

IL PRIMO PERIODICO DELL'ITALIA NEL MONDO

# èItalia

[www.italplanet.it](http://www.italplanet.it)

MULTILINGUAL EDITION

ISSUED IN 55 COUNTRIES

PARTNER EDITORIALE



## 10 SEZIONI PAESE

- èItalia for USA
- èItalia for CANADA
- èItalia for RUSSIA
- èItalia for BRASILE
- èItalia for FRANCIA
- èItalia for GERMANIA
- èItalia for REGNO UNITO
- èItalia for INDIA
- èItalia for AUSTRALIA
- èItalia for CINA

Licia Mattioli

## Da una donna per una donna

By a Woman for a Woman

LEO  
NAR  
DO

Quirinale:  
Premi Leonardo 2015  
2015 Leonardo Awards



Speciale  
Made in Italy



Gian Domenico Auricchio  
**Lavoriamo da sempre per l'affermazione del Made in Italy nel Mondo**  
**We have always worked to promote Made in Italy products abroad**

# Il primo periodico dell'Italia nel mondo

BEL PAESE

ISTITUZIONI

10 SEZIONI  
PAESE

MODA,  
DESIGN & FOOD

MERCATI  
ESTERI

EXPO MILANO  
2015



anche online:

**www.italplanet.it**

Abbonati online con il sistema PayPal  
Visita il sito [www.italplanet.it](http://www.italplanet.it)  
e clicca su "Abbonati a eItalia"



Subscribe Online with PayPal  
Visit our website [www.italplanet.it](http://www.italplanet.it)  
and click on "Abbonati a eItalia"

Compilare e inviare a *Fill in the form and send it to:* eItalia – Galleria del Corso, 2 - 20122 MILANO – ITALY – [eitalia@italplanet.it](mailto:eitalia@italplanet.it)

Sì! Mi abbono a **eItalia**: 1 ANNO (6 numeri) al prezzo di € 50,00  
YES! I subscribe to **eItalia**: 1 YEAR (6 issues) at the price of € 50,00

Sì! Mi abbono a **eItalia**: nella versione PDF al prezzo di € 25,00  
YES! I subscribe to **eItalia**: in PDF at the price of € 25,00

Cognome e Nome Surname and Name \_\_\_\_\_

Via Address \_\_\_\_\_

CAP Zip Code \_\_\_\_\_

Città City \_\_\_\_\_

Prov. District \_\_\_\_\_

Nazione Country \_\_\_\_\_

PAGAMENTO PAYMENT

PayPal

Bonifico bancario a NEWSCORP INTERNATIONAL S.r.l.  
Bank transfer receipt to NEWSCORP INTERNATIONAL S.r.l.

IBAN: IT 33 Z 05034 01605 0000 0002 0606

Data Date \_\_\_\_\_



**IBS ITALIA**  
International Business Strategy

# Fai decollare il tuo business all'estero

## **IBS TI APRE LE PORTE**

### dei maggiori mercati mondiali



Stati Uniti, Brasile, Singapore, Iran sono solo alcuni dei Paesi  
dove siamo presenti direttamente per offrirti:

- ⌚ Temporary Export Management
- ⌚ Assistenza societaria e contabile
- ⌚ Tax Planning
- ⌚ Contrattualistica internazionale
- ⌚ Marchi e brevetti
- ⌚ Marketing & comunicazione
- ⌚ Ricerca di finanza agevolata e ordinaria
- ⌚ Studi di mercato e Business Plan

Media Partner:



[www.ibsitalia.biz](http://www.ibsitalia.biz) – [info@ibsitalia.biz](mailto:info@ibsitalia.biz) – follow us:  

Uffici: Rome | Milan | New York | Miami | São Paulo | Rio de Janeiro | Sofia | Doha | Maputo | Tehran | Singapore



## STORIA DI COPERTINA

EXPORT, MERCATI GLOBALI,  
MADE IN ITALY

Licia Mattioli, una fonte inesauribile di energia. Avvocato per formazione, imprenditrice nel mondo dei gioielli. Con entusiasmo e caparbia e affrontando incarichi importanti, non ultimo di presidente di Confindustria con delega per l'internazionalizzazione, Licia ha saputo creare un mondo. Ma questo, come afferma nell'intervista, "è solo l'inizio".

*Il servizio a pagina 18*

# 37

**LAVORIAMO DA SEMPRE  
PER L'AFFERMAZIONE  
DEL MADE IN ITALY  
NEL MONDO**  
**WE HAVE ALWAYS WORKED  
TO PROMOTE MADE IN  
ITALY PRODUCTS ABROAD**



## ISTITUTO ITALO-LATINOAMERICANO: 50 ANNI E NON LI DIMOSTRA! THE ISTITUTO ITALO-LATINO AMERICANO CELEBRATES ITS 50TH ANNIVERSARY



## 11 COMITATO LEONARDO



## SPECIALE BRASILE 51



## SOMMARIO

**8 DALLA FARNESINA**  
Istituto Italo-Latinoamericano: 50 anni e non li dimostra!  
*The Istituto Italo-Latino Americano celebrates its 50th anniversary*

**11 SPECIALE COMITATO LEONARDO**  
I protagonisti del Made in Italy premiati in Quirinale  
*Leading Made in Italy entrepreneurs receive awards at the Quirinal Palace*

Un Oscar all'orgoglio Italiano  
*An Oscar for Italian pride*

Da una donna per una donna  
*By a Woman for a Woman*

Export, mercati globali, made in Italy  
*Export, global markets, made in Italy*

**22 PANORAMA D'ITALIA**  
Panorama d'Italia riparte: in 10 tappe il meglio  
*of the Eccellenza Italiana*  
*Panorama d'Italia opens 10-stop tour of Italian Excellence*

**25 SPECIALE MADE IN ITALY**  
"Italy's come back", l'Italia è tornata, è il messaggio  
del premier Renzi agli stranieri  
*Renzi tells the world that "Italy's back"*

Costituito il primo comitato della moda  
e dell'accessorio italiano  
*First Italian fashion and accessories committee set up*

Export da record: ora l'agroalimentare avrà  
anche il suo Ministero  
*Record agri-food exports and a new Ministry*

Grani Antichi, la salute nel piatto  
*Ancient Grains, the health in plate*

55<sup>a</sup> edizione del Salone del Mobile Milano  
*55th edition of the Milan Salone Internazionale del Mobile*

Aspettando il 50° Vinitaly  
*In the run-up to the 50th Vinitaly*

## MERCATO GLOBALE

**37 MISE**  
Lavoriamo da sempre per l'affermazione  
del Made in Italy nel Mondo  
*We have always worked to promote Made in Italy products abroad*

**40 UNIONCAMERE**  
Camere di Commercio: Lo Bello, riforma  
occasione di modernizzazione  
*Lo Bello sees reforms as an opportunity to modernise Chambers of Commerce*

Imprese: una su tre fiduciosa per gli affari nel 2016  
*One in three businesses is confident about 2016*

Agricoltura, un patto per la semplificazione  
del settore  
*Agriculture pact to simplify the sector*

**42 BORSA MERCI TELEMATICA ITALIANA -  
UNIONCAMERE**

Agro-export mentoring programme a Rabat  
*Agro-export mentoring programme in Rabat*

Uno degli obiettivi principali della Carta di Milano  
*One of the main aims of the Milan Charter*

**44 MINISTERO SVILUPPO ECONOMICO**  
Sviluppo economico e competitività territoriale  
*Economic development and territorial competitiveness*

**45 MADE IN ITALY**  
Il rilancio 2016 della Regione Liguria  
*Relaunching the Liguria region in 2016*

**47 BEL PAESE**  
Grazie al Commissario Montalbano, un'immagine  
della Sicilia incontaminata  
*A picture of an uncontaminated Sicily, thanks to Commissario Montalbano*

# Made in Italy



EDITORIALE DI  
GIORGIO MULÈ

**U**n 2016 ricco di novità all'insegna del Made in Italy per l'anno iniziato già con buone prospettive: questo il tema di questo numero di *èItalia* focalizzato alla presentazione di importanti eventi a favore del nostro Made in Italy.

Le affermazioni del Presidente **Sergio Mattarella** in occasione dei premi della qualità al Quirinale del Comitato Leonardo e l'invito a "continuare il racconto" di Panorama d'Italia, espresso in occasione dell'edizione 2015, fanno da cornice al nostro racconto di date ed eventi importanti come la settimana della Moda, il Vinitaly, il Salone del Mobile, la imminente Fiera della Nautica "solo" italiana in Brasile: tutte vetrine a conferma del prezioso ruolo di un'Italia che trova nell'unicità delle sue eccellenze l'entusiasmo del saper fare. E, come confermano le interviste di importanti rappresentanti

e protagonisti del made in Italy, rimane questa la sfida italiana al futuro.

Non c'è altra via per l'Italia sulla strada della ripresa e dello sviluppo se non quella di tornare alle sue radici, di credere nelle sue straordinarie potenzialità: siamo una terra di talenti invidiati in tutto il mondo. Con questa consapevolezza non c'è crisi che può abbatterci.



**èItalia for USA**  
Camera di Commercio Italiana di Los Angeles  
Presidente: Christiano Manfrè  
Segretario Generale: Emanuela Panebianco

**èItalia for BRASILE**  
Direttore Editoriale: Giancarlo Lanna

**èItalia for CANADA**  
Camera di Commercio Italiana dell'Ontario  
Presidente: Giorgio Visintin  
Segretario Generale: Corrado Paina

**èItalia for FRANCIA**  
Camera di Commercio Italiana di Nizza  
Presidente: Patrizia Dalmasso  
Segretario Generale: Agostino Pesce

**èItalia for GERMANIA**  
Camera di Commercio Italiana per la Germania  
Presidente: Emanuele Gatti  
Segretario Generale: Mario Bianchi

**èItalia for INDIA**  
Camera di Commercio Italiana di Mumbai  
Presidente: Narinder K. Nayak  
Segretario Generale: Claudio Maffioletti

**èItalia for REGNO UNITO**  
Camera di Commercio Italiana di Londra  
Presidente: Leonardo Simonelli Santi  
Segretario Generale: Helen Girington

**èItalia for RUSSIA**  
Camera di Commercio Italo-Russa  
Presidente: Rosario Alessandrello  
Segretario Generale: Leonora Barbiani

**èItalia for AUSTRALIA**  
Camera di Commercio Italiana di Sydney  
Presidente: Joseph Carrozza  
Segretario Generale: Nicola Carè

**èItalia for CINA**  
Camera di Commercio Italiana di Pechino  
Presidente: Franco Cutrupia  
Segretario Generale: Giulia Ziggotti

## 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  
info@assocamerestero.it

## 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

	<b>èItalia for BRASILE</b>	<b>51</b>
	<b>èItalia for USA</b>	<b>60</b>
	<b>èItalia for CANADA</b>	<b>62</b>
	<b>èItalia for RUSSIA</b>	<b>64</b>
	<b>èItalia for FRANCIA</b>	<b>66</b>
	<b>èItalia for GERMANIA</b>	<b>68</b>
	<b>èItalia for REGNO UNITO</b>	<b>70</b>
	<b>èItalia for AUSTRALIA</b>	<b>72</b>
	<b>èItalia for CINA</b>	<b>73</b>
	<b>èItalia for INDIA</b>	<b>76</b>

## 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 *èItalia*), 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. 46.000 copie  
Bimestrale, 6 numeri l'anno e  
6 speciali Destinazione Padiglione Italia.

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.

## Mattarella: Umberto Eco uomo libero dotato di un profondo spirito critico e di grande passione civile

“Osservatore acuto e disincentato, scrittore finissimo, anticipatore e sperimentatore di fenomeni e tendenze, si è sempre proiettato nella dimensione internazionale, lontano da ogni chiusura dogmatica o provinciale. I suoi saggi e i suoi romanzi hanno portato grande prestigio all’Italia e arricchito la cultura di ogni latitudine”. Con queste parole il Presidente della Repubblica Sergio Mattarella, “ha accolto la morte di Umberto Eco. Particolarmente addolorato, Mattarella ha continuato “Umberto Eco era un uomo libero, dotato di un profondo spirito critico e di grande passione civile. È stato un protagonista del dibattito intellettuale italiano e internazionale. Nella sua autobiografia si specchia il percorso di ricerca di identità culturale di intere



generazioni del dopoguerra. Interprete, nei suoi anni giovanili, dei fermenti che animarono il mondo cattolico, seppe esprimere in modo creativo nelle sue diverse esperienze la curiosità che lo guidava, sia sul terreno della sperimentazione dei linguaggi, a partire dalla televisione, sia su quello della ricerca semiologica”.

