile alle imprese, che va ben al di là della semplice attività di esportazione. Si tratta di un mestiere di assistenza e di affiancamento all'imprenditoria che vede le CCIE particolarmente attrezzare a fornire risposte puntuali e concrete."

Confirming the importance of the event is the presence of Gaetano Fausto Esposito, Secretary-General of the ICCA, who declared:

"The local ICCA of the Area operates in one of the contexts having greater dynamism in international commerce, despite there having been a slowdown in recent months, mostly owing to the performance of the Chinese

economy.

GAETANO FAUSTO ESPOSITO



"The Italics

community represents

an enormous market,

whose potential has

not yet been fully

comprehended"

In this part of the world, we generally have Chambers of more recent formation, because they have not been constituted in the wake of the initial migrations from Italy, as occurred in other contexts (for example, in Europe and America), yet which have demonstrated in just a few years a strong capacity to create particularly innovative projects for markets that still have a level of complexity greater than traditional ones, not only due to the geographic

distance, but for the necessity of ensuring a stable command of the businesses that extends far beyond mere exportation activities. This is a vocation of assistance and support for entrepreneurship that sees the ICCA particularly equipped to provide timely and concrete responses."

Asia and South Africa Area ICCA Meeting in Mumbai

Panel Discussion on the theme of ITALICS and the 2015-16 Italian Hospitality Awards

rom 17 to 20 March in Mumbai, the Indo-Italian Chamber of Commerce and Industry (IICCI) hosted the annual Area Meeting of the Italian Chambers of Commerce Abroad (IC-CA) for Asia and South Africa. The event was attended by the Presidents and Secretary-Generals of the ICCA for India, Thailand, Singapore, China, Japan, Vietnam, Korea, Hong Kong and Macau, the Philippines, UAE, Qatar and South Africa.

On the occasion of this event, a discussion panel was organised for Friday 18 March on the theme "The Italics – A New Frontier for the Italian Global Business Communities".

It commenced with reflections on the fact that globalisa-

tion and people's increasing mobility had favoured the emergence of new connections and relationships, new subjects and new global communities. In this context, the Italics are Italian citizens in Italy and abroad, the descendants of Italians, Italianspeakers and Italophiles. It is a global community, estimated to include more than 300 million people: a transnational body, marked by a wealth of memberships and nationalities, characterised by the hybridisation of cultures, products, ways and means of production. The term itself was coined by **Piero Bassetti**, President of the Globus et Locus foundation and former President of the ICCA, who

outlined the significance and the implications for business communities worldwide through his book "Svegliamoci, Italici!" ("Italics, Wake Up!").

The discussion commenced with a video of Piero Bassetti in which the concept of Italics was introduced, before continuing with discussions by four speakers representing the Italic identity in a particular manner: Ramesh Bulchandani, CEO Atlas Brands (Bangalore, India), Dario Dezio (MD Ararella Food, Pune, India), Simrita Dhillon, owner of Golmaal (Mumbai, India), Devendra Khandelwal, President of Marco Polo Jewellers (Jaipur, India), and moderator Caesar Saccani, Vice President of the ICCA Mumbai.

According to Secretary-General of the IICCI, Claudio Maffioletti: "The Italics community represents an enormous market, whose potential

has not yet been fully comprehended. There are certainly many aspects that require deeper and more considered reflection: what are the characteristics of an Italic product or even an Italic company? What synergies may be generated

between 'Made In Italy' and 'Made by Italics' products? How can one leverage the pulling power effect inherent in 'Italian sounding' products? And in this context, what role may the 79 Italian Chambers of Commerce Abroad assume? Present in 54 countries, the ICCA represent approximately 18,000 members, 88% of whom are local companies who recognise in Italy a partner for their own business and/or for investment operations. Given their nature as entities rooted in the territories where they operate yet deeply tied to Italy, the ICCA is the natural point of reference for members of this community."

PREMIAZIONE RISTORANTI ITALIANI ALL'ESTERO

La cultura e tradizione enogastronomica italiana rappresenta uno strumento ideale ed efficace per comunicare i valori dell'italicità, mentre i ristoranti italiani certificati con il progetto "Ospitalità Italiana" costituiscono la naturale piattaforma per aggregare la comunità degli italici. Pertanto, durante la serata si è svolta la cerimonia di premiazione del Progetto Ospitalità Italiana 2015-16, che si propone di identificare e certificare i ristoranti italiani autentici nel mondo: quest'anno in India 16 ristoranti italiani sono stati certificati con il marchio di eccellenza Qualità Italiana, alla presenza del Console Generale d'Italia a Mumbai, Ugo Ciarlatani.

ITALIAN RESTAURANTS IN THE WORLD AWARDS

The culture and tradition of Italian food and wine represents the ideal and most effective instrument to communicate the values of "italicity", whilst the Italian restaurants certified by the project "Italian Hospitality" constitute the natural platform for aggregating the Italic community. As such, the awards ceremony of the 2015-16 Italian Hospitality Project was held during the evening, aiming to identify and certify authentic Italian restaurants in the world. This year in India, 16 Italian restaurants were certified by the mark of Italian Quality excellence, in the presence of the Consul General of Italy in Mumbai, Ugo Ciarlatani.

I ristoranti certificati / The certified restaurants:

Ottimo Cucina Italiana (Chennai)

Ciao Bella (Goa)

Artusi Ristorante (Delhi)

Le Cirque (Delhi)

Prego (Delhi)

Sorrento (Delhi)

Tonino Ristorante (Delhi)

Dario's (Pune)

Dezio (Pune)

Favola (Pune)

Celini (Mumbai)

Fratelli Fresh (Mumbai)

Maritime by San Lorenzo (Mumbai)

Mezzo Mezzo (Mumbai)

Romano (Mumbai)

Vetro (Mumbai)



Gaeta anche quest'anno capitale del mare. Economia, turismo, sport, sapori, solidarietà

arte la IX edizione di Yacht Med Festival, la Fiera Internazionale dell'Economia del Mare, che si svolgerà a Gaeta (LT) dal 22 aprile al 1º maggio

2016, l'appuntamento che ha saputo imporsi in questi anni quale punto di riferimento per imprese, associazioni e istituzioni legate al ricco e variegato mondo del mare.

"L'edizione 2016 dello Yacht Med Festival avrà due parole d'ordine: internazionalizzazione e integrazione – ha spiegato Vincenzo Zottola, Presidente di Unioncamere Lazio e della Camera di Commercio di Latina, che organizza l'evento, patrocinato da AIPS Europe e Istituto Commercio. Proseguiremo il percorso intrapreso negli scorsi anni, rafforzando e avviando nuove partner-

ship internazionali di grande rilevanza. Ospiteremo la prima edizione dell'Euro Med Days dell'Economia del Mare, che vedrà rappresentanti di tutta l'area euromediterranea confrontarsi con l'obiettivo di condividere buone pratiche e nuovi progetti. Con autorevoli delegazioni della Tunisia e dell'Iran, inoltre, stringeremo accordi volti al sostegno delle nostre imprese all'estero". A testimonianza della vocazione internazionale della manifestazione, grazie alla presenza di una delegazione di imprese guidata dal Governo brasiliano di Santa Catarina nell'edizione 2011 di YMF, è nata la prima Fiera della Nautica Italiana in Brasile, la cui seconda edizione si svolgerà proprio nello stato di Santa Catarina, dal 4 al 7 Maggio prossimo. Saranno, inoltre, presenti rappresentanti dei 17 Paesi europei che aderiscono al Sector Group "Maritime Industries & Services" della rete europea Enterprise Europe Network, che si confronteranno insieme ad altre delegazioni dell'area Med con

> l'obiettivo di condividere le migliori pratiche ed elaborare proposte per uno sviluppo strategico dell'Economia del Mare, all'insegna dell'innovazione, della ricerca e della sostenibilità.

"Durante la manifestazione – ha aggiunto il Presidente Zottola – presenteremo il nuovo patto di cooperazione con l'Ente del Turismo Iraniano per lo sviluppo del turismo e del business Italia-Iran e rinnoveremo la collaborazione con la Camera di Commercio Tuniso-Italiana, con la quale stiamo organizzando la prima edizione dello Yacht Med Festival

Lazio Blue International in Tunisia. Come consuetudine, la Fiera Internazionale di Gaeta sarà anche l'occasione per presentare in anteprima il Quinto Rapporto nazionale sull'Economia del Mare elaborato da Unioncamere. Forte dei suoi 300.000 visitatori stimati della scorsa edizione, la Fiera Internazionale dell'Economia del Mare, si preannuncia come sempre ricca di appuntamenti. In programma, tra Workshop ed incontri BtoB, anche una ricca sezione sportiva con l'associazione dei campioni olimpici "Milleculure" con gare veliche, prove nuoto e di pallanuoto in mare, e l'affascinante sezione il mare e il cinema, con la partecipazione di attori ed esperti e le note del mare con l'interpretazione di popolarissime canzoni ispirate al tema".



Once again Gaeta is capital of the sea. Economy, tourism, sport, flavours, solidarity

he 9th edition of the Yacht Med Festival, the International Marine Economy Trade Fair is kicking off and will take place in Gaeta (Latina) from 22 April to 1 May 2016. In recent years, this event has become the point of reference for businesses, associations and institutions linked to the rich and varied world of the sea.

"The 2016 edition of the Yacht Med Festival will have two keywords: internationalization and integration - explains Vincenzo Zottola, President of Unioncamere Lazio (Italian Union of Chambers of Commerce of Lazio) and the Chamber of Commerce of Latina, which organizes the event, sponsored by AIPS Europe and the Institute of Commerce. We will continue the journey undertaken in recent years, strengthening and launching new, very important international partnerships. We will host the first edition of the Euro Med Days of the Marine Economy, where representatives from the entire Euro-Mediterranean area will be engaging with each other with the goal of sharing best practices and new projects. Furthermore, with authoritative delegations from Tunisia and Iran, we will enter into agreements aimed at supporting our businesses abroad." Bearing witness to the event's international vocation, thanks to the presence of a delegation of businesses led by the Brazilian Government of Santa Catarina in the YMF 2011 edition, the first Italian Nautical Trade Fair emerged in Brazil, the second edition of which will, in fact, take place in the state of Santa Catarina, from 4 to 7 May this year. Moreover, representatives from the 17 European countries participating in the "Maritime Industries & Services" Sector Group of the European network, the Enterprise Europe Network, will engage with other delegations from the Mediterranean area with the goal of sharing best practices and developing proposals for the strategic development of the Marine Economy, in the pursuit of innovation, research and sustainability.

"During the event-president Zottola added-we will introduce the new pact of cooperation with the Iranian Tourism Authority, in order to develop Italy-Iran tourism and business and we will renew collaboration with the Tunisian-Italian Chamber of Commerce, with which we are organizing the first edition of the Lazio Blue International Yacht Med Festival in Tunisia. As is customary, the International Trade Fair in Gaeta will also be a chance to present a preview of the Fifth National Report on the Marine Economy, developed by Unioncamere (Italian Union of Chambers of Commerce). On the strength of its 300,000 visitors estimated during the last edition, the International Marine Economy Trade Fair promises to be, as always, full of special events. In the programme, as well as Workshops and B2B meetings, there is also a rich sports selection including the association of Olympic champions 'Milleculure' with sailing contests, swimming and water polo trials in the sea, and the fascinating cinema and the sea section, with the participation of actors and experts and the music of the sea with performances of the most popular songs inspired by this theme.



VINCENZO



CCIAA di cuneo presenta "educazione finanziaria"



The Chamber of Commerce of Cuneo presents "financial education"

An editorial work of protection for citizens who are consumers and specifically money savers

he Authority, of which Ferruccio Dardanello is president, already at the summit of the national and current regional Unioncamere (Italian Union of Chambers of Commerce), confirms its commitment in favour of transparency in the markets, including the financial one, in order to protect citizens who are consumers and specifically those who are money savers. Also by highlighting the value of the rules alphabetically contained in the editorial work drawn up by the national vice president of ABI (the Italian Banking Association), Beppe Ghisolfi, and distributed in a high quality version by the Savigliano publisher Nino Aragno. "This is a mission that, along with all the others under our institutional and statutory jurisdiction, we intend to go ahead with, even in the changed and more penalizing financial framework determined by the central government's stability manoevres. For us, for the Cuneo chamber authority alone, this will mean fewer resources, by as much as seven million euro over a financial year", says the Cuneo president. "The

Chamber of Commerce represents - in an economic situation, like that of the province of Cuneo, marked out by the predominant presence of small and medium-sized enterprises spread throughout the territory - a connecting and coordinating factor based not on state transfers but on company ones, which translate into services from credit support to internationalization, and this makes government measures even more illogical." President Dardanello therefore thanks the banker and friend Ghisolfi "for the tireless work of economic patronage" and, while outlining the economic framework of Cuneo, he pauses, with great emotion, over the memory of the late head of ATL Gianni Vercellotti. "The award of the Golden Seal conferred on him by our CCIAA brought him his final smile, and this stimulus makes us determined to carry on his passionate work". He goes on to specify the situation of the airport of Levaldigi: "We hope that the imminent launch of the route to Bari will be the precondition for restoring flights to Tirana, which would coincide with the first unanimous and economic institutional mission of the Cuneo system, which I consider an exemplary model, to the southern Balkans."

Un'opera editoriale a tutela dei cittadini consumatori e nel caso specifico risparmiatori

Ente presieduto da Ferruccio Dardanello, già vertice nazionale e attuale regionale di Unioncamere, conferma il proprio impegno a favore della trasparenza dei mercati, compreso quello finanziario, a tutela dei cittadini consumatori e nel caso specifico risparmiatori. Anche valorizzando i precetti alfabeticamente racchiusi nell'opera editoriale redatta dal vice nazionale Abi Beppe Ghisolfi e distribuita nella versione di pregio dell'editore saviglianese Nino Aragno. "Una missione che, assieme a tutte le altre di nostra competenza istituzionale e statutaria, intendiamo portare avanti anche nel mutato e più penalizzante quadro finanziario determinato dalle manovre di stabilità del Governo centrale e dalle quali deriveranno, per noi, solo per l'ente camerale di Cuneo, minori risorse fino a sette milioni di euro nell'arco di un esercizio annuale - dichiara il presidente cuneese – la Camera di Commercio rappresenta, in una realtà a economia diffusa come quella della Granda, un fattore connettivo e di coordinamento basato su trasferimenti non statali ma aziendali, che si traducono in servizi dal sostegno al credito alla internazionalizzazione, e questo rende ancora più illogico il provvedimento governativo". Il presidente Dardanello ringrazia pertanto il banchiere e amico Ghisolfi "per la infaticabile opera di mecenatismo economico" e, nel tracciare il quadro economico cuneese, si sofferma con commozione sul ricordo del compianto vertice di ATL Gianni Vercellotti - "Il conferimento del Sigillo d'oro da parte della nostra Cciaa gli ha donato l'ultimo sorriso, e questo è sprone che ci determina a proseguirne l'appassionato lavoro" – e puntualizza la situazione aeroportuale di Levaldigi - "L'imminente decollo della linea per Bari ci auguriamo sia premessa per ripristinare il volo per Tirana, il che coinciderebbe con la prima missione corale ed economico istituzionale del sistema Cuneo. che per me resta esemplare modello, nei Balcani del Sud".





MILANO

Galleria del Corso, 2 - 20122 Milano Tel. +39 02 3657.1756 - info@brazilplanet.it

SÃO PAULO

Rua Joaquim Floriano, 871 - 11° andar 04534-013 Tel + 5511 3488-4638 - Fax + 5511 3488 4601 info@brazilplanet.com.br

ROMA

Viale Oceano Atlantico 4 – 00144 Tel. +39 06 5919749 Fax. +39 06 5919682 info.roma@brazilplanet.it

PALERMO

Via Giovanni Campolo, 92 90145 – Palermo Tel/Fax +39 091 681 1844 info.sicilia@brazilplanet.it

GOIÁS

Avenida R-9 n° 61 Setor Oeste 74125-110 Goiânia Tel. +55 062 3291 4141 Fax. +55 062 3291 1227

Un mondo di opportunità PER IL TUO BUSINESS

L'Agenzia BRAZIL Planet

offre servizi mirati ad agevolare l'inserimento dell'imprenditoria nei mercati italiano e brasiliano, facilitando la creazione di rapporti economici, scambi commerciali, flussi di investimenti e culturali tra il Brasile, l'Italia ed i Paesi dell'Unione Europea. In quanto associazione, BRAZIL Planet offre servizi prevalentemente orientati ai soci; tuttavia, su richiesta e con preventivo gratuito, fornisce servizi generali anche per i non soci.

BRAZIL PLANET, AGENZIA PER LA PROMOZIONE DELLE RELAZIONI ITALIA-BRASILE

L'Agenzia BRAZIL Planet si propone di promuovere le relazioni tra Italia e Brasile, e di informare sulla costante ascesa che il Brasile svolge nell'ambito internazionale, in collaborazione con tutti gli attori che già operano nel contesto delle relazioni italo-brasiliane.

BRAZIL Planet è un'associazione di operatori ed imprese italiane e brasiliane, libera ed elettiva, apolitica e senza finalità di lucro.

BRAZIL Planet opera in sintonia con le Autorità diplomatiche italiane e brasiliane, con l'Agenzia ICE, la Promos e le Camere di Commercio Italiane in Brasile, per coordinare e realizzare programmi di comune interesse.

BRAZIL Planet ha sede a Milano e uffici di rappresentanza a San Paolo, Goiás, Palermo e Roma.

UM MUNDO DE OPORTUNIDADES PARA O SEU NEGÓCIO

A Agência BRAZIL Planet oferece serviços que visam a inserção no mercado italiano e brasileiro de empresas, facilitando as relações econômicas, o comércio internacional, o fluxo de investimentos e de cultura entre o Brasil, a Itália e os países da União Europeia. Sendo uma associação, BRAZIL Planet oferece serviços preferencialmente destinados aos sócios; porém, os serviços gerais podem ser oferecidos aos não sócios, sempre mediante uma prévia de valores gratuita.

BRAZIL PLANET, AGÊNCIA PARA A PROMOÇÃO DAS RELAÇÕES ITÁLIA-BRASIL

A Agência BRAZIL Planet propõe-se a promover as relações entre Itália e Brasil, informando sobre o crescimento contínuo que o Brasil exerce no contexto internacional, em colaboração com todos aqueles que já operam nas relações ítalo-brasileiras. BRAZIL Planet é uma associação de operadores e empresas italianas e brasileiras, livre e eletiva, apolítica e sem fins lucrativos.