## MATTARELLA: UMBERTO ECO WAS A FREE MAN WITH A PROFOUND CRITICAL SPIRIT AND A GREAT PASSION FOR CIVIL SOCIETY

“An acute and detached observer, an exceptional writer, ahead of and experimenting with phenomena and trends, he was always projected into the international dimension, far from any dogmatic or provincial limitations. His essays and novels brought Italy great prestige, enriching the culture of the whole world.” These are the words with which President of the Republic Sergio Mattarella greeted the death of Umberto Eco. Showing his deep grief, Mr Mattarella continued that: “Umberto Eco was a free man, with a profound critical spirit and a great passion for civil society. He was a protagonist of Italian and international intellectual debate. His autobiography mirrors the search for cultural identity of entire post-war generations. In his youth, he interpreted the upheaval in the Catholic world, succeeding in expressing the curiosity that led him through his different experiences in a creative way, both through linguistic experimentation, starting with the television, and through the study of semiotics.”

## Rio 2016, Coni e Action Aid: insieme per il sociale

In occasione delle prossime Olimpiadi brasiliane, il Coni scende in campo al fianco di Action Aid per aiutare le favelas di Rio de Janeiro. Il Comitato olimpico italiano, assieme agli sponsor contribuirà alla realizzazione di un campo da calcio nella favela di City of God, oltre ad un corso di formazione su alimentazione e sport alla favela di Rocinha. “Abbiamo creato un filo conduttore fra noi e il Brasile per aiutare le favelas di Rio de Janeiro. Da Casa Italia, da una parte si vede il mare e dall’altra si vede la favela più grande del mondo. È come andare in barca a Lampedusa e Lesbo, non si può far finta di niente”, ha dichiarato il presidente Giovanni Malagò.

## RIO 2016, CONI AND ACTION AID: TOGETHER FOR CHARITY

For the upcoming Olympics in Brazil, the Italian Olympic Committee (CONI) is joining forces with Action Aid to help the favelas in Rio de Janeiro. CONI and sponsors will be helping to build a football field in the City of God favela, as well as holding a training course on

nutrition and sport in the Rocinha favela. “We have set up a link between us and Brazil in order to help the favelas in Rio de Janeiro. From Casa Italia, we can see the sea on one side and the biggest favela in the world on the other. It’s like going from Lampedusa to Lesbos by boat, you can’t ignore it”, commented President Giovanni Malagò.



## Tesori delle ambasciate: Gentiloni e Franceschini presentano il volume al collegio romano

Il ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, Paolo Gentiloni, ed il ministro dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Dario Franceschini, hanno presentato il volume “Tesorì delle Ambasciate”. Le Ambasciate e le Residenze degli Ambasciatori d’Italia all'estero costituiscono un prezioso strumento di promozione dell’immagine del nostro Paese; un luogo di incontri ai massimi livelli con il mondo istituzionale, politico-economico, culturale e finanziario dei Paesi di accreditamento. In molte sedi del Ministero degli Esteri è ospitato un ricco patrimonio artistico e culturale, che sostiene la diplomazia nell’attività di promozione dell’Italia nelle sue differenti espressioni artistiche, culturali e storiche. Tale patrimonio è tutelato, conservato e valorizzato con la massima cura: si è quindi avvertita la necessità di sistematizzarne la catalogazione, avviando un progetto di ricognizione del patrimonio delle Ambasciate di interesse storico-artistico.



## “TESORI DELLE AMBASCIATE” PRESENTED TO THE ROMAN COLLEGE OF JESUITS BY GENTILONI AND FRANCESCHINI

A volume entitled “Tesorì delle Ambasciate” (“Treasures of the Embassies”) was presented by Minister of Foreign Affairs and International Cooperation, Paolo Gentiloni, and Minister of Cultural Affairs and Tourism, Dario Franceschini. As the location of top level institutional, political, cultural and financial meetings, the Italian Embassies and Ambassadors’ Residences abroad are a valuable tool for promoting Italy’s image. Many of the Ministry of Foreign Affairs’ offices host a considerable collection of artistic and cultural heritage, which supports diplomacy in promoting Italian art, culture and history. Great care is taken to protect, preserve and valorise these items, and the need was therefore felt to review the catalogues, leading to the project unveiling the Embassies’ cultural and artistic collections.

to protect, preserve and valorise these items, and the need was therefore felt to review the catalogues, leading to the project unveiling the Embassies’ cultural and artistic collections.

## L'Italia attira il mondo: 10 fiere internazionali da seguire

Passato il clamore per Expo 2015 che nei sei mesi di apertura ha raggiunto ottimi risultati sia per numero di visitatori che di buyer internazionali, l'Italia ritorna al centro del palcoscenico internazionale con una ricca offerta di manifestazioni fieristiche. L'Italia, con oltre 2,2 milioni di metri quadri, rappresenta il IV Paese per spazi fieristici e siamo secondi in Europa solo alla Germania. Le fiere, grazie alla loro la capacità di incidere significativamente sul nostro export, sono considerate altamente strategiche per lo sviluppo dell'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese, ragion per cui il Ministero dello Sviluppo Economico ha incluso un investimento ad hoc nel "Piano straordinario per il Made in Italy" con un budget complessivo di 260 milioni. L'obiettivo del governo è quello di intercettare nuovi flussi della domanda mondiale e attirare la crescente classe media dei mercati emergenti, per un totale di 800 milioni di nuovi consumatori, target nei prossimi 15 anni.



Ministero dello Sviluppo Economico

### ITALY ATTRACTS THE WORLD: 10 INTERNATIONAL TRADE FAIRS TO WATCH

Now that the clamour about Expo 2015, which saw excellent results both in terms of number of visitors and international buyers, is over, Italy is back to the centre of the international stage with a wide range of trade fairs. With more than 2.2 million square metres, Italy is the 4th country in the world for trade fair facilities, and second only to Germany in Europe. Thanks to their significant impact on exports, trade fairs are seen as highly strategic for developing internationalisation among SMEs. For this reason, the Ministry for Economic Development has included a specific investment with a budget of 260 million euros in the "Extraordinary Made in Italy Plan". The government is aiming to intercept new global demand and attract the growing middle class in emerging markets, which includes a total of 800 million new consumers and which will be a target over the next 15 years.



### Export in fermento per la birra Made in Italy

L'export del comparto agroalimentare italiano gode di buona salute e questa non è certo una novità. La novità è che a crescere non sono solo le vendite sui mercati internazionali di pasta, vino e formaggi, ma nuove classi di prodotti - che per definizione difficilmente riusciremmo a definire simboli del "Made in Italy" - si affacciano sui mercati globali con grande successo. Stiamo parlando della birra, ad esempio, il cui valore delle esportazioni negli ultimi dieci anni è triplicato (+206%) e del caviale, il cui valore delle esportazioni è passato da zero a 11,2 milioni di euro. Il mercato della birra – in particolare quella artigianale – registra ottime performance innanzitutto nel mercato domestico, con oltre 301 milioni di litri prodotti nel 2014 ed una produzione che cresce costantemente, incoraggiata da una domanda dinamica. Secondo una ricerca Astra/AssoBirra infatti, ben il 72% degli italiani beve birra e tra questi il 60% la consuma abitualmente in casa, mentre per il 49% degli italiani rappresenta - dopo l'acqua indispensabile per la vita - la seconda bibita presente nei frigoriferi.

### MADE IN ITALY BEER EXPORTS ON THE RISE

Italian agri-food exports are doing well, and this is nothing new. What is new is that it is not only sales of pasta, wine and cheese that are on the rise on the international markets, but new classes of products - that are difficult to define as traditionally "Made in Italy" - are beginning to meet with great success on the markets. For example, beer. Beer exports have tripled over the last ten years (+206%), along with caviar exports, which have grown from zero to 11.2 million euros. The beer market - in particular craft beer - has seen excellent performance starting in the domestic market, with more than 301 million litres produced in 2014 and constantly increasing production levels encouraged by strong demand. According to a study by Astra/AssoBirra, 72% of Italians drink beer, and 60% of those usually drink it at home, while 49% of Italians see beer as the second most common drink to have in the fridge (after water, the essential for life).

## È record per i musei italiani

"2015 anno d'oro dei musei italiani". Lo ha detto il ministro dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Dario Franceschini, presentando al Comitato permanente del turismo, i numeri dei musei italiani del 2015. "Circa 43 milioni di persone hanno visitato i luoghi della cultura statali", ha riferito Franceschini, "generando incassi per circa 155 milioni di euro che torneranno interamente ai musei attraverso un sistema premiale che favorisce le migliori gestioni e garantisce le piccole realtà".

"Per la storia del nostro Paese è il miglior risultato di sempre, un record assoluto per i musei italiani", ha aggiunto Franceschini, "e anche rispetto al 2014, anno in cui si erano registrati numeri erano molto positivi, la crescita dei visitatori e degli incassi è significativa. E non siamo in presenza di una tendenza internazionale, anzi", ha spiegato il ministro, "siamo in controtendenza se si guarda ai dati usciti sulla stampa estera oggi. In Italia, grazie anche alle nuove politiche di valorizzazione, prime fra tutte le domeniche gratuite, gli italiani sono tornati a vivere i propri musei. Un riavvicinamento al patrimonio culturale", ha concluso Franceschini, "che educa, arricchisce e rende consapevoli i cittadini della magnifica storia dei propri territori".



### RECORD-BREAKING YEAR FOR ITALIAN MUSEUMS

"2015 was a golden year for Italian museums", according to Minister for Cultural Heritage and Tourism, Dario Franceschini, presenting the 2015 Italian museum figures to the permanent tourism committee. "Around 43 million people visited State-owned cultural heritage sites", commented Mr Franceschini, "generating around 155 million euros in cash flow, which will be entirely devolved to the museums through a rewards system that encourages the best management styles and supports smaller sites." "This is the best result ever achieved in our country's history, an absolute record for Italian museums", he added, continuing "the growth in visitors and takings was significant even when compared with 2014, when the figures were also very high. This is not part of an international trend - quite the opposite", explained the Minister, "if we look at the figures published in the international press today, we are bucking the trend. In Italy, thanks to the new valorisation policies, in particular the Sundays free of charge initiative, Italians are going back to enjoying their museums. This return to cultural heritage educates, enriches and makes citizens aware of the magnificent history of their own areas", Mr Franceschini concluded.

# Istituto Italo-Latinoamericano:

**Un'istituzione unica  
nel suo genere grazie  
alla gestione collegiale  
tra Italia e venti Paesi  
latino-americani**

di **Fabio Porta**,

Presidente del Comitato Italiani nel mondo e Promozione  
del Sistema Paese della Camera dei Deputati

**C**on la conferenza internazionale dal titolo “*EU Relations with Latin America: from Social Resilience to Global Governance*” organizzata dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e dall’Istituto Affari Internazionali (IAI), con il contributo del Barcelona Centre for International Affairs (CIDOB) e dell’Istituto Italo-Latino Americano (IILA) è iniziato un anno del tutto speciale per le relazioni italo-latinoamericane.



FABIO  
PORTA

Si tratta infatti dell’anno del cinquantesimo anniversario dell’IILA, nato nel 1966 grazie ad una straordinaria e lungimirante intuizione del Ministro degli Esteri di allora, Amintore Fanfani.

Alla conferenza di Roma l’Alto Rappresentante per la politica estera e la sicurezza dell’Unione Europea Federica Mogherini ha tracciato in sintesi le linee-guida della politica europea per i prossimi anni relativamente al rapporto con l’America Latina, una regione del mondo lontana dalle principali aree di crisi internazionale e fortemente legata al continente europeo grazie a vincoli storici, culturali ed economici. Erano presenti, insieme a tanti esponenti politici e diplomatici europei e latinoamericani, il Segretario Generale dell’OSA (l’Organizzazione degli Stati Americani) Luis Almagro e il Sottosegretario agli Affari Esteri Mario Giro.

Per l’Italia, che ha ospitato questo importante appuntamento, si è trattato di una ulteriore tappa verso la costruzione di una politica permanente e organica di cooperazione con l’America Latina; nel corso di questi decenni, infatti, alla nascita dell’IILA hanno fatto seguito le sette conferenze governative Italia-America Latina ed il Primo Forum parlamentare Italia-America Latina (svoltosi, quest’ultimo, a Roma nel mese di ottobre dello scorso anno).



I cinquanta anni dalla fondazione dell’IILA, un’istituzione unica nel suo genere grazie alla gestione collegiale tra Italia e venti Paesi latino-americani, possono e forse devono essere l’occasione per una riforma di questo Istituto, orientata al consolidamento ed al rafforzamento della sua originalissima ‘mission’ e ad un suo coordinamento organico con le conferenze governative e parlamentari. L’IILA potrebbe così diventare qualcosa di più di un segretariato permanente addetto alle relazioni italo-latinoamericane; uno strumento formidabile e innovativo di promozione culturale, economica e istituzionale.

A marzo, in Messico, si realizzerà il secondo Forum delle piccole e medie imprese italo-latinoamericane, a conferma della grande complementarietà delle matrici socio-econo-

miche italiane e latinoamericane; a dare forza e supporto permanente a tali politiche è anche la grandissima e capillare presenza in Sudamerica delle collettività italiane, radicate in quasi tutti i Paesi dell’area in maniera massiccia e incisiva, in quantità e qualità potremmo dire.