BRAZIL Planet opera em sintonia com as autoridades diplomáticas italianas e brasileiras, como o ICE, a Promos e as Câmaras de Comércio Italianas no Brasil para coordenar e realizar programas de interesse comum.

BRAZIL Planet possui sede em Milão e representação em São Paulo, Goiás, Palermo e Roma.

SPECIALE FIMAR 2016



Feira Internacional da Economia do Mar

Itajaí | 04-07 | Maio | 2016



La nautica unisce l'Italia e il Brasile

A náutica une a Itália e o Brasil

Assonautica e Acatmar: uniti come solo il mare può fare

Assonáutica e Acatmar unidos por um único propósito: o mar

La Campania, "Regione Ospite" della seconda edizione di Fimar

Campania, "Região Hóspede" da segunda edição da FIMAR

Vitelli: "Entusiasmo e passione per diventare i primi al mondo"

Vitelli: "Entusiasmo e paixão para ser os primeiros no mundo"

REALIZAÇÃO ORGANIZAÇÃO















APOIO























successo a Florianopolis capitale dello Stato (Giugno 2015). Superando la concorrenza di altri Paesi interessati a questo grande mercato la FIMAR è l'unica Fiera italiana e brasiliana dedicata all'economia del mare. La FIMAR é il risultato degli accordi firmati tra il governo italiano, attraverso

IMAR è la prima Fiera Internazionale dell'Economia del Mare Italia-Brasile, che si svolge nello Stato brasiliano di Santa Catarina. La prima edizione si è svolta con

accordi firmati tra il governo italiano, attraverso il Ministero dello Sviluppo Economico, Ucina ed il Governo di Santa Catarina. La FIMAR è organizzata dalla Brazil Planet in collaborazione con Ucina, Federpesca, Assonautica Italiana e Acatmar – Associazione Nautica di Santa Catarina per il

La partecipazione italiana è assistita dalla AGENZIA ICE, con un "Punto Italia", luogo di accoglienza e informazioni per operatori e visitatori, a dimostrazione del ruolo importante svolto dalla nautica italiana sullo scenario mondiale

Il Ponte della Nautica Brasile-Italia



Ponte da Náutica Brasil-Itália

IMAR é a primeira Feira Internacional da Economia do Mar Itália-Brasil, que acontece no estado de Santa Catarina. A primeira edição foi realizada com sucesso em Florianópolis, capital do Estado (junho de

Superando a concorrência de outros países interessados a este mercado, FIMAR é a única Feira, italiana e brasileira, dedicada à economia do mar. A FIMAR è o resultado dos acordos siglados entre o governo italiano, através do Ministério do Desenvolvimento Economico, Ucina e o Governo de Santa Catarina. A FIMAR é organizada pela Brazil Planet com colaboração da Ucina, Federpesca, Assonáutica Italiana e da Acatmar – Associação Náutica Catarinense para o Brasil.

A participação italiana será coordenada pela Agência ICE, órgão para internacionalização das empresas italianas, que será um ponto de hospitalidade e de informação aos operadores e visitantes, valorizando o importante papel ocupado pela Itália no cenário mundial.

FABIO PORTA



rasile e Italia sono legati in un flusso continuo di scambi culturali, economici, sociali. Tra le istituzioni democratiche dei due Paesi esistono forti vincoli di amicizia e proficui rapporti di collaborazione, rafforzatisi negli ultimi anni grazie alla pre-

senza nel Parlamento italiano di rappresentanti eletti residenti in Brasile ed all'esistenza di un accordo di cooperazione tra le due Camere dei Deputati operativo attraverso una apposita commissione bilaterale.

In questo contesto un livello di conoscenza maggiore tra i due Paesi, contribuisce a sviluppare non solo gli scambi politico-istituzionali, ma soprattutto quelli culturali, economici e sociali. Tra questi, l'accordo tra il Governo di Santa Catarina e l'Italia per la Nautica, rappresenta una importante risorsa che unisce territori, settori e competenze. Cosi, l'opportunità della Fiera della Nautica Italiana a Santa Catarina, diventa non solo una leva straordinaria di interscambio tra i due paesi, ma anche il rilancio a sostegno di questo importante comparto produttivo italiano, ampiamente riconosciuto in tutto il mondo come qualcosa di unico, di desiderabile e di originale.

Brasil e Itália estão ligados em um fluxo contínuo de intercâmbios culturais, econômicos, sociais. Entre as instituições democráticas dos dois países existem fortes laços de amizade e relacionamentos de colaboração, fortalecidos nos últimos anos devido à presença de representantes no Parlamento italiano que foram eleitos pelos residentes no Brasil, além da existência de um acordo de cooperação entre as duas Câmaras de Deputados operado por meio de uma comissão bilateral especial.

Neste contexto, um nível mais elevado de conhecimento entre os dois países contribui para desenvolver não só os intercâmbios políticos e institucionais, mas também os culturais, econômicos e sociais. Entre eles, o acordo entre o Governo de Santa Catarina e da Itália para o setor náutico, representa um importante mecanismo para a união de territórios, setores e habilidades. Assim, a oportunidade de realizar a Feira Náutica italiana em Santa Catarina torna-se não só uma alavanca extraordinária de intercâmbio entre os dois países, mas também um novo impulso ao apoio a este importante setor produtivo italiano, amplamente reconhecido em todo o mundo como algo único, desejável e original.

di On.le Deputato **Fabio Porta**, Presidente del Comitato Italiani nel mondo e Promozione del Sistema Paese della Camera dei Deputati

La nautica unisce l'Italia e

AL VIA LA SECONDA EDIZIONE DELLA PRIMA FIERA DELL'ECONOMIA DEL MARE DELL'ITALIA IN BRASILE A ITAJAÌ DAL 4 AL 7 MAGGIO 2016

a quantità di cantieri nautici in Brasile e l'offerta di imbarcazioni è molto diversificata ed il design predominante è quello italiano. L'Italia, quindi, non può rinunciare alla possibilità di crescere a fianco del Brasile con una delle eccellenze del nostro Made in Italy.

ITALIA-SANTA CATARINA. In questo grande mercato, un primo passo è stato fatto nello Stato di Santa Catarina, un terreno fertile per il settore della nautica, dove è nata la prima Fiera dedicata alla

nautica specificatamente italiana in Brasile, frutto degli accordi bilaterali tra il Ministero dello Sviluppo Economico Italiano, Ucina ed il Governo di Santa Catarina, promossi e sostenuti dalla associazione Brazil Planet.

Il Governo di Santa Catarina è infatti candidato a pieno titolo

a diventare un polo di riferimento a livello nazionale per l'industria nautica brasiliana: è ad oggi uno degli Stati più attivi nel segmento, e ha già in cantiere per i prossimi anni migliorie ai porti esistenti, la realizzazione di nuovi porti e marine, nonché di distretti navali di riferimento per il settore nazionale.

Come ha tenuto a sottolineare il Presidente dell'ICE Riccardo Monti: "Se sono le esportazioni a farci guardare con ottimismo al futuro, il Brasile rappresenta una grande opportunità. Bisogna tenere in grande considerazione l'appeal per il Made in Italy e il legame dell'Italia da parte del Brasile: non dimentichiamo che il Brasile è il Paese nel mondo che ospita la più grande popolazione di oriundi italiani, dove l'Italia è di casa e dove il Brasiliano, quando si parla di bello e di stile, pensa immediatamente all'Italia. Èchiaro che dobbiamo costruire su questo tipo di vicinanza e di amicizia tra i due Paesi per generare un flusso di business, di investimenti, di attività di esportazioni molto più forte. Da qui, il valore degli accordi già siglati tra il Governo di Santa Catarina ed il Governo italiano, supportate





Presidente ICE-Agenzia

dall'ICE, che stanno dando vita a quei risultati che auspicavamo, e che non sempre i protocolli di rito garantiscono. Questa seconda edizione di FIMAR, la prima Fiera della nautica italiana in Brasile, rappresenta una conferma importante a supporto del nostro obiettivo: sostenere il Made in Italy della nautica che porta nel mondo la classe, l'eleganza, l'alta tecnologia e l'innovazione che caratterizzano da sempre il prodotto nazionale".

Un valido sostegno a FIMAR è stato dato dalla BrazilPlanet promotrice degli accordi tra il Governo di Santa Catarina e l'Italia."Siamo molto orgogliosi di essere stati i fautori della nascita di FIMAR, che trova il suo valore e la sua forza nella collaborazione tra tutti i partners coinvolti – ha commentato Domenico Calabria Presidente dell'associazione Brazil Planet, delegato dello Stato brasiliano per la Nautica in Italia - Fimar, rappresenta il risultato concreto degli accordi bilaterali stretti tra il Governo di Santa Catarina e quello italiano, che ci hanno permesso in questi anni di 'navigare insieme' verso un obiettivo comune. La seconda edizione di FIMAR che si svolgerà dal 4 al 7 Maggio a Itajaì, importante polo nautico dello stato di Santa Catarina, sarà un'ulteriore occasione per presentare il meglio delle nostre competenze: design, tecnologia e fabbricazione italiana".

il Brasile



A náutica une a Itália e o Brasil

Foi dada a largada à segunda edição da primeira feira da Economia do Mar Itália-Brasil em Itajaí de 4 a 7 de maio de 2016

quantidade de estaleiros náuticos no Brasil e a oferta de barcos é muito diversificada e a concepção de design que predomina é a italiana. A Itália, portanto, não pode renunciar à oportunidade de crescer ao lado do Brasil com uma das excelências do nosso Made in Italy.

ITÁLIA-SANTA CATARINA. Neste grande mercado, um primeiro passo foi dado no Estado de Santa Catarina, um terreno fértil para o setor náutico, o berço da primeira exposição dedicada especificamente à náutica italiana no Brasil, resultado de acordos bilaterais entre o Ministério do Desenvolvimento Econômico Italiano (Mise), com a União Nacional da Indústria Naval e Afins (Ucina) e com o Governo de Santa Catarina, contando com a promoção e o apoio da Associação Brazilplanet.

O Governo de Santa Catarina é, de fato, candidato a tornar-se um pólo de referência a nível nacional para a indústria náutica brasileira: é hoje um dos Estados mais ativos do segmento e já programa melhorias para os portos existentes para os próximos anos, além da construção de novos portos e marinas, bem como distritos navais de referência para o setor nacional.

Como enfatizou o presidente da Agência ICE, Riccardo Monti: "Se as exportações nos fazem olhar com otimismo para o futuro, o Brasil representa uma grande oportunidade. Devemos levar em consideração o forte apelo pelo Made in Italy e os laços italianos por parte do Brasil: não podemos esquecer que o Brasil é o país que abriga a

maior população de origem italiana no mundo, onde a Itália é "de casa" e o local o brasileiro quando se trata de beleza e estilo - pensa imediatamente na Itália. É claro que devemos delinear, dentro desta proximidade e amizade entre os dois países, um fluxo muito mais forte de negócios, investimentos e exportações. A partir disso, o valor dos acordos já assinados entre o Governo de Santa Catarina e o Governo italiano, apoiados pela Agência ICE, estão dando vida a estes resultados que esperávamos - e que nem sempre os protocolos garantem. Esta segunda edição da FIMAR, a primeira feira náutica italiana no Brasil, é uma confirmação importante que sustenta nossos objetivos: favorecer o Made in Italy do setor náutico, mostrando ao mundo a classe, elegância, alta tecnologia e a inovação que sempre caracterizou o produto nacional".

Um válido apoio à Fimar foi dado pela Brazilplanet, que promoveu os acordos entre o Governo de Santa Catarina e a Itália. "Estamos muito orgulhosos por sermos os alavancadores do início da Fimar, o que comprova o valor e a forca da colaboração existente entre todos os parceiros envolvidos. A Fimar é o resultado concreto de acordos bilaterais firmados entre o Governo de Santa Catarina e a Itália, que permitiu que "navegássemos juntos" nestes anos em busca de um objetivo comum. A segunda edição da FIMAR, que acontece de 04 a 07 de maio em Itajaí, importante pólo náutico de Santa Catarina, será uma oportunidade a mais para apresentar o melhor de nossas competências: o design, a tecnologia e a fabricação italiana", afirmou Domenico Calábria, presidente Associação Brazilplanet e delegado do Estado Brasileiro para Náutica na Itália.

CARLO



e numerose iniziative di promozione all'export per il 2016 a favore delle PMI coordinate con le priorità individuate dal Governo e dall'Ice, nel piano di promozione del Made in Italy per favorire la partecipazione a fiere interna-

zionali e missioni all'estero, incrementeranno notevolmente l'accesso delle nostre imprese ai nuovi mercati esteri.

La presenza italiana all'appuntamento FIMAR, Fiera Internazionale dell'Economia del Mare Italia-Brasile che si svolge nello Stato di Santa Catarina, conferma la peculiarità della nautica italiana quale massima espressione del Made in Italy, in un grande mercato, appunto il Brasile, paese con il quale siamo uniti dalla cultura, dalla storia e da proficui rapporti bilaterali in campo economico ed industriale, nonché in materia di formazione e trasferimento di tecnologie.

Parte di questa storia di bellezza, unicità, eccellenza e innovazione del Made in Italy viene quotidianamente scritta dagli operatori del settore nautico, i quali oggi hanno davanti un'importante opportunità di crescita e la possibilità di riconquistare il meritato posizionamento a livello internazionale.

s numerosas iniciativas de promoção para exportações em 2016 a favor das PME's em coordenação com as prioridades identificadas pelo Governo e Agência ICE, o plano de promoção do Made in Italy para incentivar a participação em feiras internacionais e missões no exterior, aumentará significativamente o acesso das empresas a novos mercados estrangeiros.

A presença italiana na agenda FIMAR, Feira Internacional da Economia do Mar Itália-Brasil, que acontece no Estado de Santa Catarina, confirma a peculiaridade da náutica italiana como a mais alta expressão do Made in Italy, em um grande mercado, justamente o do Brasil, país com o qual estamos unidos pela cultura, a história e as proveitosas relações bilaterais no campo econômico e industrial, como também a formação e transferência de tecnologias.

Parte desta história de beleza, singularidade, inovação e excelência do Made in Italy é diariamente relatada pelos operadores do setor náutico, que hoje possuem avante uma importante oportunidade de crescimento e uma chance de recuperar a posição merecida a nível internacional.

di Carlo Capria,

Presidenza del Consiglio dei Ministri (Dipartimento per la Programmazione e il Coordinamento della Politica Economica)

ASSONAUTICA E ACATMAR

Assonautica e Acatmar: uniti come solo il mare può fare

LE DUE ASSOCIAZIONI HANNO IN COMUNE LA RISORSA MARE E LE ATTIVITÀ CONNESSE

SSONAUTICA ITALIANA (Associazione nazionale per la nautica da diporto il turismo nautico e l'economia del mare) e ACATMAR (Associazione Nautica di Santa Catarina per il Brasile) si sono "conosciuti" in occasione dello Yacht Med Festival di Gaeta 2012, ripromettendosi di incontrarsi nuovamente, a tutto vantaggio dello sviluppo economico e delle imprese dei due Paesi. Nell'occasione il Segretario Generale di ASSONAUTICA Italiana Matteo Dusconi ed il Presidente di ACATMAR, Manè Ferrari, si sono stretti la mano e si sono uniti come solo il mare può fare, gettando le basi per un accordo di collaborazione che ha sorvolato Mediterraneo e Atlantico. E così è avvenuto in questi anni, grazie alle rinnovate presenze dello Stato di Santa Catarina al Salone Nautico di Genova, nelle varie missioni tra i due Paesi e soprattutto nella stretta collaborazione per la realizzazione della FIMAR, la prima Fiera della Nautica Italiana in Brasile, avvenuta a Giugno dello scorso anno a Florianopolis, Capitale dello stato di Santa Catarina, che ha riunito imprenditori italiani e brasiliani stabilendo partnership e nuovi business.

ASSONAUTICA, ha avviato questi importanti contatti con ACATMAR e quindi con lo Stato brasiliano di Santa Catarina grazie alla preziosa collaborazione di Domenico Calabria, della Brazil Planet, per promuovere un progetto di interscambio economico e culturale che, prendendo spunto anche dall'iniziativa della Cambusa di Assonautica, si propone di favorire la collaborazione tra Italia e Brasile, a tutto vantaggio dello sviluppo economico e delle imprese dei due Paesi.

Comune è infatti la visione strategica delle due Associazioni, derivante dai legami che esse hanno con il territorio. Comune è la "risorsa mare", con le attività ad essa connesse: diportismo, porti turistici, servizi per la nautica, collegamenti con le risorse naturali, storico-culturali, artigianali, enogastronomiche.

Forti di questi presupposti e risultati ottenuti, ASSONAUTICA e ACATMAR si incontrano ancora alla seconda Edizione di FIMAR, che si svolgerà a Itajaì, importante polo nautico di Santa Catarina.



Assonáutica e Acatmar unidos por um único propósito: o mar

As duas Associações têm em comum os recursos do mar e as atividades conexas

Assonautica Italiana, associação nacional da náutica de recreio, turismo náutico e economia do mar e Associação Náutica de Santa Catarina para o Brasil (Acatmar) se conheceram em Gaeta, no Yacht Med Festival em 2012, comprometendo-se em encontrar-se novamente, para o benefício do desenvolvimento econômico e das empresas dos dois países. Na ocasião, o Secretário-Geral da Assonáutica Italiana, Matteo Dusconi, e o presidente da Acatmar, Manè Ferrari, estreitaram-se as mãos se uniram como somente o mar pode ser fazer, abrindo o caminho para um acordo de cooperação que voou sobre o Mediterrâneo e o Atlântico . E assim ocorreu nestes anos, graças à presença do Estado de Santa Catarina no Salão Náutico de Gênova, nas várias missões entre os dois Países e, especialmente, na estreita colaboração para a realização da FIMAR, a primeira feira náutica italiana no Brasil, que aconteceu em junho de 2015 em Florianópolis, Capital do Estado, que reuniu empresários brasileiros e italianos estabelecendo parcerias e novos negócios.

Assonáutica, iniciou esses importantes contatos com ACATMAR e sucessivamente com o Estado brasileiro de Santa Catarina com a colaboração inestimável de Domenico Calabria, da Brazilplanet, para promover um projeto o intercâmbio econômico e cultural que, sugerida pela iniciativa "Cambusa da Assonautica", tem como objetivo incentivar a colaboração entre a Itália e o Brasil.

É, de fato, esta visão estratégica comum de promover a competitividade real das empresas que derivam os laços entre as associações e as respectivas empresas italianas e brasileiras, fomentando o fortalecimento das atividades que envolvem a cultura náutica: o lazer, as marinas, os serviços, as conexões com os recursos naturais, a história e a cultura, artesanato e enogastronomia.