Valorizzare tali radici in chiave strategica e nel quadro di una collaborazione stabile e strutturata tra il nostro Paese e i venti Paesi del continente latino-americano darebbe alle prospettive di sviluppo dell’Italia nei prossimi anni un ulteriore elemento di forza e dinamicità.

Siamo certi che tutte le istituzioni del nostro Paese sapranno fare tesoro di questi stimoli, a partire dall’irripetibile occasione che ci è data da questa bellissima ricorrenza.

# 50 anni e non li dimostra!



## The Istituto Italo-Latino Americano celebrates its 50th anniversary

**The institution is unique in being jointly managed by Italy and twenty Latin American countries**

**T**he international conference entitled "EU Relations with Latin America: from Social Resilience to Global Governance" organised by the Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation and the Istituto Affari Internazionali (IAI), with the contribution of the Barcelona Cen-

tre for International Affairs (CIDOB) and the Istituto Italo-Latino Americano (IILA), has launched a special year for Italian-Latin American relations.

This year the IILA, founded in 1966 thanks to an extraordinary and far-sighted intuition by the Minister of Foreign Affairs at the time, Amintore Fanfani, will be celebrating its 50th anniversary.

At the conference held in Rome, the EU High Representative for foreign policy and security Federica Mogherini outlined European policy for the next few years regarding relations with Latin America, a world region far from the main areas of international crisis and with strong historical, cultural and economic links to the European continent. Along with many European and Latin American political and diplomatic figures, the conference was attended by the Secretary General of the OAS (Organisation of American States) Luis Almagro and Foreign Affairs Undersecretary Mario Giro.

For host-country Italy, the important event marked a further step towards building a permanent and organic cooperation policy with Latin America; in fact, in recent decades the foundation of the IILA was followed by seven Italy-Latin America governmental conferences and the first Italy-Latin America parliamentary forum (held in Rome in October last year).

The 50th anniversary of the foundation of IILA, unique in its joint management by Italy and twenty Latin-American countries, can and perhaps should be an opportunity to reform the institution, aiming to strengthen and consolidate its original "mission" and link its coordination to governmental and parliamentary conferences. This could see IILA evolve into something more than a permanent secretary for Italian and Latin American relations, becoming a strong and innovative tool for cultural, economic and institutional promotion.

The second forum of Italian and Latin American SMEs will be held in Mexico this March, confirming mutual Italian and Latin-American socio-economic interests; policies will also be supported and strengthened by the presence of numerous Italian communities throughout South America with their strong, incisive roots in countries in the area.

A strategic valorisation of these roots as part of stable, structured cooperation between Italy and the twenty countries in Latin America would give Italy's development prospects over the next few years added boost and dynamism.

We are sure that all our country's institutions will take the best advantage of these opportunities, starting with the unrepeatable occasion of this anniversary.



## 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, èItalia**
- **il portale, Italplanet.it**
- **l'agenzia stampa, ItalPlanet/News**
- **la casa editrice, ItalPlanet Edizioni**
- **le puntate ItalPlanet.tv su Canale Europa**

### 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 èItalia 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 èItalia, 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 èItalia, 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, èItalia pubblica il 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 èItalia e l'Agenzia Stampa online ItalPlanet/News dedicata agli Italiani all'estero, all'internazionalizzazione, alla politica, al *Made in Italy*. Attraverso news quotidiane, l'Agenzia fornisce costantemente il punto di vista sull'Italia e diffonde una newsletter settimanale, raggiungendo circa 97.000 iscritti in Italia ed all'estero.

### ITALPLANET TV SU CANALE EUROPA.

Il canale televisivo del *Made in Italy* su internet, per raccontare l'Italia nel mondo, con interviste e approfondimenti tematici e Video Giornale settimanale. Diffusa attraverso Canale Europa, ItalPlanet TV può essere raggiunta da tutto il mondo, direttamente dal computer, dal televisore opportunamente collegato ad internet, dal tablet e dallo smartphone.

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

# LEO NAR DO



COMITATO LEONARDO  
ITALIAN QUALITY COMMITTEE

## Premi Leonardo 2015 Giornata Qualità Italia

Palazzo del Quirinale – 7 Marzo 2016



**Ennio Morricone**  
Un Oscar all'orgoglio Italiano

An Oscar for Italian pride

**Intervista a Licia Mattioli:**  
Da una donna per una donna

Interview with Licia Mattioli

# 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

Caralberto Corneliani

Adolfo Guzzini

Mauro Moretti

Andrea Tessitore

## 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

Il Presidente dell'Agenzia ICE

Il Presidente di Confindustria

## Soci Onorari

Halidoun Khalifa Al Mubarak

Zhan Chunxin

Innocenzo Cipolletta

Umberto Eco

Eduardo Eurnekian

Dante Ferretti

Carla Fracci

Luiz Fernando Furlan

Jeffrey R. Immelt

Marcello Inghilesi\*

Alina Kalczynska Scheiwiller

Mikhail Kusnirovich

Francesca Lo Schiavo

Katzuhiko Machida

Pietro Marzotto

Rosita Missoni Jelmini

Rajan Bharti Mittal

Ennio Morricone

Riccardo Muti

Fabrizio Onida\*

Renzo Piano

Arnaldo Pomodoro

Paolo Portoghesi

Beniamino Quintieri\*

Carlo Rubbia

Jan Song

Giuseppe Tornatore

Oliviero Toscani

Umberto Vattani\*

Umberto Veronesi

Franco Zeffirelli

\* Past President ICE

# LEONARDO

## Soci Effettivi

AAT Oranfresh – Presidente Salvatore Torrisi

A.B.B. – A.D. Mario Corsi

Adler Plastic – Presidente Paolo Scudieri

Agriconsulting – Presidente e A.D. Federico Grazioli

Alitalia – Presidente Luca Cordero di Montezemolo

Amarelli – Presidente Giuseppina Amarelli Mengano

Amplifon – A.D. Enrico Vita

Annamaria Alois San Leucio – Presidente Annamaria Alois

ANSPC – Presidente Ercole Pietro Pellicanò

API Anonima Petroli Italiana – Presidente Ugo Brachetti Peretti

Aristoncavì – Presidente Nereo Destro

Arix – A.D. Silvano Melegari

Artemide – Presidente Ernesto Gismondi

Artioni Group – Vice Presidente Anna Maria Artoni

Aurora Penne – Presidente e A.D. Cesare Verona

Autostrade per l'Italia – Presidente Fabio Cerchiai

Balt Investimenti – Presidente Roberto Snaidero

Benetton Group – Presidente Gilberto Benetton

Biagiotti Group – Presidente Laura Biagiotti

Bonfiglioli Group – Presidente Sonia Bonfiglioli

Bracco – Presidente e A.D. Diana Bracco

Brembo – Presidente e A.D. Alberto Bombassei

Brunello Cucinelli – Presidente Brunello Cucinelli

Bulgari – Presidente Paolo Bulgari

Cabefin – Presidente Benito Benedini

Cassa Vinicola Zonin – Presidente Gianni Zonin

Centro di Firenze per la Moda Italiana – Presidente Andrea Cavicchi

Cinecittà Studios – Presidente Luigi Abete

Coelerici – Presidente e A.D. Paolo Clerici

Coelmo – A.D. Marco Monsurò

Coesia – Presidente Isabella Seragnoli

Colacem – A.D. Carlo Colaiacovo

Colussi Perugia – Presidente Angelo Colussi Serravallo

Conad – A.D. Francesco Pugliese

Consorzio Orafo il Tari – Presidente Vincenzo Giannotti

Corneliani – A.D. Caralberto Corneliani

Costa Crociere – Corrado Antonini

CostaGroup – Presidente Franco Costa

Dallara – A.D. 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 Maria Patrizia Grieco

Fabbrica D'Armi Pietro Beretta – Presidente Ugo Gussalli Beretta

Fabiana Filippi – Presidente Mario Filippi Coccetta

Fabbrini 1905 – A.D. Nicola Fabbri

Ferrari – Presidente Sergio Marchionne

Ferrari E.lli Lunelli – Presidente Gino Lunelli

Ferrero – Presidente Giovanni Ferrero

Fiam Italia – Presidente Vittorio Livi

Filmauro – Presidente Aurelio De Laurentiis

Finmeccanica – A.D. Mauro Moretti

Fondazione Pro Musica e Arte Sacra – Fondatore e Presidente Hans Albert Courtial

Furla – Presidente Giovanni Furlanetto

Gennaro Auricchio – A.D. Giandomenico Auricchio

Gruppo Almaviva – Presidente Alberto Tripi

Gruppo Armani – Presidente Giorgio Armani

Gruppo Cogip – Presidente Mimmo Costanzo

Gruppo Ennova – Founder e Presidente Fiorenzo Codognotto

Gruppo Techint – Presidente Gianfelice Rocca

Gruppo Trevi – A.D. Cesare Trevisani

GSE – Gestore Servizi Energetici – Presidente e A.D. Francesco Sperandini

iGuzzini Illuminazione – Presidente Adolfo Guzzini

Industrie Ceramiche Piemme – Presidente Francesco Zironi

IN.PRO.DI. Inghirami – Presidente Giovanni Inghirami

Intesa Sanpaolo – A.D. Carlo Messina

Italdesign-Giugiaro – Presidente Giorgetto Giugiaro

Italia Independent – A.D. & Co-founder Andrea Tessitore

Kartell – Presidente Claudio Luti

Kerakoll – A.D. Gian Luca Sghedoni

Loro Piana – Presidente Pier Luigi Loro Piana

Liu Jo Luxury – Presidente Bruno Nardelli

Luisa Spagnoli – A.D. Nicoletta Spagnoli

Luxottica Group – Presidente Leonardo Del Vecchio

Maglificio Miles – Presidente Silvia Stein Bocchese

Marcegaglia – A.D. Emma Marcegaglia

Marchesi Antinori – Presidente Piero Antinori

Marchesi D'è Frescobaldi – Presidente Leonardo Frescobaldi

Mattioli Gioielli – Presidente Licia Mattioli

MPF Group – A.D. Paolo Calamandrei

Nonino Distillatori – A.D. Giannola Nonino

Officine Meccaniche Giovanni Cerutti – A.D. Giancarlo Cerutti

Pedrollo – Amministratore Unico Silvano Pedrollo

Perini Navi – Presidente Fabio Boschi

Permasteela – Presidente Davide Croff

Pieralisi Maip – Presidente Gennaro Pieralisi

Pirelli & C. – A.D. Marco Tronchetti Provera

Poltrona Frau – Presidente Franco Moschini

Prada – Presidente Miuccia Prada

Prysmian Group – A.D. Valerio Battista

Prodit Engineering – Presidente Maria Donata Gentile

Raffaella Curiel – Titolare Raffaella Curiel

René Caovilla – Presidente Fernando René Caovilla

Rubelli – Presidente Alessandro Favaretto Rubelli

Rummo – Presidente Cosimo Rummo

SACE – A.D. Alessandro Castellano

Salini Impregilo – A.D. Pietro Salini

Salini Impregilo – Consigliere Holding Luisa Todini

Salov – Presidente Alberto Fontana

Santa Margherita Gruppo Vinicolo – Presidente Gaetano Marzotto

SCM Group – Presidente Giovanni Gemmani

Silicon Biosystems – Presidente e A.D. Giuseppe Giorgini

Simest – A.D. Andrea Novelli

Sira Group – Presidente Valerio Gruppioni

Smeg – Presidente Roberto Bertazzoni

Starhotels – A.D. Elisabetta Fabri

Stonfly – Presidente Andrea Tomat

Technogym Group – Presidente Neri Alessandri

Telecom Italia – Presidente Giuseppe Recchi

Tod's – Presidente Diego Della Valle

Triumph Group – Presidente Maria Criscuolo

Umbra Group – A.D. Antonia Baldaccini

Unicredit – A.D. Federico Ghizzoni

Vhernier – Consigliere Delegato Maurizio Traglio

Vinicola Benanti – Presidente Giuseppe Benanti

Yoox Group – A.D. & Founder Federico Marchetti

In un contesto internazionale ancora incerto, la ripresa italiana è in atto, grazie anche all'impegno delle nostre imprese, piccole e medie, che continuano ad investire in ricerca ed innovazione per affinare qualità e design dei prodotti, ponendosi sempre come obiettivo quello di vincere la sfida competitiva sui mercati internazionali. Ne è un esempio il vincitore del Premio Leonardo, Ermegildo Zegna, un imprenditore e manager brillante, che ha affascinato i clienti internazionali più sofisticati ed esigenti, divenendo ambasciatore dello stile e dell'eleganza italiana nel mondo. Come anche i cinque vincitori dei Premi Leonardo Qualità Italia: Davide Campari-Milano, Fiam Italia, Ima, Pastificio Rana e Pedrollo. Si tratta di aziende eccellenze, che rappresentano i valori profondi del Made in Italy, con la loro straordinaria capacità di coniugare innovazione e tradizione, tensione internazionale e sostenibilità, tecnologia e rispetto per l'ambiente.