Providos dessas premissas e resultados obtidos, Assonáutica e Acatmar se reúnem novamente na segunda edição da FIMAR, realizada em Itajaí, importante pólo náutico de Santa Catarina.







Feira Internacional da Economia do Mar

Itajaí | 04-07 | Maio | 2016



Venha visitar a FIMAR 2016

Seminários FIMAR 2016

NÃO PERCA A OPORTUNIDADE DE CONHECER AS NOVIDADES EM EQUIPAMENTOS E TECNOLOGIA DO MAR.

ATRAÇÕES

- Feira Internacional da Economia do Mar
- Rodada de Negócios
- Seminários
- Concurso FIMAR de Interior Yacht Design e Moda Náutica
- Vitrine Gastronômica Brasil e Itália

ENTRADA GRATUITA

INSCRIÇÃO GRATUITA!

Participe de toda a programação ou escolha o Seminário de seu interesse.

DATA 05 e 06 de maio de 2016

LOCAL Auditório do Centreventos Itaiaí

Programação

05/05 Q	UINTA-FE	IRA		
14h às 16h	Seminário 1	Portos – tecnologia, logistica e inovação		
16h às 18h	Seminário 2	O futuro do mercado de Cruzeiros no Brasil		
18h às 20h	Seminário 3	Turismo e Sustentabilidade da Economia do Mar		
06/05 SEXTA-FEIRA				
14h às 16h	Seminário 4	O Pescado na Alimentação Humana: Segurança, Qualidade e Beneficios para a Saúde		
16h às 18h	Seminário 5	Inovação em Interior Yacht Design e Moda Náutica		
18h às 20h	Seminário 6	Como importar e exportar na Economia do Mar		

O evento emitirá ceritificado de participação.

Inscreva-se pelo site

II Ponte della Nautica che ci unisce A Ponte Náutica que nos une

L'EVENTO

FIMAR è la prima Fiera Internazionale dell'Economia del Mare Italia-Brasile, che si svolge nello Stato brasiliano di Santa Catarina. La prima edizione si è svolta con successo a Florianopolis capitale dello Stato (Giugno 2015).

Superando la concorrenza di altri Paesi interessati a questo grande mercato la FIMAR è l'unica Fiera italiana e brasiliana dedicata all'economia del mare. La FIMAR é il risultato degli accordi firmati tra il governo italiano, attraverso il Ministero dello Sviluppo Economico, Ucina ed il Governo di Santa Catarina. La FIMAR è organizzata dalla Brazil Planet in collaborazione con Ucina, Federpesca, Assonautica Italiana e Acatmar – Associazione Nautica di Santa Catarina per il Brasile.

La partecipazione italiana è assistita dalla AGENZIA ICE, con un "Punto Italia", luogo di accoglienza e informazioni per operatori e visitatori, a dimostrazione del ruolo importante svolto dalla nautica italiana sullo scenario mondiale

O EVENTO

FIMAR é a primeira Feira Internacional da Economia do Mar Itália-Brasil, que acontece no estado de Santa Catarina. A primeira edição foi realizada com sucesso em Florianópolis, capital do Estado (junho de 2015).

Superando a concorrência de outros países interessados a este mercado, FIMAR é a única Feira, italiana e brasileira, dedicada à economia do mar. A FIMAR è o resultado dos acordos siglados entre o governo italiano, através do Ministério do Desenvolvimento Economico, Ucina e o Governo de Santa Catarina. A FIMAR é organizada pela Brazil Planet com colaboração da Ucina, Federpesca, Assonáutica Italiana e da Acatmar – Associação Náutica Catarinense para o Brasil.

A participação italiana será coordenada pela Agência ICE, órgão para internacionalização das empresas italianas, que será um ponto de hospitalidade e de informação aos operadores e visitantes, valorizando o importante papel ocupado pela Itália no cenário mundial.



PERCHÉ SANTA CATARINA

Lo Stato di Santa Catarina si trova in una posizione privilegiata del Mercosul, a metà strada tra i due maggiori poli industriali del continente: San Paolo e Buenos Aires. In particolare Santa Catarina, oltre ai suoi 25 cantieri attivi, risulta essere la regione brasiliana con il maggior numero di porti distribuiti lungo gli oltre 500 chilometri di costa: vanta infatti 5 porti ben attrezzati (São Francisco do Sul, Itajaí, Imbituba, Navegantes e Itapoá), sui 37 complessivi che possiede il Brasile, cosa che rende Santa Catarina il secondo polo nautico del Brasile.

POROUÊ SANTA CATARINA

O estado de Santa Catarina se encontra em uma posição privilegiada no Mercosul, entre os dois maiores pólos industriais do continente: São Paulo e Buenos Aires. Em particular, Santa Catarina, além dos seus 25 estaleiros ativos, é a região brasileira com o maior número de portos distribuídos ao longo dos seus 500 quilômetros de costa: Santa Catarina, possui 5 portos modernos (São Francisco do Sul, Itajaí, Imbituba, Navegantes e Itapoá), dentre os 37 presentes no Brasil. Além disso, é o segundo polo náutico brasileiro.

IL PONTE DELLA NAUTICA

La collaborazione ormai radicata tra il Governo di Santa Catarina e l'Italia ha preso il via nel 2011, quando una delegazione istituzionale ed imprenditoriale dello Stato ha visitato il Festival del Mare di Gaeta e ha preso i primi contatti. A questo primo appuntamento ha fatto seguito la successiva missione brasiliana al Salone Nautico di Genova nell'ottobre 2012 (in occasione della quale è stato sottoscritto, con il MISE e l'UCINA, un Memorandum d'Intesa), nonché la partecipazione alle successive edizioni del Salone nel 2013, 2014 e 2015.

Sono state realizzate due missioni italiane guidate dal MiSE e dall'Agenzia ICE: alla fiera Exponautica a Biguaçu (nel 2012) e a Florianopolis (nel 2013).

PONTE DA NÁUTICA

A parceria já estabelecida entre o Governo de Santa Catarina e a Itália iniciou em 2011, quando uma delegação institucional e empresarial do Estado, visitou o Festival do Mar em Gaeta e estabeleceu os primeiros contatos. Após esta, seguiu uma missão brasileira para o 52º Salão Náutico Internacional de Gênova em outubro de 2012 (na ocasião, foi assinado um memorando de intenções com o MiSE (Ministério do Desenvolvimento Econômico italiano) e UCINA (União Nacional da Indústria Naval), bem como a participação nas sucessivas edições em 2013, 2014 e 2015. Depois disso foram realizadas duas missões italianas, lideradas pelo MISE: a feira Exponáutica de Biguaçu (Novembro de 2012), e uma missão posterior, em Florianópolis (Junho de 2013).



onte da Náutica Brasil-Itália













APOIO





















FIMAR.com.br

Fiera Internazionale Economia del Mare

Itajaí | 04-07 | Maggio | 2016



ITAJAÌ, IMPORTANTE POLO NAUTICO DELLO STATO DI SANTA CATARINA, GIÀ PALCOSCENICO DI DUE TAPPE DELLA VOLVO OCEAN RACE

ITAJAÍ, IMPORTANTE POLO NÁUTICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA, CENÁRIO DE DUAS EDIÇÕES DO VOLVO OCEAN RACE

FIMAR 2016 - Iledizione

Itajaí è una delle città che più cresce in Brasile. Localizzata sulla costa nord di Santa Catarina, la città oggi è il secondo Polo Nautico in Brasile e la migliore città di medie dimensioni in termini di qualità della vita.

Con la Volvo Ocean Race, Itajaí è stata protagonista sulla rotta degli eventi nautici internazionali. Nel 2015, la città è per la seconda volta punto di arrivo della Transat Jacques Vabre – la maggior gara di vela dell'Atlantico. Con l'arrivo di grandi cantieri nella città e la costruzione della Marina di Itajai. In corso d'opera, la città si conferma ancora di più come polo nautico.

Itajaí é uma das cidades que mais crescem no País. Localizada no litoral norte de Santa Catarina, a cidade e hoje é o secondo Polo Náutico do Brasil e também a melhor cidade de porte médio em qualidade de vida.

Com a Volvo Ocean Race, Itajaí entrou definitivamente na rota dos eventos náuticos internacionais. Em 2015, a cidade é pela segunda vez ponto de chegada da Transat Jacques Vabre – maior prova à vela do Atlântico. Com a chegada de grandes estaleiros na cidade e a construção da Marina de Itajaí, que está em obras, a cidade vai se reafirmar ainda mais como polo náutico.

FIMAR BUSINESS NETWORKING

A supporto dell'attività fieristica tradizionale, la seconda edizione di FIMAR prevede un efficace attività di business networking per facilitare lo scambio tra i due Paesi e favorire l'obiettivo finale delle aziende partecipanti.

NEI 4 GIORNI DI FIMAR:

LEARNING: aggiornamento sulle principali opportunità dell'economia del mare (forum, dibattiti e conferenze) con la partecipazione di qualificati esperti pubblici e privati dei due Paesi;

AREA B2B PUNTO ITALIA: coordinata dall'Agenzia ICE, UCINA, Federpesca, Assonautica Italiana, ACATMAR e SEBRAE, incontri b2b pre-agendati per agevolare gli scambi commerciali:

EXHIBITING: fiera tradizionale con spazi espositivi singoli e collettivi a disposizione degli espositori e servizi di assistenza;

VISITE AZIENDALI PRE-AGENDATE: presso le aziende brasiliane, con servizio di transfer e traduzione gratuiti.

FIMAR BUSINESS NETWORKING

Para contribuir no sucesso da segunda edição da FIMAR, serão previstas atividades de business networking para facilitar o intercâmbio entre os dois países, para alcançar plenamente o objetivo desejado pelas empresas participantes.

NOS 4 DIAS DA FIMAR:

LEARNING: atualização sobre as principais oportunidades da economia do mar (forum, conferências e debabates), com a participação de especialistas dos setores público e privado dos dois países;

ÁREA B2B PUNTO ITÁLIA: coordenada pela Agência ICE, UCINA, Federpesca, Assonautica Italiana, ACATMAR e SEBRAE, serão realizados encontros b2b préagendados, para facilitar os intercâmbios;

EXHIBITING: feira tradicional com espaços de exposições individuais e coletivos disponíveis aos expositores com serviços de assistência completos.

CONHECENDO AS REALIDADES LOCAIS: serão realizadas visitas "in loco", nas empresas brasileiras, pré-agendados, serviços de transfer e tradução gratuito.



CATEGORIE MERCEOLOGICHE

IMPIANTI - ACCESSORI - MACCHINARI - MECCANICA NAVALE - MATERIE PRIME E APPLICAZIONI - ELETTRONICA E DOMOTICA - MOTORI E SISTEMI DI PROPULSIONE - LAVORAZIONI CONTO TERZI - ARREDO, PROGETTAZIONE E DESIGN - SICUREZZA - REFIT & AFTER SALES - ATTREZZATURE PER LA VELA - SERVIZI - TURISMO NAUTICO E PESCA PROFESSIONISTICA E SPORTIVA.

Durante la fiera saranno programmati dei seminari e, attraverso le schede delle aziende partecipanti, gli incontri con aziende e operatori locali per dar seguito al business tra i due Paesi.

Registrati su: www.fimar.com.br

SETORES E CATEGORIAS

SISTEMAS - ACESSÓRIOS - MÁQUINAS - MECÂNICA
NAVAL - MATÉRIAS-PRIMAS E APLICAÇÕES ELETRÔNICA E AUTOMAÇÃO - MOTORES E SISTEMAS
DE PROPULSÃO - SERVIÇOS TERCEIRIZADOS MOBILIÁRIO, PROJETOS E DESIGN - SEGURANÇA REFIT & PÓS-VENDA - EQUIPAMENTOS PARA VELA SERVIÇOS - TURISMO NÁUTICO E DE PESCA
PROFISSIONAL E ESPORTIVA.

Durante a feira serão programados seminários e reuniões com as empresas e operadores locais para prosseguir com as parcerias e negócios entre os dois países, por meio das fichas das empresas participantes.

Register online at: www.fimar.com.br

AGENZIA PER LA PROMOZIONE DELLE RELAZIONI ITALIA-BRASILE Galleria del Corso, 2 - 6° piano - 20122 Milano | Italia Tel. +39 02 3657.1756 - info@brazilplanet.it



Vitelli: "Entusiasmo e passione per diventare i primi al mondo"

"I NUMERI DICONO CHI SIAMO, MA NON COME SIAMO ARRIVATI FIN QUI. DIETRO A QUESTI RISULTATI PULSA LA NOSTRA PASSIONE PER IL MARE, PER LA NAVIGAZIONE, PER IL NOSTRO LAVORO. E PER LE SFIDE? COSTRUIRE LA BARCA PIÙ BELLA, AFFIDABILE, TECNOLOGICA, INNOVATIVA ED ASSISTERLA SEMPRE E OVUNQUE"

zimut Benetti, il più grande produttore di imbarcazioni a motore di lusso al mondo, tramite un proprio sito produttivo è presente in Brasile, ad Itajaì nello stato di Santa Catarina, primopolo nautico del paese. Azimut do Brasil Yachts conferma la strategia seguita in questi anni, da Azimut: diversificare il rischio Paese e compensare la domanda debole dell'Europa con una crescente esposizione sui mercati emergenti.

PAOLO VITELLI, IL FONDATORE E PRESIDENTE DI AZIMUT BENETTI SI RACCONTA: "Sono molto orgoglioso della mia azienda. È l'azienda che si è sviluppata di più negli ultimi anni ed è una delle pochissime controllate da una sola famiglia, senza bisogno di azionisti finanziari esterni. Tutto cominciò da una mia passione per la nautica evidente già da quando avevo cinque anni. A 21, ancora universitario, decisi di trasformare questa passione in un lavoro. Iniziò così questo percorso meraviglioso, qualche volta affannoso, ma sempre appassionato, che ci ha portato a diventare i primi al mondo".

QUANDO INIZIA LA VOSTRA STORIA?

"Fondai questa azienda quando ero universitario. Nel 1969 iniziammo con il commercio di barche, poi, dopo qualche anno, passammo alla produzione. A un certo punto siamo diventati i primi al mondo e Noi lo siamo da 20 anni e qualche volta invidio chi fa l'inseguitore invece della lepre. Credo che richieda di mettersi sempre in condizione di sfida con se stessi e mai rilassarsi. Se tutta la squadra aziendale, dico squadra pensando non solo al management ma anche alla forza lavoratrice, si mette continuamente in discussione, si può rimanere al vertice".

QUANTO CONTA L'ESTERO?

"Siamo una delle aziende più internazionalizzate d'Italia. Esportiamo il 99% delle nostre imbarcazioni fuori dai confini nazionali, anche perché la crisi ha ridotto moltissimo il mercato interno. Ma è interessante anche sottolineare che esportiamo l'80% fuori dai confini europei. Pur essendo ancora strutturati come una media azienda abbiamo la sfida di vendere in 70 paesi in giro per il mondo".





QUANTO C'È DI ITALIANO IN AZIMUT BENETTI?

"Siamo profondamente italiani. Appena è arrivata la crisi abbiamo riportato tutta la produzione in Italia, orgogliosi che il prodotto nascesse proprio qui. Così come una Ferrari può nascere solo in Italia io credo che una barca Azimut Benetti possa nascere solo in Italia. E in questo Paese noi troviamo tutti gli elementi di creatività necessari per una barca: lo stile degli esterni, il gusto degli interni, i materiali, i tessuti, i mobili e la tecnologia".

COME VENIAMO ACCOLTI ALL'ESTERO?

"Essere italiani oggi è un grande orgoglio. L'Italia ha delle debolezze ma ha anche delle grandi peculiarità che nessun altro ha. La nostra storia, il nostro territorio, il nostro gusto del bello, la nostra arte... In qualità di ambasciatori di questa forza immensa veniamo non solo accettati ma visti con grande favore da parte di potenziali clienti. E più abbiniamo la nostra cultura al nostro prodotto più siamo vincenti. In particolare, dopo esser stati per molti anni tra i primi fornitori del mercato brasiliano e per soddisfare quindi la domanda crescente del mercato sudamericano, da anni siamo presenti con uno stabilimento di circa 45.000 metri quadri, di cui il 50% sono coperti, nello Stato di Santa Caterina, in Brasile.

E a dimostrazione l'interscambio tecnico ed ingegneristico fra le risorse italiane e brasiliane, abbiamo trasferito il know-how ai collaboratori locali, prevedendo la presenza di tecnici brasiliani in Italia per attività di aggiornamento sui nuovi modelli e personale tecnico italiano in Brasile per il costante supporto e collegamento".

zimut Benetti, o maior produtor de barcos de luxo a motor no mundo, por meio de seu próprio local de produção está presente no Brasil, em Itajaí, em Santa Catarina, primeiro pólo náutico do país. Azimut do Brasil Yachts confirma a estratégia seguida nos últimos anos pela empresa: diversificar o risco-país e compensar a fraca demanda na Europa, com uma crescente exposição nos mercados emergentes.

inovador e acompanhá-lo sempre e em qualquer lugar"

Por trás destes resultados pulsa a nossa paixão pelo mar, pela navegação, pelo nosso trabalho. E os desafios? Contruir o barco mais bonito, confiável, tecnológico,

PAOLO VITELLI, O FUNDADOR E PRESIDENTE DA AZIMUT BENETTI RELATA: "Sou muito orgulhoso da minha empresa. É a empresa que mais se desenvolveu nos últimos anos e é uma das poucas administradas por uma única família, sem a necessidade de acionistas financeiros externos. Tudo começou a partir de minha paixão pela náutica que era já era evidente quando eu tinha cinco anos. Aos 21, ainda na universidade, decidi transformar essa paixão em um trabalho. Começou assim este caminho maravilhoso — algumas vezes dificultoso, mas sempre apaixonante — e que acabou nos transformando os primeiros no mundo".

OUANDO INÍCIA A VOSSA HISTÓRIA?

"Fundei esta empresa quando ainda era estudante universitário. Em 1969 iniciamos com o comércio de barcos, em seguida, após alguns anos, começamos a produzir. Em um certo momento nos tornamos os primeiros no mundo, posto em que permanecemos há 20 anos. Às vezes eu invejo aqueles que fazem o papel do caçador e não o da lebre. Creio que seja necessário estarmos sempre em condições de desafio com nós mesmos e nunca relaxar. Se toda a equipe empresarial e refiro-me à equipe completa, e não somente os gestores - estiver constantemente em competição, pode-se permanecer no ápice".