Quest'anno un particolare rilievo assume il Premio Leonardo International, che ogni anno viene assegnato ad una personalità straniera per aver contribuito a rafforzare i legami culturali, economici e commerciali del suo Paese con l'Italia.

Abbiamo scelto Ahmad Pourfallah, manager ed imprenditore Iraniano che ha lavorato negli anni per mantenere vive le relazioni commerciali tra Italia e Iran. L'Iran è un Paese strategico per collocazione geografica, risorse, e potenziale di crescita, rappresentando nei prossimi anni un mercato prioritario per le imprese italiane.

Guardando al futuro, 10 brillanti laureati hanno ricevuto i premi di laurea promossi dalle nostre aziende associate. È un'iniziativa che da oltre 20 anni premia talento, impegno, costanza e merito. È il nostro vivaio di idee: oggi premiamo gli imprenditori, i designer e i manager del futuro.

I Premi Leonardo dimostrano che nonostante le tante incertezze sui mercati internazionali, noi imprenditori siamo pronti ad accettare la sfida, ad investire risorse, energie, talenti, per affinare qualità ed unicità dei prodotti ed essere protagonisti di un nuovo umanesimo industriale. Vorrei ricordare in questa occasione un pensiero di Umberto Eco, Socio Onorario del Comitato Leonardo, illustre ambasciatore della cultura e della filosofia contemporanea, che ci ha insegnato il valore della lettura e della conoscenza: *"Chi non legge, a 70 anni avrà vissuto una sola vita, chi legge avrà vissuto 5000 anni. La lettura è un'immortalità all'indietro"*.

La lettura è conoscenza e competenza: quella che noi imprenditori impieghiamo in ogni nostra azione quotidiana.

Il Comitato Leonardo ([www.comitatoleonardo.it](http://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%.



**A**midst the ongoing international uncertainty, Italian economic recovery is underway, also thanks to the efforts of our small and medium sized enterprises that have continued to invest in research and innovation in order to overcome the challenge of competing on the international markets.

Leonardo Prize-winner Ermegildo Zegna is an example of this: an outstanding entrepreneur and manager, he has succeeded in fascinating the most sophisticated and demanding international clients, becoming an ambassador of Italian style and elegance all over the world. He is accompanied by the five Leonardo Italian Quality Prize-winners: Davide Campari-Milan, Fiam Italia, Ima, Pastificio Rana and Pedrollo. These firms are examples of Italian excellence and the profound values of the Made in Italy brand, with their extraordinary ability to combine innovation and tradition, international tension and sustainability, technology and respect for the environment.

This year's Leonardo International Prize is particularly important. The prize is awarded every year to a leading figure from overseas who has made a significant contribution to strengthening cultural, economic and trade relations between their own country and Italy.

We have chosen Ahmad Pourfallah, an Iranian manager and businessman who has worked hard to maintain trade relations between Italy and Iran over the years. Iran is a strategic country in terms of its geographic location, resources and potential for growth, and will be a priority market for Italian businesses in the next few years.

Looking to the future, 10 outstanding graduates received graduation awards promoted by our associates. This initiative has been running for more than 20 years, rewarding talent, commitment, constancy and merit; it is our incubator of ideas, designed to support the entrepreneurs, designers and managers of the future.

The Leonardo Prizes show that despite the many uncertainties on the international markets, we are

ready to accept the challenge and invest resources, energy and talent in developing high quality, unique products that will be the protagonists of a new industrial humanism.

I would like to take this opportunity to remember Umberto Eco, Honorary Member of the Leonardo Committee, an illustrious ambassador of contemporary culture and philosophy who taught us the value of reading and knowledge. "If you don't read, when you are 70 you will only have lived once. If you do, you will have lived for 5,000 years. Reading is immortality backwards."

Reading is knowledge and skill: what our entrepreneurs use in every single thing they do.

**Luisa Todini**, Presidente del Comitato Leonardo

The Comitato Leonardo ([www.comitatoleonardo.it](http://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%.

**LEO  
NAR  
DO**

# I protagonisti del Made in Italy premiati in Quirinale

**A**lla cerimonia hanno presenziato il Ministro dello Sviluppo Economico Federica Guidi, il Presidente di Confindustria Giorgio Squinzi, il Presidente del Comitato Leonardo Luisa Todini e il Presidente dell'Agenzia ICE Riccardo Maria Monti nonché numerosi imprenditori e autorità.

L'iniziativa è stata promossa dal Comitato Leonardo, che nato nel 1993 dall'idea comune di Sergio Pininfarina, Gianni Agnelli, Confindustria e ICE, conta oggi oltre 150 associati tra personalità e aziende. Il Comitato Leonardo, fin dalla sua costituzione promuove, diffonde e rafforza l'immagine e l'eccellenza del Made in Italy.

**Il Premio Leonardo** è stato assegnato a **Ermengildo Zegna**, AD del Gruppo Zegna, per essersi particolarmente distinto nel promuovere l'immagine dell'Italia nel mondo.

Il Premio Leonardo International è stato conferito a Ahmad Pourfallah, Presidente della Camera di Commercio Irano-Italiana per aver contribuito a sviluppare e migliorare i legami culturali ed economici tra l'Iran e l'Italia.

**I Premi Leonardo Qualità Italia** sono stati attribuiti ad aziende che si sono distinte per qualità e vocazione all'export. Parliamo di importanti player a livello globale: **Davide Campari-Milano SpA, FIAM Italia, Ima SpA, Pastificio Rana SpA e Pedrollo SpA**.

“I Premi Leonardo anche quest’anno evidenziano le punte di eccellenza italiana in vari settori produttivi, dalla moda, all’industria alimentare, dalla meccanica, al design e all’arredo. I dati positivi dell’export 2015 dimostrano come queste assolute realtà poggino su una solida base industriale - ha affermato nel suo intervento il Presidente del Comitato Leonardo **Luisa Todini** – “L’export continua ad essere un asset strategico dell’economia italiana; corrono gli ordinativi dell’industria e aumentano le esportazioni. Il Made in Italy diviene in questo quadro una risorsa preziosa su cui puntare non solo per il fatto di essere apprezzato in tutto il mondo ma anche perché attribuisce all’Italia la capacità di esprimere totalmente creatività e offrire alta qualità. Qualità che si basa anche sulla forte alleanza tra digitale ed economia reale, che in questa fase di grande volatilità della finanza e dei mercati, rafforza e traina la ripresa economica.”

“Come Istituzioni vogliamo fornire supporto agli imprenditori: vogliamo riagganciare la

**Il Presidente della Repubblica Sergio Mattarella ha assegnato al Quirinale i prestigiosi Premi Leonardo 2015 a imprenditori che hanno contribuito in modo significativo ad affermare e consolidare il Made in Italy nel mondo**



Da sin., Riccardo M. Monti, Presidente dell'Agenzia ICE Federica Guidi, Ministro dello Sviluppo Economico Sergio Mattarella, Presidente della Repubblica Luisa Todini, Presidente del Comitato Leonardo Giorgio Squinzi, Presidente di Confindustria

riresa. In questi due anni, il Governo ha introdotto diverse riforme strutturali che già stanno dando i loro risultati” - ha detto il Ministro dello Sviluppo Economico **Federica Guidi** – “Stiamo lavorando in modo coeso perché avvenga il passaggio da un’economia manifatturiera a una moderna economia industriale nella quale la ricerca e lo sviluppo, l’innovazione, il rinnovo degli impianti e la piena integrazione coi servizi possano svilupparsi. In questa direzione abbiamo elaborato il piano “Manifattura Italia” che sarà presentato nelle prossime settimane. Parliamo, a questo proposito, di “quarta rivoluzione industriale” perché l’insieme delle novità tecnologiche e organizzative e la digitalizzazione dei processi aiuteranno a riprogettare tutto il paradigma produttivo.”

“Il Premio Leonardo celebra il valore delle imprese italiane e della loro capacità di rappre-

sentare al meglio il nostro Paese nel mondo” – ha dichiarato il Presidente di Confindustria **Giorgio Squinzi** – “In questi difficili anni di crisi, le aziende premiate oggi, come tantissime altre realtà del nostro tessuto, sono la dimostrazione di come si possono superare le difficoltà investendo con impegno e costanza. La ricerca e l’innovazione sono il motore della crescita in tutti i settori e non bisogna mai avere paura di investire. Se oggi siamo ancora il secondo paese manifatturiero in Europa, lo dobbiamo proprio alla qualità e alla tenacia delle nostre imprese.”

“Questo premio - ha sottolineato il Presidente dell’Agenzia ICE, **Riccardo Maria Monti** - è un doveroso riconoscimento a chi più di ogni altro fa dell’Italia un grande Paese ammirato, amato e, perché no, anche imitato. Dobbiamo essere molto fieri delle aziende che dall’Italia sono partite alla conquista dei mercati, contri-

## II PREMIO LEONARDO a

**Ermenegildo Zegna**, A.D. Gruppo Ermenegildo Zegna

## II PREMIO LEONARDO INTERNATIONAL a

**Ahmad Pourfallah**, Presidente della Camera di Commercio Irano-Italiana

## I PREMI LEONARDO QUALITÀ ITALIA a

**Davide Campari-Milano SpA**, Presidente Luca Garavoglia  
**FIAM Italia**, Presidente Vittorio Livi  
**Ima SpA**, Presidente e A.D. Alberto Vacchi  
**Pastificio Rana SpA**, Presidente Giovanni Rana  
**Pedrollo SpA**, Presidente Silvano Pedrollo

**"L'attenzione alla qualità è un patrimonio, ricevuto dalla nostra storia e dalla nostra terra, che nel tempo abbiamo accumulato e che abbiamo il dovere di reinvestire per fare in modo che la società ne traggia beneficio, che il testimone giunga alle generazioni più giovani, in modo che il mondo continui ad apprezzare il nostro Paese per ciò che vale. Per la sua straordinaria miscela di cultura, esperienze, gusto, natura, saperi. I premiati di quest'anno sono un esempio di come si affronta la crisi con intelligenza: anche grazie a loro siamo riusciti a registrare i primi segnali di ripresa".**

"Attention to quality is an inheritance handed down by our history and our land, which we have built up over time and which we have a duty to reinvest for the benefit of society, handing the torch down to younger generations so that the world will continue to appreciate the value of our country, with its extraordinary blend of culture, experience, style, nature and knowledge. This year's prize-winners are an example of how to face the crisis intelligently: it is also thanks to them that we are beginning to see the first signs of recovery."

**Sergio Mattarella**, Presidente della Repubblica

buendo a rafforzare l'immagine del nostro Paese all'estero: esse ci indicano la strada. La dimensione internazionale - ha proseguito Monti - è la dimensione naturale della nostra economia, e la globalizzazione rappresenta per noi una straordinaria opportunità. Gli imprenditori qui premiati, oltre ad essere ambasciatori delle loro aziende, sono ambasciatori dei valori con cui vogliamo che il nostro Paese continui a essere identificato: eccellenza, bellezza, meritocrazia, crescita, internazionalità".

Un momento importante della Cerimonia è stato anche dedicato ai giovani vincitori dei Premi di Laurea messi a disposizione da prestigiose aziende italiane: Alfredo Canessa-Centro di Firenze per la moda italiana, Annamaria S. Leucio, Clementino Bonfiglioli, Centro Orafo il Tari, Fabbri 1905, Fondazione Manlio Masi, G.S.E. Gestore Servizi Energetici, Liu Jo Luxury, Perini Navi, Simest.

# Leading Made in Italy entrepreneurs receive awards at the Quirinal Palace

**President of the Italian Republic Sergio Mattarella awarded the prestigious 2015 Leonardo Prizes to entrepreneurs who have made a significant contribution to encouraging and promoting Italy's image in the world**

**T**he ceremony was attended by Minister for Economic Development Federica Guidi, President of Confindustria Giorgio Squinzi, President of the Leonardo Committee Luisa Todini and President of the ICE agency Riccardo M. Monti, along with numerous entrepreneurs and authorities.

The initiative was promoted by the Leonardo Committee, founded in 1993 on the shared inspiration of Sergio Pininfarina, Gianni Agnelli, Confindustria and ICE; today, the Committee has more than 150 members including well-known figures and companies. Since its foundation, the Leonardo Committee has continued to promote, encourage and strengthen the image and quality of the Made in Italy brand worldwide. The **Leonardo Prize** was awarded to **Ermenegildo Zegna**, CEO of the Zegna Group, for his particularly significant contribution to promoting Italy's image in the world.

The **Leonardo International Prize** was awarded to **Ahmad Pourfallah**, President of the Iran-Italy Chambers of Commerce, for his contribution to developing and improving the cultural and economic links between Italy and Iran.

The Leonardo Italian Quality Prizes were awarded to enterprises that stood out for their quality and vocation for export, top players on the global markets: **Davide Campari-Milano SpA**, **FIAM Italia**, **Ima SpA**, **Pastificio Rana SpA** and **Pedrollo SpA**.