QUANTO CONTA O EXTERIOR?

"Somos uma das empresas mais internacionalizadas na Itália. Exportamos 99% das nossas embarcações para além das nossas fronteiras, até mesmo porque a crise tem reduzido muitíssimo o mercado interno. Mas é interessante ressaltar que exportamos 80% para fora da Europa. Apesar de ainda sermos estruturados como uma empresa de médio porte, temos o desafio de vender em 70 países ao redor do mundo".

QUANTO TEM DE ITALIANO NA AZIMUT RENETTI?

"Somos extremamente italianos. Assim que iniciou a crise, trouxemos toda a produção para a Itália, orgulhosos que a produção venha a nascer justamente aqui. Assim como uma Ferrari pode nascer exclusivamente na Itália, acredito que um barco Azimut Benetti possa nascer somente na Itália. Neste país encontramos todos os elementos necessários para a criação de um barco: o estilo externo, o bom gosto do interior, os materiais, os tecidos, os móveis e a tecnologia".

COMO SOMOS RECEPCIONADOS NO EXTERIOR?

"Sermos italianos hoje é um grande orgulho. A Itália tem alguns pontos fracos, mas também grandes peculiaridades que ninguém mais tem. A nossa história, o nosso território, o nosso bom gosto pelo belo, a nossa arte... Na condição de embaixadores desta imensa forca, somos não somente aceitos, mas vistos favoravelmente pelos clientes potenciais. E quanto mais combinamos nossa cultura com o nosso produto, mais somos bem-sucedidos. Em particular, depois de termos sido por muitos anos um dos primeiros fornecedores do mercado brasileiro e, assim, atender à crescente demanda do mercado sul-americano, há muitos anos estamos presentes com um estabelecimento de cerca 45 mil metros quadrados, com uma área 50% coberta, em Santa Catarina, no Brasil".

E demonstrando o intercâmbio técnico e de engenharia entre os recursos italianos e brasileiros, transferimos o know-how aos colaboradores locais, proporcionando a presença de técnicos brasileiros na Itália para atividades de atualização sobre os novos modelos, bem como a ida de técnicos italianos ao Brasil para constante suporte e conexão.

LA ROTTA DELLE IMPRESE VERSO I NUOVI MERCATI

Le eccellenze espresse della nautica italiana, portano nel mondo la classe, l'eleganza, l'alta tecnologia e l'innovazione che caratterizzano da sempre il Made in Italy





We the Italians. Two flags. One heart

Cento interviste

ra febbraio e marzo, Umberto Mucci, il fondatore del network **We the Italians**, dedicato agli Italiani negli USA, ha svolto un primo giro di presentazioni del suo libro "We the Italians. Two flags. One heart. One hundred interviews": una selezione delle migliori 100 interviste realizzate dall'autore. Ogni intervistato ha un interessante e originale punto di vista dato dalla sua storia, dalla sua attività e dal suo ruolo, per analizzare il rapporto tra Italia e USA.

La comunità italiana negli USA, composta dagli italoamericani e dagli Italiani nati in Italia e poi trasferitisi in America, costituisce un gruppo prestigioso e vincente di diversi milioni di persone positive e motivate, con un talento tipicamente italiano e il desiderio di realizzare il loro sogno americano.

Il tour di presentazioni ha visto centinaia di persone coinvolte nelle 10 tappe, ognuna orga-



nizzata insieme al gruppo che, in quel luogo, è maggiormente impegnato a rappresentare e

sentare e av

We the Italians. Two flags. One heart

One hundred interviews

Between February and March, Umberto Mucci, the founder of the network We the Italians, dedicated to the Italian in the USA, held an initial round of presentations of his book "We the Italians. Two flags. One heart. One hundred interviews": a selection of the best 100 interviews conducted by the author. Each interviewee has an interesting and original point of view given his/her history, activities and role, to analyze the relationship between Italy and the US.

The Italian community in the US, made by Italian Americans and by the Italians born in Italy and then moved to America, is a prestigious and successful group of several million of positive and motivated people, with a typically Italian talent and the desire to realize their American dream.

The presentations tour saw hundreds of people involved in 10 stages, each organized by the group that, in that place, is more committed to represent and celebrate Italy; and in each stage the author had with him one or more of the interviewees, the real protagonists of the book. The tour started from Staten Island, the New

York district with the highest percentage of Italian Americans, where together with the author participated Rossella Rago and Aldo Mancusi. The other cities involved were Houston, Texas with Brando Ballerini; Albuquerque in New Mexico with Rosalba Maniaci; Las Vegas in Nevada with Ed Bevilacqua; Kansas City, Missouri with Gino Serra and Stefano Radio; Detroit, Michigan with Maria Luisa Lapresa, Jennifer Baross and Jack Johnson; Boca Raton with Sally Valenti and Miami with Gianluca Fountains in Florida; New Orleans, Louisiana with Frank Maselli; and in the end at the prestigious Italian American Museum in Little Italy in Manhattan in New York with Stephen Briganti, Maria Teresa Cometto, Annalisa Liuzzo, Berardo Paradiso and Joseph Scelsa.

New presentations will take place on the east coast between April and May, and then in other parts of the US in October. In addition, the book will be released in Italy in June, and will be presented in about ten major Italian cities.

The author also had the privilege to present the book to the new Italian Ambassador in Washington, HE Armando Varricchio, and the Diplomatic Advisor to the President of the Republic. HE Emanuela D'Alessandro. celebrare l'Italia; e in ogni tappa l'autore ha avuto con lui uno o più di uno degli intervistati, i veri protagonisti del libro. Il tour è partito da Staten Island, il distretto di New York con la più alta percentuale di italoamericani, dove insieme all'autore hanno partecipato Rossella Rago e Aldo Mancusi. Le altre città coinvolte sono state Houston in Texas con Brando Ballerini; Albuquerque in New Mexico con Rosalba Maniaci; Las Vegas in Nevada con Ed Bevilacqua; Kansas City in Missouri con Gino Serra e Stefano Radio; Detroit in Michigan con Maria Luisa Lapresa, Jennifer Baross e Jack Johnson; Boca Raton con Sally Valenti e Miami con Gianluca Fontani in Florida; New Orleans con Frank Maselli in Louisiana; per poi concludersi presso il prestigioso Italian American Museum nella Little Italy di Manhattan a New York con Stephen Briganti, Maria Teresa Cometto, Annalisa Liuzzo, Berardo Paradiso e Joseph Scelsa.

Nuove presentazioni avverranno sulla costa est tra aprile e maggio, e poi in altre zone degli Stati Uniti ad ottobre. Inoltre, il libro uscirà in Italia a giugno, e verrà presentato in una decina di importanti città italiane.

L'autore ha anche avuto il privilegio di poter presentare il volume al nuovo Ambasciatore italiano a Washington, S.E. Armando Varricchio, e al Consigliere Diplomatico del Presidente della Repubblica, S.E. Emanuela D'Alessandro.

Los Angeles, City of Angels

di Umberto Mucci

os Angeles è una delle città più importanti degli Stati Uniti e nel corso degli anni il cinema ha contribuito a diffondere questa abbreviazione "City of Angels", dal nome originario: Città della Chiesa della Nostra Signora degli Angeli del fiume della Porziuncola (chiamato così in omaggio all'omonima chiesa di Assisi). Li è attivo uno dei Consolati più impegnati, con un alto numero di connazionali che ad esso fanno riferimento e, nell'intervista a We the Italians, il Console Antonio Verde ci racconta la sua esperienza.

Console Generale Verde, com'è presente l'Italia nelle zone di competenza del Suo Consolato Generale, ovvero nella California del Sud, Arizona, Nevada e New Mexico?

Si tratta di un'area enorme che registra la presenza di oltre 200.000 italiani (o americani di origine italiana). La maggior parte dei connazionali di questa circoscrizione consolare si concentra nella zona di Los Angeles, ma abbiamo presenze significative anche in tutte le altre aree. A livello istituzionale, in particolare, siamo molto presenti: oltre al Consolato Generale, sono operativi un Istituto di Cultura, un ufficio ICE, una rappresentanza ENIT, e una Camera di Commercio che copre l'intera costa ovest degli USA. È inoltre attiva una estesa rete di consolati onorari che ci permette di prestare assistenza anche dove non abbiamo una presenza diretta. I nostri Consoli Onorari sono molto dinamici e dedicati e rappresentano per noi una risorsa importante.

Come descriverebbe il rapporto tra i nostri connazionali nati in Italia e recentemente emigrati nell'area di Sua competenza, e gli italoamericani di seconda o terza o anche quarta generazione presenti nell'area?

Stanno cominciando a conoscersi meglio, anche grazie al COM.IT.ES e alle varie iniziative del Sistema Italia. C'è da dire che per questa nuova fase c'è stato bisogno di superare qualche vecchio preconcetto dovuto al fatto che si tratta di realtà diverse, sia per provenienza che per formazione e prospettive. Ci sono però molti dei punti d'incontro che vanno incoraggiati ed evidenziati, anche perché, a mio parere, le esperienze delle precedenti generazioni - che sono arrivate qui in condizioni difficili, hanno avuto successo e hanno saputo farsi largo in questa realtà - possono essere assai utili in quanto di esse possono beneficiare anche le nuove generazioni.

Quali sono i luoghi in cui si respira Italia, nelle aree di competenza del suo Consolato? Parliamo di quartieri, monumenti, chiese,

Sono abbastanza numerosi. Le faccio l'esempio di San Pedro, dove si concentrano i discendenti di nostri connazionali pescatori, soprattutto di provenienza ischitana o di Castellammare del Golfo, che fino a 30-40 anni fa costituivano la metà della flotta peschereccia di Los Angeles. Non a caso, la stessa Los Angeles è gemellata con Ischia, a testimonianza di queste radici profonde e del rapporto con la comunità italiana.

Ci sono altre zone in cui la presenza italiana è più legata al passato ma ha lasciato ugualmente una forte impronte, come la Casa Italiana e la Chiesa di San Pietro a downtown Los Angeles, un quartiere che oggi è diventato prevalentemente una Chinatown e dove la composizione demografica sta ancora cambiando, soprattutto per l'aumento della presenza latina. La Casa Italiana e la Chiesa di San Pietro continuano però a essere frequentate da italiani tenendo viva la nostra tradizione nel paesaggio urbano della città. Un altro luogo importante è quello che ospita le Watts Tower di Simon Rodia, nel quartiere di Watts, appunto, che nelle torri ha trovato un elemento unificante. Il quartiere, non tra i più facili della città, è risultato certamente arricchito dal lascito artistico di un nostro connazionale emigrato che con pazienza, volontà, materiali di risulta e creatività ha costruito queste torri, ormai un simbolo importante della nostra presenza nell'area. Sono lieto che si in atto uno sforzo da parte di Los Angeles affinché esse possano diventare patrimonio dell'UNESCO, e mi auguro che tale iniziativa possa avere il miglior successo.

Altre aree che hanno un'importante impronta italiana sono quelle della costa. Come Malibu,



Los Angeles, **City of Angels**

os Angeles is one of the most important cities in the US and over the years the movies contributed to spread the abbreviation "City of Angels", from the original Spanish name: "The Town of Our Lady the Queen of Angels of the Porziuncola River" (thus named from the Porziuncola Church in Assisi). Los Angeles also has one of the most important Italian Consulates in the US, with a high number of Italians who refer to it. In this interview with We the Italians, the Consul general Antonio Verde tells us about his experience.

How is Italy present throughout the areas of competence of his Consulate General - namely, in South California, Arizona, Nevada, and New

This is a very large area, hosting more than 200,000 Italians (or Americans of Italian origin). Most of them live in Los Angeles, but they are also present in other areas. At an institutional level, Italy is a strong presence. Besides the Consulate General, there are a Cultural Institute, an ICE office, an EN-IT representation, and a Commerce Chamber that covers up the entire US West Coast. Moreover, there is a huge network of honorary consulates, which allows us to reach even little-controlled areas. Our Honorary Consuls are very proactive and work-





dove le strade si chiamano Castellammare, Ischia, Sorrento, Sanremo; e poi c'è il quartiere di Venice, con canali e strade che sono una testimonianza importante dell'amore dei californiani per l'Italia e per le particolarità architettoniche e urbanistiche delle sue città. Riguardo all'italianità dell'area, mi fa infine piacere ricordare che l'Istituto di Cultura realizza Italy Art LA, un sito e un'app (disponibile su iTunes and Google Play) che descrive l'universo variegato dell'esperienza italiana di Los Angeles, sia da un punto di vista di appartenenza etnica che di cultura, come pure per quanto riguarda il patrimonio della nostra alimentazione mediterranea.

Los Angeles è la patria del cinema a livello mondiale. C'è molta Italia anche in questo settore?

Abbiamo sicuramente qui una fortissima presenza italiana, e non soltanto per quanto riguarda gli attori, ma anche per quanto riguarda l'intero universo cinema. Aurelio De Laurentiis è qui spessissimo, Martha De Laurentiis, Giorgio Moroder ed Elisabetta Canalis sono una presenza fissa a Los Angeles. E poi ci sono montatori importanti come Pietro Scalia e Gabriella Cristiani oltre a direttori della fotografia come Dante Spinotti e tanti altri. Sulla loro scia ci sono sempre più giovani decisi a farsi strada qui. Contribuiamo poi ad organizzare vari festival del cinema italiano che portano moltissimi talenti italiani sul mercato californiano e americano. E non dimentichiamo alcuni grandi nomi di italoamericani come Danny De Vito, Ray Liotta, Thomas Arana, Joe Mantegna, Paul Sorvino, Sylvester Stallone e altri, tutti amanti dell'Italia e orgogliosi delle proprie origini.

Cosa le ha dato finora questa esperienza in una città così importante e affascinante come Los Angeles?

Considero una fortuna che la mia missione in California mi abbia dato la possibilità di conoscere tante persone italiane, di origine italiana, ma anche senza nessun legame di sangue con il nostro Paese, se non a livello di emozionale, che costituiscono per noi un patrimonio unico, un tesoro del quale andar fieri per tutto ciò che la nostra Italia riesce ad inspirare nell'animo di chi ama il bello, la passione, la gioia di vivere.

committed: they represent a great resource for us.

What can you tell us about the relationship between our Italian-born compatriots – who have recently migrated to your Consulate District – and the third- or four-generation Italian Americans living in this area?

They are starting to know each other better, thanks to both COM.IT.ES and several initiatives that are being brought here from Sistema Italia. For a period of time, there was the need to surpass old preconceptions, which were mainly due to these communities' different realities, education, and goes. However, we have to encourage and highlight the common traits between the two communities, as I believe that the experience of the past generations – who arrived here under distressful conditions, but then were able to make it – can be useful for the future generations.

Which are the places in Consulate in which you can most breathe Italy? Any neighborhood, monument, church, park...

They are quite numerous. For example, San Pedro district is a meeting point for the descendants of our compatriot fishermen, mostly coming from Ischia or Castellammare del Golfo, which, up to 30-40 years ago, accounted for a half of the fishing fleet in Los Angeles. No coincidence that LA is twinned with Ischia, which highlights the common roots and the relationship with the Italian community. There are other areas in which we have a more past-oriented

Italian presence, which, still, left a significant mark such as the Casa Italiana and the Church of Saint Peter in downtown LA, which became a Chinatown-like district, witnessing an important change in its demographic composition, due to the increasing Latino presence. The Casa Italiana and the Church of Saint Peter are regularly attended by Italian people, which keep the Italian tradition alive in the city.

Another important neighborhood is the Watts District, which takes its name from the Watts Towers by Simon Rodia, thanks to which the district gained a homogeneous profile. Our compatriot Simon Rodia migrated here armed with patience, will, rough belongings, and creativity, and built up these two towers, which are now symbol of his artistic legacy and of the Italian presence in the area. I am glad that LA is planning on making them a UNESCO World Heritage site, and I hope that such initiative could end up being a great success.

Other Italian American neighborhoods are the coastal areas. For example, in Malibu, streets are named "Castellammare," "Ischia," "Sorrento," or "Sanremo". Then, there is the Venice neighborhood, with his canals and streets, which shows Californians' love for Italy and its architectural and urban peculiarities. Speaking about the Italian-hood of the area, the Cultural Institute is creating "Italy Art LA," both a website and an app (available on iTunes and Google Play Store), which describes the variegated universe of the Italian experience of LA, both from

an ethnic and a cultural point of view (including the Mediterranean Diet).

Los Angeles is the homeland of cinema at a global level. Is Italy present in this sector?

Italy is strongly present within the US cinema. Aurelio De Laurentiis, Martha De Laurentiis, Giorgio Moroder and Elisabetta Canalis often come to LA. Moreover there are important filmmakers, such as Pietro Scalia and Gabriella Cristiani, as well as directors of photography such as Dante Spinotti. Many young people pursuing their careers in the US cinema are getting inspired by them. We also organize various Italian Cinema festivals that bring many Italian talents to the American market. Let's not forget, inter alia, some great Italian-American, such as Danny De Vito, Ray Liotta, Thomas Arana, Joe Mantegna, Paul Sorvino, Sylvester Stallone and so on, all passionate about Italy and proud of their roots.

How would you describe this experience so far in such an important and glamorous city like Los Angeles?

I am very lucky because being appointed Consul here in California has given me the opportunity of meeting many people of Italian origin, and people having no blood bond with our country yet feeling emotionally connected to it. They represent a unique heritage for us, as well as a precious resource to be proud of, reminding us of all that Italy offers to those who love beauty, passion, and joy of living.

Trevisana kitchen: il saper fare italiano che conquista il Canada

a storia di successo che stiamo per raccontare inizia nel 2013 grazie a Fiorenzo, un imprenditore italiano che ha deciso di esportare il made in Italy in Canada, raggiun-

gendo importanti risultati in breve tempo.

Trevisan Canada ha una mission ben precisa: rivoluzionare il modo di vivere la casa ed in particolare la cucina, attraverso delle soluzioni che coniugano design, funzionalità, qualità dei materiali ed emozioni. Il progetto di



CORRADO

portare il saper fare italiano in Canada inizia nel 2014 e nel giro di un anno l'azienda veneta fa registrare un aumento del fatturato del 200% (1.5 milioni di euro nel 2015), passando dal solo Fiorenzo a 16 dipendenti. Ciò ha portato poi ad una forte affermazione anche a livello territoriale, con l'apertura di uno show room a Clayson Rd, Toronto. L'internazionalizzazione è sicuramente partita dall'esigenza di entrare in un mercato più performante e in crescita, attraverso una pianificazione accurata che è partita prima dallo studio del mercato canadese e poi si è sviluppata a livello operativo, grazie anche alla Camera di commercio Italiana dell'Ontario. Il problema principale, secondo l'imprenditore veneto, è sicuramente quello relativo alla manodopera qualificata che è difficile reperire nel mercato interno, anche perché portare operai italiani oltreoceano è molto difficile viste le stringenti leggi sull'immigrazione.

Ma tutto ciò non ha assolutamente condizionato Fiorenzo e il figlio Gianluigi (ad essere sinceri tutto nasce da uno stage di Pierluigi qualche anno fa alla Camera di Commercio italiana dell'Ontario), che per il prossimo anno si sono prefissati obiettivi ambiziosi: portare a 20 il numero dei dipendenti e raggiungere importanti risultati anche in termini di aumento del fatturato, continuando il trend positivo del 2015. D'altronde è un dato di fatto che il design e lo stile Italiano hanno un enorme valore all'estero, come dimostrano i casi di successo che hanno visto piccole (ma sapienti) aziende italiane affermarsi sui mercati esteri in crescita esponenziale, come quello canadese. La camera di commercio dell'Ontario negli ultimi 5 anni ha assistito le Nel 2013 nasce il sogno di Fiorenzo Ongaro che nel giro di pochi anni ha visto aumentare il fatturato della propria azienda del 200%



imprese Italiane che vogliono investire in Canada, in particolare nella provincia dell'Ontario, attraverso i suoi uffici di Toronto e di Milano ed insieme ai suoi collaboratori che operano sia in Italia che in tutta Europa. La ICCO offre alle aziende italiane, attraverso i suoi rappresentati presenti sul mercato canadese, tutti gli strumenti necessari per esplorare il mercato ed eventualmente investire in Ontario e nella GTA (Greater Toronto Area). "Molte imprese italiane hanno scelto Toronto come il posto dove fare business e hanno chiesto aiuto alla Camera soprattutto nella fase iniziale. Siamo molto orgogliosi di questo risultato e stiamo lavorando per promuovere la provincia dell'Ontario non solo in Italia, ma anche in Europa, per attrarre le migliori aziende nel mercato canadese", afferma Corrado Paina, direttore esecutivo della Camera di Commercio italiana dell'Ontario. "Riguardo Trevisana Kitchens, nell'ultimo anno, la Camera è entrata in contatto e ha assistito almeno 6 aziende italiane che poi hanno investito nella nostra provincia", afferma Paina.

Trevisana kitchen: the Italian Know-How that has Conquered Canada

In 2013, Fiorenzo Ongaro's dream was fulfilled and within a few years has seen his company's turnover increase over 200%

he success story we are about to tell begins in 2013, thanks to Fiorenzo, an Italian entrepreneur who decided to export the made- in- Italy concept to Canada, achieving significant results in a short time.

Trevisan Canada has a very specific mission: to revolutionize the way we live in our homes, particularly the kitchen, through solutions that combine design, functionality, quality of materials and emotions. The project to bring the Italian





know-how in Canada began in 2014 and within a year the 'Venetian company registered an increase in turnover of 200% (1.5 million euro in 2015)'. Fiorenzo had only 16 employees. This then led to a strong affirmation at the regional level, with the 'opening of a showroom on Clayson Rd, Toronto. Internationalization is definitely following the need to get into a better performing and growing market, through careful planning which started from the Canadian market study and then developed to the operational level, thanks to the Italian Chamber of Commerce of 'Ontario. The main problem, according to the 'Venetian entrepreneur, is certainly one related to skilled labor, that is difficult to find in the domestic market. It is very difficult to bring Italian workers overseas, given the strict immigration laws.

All this has in no way influenced Fiorenzo and his son, Gianluigi .To be fair everything was born from Pierluigi's internship a few years ago at the Ontario Italian Chamber of Commerce. For the next year they set themselves ambitious goals: to bring the number of employees to 20 and to achieve important results in terms of increased turnover, continuing the positive trend of 2015. It is a known fact that the design and Italian style have a huge 'foreign value, as demonstrated by the cases where small but wise Italian companies succeed to grow exponentially in foreign markets, such as Canada.

For the past 5 years, the Italian Chamber of Commerce of Ontario has been assisting Italian companies that want to invest in Canada, particularly in Ontario, through its offices in Toronto and Milan together with its collaborators, that operate both in Italy but also in all of Europe. ICCO has been offering Italian companies, through its in-market representatives, all the tools that companies need in order to explore the market and eventually invest in Ontario and in the GTA.

"Many Italian companies have chosen Toronto as a place to do business and have asked the

Chamber to help them get started. We are very proud of this achievement and are working to promote Ontario not only in Italy but also in Europe in order to attract the best companies to our market", says Corrado Paina, Executive Director of the Italian Chamber of Commerce of Ontario. "In addition to Trevisana Kitchens, in the last year, the Chamber has identified and assisted 6 Italian companies that have since invested in our province", affirms Paina.



CAMERA DI COMMERCIO ITALIANA DELL'ONTARIO

622 College Street – Suite 201 F M6G 1B6 Toronto

Tel. +1.416.789.7169 - Fax +1.416.789.7160 info.toronto@italchambers.ca - www.italchambers.ca

Ufficio Italiano della Camera di Commercio Italiana dell'Ontario

Galleria del Corso, 2 – 20122 Milano Tel. + 39 02.3657.1696 – Mob. +39 347.3446.632

Dati dell'economia russa

Editoriale di ROSARIO ALESSANDRELLO Presidente della Camera di Commercio Italo-Russa Статья Президента Итало-Российской Торговой Палаты

a una ricerca della compagnia svedese Y-Consulting risulta che lo scorso anno le vendite sul mercato russo dell'abbigliamento siano calate del 14,5% su base annua. Nello stesso periodo il totale degli introiti è aumentato di circa il 20% e ha raggiunto 3.600 mld di rubli. Nel primo trimestre di quest'anno i ricavi della holding svedese H&M, importante operatore del mercato, sono ammontati a circa 5 mld di US\$.

Nell'analizzare l'attuale stato dell'economia

nazionale alcuni esperti ed economisti hanno rivelato numerosi fattori contraddittori che non consentono di presentare un quadro della situazione omogeneo. Dai dati resi noti dal Servizio statistico federale (Rosstat) e da alcuni Centri di analisi



macroeconomiche si deduce che la recessione economica in Russia continua già da 18 mesi, ovvero a partire dal terzo trimestre del 2014. Gli stessi analisti prendono in considerazione alcuni segni di una ripresa dei comparti industriali e mettono in evidenza la contrazione dei settori della trasformazione. La loro conclusione è che si tratti delle "conseguenze del modello instabile della crescita".

Elvira Nabiullina, la governatrice della Banca Centrale, nell'intervento al Congresso dell'Associazione delle Banche Russe ha parlato di una stabilizzazione dell'economia. Allo stesso tempo ha evidenziato alcuni rischi per una vera e propria ripresa dei settori economici. Negli ultimi giorni Nabiullina e il ministro delle Finanze Anton Siluanov hanno rivelato diverse volte che a Marzo l'inflazione annua è stata pari al 7,3% mentre nel 2015 ha raggiunto il 12,9%. D'altro canto, il Ministero delle Finanze ha dichiarato che compenserà le spese infrastrutturali soltanto alle regioni, nelle quali le zone economiche speciali lavorano bene e nelle quali "il volume degli investimenti privati ha superato l'importo dei finanziamenti statali di almeno tre volte".

La stampa negli ultimi giorni ha prestato molta attenzione ad una dichiarazione del ministro dello Sviluppo Economico, Aleksey Ulyukaev. Nella riunione del Consiglio Generale dell'organizza-



zione imprenditoriale "Russia d'Affari" egli ha promosso una nuova privatizzazione da realizzare anche in un periodo contrassegnato da prezzi in dollari bassi di molte grandi società e compagnie pubbliche nel mercato azionario.

Il settimanale Expert ha pubblicato un'approfondita relazione speciale sugli investimenti in diversi settori dell'economia russa. Inoltre ha riferito che la compagnia giapponese Mazda costruirà uno stabilimento di motori per auto a Vladivostok (Estremo Oriente): il progetto sarà realizzato usando un nuovo strumento finanziario, ovvero il contratto speciale d'investimento che offre numerosi vantaggi e agevolazioni agli investitori. Kommersant ha riportato i dati aggiornati della Banca Centrale, dai quali risulta che nell'ultimo trimestre dell'anno scorso il deflusso netto degli investimenti stranieri diretti è ammontato a \$1,8 mld. Nello stesso periodo dall'estero sono stati investiti \$3,7 mld, di cui \$1 miliardo è stato costituito da prestiti stranieri (per la prima volta dal 2013) ad alcune banche russe. Gli investimenti russi nelle economie estere ammontavano invece a \$5.5 mld.

Новости российской экономики

огласно исследованиям шведской компании Y-Consulting, продажи одежды на российском рынке за прошлый год снизились на 14,5%. За тот же период общая совокупность доходов увеличилась на 20%, достигнув 3.600 млрд.руб. В первом триместре этого года выручка шведского холдинга H&M, занимающего важное место на рынке, достигла 5 млрд.долл.

При анализе ситуации российской экономики некоторые эксперты и экономисты подчеркивают наличие многочисленных противоречивых факторов, не позволяющих составить точную картину. Согласно информации Росстат и некоторых центров макроэкономических исследований, экономическая рецессия в России продолжается уже 18 месяцев, т.е. начиная с третьего триместра 2014 года. Те же самые эксперты говорят о показателях подъема отдель-

L'11 aprile la grande società statale Rosneft ha superato il "colosso" Gazprom per volume di capitalizzazione (\$51,67 mld) e per la prima volta è diventata la compagnia di maggior valore del Paese. Ciò è avvenuto in seguito all'aumento dei prezzi del petrolio, saliti a \$43 al barile. A parere di alcuni analisti, diversi investitori internazionali dovranno adesso cambiare il loro atteggiamento nei confronti delle compagnie russe.

La sostituzione dell'import di prodotti alimentari ha contribuito a diminuire i prezzi di alcuni alimentari el'inflazione; intervistata da Expert, Elena Skrynnik, ex Ministro dell'Agricoltura (2009-2012) ha espresso il suo parere sulla durata del periodo di ripresa del complesso agroindustriale dimostrato nel 2015 che continua nel 2016. Expert nell'analizzare le diverse misure intraprese dal governo al fine di affrontare la crisi ha messo in evidenza l'effetto positivo del sussidio (il 2-2,5% del costo del credito ipotecario) concordato per l'ipoteca usata durante l'acquisto della nuova abitazione.



CAMERA DI COMMERCIO ITALO-RUSSA

Corso Sempione n° 32/B – 20154 Milano (Italia) tel.: +39.02.86995240 Rappresentanza di Mosca Nižnij Kislovskij pereulok, 1 – 125009 Mosca tel.: +7 495 9896 816 info@ccirit – www.ccirit

ных промышленных секторов и подчеркивают сокращение в перерабатывающей отрасли. Согласно их выводам, речь идет о «последствиях нестабильной модели роста».

Эльвира Набиуллина, председатель Центробанка, в своем выступлении на Конгрессе ассоциаций российских банков рассказала о стабилизации экономики. В то же время она подчеркнула некоторые риски для реального экономического подъема. В марте Набиуллина и Министр финансов Антон Силуанов не раз говорили о том, что годовой уровень инфляции равен 7,3%, в 2015 году он достиг 12,9%. С другой стороны, Министр финансов заявил о том, что расходы на инфраструктуры будут возмещены только тем регионам, в которых хорошо функционируют специальные экономические зоны и где «объем частных инвестиций превысил объем государственного финансирования не менее чем в 3 раза».

В последние дни СМИ уделили особое внимание заявлению Министра экономического развития Алексея Улюкаева. На заседании Генерального совета «Деловой России» он рассуждал о новой приватизации, возможной даже в период, когда

Foto dell'Assemblea Generale dei Soci CCIR a Mosca 27 maggio 2014 – Sala Conferenze TPP della Federazione Russa



Assemblea Generale dei Soci CCIR a Mosca

Martedì 31 maggio p.v. sarà convocata a Mosca l'Assemblea Generale dei Soci della Camera di Commercio Italo-Russa. Si tratterà di un momento di incontro per esaminare le attività camerali svolte insieme alle aziende associate e per valutare le linee guida per il futuro, nonostante la delicata congiuntura economica internazionale.

ГЕНЕРАЛЬНАЯ АССАМБЛЕЯ ЧЛЕНОВ ИРТП В МОСКВЕ

Во вторник, 31 мая, в Москве состоится Генеральная Ассамблея членов Итало-Российской ТорговойПалаты. В рамках Ассамблеи будут обсуждены основные проекты Палаты, организованные совместно с предприятиями-членами, а также будущие направления деятельности, принимая во внимание международную экономическую ситуацию.

L'industria della carta in Russia: un seminario per scoprire tutte le opportunità

Il 5 maggio 2016 CCIR ha organizzato un incontro con le aziende italiane operanti nell'industria della carta, della cellulosa e del tissue volto ad approfondire le opportunità d'affari offerte da questo settorenella Federazione Russa. L'evento, organizzato in collaborazione con Reed Exhibition ISG Italy Srl, si è tenuto in preparazione alla prossima edizione della Fiera PAP-FOR.

СЕМИНАР, ПОСВЯЩЕННЫЙ ЦЕЛЛЮЛОЗНО-БУМАЖНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ

5 мая ИРТП организовала семинар для итальянских предприятий, занятых в целлюлозно-бумажной промышленности, посвященный перспективам бизнеса в данной отрасли в Российской Федерации. Мероприятие, организованное в сотрудничестве с Reed Exhibition ISG Italy, состоялось в преддверии открытия выставки PAP-FOR.

многие крупные компании, в том числе и государственные, имеют низкую стоимость на фондовом рынке.

Еженедельный журнал «Эксперт» опубликовал подробный отчет об инвестициях в разных отраслях российской экономики. Также в нем сообщалось о том, что японская компания Mazda построит завод по производству двигателей во Владивостоке (Дальний Восток): проект будет реализован с использованием нового инструмента финансирования; речь идет о специальном инвестиционном договоре, предусматриваюшем многочисленные привилегии и льготы инвесторам.

«Коммерсант» привел обновленные данные Центробанка, согласно которым чистый отток прямых иностранных инвестиций в последнем триместре прошлого года составил 1,8 млрд.долл. За тот же период объем российских инвестиций за рубеж составил около 3,7 млрд.долл, из них около 1 млрд.долл. – иностранные кредиты некоторым российским банкам (впервые с 2013 года). Российские инвестиции в иностранную экономику составили около 5,5 мпрд допп

11 апреля государственная компания «Роснефть» обогнала «Газпром» по рыночной капитализации (51,67 млрд.долл) и впервые стала крупнейшей в России компанией. Это произошло в связи с ростом цен на нефть, которые поднялись до 43 долларов за баррель. Согласно мнению некоторых экспертов, это также повлечет изменение отношения к российским компаниям со стороны иностранных инвесторов.

Замещение импорта продовольственной продукции способствовало уменьшению цен на отдельные категории товаров и инфляции: бывший Министр сельского хозяйства (2009-2012) Елена Скрынник в интервью «Эксперту» высказалась относительно продолжительности подъема агропромышленного комплекса, который имел место в 2015 году и продолжается в 2016 году. При анализе разнообразных мер, принятых правительством с целью преодоления кризиса, «Эксперт» подчеркнул положительный эффект субсидии (2-2,5% от общей суммы ипотечного кредита), установленной для ипотеки при при-

обретении недвижимого имущества.



Nel sole del midi francese

inizio della primavera annuncia la sua ondata di buoni auspici e impegni concreti da parte della Camera di Commercio italiana per la Francia di Marsiglia. In modo particolare nel Sud-Est francese. Il Padiglione Italia alla Fiera di Brignoles dal 16 al 24 Aprile, è già un successo, decretato dalla quantità e qualità dei 20 espositori italiani partecipanti. Considerata la più grande Fiera agricola della Regione Provenza-Alpi-Costa Azzurra, la Fiera rappresenta una vetrina esclusiva per gli artigiani e gli operatori turistici, i produttori agricoli, gli allevatori ed i ristoratori, i florovivaisti ed i floricoltori. Un importante spazio è dedicato inoltre alle imprese di attrezzature e meccanizzazione per l'agricoltura, l'olivicoltura, la viticoltura, l'orto e il giardino. Il Padiglione Italia, con un allestimento personalizzato curato dalla CCIFM è situato all'entrata della Fiera.

VILLAGGI ARTIGIANALI ITALIANI. In contemporanea si apre la stagione dei "Villaggi artigianali italiani". Una fortunata iniziativa voluta e portata avanti con crescente successo dalla CCIEM

Ad aprire la stagione, l'incantevole cittadina di Sainte-Maxime con l'evento Fest'Italia dal 4 all'8 maggio 2016.

L'importante voce che rappresenta il turismo nell'economia locale di Sainte-Maxime offre infatti un pregevole patrimonio artistico, raccolto per lo più attorno al centro dove si terrà il Villaggio italiano. C'è poi da aggiungere che la rinomata località, non lontana dal Golfo di Saint Tropez, si presta alla valorizzazione dei prodotti italiani per via di una clientela ad alto potere d'acquisto.

Dalle calzature al design, dall'arredamento alle eccellenze enogastronomiche: i produttori italiani avranno l'opportunità di mostrare la qualità, l'affidabilità, il gusto ed il sapore tipici del Bel Paese durante quest'importante evento, arrivato ormai alla sua 17ª edizione. Le animazioni e decorazioni previste sulla Promenade Simon-Lorière e il Théâtre de la Mer, ruoteranno intorno al tema dei fiori.

Ma siccome le buone notizie non arrivano mai da sole, la CCIFM ha il piacere d'invitarvi solo alcuni giorni dopo, alla la edizione del "Mercatino Artigianale Italiano" che si terrà a Isle-Sur-La-Sorgue (nella regione Provenza-Alpi-Costa Azzurra), dal 12 al 16 maggio 2016.

In concomitanza con il mercatino italiano domenica 15 maggio e lunedì di pentecoste 16 maggio, la famosa Brocante d'Isle sur la Sorgue che da quasi 40 anni, ha definito l'identità della cittadina assicurandogli una notorietà internazionale. La CCIFM ha scelto di installarvi il villaggio italiano oltre che per l'attrattiva costituita dalla Brocante che costituisce oggi un'attività economica importante per la città che è passata dai 7 mila abitanti del 1960 ai più di 18 mila di oggi, anche per via del fatto che questo evento costituisce un chiaro vantaggio per le aziende italiane, reso più redditizio grazie alla scelta delle date immediatamente successive a quelle del villaggio di "Sainte Maxime".