During her speech, Leonardo Committee President **Luisa Todini** told the audience that: "This year's Leonardo Prizes include some points of Italian excellence in several sectors, from fashion to the food industry, mechanics to design and furnishings. The positive export figures in 2015 show that these successes are based on a solid industrial base. Exports continue to be a strategic asset for the Italian economy: industrial orders are high and exports are rising. In this context, Made in Italy is becoming a precious resource in which to invest, not only because it is appreciated all over the world, but also because it is allowing Italy free reign to express all our creativity and offer a high quality product. Quality that is also based on the strong alliance between the digital and real economy, and which in this particularly volatile period on the financial markets is an important factor for strengthening and driving economic recovery."

"As Institutions, we want to support entrepreneurs and be part of the recovery. Over the last two

years, the government has introduced several structural reforms that are already beginning to show results", commented Minister for Economic Development **Federica Guidi**. "We are working together to make the switch from a manufacturing economy to a modern industrial economy where development, innovation, new plants and full integration with services can be developed. With this in mind, we have developed the 'Manifattura Italia' plan that will be presented in the next few weeks. In this regard, we are talking about a 'fourth industrial revolution', because technological and organizational innovation and the digitalization of processes will help us to redesign the entire production paradigm."

"The Leonardo Prize celebrates the value of Italian enterprises and their ability to represent the best of our country worldwide", commented Confindustria President **Giorgio Squinzi**. "In these difficult years of crisis, the firms receiving awards today, like so many others in our system, are the proof of how the problems can be overcome by committing to constant investment. Research and innovation are the drivers for growth across all sectors, and we must never be afraid to invest. We owe our position as Europe's second leading manufacturer precisely to the quality and resolve of our enterprises."

ICE President **Riccardo Maria Monti** emphasised that: "This prize is a well-deserved reward for those who have made Italy great, admired, loved and even imitated more than anyone else. We must be very proud of the companies that have conquered the markets starting out from Italy, contributing to strengthening our country's image abroad: they are showing us the way. The international dimension", he continued, "is the natural dimension for our economy, and globalisation represents an extraordinary opportunity for us. As well as being ambassadors for their own companies, the entrepreneurs receiving these prizes today are the ambassadors of the values that we want our country to be identified with: excellence, beauty, meritocracy, growth, internationalism."

An important moment of the ceremony was also dedicated to the young winners of the Graduation Awards offered by prestigious Italian enterprises: Alfredo Canessa-Centro di Firenze per la moda italiana, Annamaria S. Leucio, Clementino Bonfiglioli, Centro Orafo il Tari, Fabbri 1905, Fondazione Manlio Masi, G.S.E. Gestore Servizi Energetici, Liu Jo Luxury, Perini Navi, Simest.

# Un Oscar all'orgoglio Italiano

**L'**Oscar arriva a coronamento di un anno veramente speciale per il maestro che quest'anno festeggia sessant'anni di carriera.

Dopo cinque nomination andate a vuoto e un Oscar alla carriera nel 2007 il maestro ottantasettenne ha finalmente conquistato la statuetta per la colonna sonora di un film, il western politico di Quentin Tarantino *The Hateful Eight*. Standing ovation per il musicista italiano che è salito sul palco accompagnato dal figlio Giovanni, ha abbracciato Quincy Jones (che lo ha chiamato "fratellino") e, profondamente commosso, ha detto: "Buonasera signori, ringrazio l'Academy per il prestigioso riconoscimento. Il mio pensiero va agli altri candidati e in particolare allo stimato John Williams. Non c'è musica importante se non c'è un grande film che la ispiri, ringrazio quindi Quentin Tarantino per avermi scelto e il produttore Harvey Weinstein e tutta la troupe del film. Dedico questa musica e questa vittoria a mia moglie Maria".

**I più vivi complimenti al Socio Onorario del Comitato Leonardo, Maestro Ennio Morricone per il meritato Oscar. Anima profonda e sensibile della cultura musicale più rappresentativa dei nostri tempi, è stato insignito nel 2010 del prestigioso Premio Leonardo alla Carriera**



## LA CORSA PER L'OSCAR

Ennio Morricone ha scritto le musiche per più di 500 tra film e serie tv. Le sue composizioni sono state usate in più di 60 film vincitori di premi. Personalmente ha vinto tre Grammy Awards, tre Golden Globe, sei Bafta, dieci David di donatello, undici Nastri d'argento, due European film awards, un Leone d'oro alla carriera, un Polar music prize. Candidato per sei colonne sonore: quella di *I giorni del cielo* (1978) di Terrence Malick, di *Mission* di Roland Joffé (1986) (la delusione più cocente secondo lo stesso musicista), *Gli intoccabili* di Brian De Palma l'anno seguente, *Bugsy* di Barry Levinson (1991) e *Malèna* di Giuseppe Tornatore nel 2001 e infine con *The Hateful Eight* di Quentin Tarantino il maestro italiano ha trionfato nella notte delle stelle.

## THE RACE FOR THE OSCAR

Ennio Morricone has written the music for more than 500 films and TV series, while his compositions have been used for more than 60 Oscar-winning films. He has personally won three Grammy Awards, three Golden Globes, six Baftas, ten Davids, eleven Silver Ribbons, two European Film Awards, a Leone d'Oro for lifetime achievement and a Polar music award. He has been previously nominated for six soundtracks: *Days of Heaven* (1978) by Terrence Malick, *The Mission* by Roland Joffé (1986) (his hardest loss, according to the musician), *The Untouchables* the following year by Brian De Palma, *Bugsy* by Barry Levinson (1991) and *Malena* by Giuseppe Tornatore in 2001. He has finally won at the night of the stars with *The Hateful Eight* by Quentin Tarantino.

## An Oscar for Italian pride

**Congratulations to Honorary Member of the Leonardo Committee and composer Ennio Morricone for his well-deserved Oscar. Mr Morricone, who is a profound soul with a sensitivity for the musical culture that best represents our time, also received the prestigious Leonardo Prize in 2010**

**T**he Oscar crowns what has been a truly special year for Mr Morricone, who is celebrating 60 years of his career. After five previous nominations and an Oscar for his lifetime contribution in 2007, the 87-year-old composer has finally won the award for the theme of a film, Quentin Tarantino's political Western *The Hateful Eight*. The Italian musician received a standing ovation as he went up to the stage accompanied by his son Giovanni, where he embraced Quincy

Jones (who called him "brother") and, clearly moved, said: "Good evening, ladies and gentlemen, thank you to the Academy for this prestigious award. My thoughts are also with the other candidates and in particular the esteemed John Williams. There is not great music without a great film to inspire it, so thank you to Quentin Tarantino for choosing me and to producer Harvey Weinstein and the whole film troupe. I dedicate this music and this victory to my wife Maria."

# Da una donna per una donna



Licia Mattioli è una fonte inesauribile di energia. Avvocato per formazione, imprenditrice per vocazione, muove i primi passi nel mondo dei gioielli quasi in punta di piedi per poi scalare le vette della high-fashion sullo slancio della grinta e della determinazione che chiunque le riconosce.

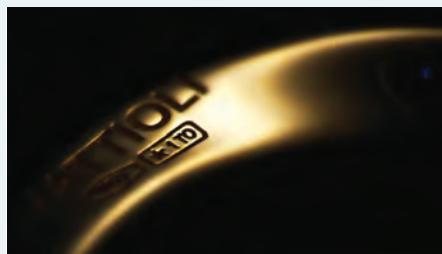
Tutto ha inizio nel 1995 quando, insieme al padre, Licia acquisisce l'Antica Ditta Marchisio, il più antico e apprezzato laboratorio orafo artigianale di Torino e avvia un processo di rinnovamento totale dell'azienda. Con il sostegno dell'ingegner Luciano Mattioli, la cui esperienza professionale vanta anni ai vertici di una delle maggiori aziende italiane, Licia dà presto vita a una piccola grande rivoluzione aziendale, che investe la struttura sia dal punto di vista gestionale che sul versante creativo.

Intanto, apre una galleria d'arte contemporanea a Torino per promuovere e lanciare giovani artisti italiani, riuscendo a coniugare gli impegni lavorativi e culturali con la propria famiglia. È proprio dalla fusione di tutte queste esperienze e dal suo essere una donna mediterranea, cresciuta tra i colori e i sapori della sua Italia, che nascono, in un caleidoscopio di colori, le prime creazioni che portano il suo nome.

Licia pensa alla donna Mattioli come a una personalità a lei affine: una donna che lavora e viaggia, dinamica e femminile, forte ma flessibile e, soprattutto, figlia del proprio tempo e interprete dello spirito contemporaneo. Il forte imprinting di questa nuova filosofia sullo stile Mattioli sottende, da allora, tutte le collezioni concepite dal brand torinese: dai bracciali alle celebri catene, ogni gioiello è al tempo stesso singolare ed eclettico, versatile compagno di viaggio quanto insostituibile segno di distinzione.

L'entusiasmo e la caparbietà con cui Licia affronta il proprio incarico determinano nel corso degli anni importanti partnership con grandi maison internazionali e le valgono, tra gli altri, il ruolo di Presidente della Federorafi e poi di Presidente dell'Unione Industriale di Torino, prima donna in entrambi i ruoli e Vice presidente di Confindustria con delega per l'internazionalizzazione ed attrazione investimenti. Così, dagli Stati Uniti al Giappone, Mattioli – **socio del Comitato Leonardo** – è diventato sinonimo di classe made in Italy e così, con impegno e passione, Licia ha saputo creare un mondo. Ma questo, come afferma, “è solo l'inizio”.

## By a Woman for a Woman



Licia Mattioli is an inexhaustible source of energy. Trained as a lawyer and businesswoman by vocation, Ms Mattioli took her first steps in the world of jewellery almost on tiptoe, before climbing the peaks of high fashion with all the strength and determination she is known for.

Everything began in 1995, when, together with her father, Licia bought Antica Ditta Marchisio, the oldest and best-known artisanal goldsmith's workshop in Turin, and began completely renovating the firm. Supported by engineer Luciano Mattioli, with his years of experience at the head of one of Italy's biggest corporations, Licia brought in a revolution that swept through the company affecting everything from management to the creative side.

Meanwhile, she opened a contemporary art gallery in Turin to promote and launch young Italian artists, succeeding in combining her work and cultural activities with family life. Her first creations with their kaleidoscope of colours were inspired precisely by this fusion of all these experiences and her identity as a Mediterranean woman, who grew up surrounded by the colours and flavours of Italy.

Licia sees the Mattioli woman as someone like herself: a woman who works and travels, who is dynamic and feminine, strong but flexible and, above all, a part of the period of history she lives in and interpreter of the contemporary world. The strong imprint of this new philosophy on Mattioli style can be found in all the Turin brand's collections ever since: from bracelets to the famous necklaces, every jewel is both singular and eclectic, a versatile travelling companion as well as an irreplaceable mark of distinction. Licia's enthusiasm and obstinacy towards her work have led to important partnerships over the years with top international brands and have earned her, among others, the role of President of Federorafi and later President of the Turin Industrial Association, the first woman to take either role, as well as Vice President of Confindustria in charge of internationalisation and attracting investment. Mattioli - a member of the Leonardo Committee - thus became a synonym for Made in Italy class from the US to Japan, as Licia created her own world with passion and commitment. But as she herself says, this "is only the beginning".

# Export, mercati globali, made in Italy

**Ne parliamo con Licia Mattioli, imprenditrice e Vicepresidente di Confindustria con delega all'internazionalizzazione**

**P**er la sua esperienza di imprenditrice, nonché per gli incarichi istituzionali raggiunti, quali sono oggi i paesi più portati per sfruttare l'export dell'Italia nel mondo?

L'export è il futuro, e portare le nostre imprese a competere a livello globale è una necessità. Ci sono nuovi Paesi, più o meno emergenti, che stanno facendo registrare numeri che qui in Europa non vediamo da decenni. Penso all'Africa, in cui ci sono diversi Stati con un grande sviluppo davanti a sé, o al Sudamerica, dove alcune nazioni hanno maggiore stabilità di governo e Pil in aumento. Dobbiamo andare oltre ai classici "Bric", anche perché la loro crescita sta frenando: è necessario dunque cercare nuovi mercati inesplorati ma anche insistere sui vecchi cari mercati "maturi".

**Quindi non solo Bric. È di questi giorni la visita del presidente della Repubblica Islamica dell'Iran, Hassan Rohani, primo Paese europeo visitato dopo lo 'sdoganamento'. È un segnale importante per l'Italia che punta a riguadagnare una posizione che, prima delle sanzioni, era di leadership nel mercato iraniano.**

L'Italia è stata lungimirante. Dopo la visite a Teheran nell'anno 2015, la prima ad Agosto più a carattere Istituzionale da parte del nostro governo, e la seconda a Novembre, missione di sistema italiana organizzata da Confindustria, con i ministeri dello Sviluppo e degli Esteri, Agenzia Ice, Abi,

ASSEMBLEA UNIONE IND

**RESHORING: IL RITORNO DELLA PRO**

VENERDI 11 SETTEMBRE 2015 ORE 10,00  
ALENIA AERMACCHI S.p.a. - STRADA MALANG

Licia Mattioli e Giorgio Squinzi,  
Presidente di Confindustria.



finalizzata soprattutto alle Pmi e agli incontri b2b tra le imprese, i rapporti economici con l'Iran si sono ulteriormente rafforzati.

In ambito Ue, l'Italia è tra i paesi con maggiori interessi economici in Iran. Prima delle sanzioni europee esportavamo oltre 2 miliardi di euro, perciò è un mercato di estrema importanza per molte nostre imprese, soprattutto piccole e medie. Le sanzioni sono costate all'Italia oltre 15 miliardi di export a partire dal 2006, di cui oltre il 60% negli ultimi quattro anni. Il settore più colpito è stato quello della meccanica strumentale, che rappresenta oltre la metà dell'export italiano in Iran e che ha subito oltre il 70% delle perdite complessive (oltre 11 miliardi di euro dall'inizio delle sanzioni). E anche se "ci vorrà" tempo per tornare ai livelli di export precedenti alle sanzioni, stime attendibili indicano la possibilità di recuperare circa 3 miliardi di euro nei prossimi due anni. Complessivamente nel 2014 il valore dell'export verso l'Iran è stato di poco più di 1,2 miliardi di euro; l'obiettivo è tornare al volume degli scambi precedenti l'embargo, 7 miliardi di euro, ma non sarà facile.

## RESHORING: IL RITORNO DELLA PRODUZIONE IN ITALIA

VENERDI 11 NOVEMBRE 2016 - ORE 10,00  
ALERIA AERONAUTICA - VIA MALANGHERO - CASELLE



**Sempre per rimanere nell'attualità, i recenti road show all'estero per attrarre investimenti in Italia, non ultimo negli Stati Uniti, possono essere una cura per il nostro made in Italy?**

In questa direzione si è fatto moltissimo, in collaborazione con Ministero dello sviluppo Economico ed Ice. Quello che cambia adesso è che le misure si mettono a sistema, che c'è una governance chiara, dedicata finalmente, e che si adotta un approccio "imprenditoriale" per il tema della promozione e dell'attrazione di investimenti. Ma il punto è che bisogna attrarre investimenti sempre migliori, quelli ad alto valore aggiunto, che portano ricerca, innovazione e nuova occupazione. Dunque ben vengano gli investimenti quando sono in grado di portare un'azienda piccola, magari di eccellenza, a diventare una realtà medio-grande a tutto vantaggio di tutta la filiera. Così come è altrettanto importante, aggiunge, "che realtà strutturate possano, grazie a investitori, magari stranieri, entrare a far parte di gruppi di grosse dimensione e diventare leader internazionali. Questo fa bene alle imprese ma soprattutto al nostro paese".

## Export, global markets, made in Italy

**We asked Licia Mattioli, businesswoman and Vice President of Confindustria in charge of internationalisation, for her thoughts on exports, global markets and the Made in Italy brand**

**B**ased on your experience and the institutional roles you hold, which countries are best for Italian exports today?

Exports are the future, and it is essential to get Italian companies to compete on a global level. There are some new countries, more or less emerging markets, which are achieving results that we haven't seen for decades here in Europe. Africa, for example, where there are several states that have huge development ahead of them, or South America, where some countries have more stable government and growth in GDP. We need to look beyond the classic "BRIC" countries, also because their growth is beginning

to slow: we therefore need to look for new, unexplored markets as well as continuing to act in the good old "mature" markets.

**So not just the BRICs. Hassan Rohani, President of the Islamic Republic of Iran, has just visited, making Italy the first European country he has visited on his trip now that sanctions are suspended. This is an important sign for Italy, as we are aiming to win back our leading position in the Iranian market before the sanctions.**

Italy has been far-sighted. The visits to Teheran in 2015 - the first of which in August was more of an institutional visit by the government, and the second trade mission in November organised by Confindustria, with the Ministers of Development and Foreign Affairs, ICE and ABI, was mainly designed to support SMEs and B2B meetings between businesses - helped strengthen economic relations with Iran.

Within the EU, Italy is one of the countries with the most economic interests in Iran. Before the European sanctions, our exports were worth more than 2 billion euros, so this is an extremely important market for many of our businesses, especially small and medium sized ones. The sanctions have cost Italy more than 15 billion in exports since 2006, of which more than 60% in the last four years. The sector that took the hardest hit was instrumental mechanics, which represented more than half of Italian exports to Iran and which saw more than 70% of the total losses (more than 11 billion euros since sanctions were imposed)". Although it will take time to get back to the export levels before the sanctions, reliable forecasts indicate the possibility of recovering around 3 billion euros over the next two years. Overall, exports to Iran in 2014 were worth just over 1.2 billion euros; our goal will be to return to the trade levels before the embargo, of 7 billion euros, but it won't be easy.

**Staying on the subject of current affairs, could the recent roadshows abroad to attract investment to Italy, including in the US, represent a cure for our Made in Italy products?**

A lot has been done in this direction, in collaboration with the Ministry for Economic Development and ICE. What is changing now is that the measures are being implemented with clear, dedicated governance at last that is taking a "business-like" approach to promoting and attracting investment. However, the point is that we need to attract better investments, with high added value, that bring research, innovation and new jobs. So if investments are capable of seeing a small company, with excellent products, grow into a medium-large size one with knock-on effects throughout the production chain, then they are very welcome. It is just as important, she added, "that structured companies, thanks to investors, even from abroad, can join large groups and become international leaders. This is good for our companies but above all for our country".

## L'eccellenza del design Kartell si apre a nuovi mercati

Kartell, azienda di design Made in Italy prosegue il proprio percorso di espansione all'estero. Negli Stati Uniti, dove alla recente inaugurazione del flag di San Francisco, si aggiungerà a breve un secondo spazio a Miami Aventura. Entro febbraio 2016 è prevista l'apertura di un monomarca a Tokyo, in Giappone. L'azienda ha inoltre in progetto l'apertura, entro fine gennaio, del primo flagship store a gestione diretta in UK a Londra. Da sempre presente sui mercati emergenti, Kartell si apre all'Africa: Kenya, Ghana, Sudafrica, con l'obiettivo di far conoscere l'eccellenza del design italiano, e a tutto il Middle East, con nuove aperture in Iran/Teheran, Giordania/Amman, e Qatar/Doha. Nuovi spazi anche in Italia, che resta il primo mercato dell'azienda per fatturato (25%) a Torino, Bergamo, Lanciano, Forte dei Marmi e Trieste Porto Piccolo. Fondata nel 1949 da Giulio Castelli e oggi presieduta da Claudio Luti, nel 2014 Kartell ha raggiunto un fatturato di oltre 100 milioni con una quota di export del 75%. Socio del Comitato Leonardo, nel 2011 Kartell è stato insignito del Premio Leonardo Qualità Italia dal Presidente della Repubblica per gli importanti successi conseguiti all'estero. visita Kartell [www.kartell.com/it](http://www.kartell.com/it)



### THE EXCELLENCE OF KARTELL DESIGN OPENS UP TO NEW MARKETS

Made in Italy design firm Kartell is looking to expand abroad. In the US, where the firm recently opened a flagship in San Francisco, a second store will be opening shortly in Miami Aventura. Another flagship store will be opening in Tokyo, Japan, by the end of February 2016, and the company is also planning to open its first directly managed flagship store in London, UK. Kartell, which has always been present in emerging markets, is also opening in Africa: Kenya, Ghana and South Africa, with the aim of introducing top Italian design, and throughout the Middle East, with new stores opening in Iran/Teheran, Jordan/Amman and Qatar/Doha. Italy, which remains the firm's primary market by turnover (25%), will also see new spaces in Turin, Bergamo, Lanciano, Forte dei Marmi and Trieste Porto Piccolo. Founded by Giulio Castelli in 1949 and now led by Claudio Luti, in 2014 Kartell achieved more than 100 million euros in turnover with an export share of 75%. Kartell is a member of the Leonardo Committee, and was awarded the Leonardo Qualità Italia prize by the President of the Republic in 2011 for their success abroad. Visit Kartell at [www.kartell.com/it](http://www.kartell.com/it)

## Damiani rileva la maggioranza di Venini



La famiglia di gioiellieri Damiani sarà il nuovo azionista di controllo di Venini, storico marchio del vetro veneziano.

Lo hanno annunciato oggi il presidente Guido Damiani e Giancarlo Chimento, che rilevò Venini nel 2001 dalla multinazionale danese Royal Scandinavia insieme alla famiglia Tabacchi, riportando in mani italiane l'azienda nata a Murano nel 1921. Le due famiglie venete resteranno azioniste con il 40% del capitale accanto al 60% dei Damiani.

"Venini è come una bella donna, negli ultimi tre anni si sono affacciati molti investitori anche esteri, alla fine sono caduto nelle braccia di Damiani", ha detto Chimento, classe 1943. Guido Damiani ha sottolineato le affinità tra i due marchi centenari (Damiani è stata fondata nel 1924): "più che sinergie economiche, vediamo sinergie di intenti, di visione, che si basano sul gusto per il bello, sull'orgoglio di essere interamente made in Italy e sul valore dell'artigianalità", rimasta sostanzialmente invariata nei secoli tanto nell'arte orafa quanto in quella del vetro soffiato.

In Venini Damiani vede un grande potenziale commerciale in Italia e soprattutto all'estero. Sarà sfruttato il canale distributivo di Damiani attraverso il multimarca Rocca e l'wholesale; nel tempo saranno aperti nuovi negozi monomarca. Non è stata esclusa, in futuro, la strada del co-branding. meravigliosa che lavora con impegno e passione nella continua ricerca dell'eccellenza."

Nel corso del 2015 le Cantine Ferrari sono state inoltre nominate Sparkling Wine Producer of The Year" dal prestigioso The Champagne and Sparkling Wine World Championships.

### DAMIANI BUYS UP MAJORITY SHARE OF VENINI

The Damiani jewellery family will be the new majority shareholder of Venini, the historical Venetian glass company.

The announcement was made by CEO Guido Damiani and Giancarlo Chimento, who purchased Venini together with the Tabacchi family from Danish multinational Royal Scandinavia in 2001, bringing the company founded in Murano in 1921 back under Italian ownership. The two Venetian families will remain shareholders with 40% of the capital against 60% owned by Damiani. Mr Chimento, born in 1943, commented that: "Venini is like a beautiful woman, over three years many investors, including foreign investors, have courted her, and in the end she has fallen into Damiani's arms." Guido Damiani emphasised the similarities between the two historic brands (Damiani was founded in 1924): "More than just financial synergies, we see a similar intention and vision, based on the love of beauty, the pride of being entirely Made in Italy and the value of craftsmanship", which have stayed the same over the centuries for both goldsmithery and glassblowing. Damiani sees huge commercial potential for Venini in Italy and above all abroad. The plan is to use Damiani's distribution channel through multi-brand Rocca and wholesale; in time, new flagship stores are also planned. In the future, co-branding could be a wonderful possibility, which we work on with commitment and passion, constantly striving for excellence." During 2015, Cantine Ferrari was also named Sparkling Wine Producer of the Year at the prestigious Champagne and Sparkling Wine World Championships.

## ABB festeggia i suoi 125 anni con l'elettrotreno Allegra

125 anni fa Charles Brown e Walter Boveri fondarono a Baden la BBC, oggi diventata ABB, un gruppo con società controllate in 100 paesi. ABB festeggia i 125 anni di presenza in Svizzera. Come prima iniziativa, un elettrotreno "Allegra" della Ferrovia Retica visualizzerà la storia di ABB lungo un asse temporale. L'esterno e gli interni del convoglio sono stati infatti ridisegnati sulla base del branding ABB in occasione di questo anniversario. Durante il World Economic Forum (WEF) il treno collegherà Landquart e Davos per poi essere impiegato anche su altre tratte della Ferrovia Retica. Attraverso un'immagine comune, ABB e la Ferrovia Retica sottolineano a livello visivo la propria quasi centenaria stretta collaborazione. Nel 2014, la Ferrovia Retica ha festeggiato il proprio 125° anniversario e le tratte dell'Albula e del Bernina dal 2008 sono state dichiarate dall'UNESCO Patrimonio dell'Umanità in quanto capolavori di ingegneria ferroviaria. Nel corso di tutto l'anno sono previsti ulteriori eventi per celebrare l'anniversario di ABB allo scopo di evidenziare lo stretto legame tra ABB e la Svizzera. Inoltre ABB sarà presente all'inaugurazione della nuova galleria di base del Gottardo, il più lungo tunnel ferroviario del mondo. Nella nuova galleria è presente un'ampia gamma di tecnologie ABB che garantiscono l'alimentazione elettrica dell'infrastruttura e la ventilazione.