CAMERA DI COMMERCIO ITALIANA PER LA FRANCIA DI MARSIGLIA Immeuble C.M.C.I.

2, rue Henri Barbusse – 13001 Marseille – France

Tél.: 0033 (0)4 91 90 90 26 – Fax: 0033 (0) 4 91 90 41 50 info@ccif-marseille.com – www.ccif-marseille.com

Sous le soleil du Sud de la France

e début du printemps annonce une vague de bons auspices et d'engagements concrets de la part de la Chambre de Commerce Italienne pour la France de Marseille, notamment dans le Sud-Est de la France. Le Pavillon Italie de la Foire de Brignoles, du 16 au 24 avril 2016, est d'ores et déjà un succès, décrété par le nombre et la qualité des vingt exposants italiens participant. Considérée comme la plus grande foire agricole de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, cette manifestation représente une vitrine exclusive pour les artisans et les opérateurs touristiques, les producteurs agricoles, les éleveurs et les restaurateurs, les pépiniéristes et les floriculteurs. Un grand espace est également réservé aux entreprises de matériels et de machines pour l'agriculture, l'oléiculture, la viticulture, le potager et le jardin. Le Pavillon Italie, aménagé avec soin par la CCIFM, est situé à l'entrée de la foire.

VILLAGES ARTISANAUX ITALIENS. Au même moment s'ouvre la saison des « Villages artisanaux italiens ». Une belle initiative voulue et poursuivie avec un succès croissant par la CCIFM. La saison commencera dans le charmant village de Sainte-Maxime avec Fest'Italia, du 4 au 8 mai 2016. La part importante que représente le tourisme dans l'économie locale de Sainte-Maxime offre en effet un patrimoine artistique non négligeable, principalement autour du centre historique où sera installé le Village italien. On peut affirmer que ce village renommé, non loin du Golfe de Saint-Tropez, se prête à la valorisation des produits italiens grâce à la présence d'une clientèle ayant un pouvoir d'achat élevé. De la chaussure au design, de l'ameublement aux excellences oenogastronomiques, les producteurs italiens pourront montrer au travers de leurs produits la qualité, la fiabilité, le goût et la saveur typique de l'Italie durant la 17e édition de cet événement important. Le thème des fleurs a été choisi pour les animations et les décorations prévues sur la Promenade Simon-Lorière et le Théâtre de la Mer. Mais comme les bonnes nouvelles n'arrivent jamais seules, la CCIFM a le plaisir de vous inviter, seulement quelques jours plus tard, à la 1e édition du « Marché artisanal italien » qui se tiendra à Isle-Sur-La-Sorgue (dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur) du 12 au 16 mai 2016. En même temps que le marché italien, dimanche 15 mai et lundi 16 mai -le lundi de Pentecôte- aura lieu la célèbre brocante d'Isle-Sur-La-Sorgue qui, depuis presque 40 ans, définit l'identité de la ville en lui assurant une notoriété internationale. La CCIFM a décidé d'y installer le Village italien, autant en raison de l'attractivité suscitée par la brocante qui représente aujourd'hui une activité économique importante pour la ville qui est passée de 7 000 habitants en 1960 à plus de 18 000 aujourd'hui, que pour sa proximité, en termes de dates, avec le Village italien de Sainte-Maxime, ce qui permet aux entreprises italiennes de rentabiliser au mieux leurs déplacements.

Aeroporto di Nice Cote d'Azur ha raggiunto la quota di 12 milioni di passeggeri nel 2015, battendo tutti i precedenti record. Un risultato importante per lo scalo, costruito sul mare a soli 6 km dal centro storico di Nizza, che si conferma come il secondo HUB un Europa, e non solo per il turismo. La Costa Azzurra, con i suoi eventi di respiro internazionale e con i suoi poli tecnologici, attrae infatti anche un consistente numero di viaggiatori che si spostano per lavoro e per affari.

I gestori dell'aeroporto non dormono certo sugli allori, visto che hanno annunciato il raggiungimento di un nuovo record per l'estate 2016, ovvero il numero delle destinazioni. Sono ben 9 le nuove tratte: oltre a Bergerac, si aprono le vie verso il Mediterraneo (Palermo, Mykonos, Cagliari), l'est Europa (Varsavia, Budapest) e il Nord Europa, (Ostenda e Billund, cui si aggiunge la nuova linea diretta Nizza-Reykjavík, che apre prospettive interessanti per i voli low cost verso il Nord America).

Entro l'estate 2016 l'Aeroporto di Nice Cote d'Azur punta ad offrire 107 destinazioni in 37 paesi attraverso 62 compagnie regolari, rendendo accessibile tutta l'Europa senza scali.

In attesa di un nuovo record nel numero dei viag-

Nice Côte d'Azur, l'aeroporto dei record



© Aeroports de la Cote d'Azur

Nice Côte d'Azur, l'aéroport des records

Aeroport de Nice Cote d'Azur a atteint les 12 millions de passagers en 2015, battant ainsi tous les records precedents. Un resultat important pour cette escale, construite sur la mer a seulement 6 km du centre historique de Nice, qui se confirme comme la deuxieme plateforme d'Europe et pas seulement pour le tourisme. La Cote d'Azur, avec ses evenements d'envergure internationale et ses poles technologiques, attire en effet egalement un nombre important de voyageurs qui se deplacent pour le travail et pour faire affaires.

Les gestionnaires de l'aeroport ne lesinent pas, etant donne qu'ils ont annonce battre un nouveau record pour l'ete 2016, c'est-a-dire le nombre de destinations. On compte au moins 9 nouveaux trajets : en plus de Bergerac, de nouvelles destinations sont prevues, sur la Mediterranee (Palerme, Mykonos, Cagliari), l'Europe de l'Est (Varsovie, Budapest) et l'Europe du Nord, (Ostende et Billund, auxquelles s'ajoute la nouvelle ligne directe Nice- Reykjavik, qui cree des perspectives interessantes pour les vols a bas prix vers l'Amerique du Nord).

D'ici l'ete 2016, l'objectif de l'Aeroport de Nice Cote d'Azur est de proposer 107 destinations dans 37 pays avec 62 compagnies regulieres, rendant toute l'Europe accessible sans escales.

Dans l'attente d'un nouveau record du nombre de

voyageurs, les travaux de requalification de deux terminaux ont commence, ayant pour objectif d'etendre l'offre commerciale, d'ameliorer le confort et de fluidifier les parcours pour les passagers. Il convient de souligner que fin 2017, avec l'entree en fonction de la ligne 2 du tramway, l'aeroport sera relie directement avec le centre-ville de Nice et avec le pole multimodal Grand Arenas, permettant aux passagers de rejoindre facilement les gares, les lignes de bus urbaines et interurbaines et le port de Nice.

Comme l'explique Dominique Thillaud, President du Comite Executif du Groupe Aeroports, "notre mission de renforcement des rapprochements directs contribue au developpement de l'attractivite de notre territoire". L'Aeroport de Nice joue donc un role determinant pour la croissance de l'economie de la region, grace a un cercle vertueux qui comprend egalement la Ligurie: par ailleurs, l'escale se situe a 155 km de Savone et a 91 km d'Imperia, et un nombre important de demandes s'est developpe dans la Riviera dei Fiori, estime environ a 400 000 passagers, entre les departs et les arrivees. Une occasion a saisir autant pour les entreprises italiennes a l'ouest de la Ligurie que pour celles du Piemont, si les administrateurs locaux continuaient a entretenir des relations economiques de plus en plus etroites avec la Chambre de Commerce Italienne de la Cote d'Azur.

giatori, sono cominciati i lavori di riqualificazione di due terminali, con l'obiettivo di ampliare l'offerta commerciale, migliorare il confort e fluidificare i percorsi per i passeggeri. Va detto che alla fine del 2017, con l'entrata in funzione della linea 2 del tram, l'aeroporto sarà collegato direttamente con il centro di Nizza e con il polo multimodale Grand Arénas, permettendo ai passeggeri di raggiungere facilmente le stazioni ferroviarie, le linee di autobus urbane e interurbane e il porto di Nizza.

Come spiega Dominique Thillaud, Presidente del Comitato Esecutivo del Groupe Aéroports, "la nostra missione di rafforzamento dei collegamenti diretti contribuisce allo sviluppo dell'attrattività del nostro Territorio". L'Aeroporto di Nizza gioca quindi un ruolo determinante per la crescita dell'economia della regione, grazie a un circolo virtuoso che coinvolge anche la Liguria: del resto, lo scalo dista 155 km da Savona e 91 km da Imperia, e si è conquistato un segmento importante di domanda nella Riviera dei Fiori, stimata intorno ai 400 mila passeggeri, tra partenze e arrivi. Un'occasione da cogliere sia per le imprese italiane del ponente ligure che per quelle del Piemonte se i locali amministratori continuassero a stringere sempre più strette relazioni economiche con la Camera di Commercio Italiana in Costa Azzurra.



11, avenue Baquis, quartier des Musiciens – 06000 Nice Tel. +33.4.97030370 – Fax +33.4.97038788 info@ccinice.org – www.ccinice.org

Rossella Orlandi Key Speaker dell'ITKAM COLLOQUIUM sul tema "La nuova riforma tributaria in Italia come modello per il Sudeuropa"

114 Aprile 2016 in occasione dell' ITKAM COLLOQUIUM la Dott.ssa Rossella Orlandi, direttore dell'Agenzia delle Entrate italiana, ha presentato a circa 100 esperti finanziari e tributari le nuove riforme fiscali italiane volte a migliorare il Doing Business Index del World Bank Group. Durante l'evento, tenutosi alla Frankfurt School of Finance and Management, sono state discusse le nuove norme riguardanti il Patent Box, il Transfer Pricing e la Cooperative Compliance. "Siamo lieti che la Dott.ssa Orlandi abbia potuto presentare nel dettaglio ad esperti di finanza, diritto ed economia, tedeschi ed internazionali, le linee di sviluppo della politica tributaria internazionale, che dal 2015 vengono implementate in Italia" spiega il Presidente della Camera di Commercio Italiana per la Germania (ITKAM), il Prof. Emanuele Gatti.

All'ITKAM COLLOQUIUM, evento organizzato con il patrocinio del Consolato Generale d'Italia a Francoforte e di Villa Vigoni, Centro Italo-Tedesco per l'eccellenza Europea, sono intervenuti anche altri ospiti di rilievo: due esperti di diritto, il Prof. Dr. Christoph Schalast, Professore di Giurisprudenza e direttore accademico del Corso di Laurea "Master of Mergers & Acquisitions" della Frankfurt School of Finance and Management così come l'Avv. Antonio Tomassini, Partner - Head of Tax dello Studio Legale Tributario Associato DLA PIPER, un rappresentante commerciale, Avv. Agostino Nuzzolo,

ITKAM COLLOQUIUM mit Key Speaker Rossella Orlandi zum Thema Steuerreform in Italien als Vorbild für Südeuropa



General Counsel, Compliance and Tax Director dell'azienda Italcementi Group e la Dott.ssa Franscesca Nigro, esperta dei servizi fiscali della Banca BNP Paribas/BNL.

"La nostra tipologia di evento con un Key Speaker dall'Italia e l'intervento di esperti della Business Community Italo-Tedesca, promosso con successo già dal 2014 con il primo ITKAM COLLOQUIUM, valorizza l'immagine dell'Italia e consente alle imprese tedesche di avere informazioni chiare e affidabili sul nostro Paese", conclude il Presidente Gatti.

m Rahmen des ITKAM COLLOQUIUMs vom 14. April 2016 in Frankfurt haben sich rund 100 Steuer-, Rechts- und Finanzexperten über die neueste italienische Steuerreform als Vorbild für Südeuropa informiert. Dass Italien die Entwikklungsrichtlinien internationaler Steuerpolitik gezielt umsetzt, stand im Mittelpunkt der Rede von Rossella Orlandi, General Manager of the Italian National Revenue Agency, welche die wichtigsten Reformmaßnahmen rund um Patent Box, Transfer Pricing und Cooperative Compliance anläss-

Napoli: incoming di imprese tedesche e turche del settore subfornitura meccanica

Con lo scopo di supportare il processo di internazionalizzazione di aziende del settore della subfornitura della Regione Campania sul mercato tedesco, la Camera di Commercio Italiana per la Germania (ITKAM) ha organizzato in collaborazione con ANFIA (Associazione Nazionale Filiera Industria Automobilistica) e con la Camera di Commercio Italiana in Turchia un incoming di buyer tedeschi e turchi tenutosi a Napoli dal 18 al 20 Aprile.







CAMERA DI COMMERCIO ITALIANA PER LA GERMANIA

Corneliusstraße 18 - D-60325 Francoforte sul Meno Tel.: +49.69.97145210 - Fax: +49.69.97145299 info@itkam.org - www.itkam.org



NEAPEL: DEUTSCH-TÜRKISCHE UNTERNEHMERREISE FÜR AUTOMOTIVE-EXPERTEN

Die Italienische Handelskammer für Deutschland e.V. (ITKAM) organisierte in Kooperation mit dem nationalen italienischen Automobilverband ANFIA und der Italienischen Handelskammer in der Türkei vom 18. bis 20. April 2016 eine Unternehmerreise für deutsche und türkische Automotive-Experten nach Neapel. Zielsetzung der Initiative ist die gezielte Kontaktaufnahme und der Kooperationsausbau mit italienischen Zulieferunternehmen aus Kampanien, um deren Internationalisierung voranzutreiben.

lich des ITKAM COLLOQUIUMs in der Frankfurt School of Finance and Management präsentierte.

"Wir freuen uns, dass Frau Orlandi die Vorbildfunktion Italiens bei der Umsetzung internationaler Steuerrichtlinien sowie die attraktiven Steueranreize für internationale Unternehmer verdeutlichen konnte und dies von Steuer- und Rechtsexperten aus Deutschland und Italien in Einzelstatements bestätigt wurde", so der Präsident der Italienischen Handelskammer für Deutschland e.V. (ITKAM), Prof. Emanuele Gatti, im Anschluss an die Veranstaltung.

Am ITKAM Colloquium, das unter Schirmherrschaft des Italienischen Generalkonsulats in Frankfurt und des Deutsch-Italienischen Zentrums für Europäische Exzellenz, Villa Vigoni, stattgefunden hat, nahmen neben der renommierten Finanzexpertin Orlandi auch die beiden Rechtsexperten Prof. Dr. Christoph Schalast, Akademischer Direktor des Studiengangs "Master of Mergers & Acquisitions" der Frankfurt School of Finance and Management und RA Antonio Tomassini, Partner - Head of Tax der international tätigen Anwaltskanzlei DLA PIPER, ein Unternehmensvertreter, RA Agostino Nuzzolo, General Counsel, Compliance and Tax Director des italienienischen Baumittelherstellers Italcementi Group sowie Frau Francesca Nigro, Finanzexpertin des global tätigen Finanzinstituts BNL Group BNP Paribas teil. "Unser Eventformat mit einem Key Speaker aus Italien und weiteren Statements von Experten aus der deutsch-italienischen Business Community, das wir seit dem ersten ITKAM COLLOQUIUM im Jahre 2014 erfolgreich anwenden, trägt wesentlich zur Imageverbesserung Italiens bei und bietet deutschen Unternehmen klare Informations- und Orientierungspunkte zum Standort Italien", so Gatti abschließend.

Francoforte incontra le aziende Biotech Made in Campania

a Camera di Commercio Italiana per la Germania (ITKAM) in collaborazione con Assocamerestero, l'associazione delle di Camere Commercio Italiane all'estero, e con Biocam Scarl, aggregazione pubblico-privata della Regione Campania specializzata nel settore delle

biotecnologie, ha realizzato dal 9 al 10 marzo 2016 una missione a Francoforte di imprenditori e ricercatori campani nel settore Biotech, con l'obiettivo di favorire la cooperazione bilaterale. Durante questa iniziativa, nell'ambito della

quale ITKAM ha organizzato tavole rotonde e incontri B2B, sono stati presentati gli ultimi sviluppi dei progetti di ricerca campani in procinto di entrare nel mercato ed i prodotti dei partner industriali di Biocam.

Frankfurt meets Biotech Made in Campania

it dem Ziel, bilaterale Kooperationen in der innovativen Biotech-Branche zu fördern, hat die Italienische Handelskammer für Deutschland e.V. (ITKAM) in enger Zusammenarbeit mit dem italienischen Außenhandelskammerverband Assocamerestero und dem kampanischen Branchenverband BioCam S.c.a.r.l. eine Delegationsreise kampanischer Unternehmens- und For-

schungseinrichtungsvertreter nach Frankfurt realisiert. Im Fokus dieser Delegationsreise vom 9. bis 10. März 2016, anlässlich der die ITKAM Podiumsdiskussionen und bilaterale Treffen organisierte, standen die Entwicklung kampanischer Forschungsprojekte, die kurz vor ihrem Markteintritt stehen, und die Produkte der Industriepartner von BioCam.

Firenze: Giornata Paese sulla Germania

FLORENZ: LÄNDERSEMINAR DEUTSCHLAND

Il 21 Aprile 2016 al Palagio di Parte Guelfa di Firenze si è tenuta la Giornata Paese sulla Germania, in cui gli esperti di mercato della Camera di Commercio Italiana per la Germania (ITKAM) hanno presentato le opportunità di business per le PMI toscane sul più importante mercato di esportazione dei prodotti "Made in Italy".



Die gezielte Präsentation der Businessmöglichkeiten für toskanische KMUs auf dem wichtigsten Absatzmarkt der Produkte des "Made in Italy" stand im Fokus des Länderseminars Deutschland, das am 21. April 2016 im Palagio di Parte Guelfa in Florenz unter Beteiligung der Marktexperten der Italienischen Handelskammer für Deutschland e.V. (ITKAM) stattgefunden hat.

Forum Italia-Regno Unito a Firenze

International Cooperation for the Research of Efficiency and Excellence between Innovation and Tradition

Editoriale di LEONARDO SIMONELLI SANTI, Presidente della CCIE di Londra / President of the CCIE in London

ra Regno Unito e
Italia i rapporti
sono storicamente
solidi e fiorenti tanto da
individuare flussi commerciali di straordinaria importanza anche a livello locale
e regionale. Nel solo periodo 2009-2015 i progetti di



investimento realizzati da imprese tricolore in UK sono stati 460 e hanno creato 9750 posti di lavoro; dall'altro lato le imprese britanniche presenti in Italia sono oggi circa 1300. In particolare, si è creato un rapporto privilegiato tra la regione Toscana e la Scozia e le città di Firenze ed Edimburgo e Firenze e Londra (basti pensare nel settore del Fashion a London Fashion week e Pitti Immagine); così come sono altrettanto proficue le relazioni in ambito accademico e della ricerca tra l'Imperial college di Londra e l'Università di Firenze.