### ABB CELEBRATES 125 YEARS WITH THE ALLEGRA ELECTRIC TRAIN

125 years ago in Baden,

Charles Brown and Walter Boveri founded BBC, now known as the ABB Group with subsidiaries in 100 countries worldwide. ABB is celebrating 125 years in Switzerland and the first initiative will be an electric train named "Allegra" by Rhaetian Railway, telling the history of ABB through time. The interior and exterior of the wagons have been re-designed especially for the anniversary, based on ABB branding. The train will be linking Landquart and Davos during the World Economic Forum (WEF), before being used on other lines in the Rhaetian Railway network. By presenting a



shared image, ABB and Rhaetian Railway are emphasising their century-long collaboration on a visual level. In 2014, Rhaetian Railway celebrated their own 125th

anniversary, and the Albula to Bernina line was declared UNESCO World Heritage Sites as a masterpiece of railway engineering. More events are planned throughout the year to celebrate ABB's anniversary and highlight the close relationship between ABB and Switzerland. ABB will also be attending the opening of the new Gotthard tunnel, the longest railway tunnel in the world. The new tunnel includes a wide range of ABB technology, guaranteeing electric power and ventilation.

## Per il suo 35° anniversario Starhotels restaura Piazzale Michelangelo a Firenze

L'associato Starhotels da sempre celebra i suoi compleanni con donazioni, piccole o grandi, a beneficio delle città in cui sono ubicati i suoi alberghi. "Siamo nati a Firenze nel 1980 e da qui ci siamo sviluppati in 12 città d'Italia e successivamente a New York, Parigi e Londra. Le nostre radici sono ancora qui e pensiamo che il nostro aver saputo esportare un'ospitalità di qualità abbia molto a che fare con le nostre radici fiorentine." dichiara Elisabetta Fabri, Presidente e Amministratore Delegato di Starhotels.

"Gli ottimi risultati di esercizio 2015 e la normativa fiscale, ci hanno condotto a questa decisione. Piazzale Michelangelo, la più bella terrazza del mondo, meta' irrinunciabile per turisti e fiorentini, è stata una scelta naturale. La passeggiata romantica, le aree verdi, ci auguriamo possano, con questi interventi, ritornare nel godimento di tutti." continua il Presidente del Gruppo. Il sostegno all'arte è da sempre nel patrimonio di Starhotels, un principio distintivo della sua corporate identity. "L'attenzione di Starhotels in questo settore continuerà negli anni a venire, con la certezza che dare un contributo alla tutela e allo sviluppo del nostro immenso patrimonio d'arte rappresenti un importante fattore di crescita, che rende possibili iniziative altrimenti irrealizzabili. Un significato che va oltre l'impegno finanziario, che supera anche il concetto di redditività dell'investimento" conclude Elisabetta Fabri.

## Corneliani rafforza l'attività commerciale in Corea con l'apertura di un nuovo spazio a Seul

Lo store, collocato all'interno del Lotte Department, ospiterà tutte le proposte del brand: dal "Su Misura" e abbigliamento sartoriale allo sportswear, dagli accessori alla pelletteria. Come ogni boutique del marchio, lo spazio è stato progettato sul concept creativo



## CORNELIANI STEPS UP COMMERCIAL ACTIVITIES IN KOREA WITH A NEW STORE OPENING IN SEOUL

The store, located inside the Lotte Department, will host all the brand's products and services: from "made to measure" tailored clothing to sportswear, accessories to leather goods. Like the brand's other stores, the space has been designed using a creative concept by poddapontiarchitetti with Sergio Corneliani, Creative Director of the Group. Design features such as Mategnesco patterns with linking rings and backlit brand walls stand out amongst the refined dark brown furnishings, ebony woodwork and sand in the niches and visual displays, with grey marble flooring. Mirrors and steel details link a welcoming and elegant circuit, where customers can enjoy choosing their clothes, assisted by qualified personnel. Corneliani also has another four stores in Korea.

## FOR THEIR 35TH ANNIVERSARY, THE STARHOTELS CHAIN IS RESTORING PIAZZALE MICHELANGELO IN FLORENCE



Starhotels has always celebrated their anniversaries with small or large donations to the cities where their hotels are located. "We were founded in Florence in 1980, and from here we expanded to 12 Italian cities before spreading to New York, Paris and London. Our roots are still here, and we believe that our ability to export high quality hospitality has a lot to do with our

Florentine roots", commented Elisabetta Fabri, CEO and MD of Starhotels.

"Our excellent 2015 results and current tax regulations have led us to this decision. Piazzale Michelangelo, the most stunning terrace in the world and an unmissable spot for both tourists and Florentines, was a natural choice. We hope that this restoration work will make it possible for everyone to enjoy the romantic walks and park areas again", added the Group CEO. Supporting art has always been in Starhotels' DNA, a distinctive part of their corporate identity. "Starhotels' attention to this sector will continue to grow in the years to come, with the certainty that contributing to protecting and developing our immense artistic heritage is an important factor for growth, making initiatives possible that would otherwise be unthinkable. This meaning goes beyond our financial commitment and even beyond the concept of return on investment", concluded Elisabetta Fabri.

## Ferrari eletta Cantina Europea dell'Anno

Le Cantine Ferrari sono state incoronate "European Winery of the Year" ai Wine Star Awards della prestigiosa rivista americana Wine Enthusiast. I Wine Star Awards, che rappresentano un appuntamento seguitissimo dagli amanti del vino, celebrano personaggi e aziende che hanno avuto un impatto significativo nel settore, distinguendosi per la visione innovativa e per la capacità di realizzarla.

Inserite in nomination come miglior espressione del Metodo Classico in Italia e perché ambasciatrici dell'Arte di Vivere Italiana, le Cantine Ferrari si sono aggiudicate il premio "per il loro contributo al successo del vino italiano e in particolare per il loro ruolo nel porre le bollicine italiane al centro della scena internazionale, raggiungendo un prestigio e un'esclusività unici nel settore". "Siamo onorati di ricevere questo riconoscimento che conferma Ferrari tra i marchi del vino più importanti e prestigiosi a livello internazionale e potrà dare un ulteriore slancio alla crescita del Trentodoc in particolare nel mercato statunitense", ha commentato Matteo Lunelli, Presidente delle Cantine Ferrari. "Lo dedico al Trentino, che è una terra unica e straordinariamente vocata, e a tutti gli uomini e le donne di Ferrari, una squadra meravigliosa che lavora con impegno e passione nella continua ricerca dell'eccellenza."

Nel corso del 2015 le Cantine Ferrari sono state inoltre nominate Sparkling Wine Producer of The Year" dal prestigioso The Champagne and Sparkling Wine World Championships.

## FERRARI ELECTED EUROPEAN WINERY OF THE YEAR



Cantine Ferrari was crowned "European Winery of the Year" at the Wine Star Awards held by prestigious American magazine Wine Enthusiast. The Wine Star Awards, which attract great

attention from wine lovers, celebrate people or companies that have had a significant impact on the sector, standing out for their innovative vision and ability to achieve it. Nominated for best expression of the Classical Method in Italy, and as ambassadors of the Italian Art of Living, Cantine Ferrari was awarded the prize "for their contribution to the success of Italian wine and in particular for their role in placing Italian sparklers at the centre of the international scene, achieving unique prestige and exclusivity in the sector." "We are honoured to receive this award, which confirms Ferrari's position as one of the most important and prestigious wine brands on an international level and which could give a further boost to Trentodoc growth especially in the US market", commented Matteo Lunelli, CEO of Cantine Ferrari. "I would like to dedicate this to Trentino, which is a unique land with an extraordinary vocation, and to all the men and women working at Ferrari, a brilliant team that works with commitment and passion, constantly striving for excellence." During 2015, Cantine Ferrari was also named Sparkling Wine Producer of the Year at the prestigious Champagne and Sparkling Wine World Championships.



# Panorama d'Italia riparte: in 10 tappe il meglio dell'Eccellenza Italiana

**L**o scorso anno il nostro viaggio tra il meglio dell'Italia si era concluso con le parole del Presidente Sergio Mattarella, che ci aveva invitato a continuare nel nostro racconto”.

Quell'invito noi lo abbiamo onorato e qui con noi, oggi c'è l'intero Paese, dal nord al profondo Sud, con i suoi sindaci e i presidenti di Regione delle 10 città (scelte tra le oltre 40 candidature pervenute spontaneamente) che attraverseremo nella terza edizione di Panorama d'Italia”.

Quel racconto, insomma, che si appresta ormai a diventare un classico, è nuovamente pronto a farsi voce, a incontrare le eccellenze che arricchiscono il nostro Paese. E a trasformarsi in un dialogo con gli italiani, continuo e diretto. “Panorama d'Italia” ha dimostrato di essere un'immensa fotografia dell'Italia reale, capace di immortalare tutto il meglio visto da vicino. Ogni metro quadro del nostro paese racchiude una storia che vale la pena di rac-

**Si parte da Genova il 30 marzo. Tante novità e un compagno di viaggio: Focus. Da Milano a Trapani ecco la terza edizione del tour**

contare e noi vogliamo ancora una volta spiegarla da dentro, una scintilla capace di accendere entusiasmi, di raccontare davvero ‘tutto il meglio visto da vicino’ come recita il nostro claim”.

Squadra che vince non si cambia, eppure il tour di quest'anno sarà caratterizzato da molte novità, oltre che essere affiancato da un nuovo compagno di viaggio, l'ecosistema Focus.

Si parte da Genova. Tutto avrà inizio tra 21 giorni esatti, quando Genova, la città prescelta per scrivere l'incipit di questa storia italiana, ospiterà la prima tappa.

“Ci auguriamo di mostrare a Panorama d'Italia un panorama nuovo della nostra Liguria e della nostra Genova. Di sicuro, ci

di Giorgio Mulè, Direttore di Panorama

aiuterà a essere un po' più convinti delle nostre potenzialità”, racconta il presidente della Regione Liguria **Giovanni Toti**, introducendo la quattro giorni che si svolgerà tra le piazze e gli edifici storici del capoluogo, i quali si lasceranno osservare, narrare e offriranno ospitalità ai talk show, ai dibattiti con i protagonisti della politica nazionale, alle tavole rotonde, agli spettacoli e agli eventi enogastronomici. Tutte iniziative gratuitamente aperte a tutti.

I numeri dei cittadini contagiati dalle nostre iniziative dicono tanto ma non tutto e il motivo di questo, travolcente successo è nella nostra formula: raccontiamo l'Italia al naturale, senza fronzoli.

# 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

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).



**Il motivo del travolgente successo di Panorama d'Italia è nella nostra formula: raccontiamo l'Italia al naturale, senza fronzoli.**

**The reason for Panorama d'Italia's overwhelming success is our formula of portraying Italy as it is, without any added frills.**

### PARTNER

Panorama d'Italia può contare sul supporto di partner di alto livello, accomunati dall'impegno nella valorizzazione delle eccellenze italiane nel territorio. Tra questi: Autostrade per l'Italia, Cobat, Cruciani, Eicma, Enel, IBM, Invitalia, Università Telematica Pegaso, Poste Italiane e TgCom24 Mediaset. La charity partnership con la Lega del Filo d'oro accompagnerà tutte le date del tour. Tappa per tappa, inoltre, sono attive media partnership con i principali quotidiani, tv e radio locali. "Panorama d'Italia è realizzato in collaborazione con Triumph Group International, per produzione esecutiva, organizzazione e logistica, mentre la piattaforma e la strategia digitale sono curate da H2H.

## Panorama d'Italia opens 10-stop tour of Italian Excellence

**The tour will start in Genoa on 30 March, with lots of new features and a new travel companion: Focus. From Milan to Trapani, we present the third edition of the tour**

Last year, our tour of the best that Italy has to offer ended with the words of President Sergio Mattarella, who invited us to continue telling our story. We have accepted his invitation and we are here today alongside the whole country, from the far north to the deep south, with the mayors and regional presidents of the 10 cities (chosen from more than 40 spontaneous nominations) that we will be visiting during the third edition of Panorama d'Italia. Our story is fast becoming a classic, and we're ready with the next chapter, discovering the many points of excellence in our country. We hope to transform the experience into a constant, direct dialogue with Italians. Panorama d'Italia has offered an immense snapshot of the real Italy, capturing a close-up of all the best the country has to offer. Every square metre

**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.**

of our country has a unique story ready to be told, and once again we want to tell these stories from the inside, creating a spark capable of lighting the fire of enthusiasm, offering "a close-up of the best", as our slogan reads.

If it isn't broken, don't fix it, as the saying goes. Nonetheless, this year's tour will include several new features as well as being accompanied by a new travel companion, the Focus ecosystem.

We will be starting in Genoa in exactly 21 days' time, when we will be holding the first stage in the city selected to open this Italian story.