Per celebrare questo sodalizio, nella giornata di lunedì 21 marzo 2016 la Camera di Commercio e Industria Italiana per il Regno Unito, in collaborazione con la British Chamber of Commerce for Italy, ha organizzato "Italy-Great Britain Forum. The International Cooperation for the Research of Efficiency and Excellence between Innovation and Tradition" che si è tenuto a Firenze, presso la sala Luca Giordano di Palazzo Medici Riccardi.

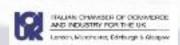
Il convegno, che ha ottenuto il patrocinio del Comune di Firenze e della Città Metropolitana, ha approfondito l'importanza della cooperazione internazionale, come opportunità e condizione necessaria allo sviluppo economico e competitivo delle PMI che si affacciano sul mercato globale. Le best practices presentate hanno contribuito a dimostrare come, in modelli imprenditoriali di successo, la ricerca di eccellenza ed efficienza (necessaria per competere a livello internazionale) passi per un orientamento all'innovazione in grado di tutelare anche gli aspetti più squisitamente locali e tradizionali, come parte integrante dell'identità di brand.

Con il benvenuto del Sindaco di Firenze, Dario Nardella, le istituzioni coinvolte hanno discusso le policy e gli accordi a supporto dell'internazionalizzazione delle imprese e successivamente è stato lasciato spazio agli imprenditori, che hanno presentato esperienze concrete e trend di sviluppo in quattro diversi settori economici: Manufacturing, Health and Good Food, Fashion and Design e Research and Innovation.

Diverse le imprese a relazionare, tra cui la Tratos Cavi S.p.A, azienda con sede ad Arezzo, che ha recentemente concluso un importante investimento pari a £ 15 milioni in Inghilterra iniziato e annunciato la volontà di raddoppiare lo stabilimento in Italia, Nuovo Pignone – GE Oil and Gas, che ha recentemente trasferito il quartier generale della divisione Oil & Gas da Firenze a Londra e pervisto e Stefano Ricci S.p.A, che da anni commercializza i suoi prodotti nell'ambito del fashion in Inghilterra all'interno di lussuosi magazzini come Harrods e con l'intenzione nei prossimi mesi di incrementare la presenza sul mercato inglese.

Non potevano inoltre mancare i riferimenti a tematiche attuali come la Brexit, discusse dall'Ambasciatore britannico in Italia, Cristopher Prentice e dall'Ambasciatore italiano a Londra, Pasquale Terracciano.

L'evento ha permesso di creare una vera e propria piattaforma per la condivisione di esperienze, rafforzando ancora una volta gli storici rapporti tra Italia ed UK e contribuendo alla nascita di ulteriori opportunità di collaborazione.



CAMERA DI COMMERCIO ITALIANA DI

1 Princes Street – London W1B 2 AY Tel. +44.20.74958191 info@italchamind.org.uk – www.italchamind.org.uk





Italy-Great Britain Forum in Florence

International Cooperation for the Research of Efficiency and Excellence between Innovation and Tradition

he relationship between the UK and Italy is historically solid and flourishing, so much so that trade flows of exceptional importance exist even at a regional level. In the period 2009-2015, Italy was ranked as one of

the largest investors in the UK, totalling 460 projects and creating around 9,750 new jobs. In particular, there is a privileged relationship between Tuscany and Scotland and the cities of Florence and Edinburgh, as well as Florence and London. Between Imperial College in London and the University of Florence there is also a strong academic relationship.

On 21st March 2016, to celebrate this alliance

the Italian Chamber of Commerce and Industry for the UK, in cooperation with the British Chamber of Commerce for Italy organized "Italy-Great Britain Forum - The International Cooperation for the Research of Efficiency and Excellence between Innovation and Tradition" at Sala Luca Giordano, Palazzo Medici Riccardi, Florence.

The Forum, with the patronage of the Mayor of Florence and the Città Metropolitana, dealt with the importance of international cooperation as an opportunity for the economic development and increasing competitiveness for the SMEs that work in a globalized market. The best practices presented have contributed to showing how successful business models, excellence and efficiency, necessary characteristics for competing at an international level and with a focus on innovation, can preserve the best local and traditional aspects as an integral part of a brand's identity.

After the welcome from the Mayor of Florence, Dario Nardella, the Italian and UK institutions involved presented policies and agreements to support the internationalization process for business. Afterwards, entrepreneurs presented their personal experience and the development trends in four different fields: Manufacturing, Health & Good Food, Fashion & Design and Research & Innovation.

Many businesses spoke during the conference: Tratos Ltd, headquartered in Arezzo, which has communicated the end of a recent investment of £15 million in the UK and the future increase of its Italian establishment; Nuovo Pignone – GE Oil and Gas, recently transferred their Oil and Gas division headquarters from Florence to London, and Stefano Ricci S.p.a, which has an historical relationship with important stores in the UK, for example Harrods, which sold their products in the fashion field and that announced plans to expand its presence in England

There were also the references to current issues such as Brexit, discussed by the British Ambassador to Italy and San Marino, Christopher Prentice and Italian Ambassador in London Pasquale Terracciano.

The event has created a real platform to share experiences, strengthening the historical relationships between Italy and UK and contributing to create new opportunities for collaborations.



In questi anni di crisi economica, l'Australia ha mantenuto un tasso di crescita economica di segno positivo: la posizione geografica, strategica all'interno dell'Area Asia-Pacifico, un sistema normativo che favorisce gli investimenti, un'economia aperta all'innovazione, infrastrutture all'avanguardia, una popolazione dotata di un'elevata capacità di spesa, sono tutti elementi che rendono l'Area ricca di opportunità per le imprese italiane, in particolare nei settori dei beni strumentali, costruzioni e prodotti alimentari. Le CCIE di Brisbane, Melbourne, Perth e Sydney rappresentano un riferimento essenziale per le aziende interessate ad esplorare questo mercato, grazie al radicamento sul territorio e a servizi di assistenza fortemente personalizzata e specializzata.

Over the recent years of economic crisis, Australia has maintained positive economic growth: its strategic geographic position in the Asia-Pacific area, investment-friendly regulatory system, economy open to innovation, advanced infrastructures and high purchasing power in the population are all elements that make the area full of opportunities for Italian enterprises, in particular in the capital goods, construction and food industries.

The Chambers of Commerce in Brisbane, Melbourne, Perth and Sydney are an essential reference point for enterprises interested in exploring this market, thanks to their strong roots in the territory and highly personalised, specialist assistance services.

di **Joseph Carrozzi**, Presidente della Italian Chamber of Commerce and Industry in Australia inc. e Rappresentante CCIE Area Australia

Chiedi a noi. Sappiamo come gira il mondo!

Ask us. We know how the world is going!

Le Camere di Commercio Italiane all'Estero (CCIE) ti aiutano a trovare le soluzioni più adatte al tuo problema.

2.000 imprenditori e manager in 54 Paesi per renderti

protagonista del business globale, anche nei momenti di crisi.

The Italian Chambers of Commerce Abroad (ICCAs) help you find the most appropriate solutions to your problem. 2000 entrepreneurs and managers in 54 Countries to help you play a leading role in the global market, even in times of crisis.

LE CCIE DELL'AREA AUSTRALIA

AUSTRALIA

Brisbane Melbourne Perth Sydney

Camere di Commercio Italiane all'Estero Soluzioni per i tuoi problemi di internazionalizzazione www.assocamerestero.it/camere Associazione delle Carrere el Commercio

Italiane all'Estero



Fai decollare il tuo business all'estero IBS TI APRE LE PORTE dei maggiori mercati mondiali





🥵 Assistenza societaria e contabile

Tax Planning



www.italplanet.it

II Forum Italiano al China Green Companies Summit del 2016

Cari Imprenditori,

Questo mese, la Camera di Commercio Italiana in Cina è stata orgogliosa di promuovere l'annuale China Green Companies Summit che si è svolto dal 22 Aprile al 24 Aprile ed è stato organizzato dal Chinese Entrepreneur Club (CEC) sotto il tema "Ridefinire la giungla: Una nuova attività di business".

Il CEC, fondato nel 2006, raccoglie i più influenti imprenditori della Cina, rappresentando insieme più del 10% del GDP Cinese. Il China Green Companies Summit è dedicato alla promozione intelligente delle economie a lungo termine

e della crescita sociale. Istituito nel 2008, il Summit, tenuto nell'Earth Day (22 Aprile) ogni anno, raccoglie più di 1000 partecipanti dalla Cina e dall'estero, compresi business leaders, responsabili politici, autorità accademiche, rappresentative NGO ed influenti giornalisti.

Nel 2015, una delegazione del CEC ebbe l'opportunità di incontrare il Primo Ministro Italiano, Matteo Renzi. Alla luce di ciò, il CEC diede all'Italia la possibilità di guidare la propria ed esclusiva sessione dell'"Italy-China Business Forum" istituita nel Summit Program del 2016 chiamata "I vantaggi Italiani: Tradizione, Tecnologia, Sostenibilità". Il Panel è stato tenuto Venerdì 22 Aprile. Il Prof. Marco Simoni, inviato speciale e consulente economico del Primo Ministro Italiano, ha pronunciato i saluti istituzionali, mentre Riccardo Monti, Presidente dell'Italian Trade Agency, ha coordinato il Panel Italiano. Nell'illustre novero di partecipanti al Panel ci sono stati anche: Liu Donghua, Fondatore e Vice Presidente del CEC; Xia Hua, Presidente del CEC dal Gruppo EVE; Glan Chen, Presidente del CEC e CEI della Dare Technology Co., Ltd; Massimo Bagnasco, Managing Partner di Progetto CMR e Membro della Commissione esecutiva di Beijing in seno alla EUCCC; Sara Marchetta, Partner dello Studio Legale Chiomenti, Beijing; Giuseppe Cattaneo, CEO Asia Pacifico - Pirelli; e Mario Almondo, Presidente e CEO di BREMBO China. Venerdì 22 Aprile, Davide Cucino, Ex-Presidente della CCIC e della EUCCC e Capo per la Regione Cinese di Finmeccanica Spa, ha partecipato ad una "Tavola Rotonda" intitolata "Prevenendo il rischio dei problemi per le grandi Aziende" e focalizzata su come le aziende devono adattarsi in un contesto di risorse comuni, uffici mobili e veloci trasformazioni organizzative nell'era di Internet.

Successivamente, durante il pomeriggio, Guido Romagnoli, Vice Presidente del settore vendite APAC - Technogym, ha preso parte ad un In-Focus Forum chiamato "Tomorrow's healthcare: Everywhere", un settore in cui l'esperienza Italiana è ben conosciuta. Gli argomenti principali trattati durante questo Forum sono stati: il futuro dell'ambito sanitario in Cina; gli ostacoli allo sviluppo del "Healthcare Everywhere"; e i modelli di Business che avvicinano alla nuova era del settore sanitario. Sabato 23 Aprile, Giuseppe Cattaneo, CEO Asia Pacifico - Pirelli, la cui cooperazione aziendale con la Cina è aumentata sostanzialmente dall'anno scorso, è stato invitato ad un International Business Leaders Breakfast data la sua importante posizione come business leader tra l'Italia e la Cina. Durante il pomeriggio, io stesso, come Presidente della Camera di Commercio Italiana in Cina, ho rilasciato un discorso durante la sessione "The Supply-side Reform Bottleneck", mostrando l'esperienza italiana sulla questione, ed esponendo perché è importante per la Cina lo sviluppo di una salutare competizione nel Paese per le proprie società. Questi vari incontri hanno raccolto circa trenta rappresentati istituzionali ed economici Italiani e sono stati svolti insieme attraverso il lavoro coordinato dell'Ambasciata d'Italia, Agenzia ICE e Camera di Commercio Italiana in Cina. Queste sessioni hanno offerto un'ottima opportunità per sottolineare i punti di forza delle società Italiane ad un gruppo ristretto di privati Cinesi leader nel settore, consentendogli di comprendere al meglio i vantaggi che l'Italia offre in vari settori, incoraggiando il commercio, la cooperazione, e gli investimenti in Italia. La Camera di Commercio Italiana in Cina è pertanto molto orgogliosa di aver preso parte a questo prestigioso summit e di offrire ai suoi Membri certe opportunità. Attraverso un'estesa rete, ogni nuovo Membro pone una nuova pietra per fare la CCIC ogni giorno più grande e più efficiente.

Italian forum at the 2016 China Green Companies Summit

Dear Entrepreneurs,

This month, the China-Italy Chamber of Commerce was proud to promote the yearly China Green Companies Summit that took place from April 22nd to April 24th and was organized by the Chinese Entrepreneur Club (CEC) under the theme "Redefining the Jungle: A new Business Order".

The CEC, founded in 2006, gathers the most influential entrepreneurs of China, representing together more than 10% of the Chinese's GDP. The China Green Companies Summit is dedicated to promoting smart, long-term economic and social growth. Established in 2008, the Summit, held on Earth Day (April 22) each year, hosts over 1000 guests from China and abroad, including business leaders, political decision-makers, academic authorities, NGO representatives, and influential journalists.

In 2015, a delegation of the CEC had the opportunity to meet with the Italian Prime Minister, Matteo Renzi. Returning the favor, the CEC offered Italy the chance to lead its own and exclusive "Italy-China Business Forum" session built into the 2016 Summit Program called "The Italian Advantage: Tradition, Technology, Sustainability". The Panel was held on Friday April 22nd. Prof Marco Simoni, Special Envoy and Economic Advisor of the Italian PM, delivered the institutional greetings, while Riccardo Monti, President of the Italian Trade Agency, was hosting the Italian Panel.

Among the high-level participants to the panel were also: Liu Donghua, Founder and Vice President of the CEC; Xia Hua, Chairwoman of the CEC from the EVE Group; Glan Chen, Chairman of the CEC and CEI of Dare Technology Co., Ltd; Massimo Bagnasco, Managing Partner at Progetto CMR and Beijing Executive Committee Member at EUCCC; Sara Marchetta, Partner of Chiomenti Studio Legale, Beijing; Giuseppe Cattaneo, CEO Pirelli APAC; and Mario Almondo, President & CEO of BREMBO China.

On Friday April 22nd, Davide Cucino, former Chairman of the CICC and of the EUCCC and Head of China Region, Finmeccanica Spa, participated in a Round Table entitled "Preventing the Rise of "Big Company" Issues". This Round Table focused on how companies have to adapt to an environment of shared resources, mobile offices and quick organizational transformation in the Internet era. Later during the afternoon, Guido Romagnoli, VP Sales APAC - Technogym, took part in an In-Focus Forum called "Tomorrow's healthcare: Everywhere", an area in which Italian expertise is well acknowledged. The main topics tackled during this Forum were: China's future of healthcare; Barriers in reaching Healthcare Everywhere; and Business models drawing the next era of healthcare closer. On Saturday April 23rd, Giuseppe Cattaneo, CEO Asia Pacific — Pirelli, whose company's cooperation with China substantially increased since last year, was invited to an International Business Leaders Breakfast given his significant position as a leader business between Italy and China.

During the afternoon, myself, as Chairman of the China Italy Chamber of Commerce, delivered a speech during the session "The Supply-side Reform Bottleneck", sharing the Italian experience on the issue, and explaining why it is important for China to develop a healthy completion inside China for its own companies.

Those various panels gathered around thirty Italian institutional and economic representatives, brought together by the coordinated work of the Embassy of italy in China, the Italian Trade Commission and the China-Italy Chamber of Commerce. These sessions offered a first-class opportunity to highlight the best of Italian companies to a distinct audience of Chinese private sector leadership, allowing audiences to more deeply understand the advantages Italy offers across a number of sectors, encouraging trade, cooperation, and investment into Italy. The China-Italy Chamber of Commerce is therefore very proud to have taken part is this prestigious summit and to offer to its members such opportunities. Through an extensive network, each new member brings a new stone to make the CICC every day greater and more efficient.

Editoriale di **SERGIO BERTASI** Presidente della Camera di Commercio Italiana in Cina Chairman, China-Italy Chamber of Commerce



Italian Grand Gala Panda d'Oro Award 2016

Ritorna con una nuova edizione l'evento più atteso dalla comunità d'affari italiana in Cina, il Grand Gala Panda d'oro Award. La cerimonia rappresenta infatti, ormai da anni, un'imperdibile occasione per far squadra in un mercato particolarmente complicato e competitivo come quello cinese. A dar luce ai successi delle imprese italiane sono proprio i Panda d'Oro Awards, riconoscimenti volti a valorizzare le società e singoli individui che hanno maggiormente contribuito al rafforzamento e allo sviluppo delle relazioni economiche bilaterali tra l'Italia e la Cina.

"Un evento unico – afferma l'ex presidente della Camera di Commercio Italiana Franco Cutrupia - che testimonia la sempre maggiore importanza che l'imprenditoria svolge nel consolidamento dei rapporti tra Italia e Cina. Un'occasione fondamentale per condividere strategie vincenti e per incoraggiare le aziende italiane a una reazione positiva nei confronti della sfida cinese."

L'evento, che si terrà Sabato 18 Giugno, realizzato dalla Camera di Commercio Italiana in Cina con il patrocinio dell'Ambasciata d'Italia in Cina, del Ministero degli Affari Esteri e del Ministero dello Sviliuppo Economico e promosso in collaborazione con Fondazione Italia Cina, prevede la partecipazione di più di 500 ospiti a rappresentanza della business community sino-italiana, dei principali media e delle istutizioni italiane e locali.



Immersa nella più calorosa e raffinata atmosfera italiana e accompagnata da una cena 100% Made in Italy, la serata sarà intervallata da spettacoli di arte moderna e musica dal vivo, e la lucky draw di premi italiani.

Di seguito i premi che verranno assegnati quest'anno:

- Categoria "Panda d'Oro" "Panda d'Oro-Cina" Award (azienda italiana con la maggiore crescita sul mercato cinese nel 2015 e che ha programmi di ulteriori investimenti per il periodo 2016/2017)
- Categoria "Made in Italy" "The Best Project Panda" Award (azienda italiana che ha realizzato il miglior progetto per la promozione del marchio Made in Italy in Cina)

- -Categoria "Brand Consolidato" "The Time-honoured Panda" Award (azienda italiana da lungo tempo radicata nel mercato cinese che gode di chiara fama)
- Categoria "Educazione" "The Educational Panda" Award (istituzione italiana che più ha contribuito alla ricerca accademica e nel campo dell'educazione in Cina)
- Categoria "SME" "The Best Italian SME" in China Panda Award (PMI italiana che ha incrementato la propria produttività e competitività nel settore industriale in Cina)
- Categoria "Start-up" "The Innovative Panda" Award (startup con la migliore idea di business per il mercato cinese)
- Categoria "Amici della CCIC" "The Friendship Panda" Award (azienda cinese che ha maggiormente contribuito alle attività della CCIC e mantiene da lungo tempo rapporti di collaborazione con l'Italia)
- Categoria "Creazione di valore" "The Ethic Panda" Award (azienda italiana che si è distinta per il miglior approccio e realizzazione dei valori di Corporate Social Responsibility e/o per l'impegno nella crescita dei propri dipendenti).

Per prenotazioni e maggiori informazioni si prega di scrivere a sh.qala@cameraitacina.com.

Vi aspettiamo!

ITALIAN GRAND GALA PANDA D'ORO AWARD 2016

The most awaited event for all the Italian business community in China returns to Shanghai: the Grand Gala Panda d' Oro Award. The ceremony has been representing, since 2010, not only an incredible networking event, but also a great opportunity to rally around Italian companies that face the challenging Chinese market.

The Panda d' Oro Awards will point out Italian successes in China, emphasizing those companies and individuals who most contributed to the development of economic relations between China and Italy.

"A unique event — says China Italy Chamber of Commerce former Chairman, Mr. Franco Cutrupia — testifying the role that entrepreneurship plays in strengthening the relationships between China and Italy. A fundamental occasion to share winning strategies and encourage Italian companies to engage a positive dialogue towards China."

The event, that will be held on Saturday June 18th, is organized by the China Italy Chamber of Commerce with the patronage of Italian Embassy



Economic Development and promoted in cooperation with Italy - China Foundation. More than 500 guests are expected to participate the Gala, representing the Sino-Italian business community and the most important

local and Italian institutions and

in China, Italian Ministry of Foreign

Affairs and Italian Ministry of

media.

In the most warm and polished Italian environment, with a 100% made in Italy dinner, the Gala will be also the occasion to enjoy modern art performances, live music and a lucky draw.

Following, the eight awarding categories of 2016:

- "Panda d'Oro" Category "Panda d'Oro Cina" Award (The Italian Company which achieved the most relevant growth within the Chinese market in 2015 and plans further investments in 2016/2017)
- "Made in Italy" Category "The Best Project Panda" Award (The Italian Company which implemented the best project to promote Italy in China) - "Established Name" Category — "The Time-honored Panda" Award The Italian Company which

boasts a long-standing reputation within the Chinese market

- "Education" Category "The Educational Panda" Award (The Italian institution contributing the most to the academic research and education fields in China)
- "SME" Category "The Best Italian SME" in China Panda Award (The Italian SME which mostly increased its productivity and competitiveness in the industrial sector in China)
- "Start-up" Category "The Innovative Panda" Award (The Italian entrepreneur whose idea turned into a successful startup business in China)
- "Friends of CICC" Category "The Friendship Panda" Award (The Chinese company with a remarkable commitment towards CICC activities and a long-standing relationship with Italy)
- "Creation of value" Category "The Ethic Panda" Award (The Italian Company characterizing itself for the best approach and implementation of CSR values also throughout its commitment to support activities of Italian institutions in China).

For more information and bookings, please write to sh.gala@cameraitacina.com

See you there!

Gli Italici: una nuova frontiera per la comunità glocale italiana di Amedeo Lovisoni

a Indo-Italian Chamber of Commerce and Industry (IICCI) ha ospitato dal 17 al 20 marzo 2016 a Mumbai l'annuale Riunione d'Area delle Camere di Commercio Italiane all'Estero di Asia e Sud Africa. Durante l'evento si è svolta una tavola rotonda a cui hanno partecipato Ramesh Bulchandani, CEO Atlas Brands Pvt. Ltd, Dario Dezio, MD Ararella Food Pvt. Ltd., Simrita Dhillon, Owner Golmaal, Devendra Khandelwal, Presidente Marco Polo Jewellers, che ha avuto come moderatore Cesare Saccani, Vicepresidente della IICCI sul tema degli Italici. Vi è stata inoltre la premiazione dei 16 ristoranti italiani in India vincitori del progetto Ospitalità Italiana 2015-2016.

Il concetto degli Italici nasce da un'idea di Piero Bassetti, già Presidente di Assocamerestero e attualmente Presidente dell'associazione Globus et Locus che si occupa di promuovere questa nuova visione di comunità che per essere tale può aggregarsi esclusivamente trascendendo ogni paradigma statale o nazionale. Gli Italici non sono soltanto i cittadini in Italia e fuori dai confini nazionali. Sono anche i ticinesi, i dalmati e i loro discendenti, i sammarinesi gli italo-americani, nonché gli italofoni e tutti coloro che, pur senza discendenza italiana, hanno tuttavia abbracciato valori, stili di vita italiani. Secondo le stime sono più di 250 milioni di persone con cittadinanze diverse, vivono in paesi e società distanti, parlano lingue diverse, ma sentono in modo simile. L'italicità è quel sentire comune, un modo di stare al mondo, di dare senso al mondo che può trasformarsi per gli Italici nell'occasione di svolgere un ruolo nuovo: quello di grandi protagonisti della storia globale.

La globalizzazione e il costante sviluppo tecnologico hanno posto sfide completamente nuove
anche all'interno di idee consolidate da millenni
nella storia dell'uomo. Tradizionalmente a unire
i popoli erano la condivisione di uno stesso territorio, delimitato da rigide frontiere, oppure dalla
lingua, ma al giorno d'oggi questi canoni rappresentano un reale limite. La nuova comunità non
dovrà fondarsi su concetti dismessi come quelli
ius soli e ius sanguinis ma attraverso un concetto
nuovo: lo ius volunatis che rappresenta la dimensione più alta dell'uomo ovvero la volontà di



poter scegliere a quale comunità appartenere e condividerne il destino. In quest'ottica l'immigrazione rappresenta in sé una caratteristica superata e dobbiamo imparare a considerare la nuova mobilità come un vero e proprio ringiovanimento tanto caratteriale quanto, in certa misura, caratteriale di società ricche ma stanche, sviluppate ma infelici, potenti ma fragili. Il problema di oggi non è bloccare la mobilità ma saperla trasformare e lo schema Stato nazione rende drammatico il problema in quanto fa rinascere le frontiere.

Il mondo del business rappresenta in tal senso uno dei punti di partenza privilegiati per la costruzione di una comunità italica globale, dal momento che al suo interno si incarnano valori, interessi e una realtà che ha maturato una visione a tutti gli effetti globale, dove le stesse lingue che si parlano sono figlie dell'incontro tra globalizzazione e localismo. Per gli italici la territorialità è un aspetto che non può essere contenuto nei confini dello Stato moderno perché sono univer-

salisti, frutto di una cultura della fusione nel mondo di persone che hanno sempre trovato nell'ibridazione un processo attivo per raggiungere la loro specificità.

Le Camere di Commercio italiane all'estero rappresentano la tipologia di istituzioni di cui la comunità Italica ha probabilmente più bisogno per il proprio sviluppo. Se il sistema camerale vuole rispondere alle esigenze di rappresentanza e di servizi che il mondo GLOCAL e i nuovi protagonisti del business richiedono è chiamato a elaborare un approccio nuovo, ispirato all'idea di italicità. Le Camere devono avere la capacità di trasformarsi in Camere di Commercio Italiche e dovrebbero fornire, ad esempio, l'accesso immediato a informazioni, notizie e aggiornamenti su nuovi prodotti – normalmente non disponibili in un contesto statico - l'opportunità di comunicare e collaborare attraverso forum di discussione, chat e altri strumenti di lavoro, la distribuzione di un prodotto o l'erogazione di un servizio attra-



verso canali preferenziali, la ricerca gratuita di open data in database condivisi. La business community Italica dovrebbe pertanto dare valore alle imprese che ne fanno parte – in Italia e all'estero – offrendo loro indicazioni circa i bisogni e le aspettative dei consumatori, feedback diretti e immediati sulle condizioni di mercato, mezzi per promuovere lo sviluppo di nuovi prodotti, business e l'accesso al mercato Italico nel mondo. Imprimere un accelerazione in chiave Italica al sistema camerale significa considerare il business non come una mera attività di produzione e scambio, bensì come principale punto d'incontro dei molti stimoli provenienti dalla tecnologia, dalla funzionalità, dall'organizzazione e dal management.

Noi Italici siamo universalisti: per noi ogni dimensione locale originaria viene proiettata, con nuove peculiarità linguistiche e sociali, a livello globale, magari a migliaia di chilometri di distanza, ma sempre all'interno della dimensione mondiale. È infatti a questo livello che si è da sempre concretizzata la cultura italica. Noi abbiamo ispirato Roma, la Chiesa universale e il Sacro romano impero, ci siamo espressi ai massimi livelli nel Rinascimento, poi nelle esperienze migratorie e ibridanti dei peninsulari prima dell'Unità d'Italia, quindi nel fantasticante modernismo italiano e infine al giro di boa del millennio, all'avvento della globalizzazione. Fino, appunto, all'oggi. Agli albori di un Commonwealth emergente che richiama nel proprio alveo e ai propri valori milioni di persone in tutto il mondo. Nel suo libro "Svegliamoci Italici!" e nel video messaggio dedicato alla Riunione d'Area a Mumbai, Piero Bassetti spiega questo concetto attraverso parole cariche di significato: "A tutti gli italici dico: i vostri successi e le vostre conquiste porteranno valore, identità e appartenenza a questa nuova patria, all'anima di questa «civiltà» transnazionale, che, quanto più sentirete vostra, tanto più contribuirete a creare. È all'insegna di questa proposta che voglio svegliare gli italici. Svegliarli alla consapevolezza della loro esistenza. Esortarli alle loro responsabilità nelle grandi trasformazioni del mondo che si glocalizza. Farne, come tali, un soggetto di storia."

#INDO-ITALIANChamber 🔱

THE INDO-ITALIAN CHAMBER OF COMMERCE & INDUSTRY

Office no. 501 – 5h Floor, 349 Business Point, Western Express Highway, Andheri (East), Mumbai 400 069 – India Tel: +91.22.6772.8186 –Fax: +91.22.6772.8191 / 8291 iicci@indiaitaly.com – www.indiaitaly.com

The Italics: A new frontier for the Italian Glocal business communities

Amedeo Lovisoni

he Indo-Italian Chamber of Commerce and Industry (IICCI) hosted from 17th to 20th March 2016 in Mumbai the annual Area Meeting of the Italian Chamber of Commerce Abroad of Asia and South Africa. In this occasion, a panel discussion titled The Italics was organized, having as speakers Ramesh Bulchandani, CEO Atlas Brands Pvt. Ltd, Dario Dezio, MD Ararella Food Pvt. Ltd., Simrita Dhillon, Owner Golmaal, Devendra Khandelwal, President of Marco Polo Jewellers, and Cesare Saccani, Vice-President of IICCI as moderator. Moreover, the evening hosted the award ceremony of Ospitalità Italiana 2015-16 project, with 16 authentic Italian winning restaurants from various Indian cities. The concept of Italics was invented by Piero Bassetti, former President of Assocamerestero and current President of Globus et Locus association, which aims to promote this new vision of community that can be conceived only by transcending any state or national paradigm. Italics are not only Italian citizens in Italy and abroad. They are also Ticinesi (inhabitants of Swiss Canton Ticino) and Dalmatian and their descendants, Sammarinese, Italo-Americans, all those who speak Italian and also people without direct Italian descending, who love Italian lifestyle and their values. This community is estimated to be composed by over 250 million people having citizenship of different countries, speaking different languages but feeling the same way. The so-called Italicity is a common feeling, a way to be in the world, a way to give sense to the world that can be the occasion for Italics to play a new role and become protagonists of the global history.

Globalization and constant technology developments have raised new challenges to most of the historical human thoughts. While traditionally people were united by the same territory, delimited by fixed borders and one language, nowadays these criteria represent a real limit. This way, the new community will not be based on old concepts such as jus soli (right by birth) and jus sanguinis (right of blood) but based on the new concept of ius voluntatis (right of willingness), according to which the individual would choose the community to belong to and to share his/her destiny with.

From the above mentioned perspective, immigration becomes an outdated idea and people's mobility can be a real rejuvenation, both cultural and behavioural. This will affect our societies, which can currently be seen as "rich but tired, developed but unhappy, powerful but weak". Today's challenge is not to block mobility but instead to find the way to transform it beyond such concepts as Nation and State, which are related to frontiers and nationalism.

One of the privileged starting point for the building of a global Italics community, is the world of business. Business has in fact developed values and interests now embracing global vision, where even the languages spoken are the result of a meeting between globalization and localism. Italics are universalists, and hence to them the concept of territory cannot be reduced to the Modern State borders.

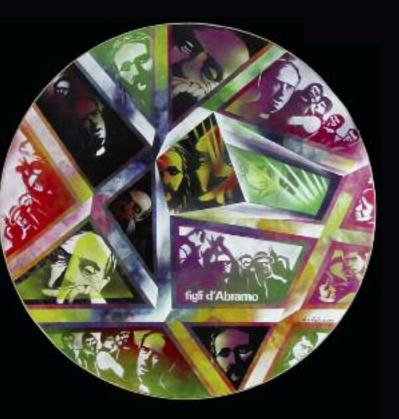
The network of Italian Chambers of Commerce abroad (CCIEs) can be a significant booster to the Italics Community worldwide. In order to face and serve the needs of representation and services of the GLO-CAL business world, the CCIEs will have to develop a new approach, inspired by the idea of Italicity. The CCIEs must have the ability to become Italic Chambers of Commerce and should provide, for example, instant access to information, news and updates on new products not normally available in a static context, creating the opportunity to communicate and collaborate through discussion forums, chats and other tools, the distribution of a product or providing a service through preferred channels, free searching of open data in shared database. The Italic business community should increase the value of its member companies in Italy or abroad Italic then, offering them insights about consumers' needs and expectations, direct and immediate feedback on market conditions, means to promote the development of new products and business and access to the overall italics market in the world.

As mentioned, we Italics are universalists: for us every local dimension is projected globally, perhaps thousands kilometres away, through new linguistic and social features. At this broader level the Italic culture can take shape. It has inspired Rome, the universal Church and the Holy Roman Empire, the highest levels of the Renaissance, and in fantasizing Italian modernism and finally the turning point of the millennium, the beginning of globalization. Up to the present days where the dawn of an emerging Commonwealth reminiscent in its own the values millions of people around the world. In his book titled "Wake up Italics!" and during the video-message dedicated to CCIEs Asia and South Africa Area Meeting in Mumbai, Piero Bassetti explains this concept as follows: "I tell all Italics: your successes and your achievements will bring value, identity and belonging in this new homeland, to the soul of this transnational "civilization", that the more you feel, the more you will help to create. It is in the spirit of this proposal that I will wake up the Italics and raise awareness on their existence. And urge them to their responsibilities in this great changing glocalized world. And finally, make them a subject of history."





Da Santa Francesca Cabrini a Mons. Luigi Di Liegro



PIO SODALIZIO DEI PICENI Complesso Monumentale San Salvatore in Lauro Roma, 6 – 30 aprile 2016

La mostra consiste in 30 opere dell'artista Meo Carbone che da svariati anni realizza dipinti sull'Emigrazione Italiana negli Stati Uniti d'America. A tal proposito ha realizzato una serie di dipinti sulle figure di Santa Francesca Saverio Cabrini e di Mons. Luigi Di Liegro, da qui il titolo della mostra "Da Santa Francesca Saverio Cabrini a Mons. Luigi Di Liegro".

L'artista, attraverso la sua arte, ha voluto rendere omaggio a queste figure straordinarie la cui vita è stata interamente dedicata all'assistenza, al sostegno e all'ascolto di chi, inseguendo un sogno, abbandona le proprie terre d'origine alla ricerca di un futuro migliore in terra straniera.

Meo Carbone non è nuovo a rappresentazioni artistiche del mondo dei migranti, e, attraverso questa mostra, ci aiuta a leggere le migrazioni attraverso le storie e i volti di personaggi come Madre Francesca Saverio Cabrini e Mons. Luigi Di Liegro che hanno saputo raccontare il mondo delle migrazioni "con gli occhi della fede". Meo Carbone partendo dalla realtà del passato ri-legge e ri-costruisce, mediante le foto di operai, contadini, minatori, ragazzini, donne, un'infinita ed unitaria massa dolente che invade lo spazio artistico delle sue tele e dei suoi oggetti artistici come nel caso di "Valigia" (1997) che da oggetto di uso comune diventa, attraverso la rielaborazione artistica, metafora e simbolo delle migrazioni stesse.

In questo modo l'"Arte" scuote la "Storia", ridando eco a quelle immagini di cronaca, a quelle cronache che sono diventate immagini storiche e oggi, tramite Meo Carbone, Arte. Un arte che tende al sociale per divenire denuncia di fatti storici da non dimenticare.







CI HANNO SCARICATO PIÙ DI DUE MILIONI E MEZZO DI VOLTE... EPPURE, CI AMANO TUTTI!

NUOVA IRADIOITALIA!

PUOI ASCOLTARCI IN STREAMING, GUARDARE IN DIRETTA RADIO ITALIA TV, SCOPRIRE LE PHOTOGALLERY ESCLUSIVE E LEGGERE TUTTE LE NEWS DI MUSICA ITALIANA.

E CON LA NUOVA FUNZIONE "IO C'ERO"... FOTOGRAFI I MOMENTI PIÙ BELLI VISSUTI CON NOI!

E POI I PODCAST, TUTTE LE DATE DEI CONCERTI, LA WEB RADIO E I CONCORSII SCARICA O AGGIORNA L'APP DI RADIOITALIA, DISPONIBILE SU APPLESTORE E GOOGLEPLAY, E GRATIS!

PORTA SEMPRE CON TE LA MIGLIORE MUSICA ITALIANA!

EXPERIENCE THEAUTHENTICITALIAN FOODBUSINESS



CIBUS2016

18° SALONE INTERNAZIONALE DELL'ALIMENTAZIONE

PARMA 9-12 MAGGIO

3.000 espositori espressione delle eccellenze agroalimentari italiane www.cibus.it • cibus@fiereparma.it



ITALIAN TASTE

Cibus 2016 è parte delle azioni di promozione a sostegno dell'agroalimentare italiano promosse sotto il segno distintivo "The Extraordinary Italian Taste" dal Ministero dello sviluppo economico, dal Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali e realizzate dall'Agenzia ICE.