"We hope to use Panorama d'Italia to show a new way of looking at Liguria and Genoa. It will definitely help us to feel more confident about our potential", commented Liguria Regional President Giovanni Toti, introducing the four days to be held in the regional capital's historical squares and buildings, which will be giving us the chance to observe and narrate them while hosting talk shows, debates with leading national political figures, round tables, entertainment and gourmet events. All the initiatives will be free and open to all. The number of citizens involved in our initiatives tells us a lot, but not everything - and the reason for this overwhelming success is our formula of portraying Italy as it is, without any added frills.



il portale per fare impresa nel mondo

# 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

- News settoriali
- Interviste
- Schede Paese
- Video reportage dal mondo
- Corsi di formazione
- Newsletter
- Eventi e fiere
- Ufficio stampa





**È** innegabile che l'export italiano poggia sulle cosiddette "4A" – Automazione; Alimentari-vini; Abbigliamento-moda; Arredo-casa, che rappresentando storicamente il cuore del Made in Italy, ci rende celebri nel mondo per le caratteristiche che lo distinguono: cura estetica, qualità ed eccellenza, creatività. E proprio per aiutare e sostenere l'export italiano che quest'anno abbiamo promosso oltre 1.200 iniziative, dalle grandi fiere internazionali (come Anuga, la Fiera Internazionale dell'Alimentazione, TuttoFood) a seminari formativi tecnici vertenti su tematiche di interesse per imprenditori e operatori del settore.

Se guardiamo ai numeri delle 4 A, senza dubbio al primo posto troviamo quella che si chiama genericamente "meccanica", che vale da sola oltre 100 miliardi di euro. Un settore molto articolato e composto da varie nicchie e in cui il nostro Paese rappresenta un leader mondiale. La leadership dell'Italia in questo settore è data dalla somma delle leadership nelle nicchie: dai macchinari per il trattamento del legno o della plastica a quelli per la lavorazione del vetro, dai macchinari per l'imbustamento dei medicinali a quelli per la spremitura o l'imballaggio del succo. Seguono l'agroalimentare, in cui l'Italia gode di una leadership purtroppo solo qualitativa e non quantitativa e poi quello che chiamiamo "Italian style" e che racchiude i settori della moda, della gioielleria e della pelletteria, dell'arredo-casa.

Gli appuntamenti di questi primi mesi dell'anno, descritti in questo Speciale (Settimana della Moda, Salone del Mobile, Vinitaly e Yachting in Venice), rappresentano una grande vetrina per il nostro export e come dichiara il Presidente del Consiglio Matteo Renzi, "L'Italia c'è".

**T**he success of Italian exports is undeniably built on four key segments – Automobiles, Food and Wine, Clothing and Fashion, and Home Furnishings. These sectors have historically represented the core of Made in Italy products, and their distinctive features of design, quality, excellence and creativity are famous all over the world. This year, we have supported Italian exports with more than 1,200 initiatives, from high profile international trade fairs (such as Anuga, the International Food Show and TuttoFood) to technical training seminars on issues of interest to businesses and sector operators.

The figures show that what we generically refer to as "mechanics" is the leading industry in the key segments, worth more than 100 billion euros on its own. This sector is very clearly structured and is composed of a range of specialised niches, our performance in which is responsible for Italy's leading position: from machines for processing wood, plastic or glass to packaging medicines or juicing and bottling fruit. The sector is followed by agri-food, where unfortunately Italy is only leader for quality, rather than quantity, and "Italian style", which includes the fashion, jewellery, leather and home furnishing sectors.

The events taking place during this period of the year, described in this Special Edition (Fashion Week, the Salone del Mobile, Vinitaly and Yachting in Venice) represent a great showcase for our exports – and in the words of Premier Matteo Renzi, "Italy is here".

Riccardo Monti, Presidente di ICE-Agenzia

**26** **"Italy's come back", l'Italia è tornata, è il messaggio del premier Renzi agli stranieri**

**Renzi tells the world that "Italy's back"**

**28** **Costituito il primo comitato della moda e dell'accessorio italiano**  
**First Italian fashion and accessories committee set up**

**30** **Export da record: ora l'agroalimentare avrà anche il suo Ministero**  
**Record agri-food exports and a new Ministry**

**32** **Grani Antichi, la Salute nel piatto**  
**Ancient Grains, the health in plate**

**33** **55ª edizione del Salone del Mobile Milano**  
**55th edition of the Milan Salone Internazionale del Mobile**

**34** **Aspettando il 50° Vinitaly**  
**In the run-up to the 50th Vinitaly**

# “Italy's come back”, l'Italia è tornata, è il messaggio del premier Renzi agli stranieri

**Renzi, eventi creativi e 182 collezioni danno il via alla Settimana della Moda Donna di febbraio 2016**

di Massimo Borgia

**D**al gossip alla politica, il calendario di presentazioni e sfilate femminili autunno/inverno 2016/17 è entrato nel vivo con grandi firme del calibro di Gucci, Cavalli e Alberta Ferretti. Ma l'appuntamento più atteso è stato lo sbarco di Renzi nella capitale della moda.

“È la prima volta ma non sarà certo l'ultima”. Afferma il presidente del Consiglio, Matteo Renzi, inaugurando a Milano la settimana della moda. “Sono qui per riconoscere una realtà pronta a scrivere una pagina del futuro più bella di quella del passato. Dobbiamo vincere i luoghi comuni per rispetto a chi lavora in questo settore, guai a pensare che sia un divertissement per pochi come viene fatta passare a volte perché la moda – ha proseguito il premier – è fatta da donne e uomini che lavorano, che ci mettono passione, da imprenditori che hanno il coraggio di crederci anche quando non è facile. È una settimana della moda all'insegna del cambiamento, in un'Italia che ha voglia di futuro e che ha passione. La moda o è innovazione o non è, la moda ci insegna il futuro dell'Italia, che non vive di nostalgia ma di curiosità, più innovatrice che tradizionalista, questo è ciò che la moda precorre”. “Italy's come back”, l'Italia è tornata, è il messaggio del premier agli stranieri. L'inaugurazione è stata presieduta da un pranzo nella sala delle Cariatidi di Palazzo Reale, al quale hanno partecipato le più famose firme italiane come Alberta Ferretti, Armani, Donatella Versace e il presidente della Camera della Moda Carlo Capasa che con grande entusiasmo ha dichiarato: “Un'edizione di Milano Moda Donna inaugurata per la prima volta dal Presidente del Consiglio dei Ministri e chiusa con la presentazione delle Linee guida sulla sostenibilità. Una settimana che racconta di un settore che ci vede protagonisti nel mondo per l'unicità dei nostri brand e della nostra industria e largamente primi in Europa per giro d'affari. Che parla, in sostanza, di quella fusione tra tradizione e innovazione che è motore della nostra storia”.

MASSIMO BORGIA



**OSPITI D'ECCEZIONE.** Il presidente del Consiglio ha tenuto a Palazzo Reale una collazione con 170 invitati, per lo più esponenti della moda. Ad accogliere Renzi al suo arrivo c'era il prefetto di Milano, Alessandro Marangoni, il sindaco Giuliano Pisapia e il Presidente della Camera Nazionale della Moda, Carlo Capasa, il presidente dell'Agenzia ICE Riccardo Monti. All'evento presenti anche molti dei più importanti stilisti italiani

come Lavinia Biagiotti, Ennio Capasa, Anna Molinari, Alberta Ferretti, Angela Missoni, Renzo Rosso, Donatella Versace, Giorgio Armani che così ha commentato la presenza del premier: “Mi fa molto piacere sono molto contento che il premier sia qui”.

Anche Donatella Versace si è detta “molto felice perché questo è il primo presidente del Consiglio che capisce quanto la moda sia importante”.

**“Una settimana che racconta di un settore che ci vede protagonisti nel mondo per l'unicità dei nostri brand e della nostra industria”**



# Renzi tells the world that "Italy's back"

Women's Fashion Week is launched in February 2016 with Renzi, creative events and 182 collections on show



From gossip to politics, the program of presentations and women's autumn/winter 2016/17 fashion shows kicked off with top names such as Gucci, Cavalli and Alberta Ferretti. The most eagerly awaited event, however, was Renzi's arrival in the fashion capital.

"This is the first time, but it certainly won't be the last", commented Premier Matteo Renzi, opening Milan fashion week. "I am here to acknowledge a sector that is ready to write a better page for the future than in the past. We need to overcome the stereotypes out of respect for those who work in this sector, we can't think that it is just a bit of fun for the few, as we sometimes do, because fashion is made up of men and women who work, who put passion into it, as businesspeople who have the courage to believe in it even when it isn't easy", he continued. "This will be a fashion week that marks a change, in an

Italy that is passionate and wants a future. Fashion either is innovation or it isn't, fashion teaches us about Italy's future, which isn't about nostalgia but about curiosity, more about innovation than tradition, and this is what fashion tells us." "Italy's back", is Renzi's message to the world.

The opening was celebrated with a lunch in the Sala Cariatidi at Palazzo Reale, attended by top Italian designers such as Alberta Ferretti, Armani, Donatella Versace and President of the Fashion Chamber Carlo Capasa, who enthusiastically welcomed "A Milan Women's Fashion Week opened for the first time by a Prime Minister and closed with the presentation of the Sustainability Guidelines. This week has shown us a sector that is a key global

player thanks to the uniqueness of our brands and our industry and the clear leader in Europe in terms of turnover. A week, in other words, of that fusion between tradition and innovation that has always marked our history".

**HIGH PROFILE GUESTS.** The Premier held a lunch at Palazzo Reale with 170 guests, most of whom were leading figures in the fashion

world. Renzi was welcomed on arrival by the Prefect of Milan Alessandro Marangoni, Mayor Giuliano Pisapia, President of the National Fashion Chamber Carlo Capasa and President of ICE Riccardo Monti. The event was also attended by many of the most important Italian designers, such as Lavinia Biagiotti, Ennio Capasa, Anna Molinari, Alberta Ferretti, Angela Missoni, Renzo Rosso, Donatella Versace and Giorgio Armani, who commented that: "I am very happy to see the Premier here".

Donatella Versace also commented that she was "very happy because this is the first premier that understands how important fashion is".

**A week has shown us a sector that is a key global player thanks to the uniqueness of our brands and our industry**



# Costituito il primo comitato della moda e dell'accessorio italiano

**Il Comitato sarà presieduto dal Vice Ministro allo Sviluppo Economico Carlo Calenda**

**A**darne notizia è il Ministero per lo sviluppo economico, spiegando che faranno parte del Comitato tutti i protagonisti dell'ecosistema della moda, che comprende i settori del tessile, della moda e degli accessori: Altagamma, Altaroma, Centro di Firenze per la Moda Italiana, Camera Nazionale della Moda Italiana, Federazione Italiana Accessorio Moda e Persona (FIAMP), Milano Unica, TheMICAM, MIDO, MIFUR, MIPEL, ORIGIN, Pitti, Vicenza Oro/Oro Arezzo, Sistema Moda Italia. Il Comitato della Moda e dell'Accessorio italiano definirà le linee guida per lo sviluppo del comparto, concorderà insieme al Governo il sostegno istituzionale necessario a portare avanti le diverse iniziative e garantirà l'implementazione dei progetti chiave, fondamentali per riaffermare la leadership del sistema della moda, attraverso il coordinamento e potenziamento degli eventi, il rafforzamento del sistema fieristico, la formazione, la sostenibilità e il supporto alla crescita dei marchi e delle aziende della filiera. Il Comitato sarà presieduto dal Vice Ministro allo Sviluppo Economico Carlo Calenda.

**L'IMPEGNO DEL GOVERNO NEL SOSTEGNO ALLA MODA MADE IN ITALY.** Ribadendo il sostegno del governo alle imprese del tessile-modà made in Italy, il viceministro allo Sviluppo Economico Carlo Calenda ha annunciato: "Il governo è pronto a impegnarsi apertamente nel sostegno alla moda made in Italy, tanto che il prossimo 24 febbraio il premier Matteo Renzi sarà a Milano a inaugurare la settimana delle sfilate. Fino a oggi la politica ha avuto un atteggiamento snob nei confronti del settore della moda, visto come effimero. Invece è un comparto chiave sia per l'industria sia per la cultura. È un sistema importantissimo che, tuttavia, ha preso come fosse una porta in faccia la prima fase della globalizzazione sia sul piano della produzione, calata del 25% in dieci anni, sia delle sfilate, che hanno perso importanza rispetto a quelle di Parigi, New York e Londra. In occasione delle sfilate di febbraio presenteremo un nuovo progetto: si tratta di un board della moda italiana che coinvolge le imprese a monte e a valle della filiera, i big brand e le istituzioni. L'obiettivo di questa specie di Cda sarà quello di stabilire strategie e obiettivi e di interloquire con il Governo. E poi

CARLO CALENDA



cercheremo di concentrare eventi e manifestazioni legati al tessile e agli accessori nei giorni delle sfilate, così da rafforzare Milano".

In parallelo il Mise sta sviluppando una serie di progetti per sostenere concretamente le imprese nel cammino verso l'internazionalizzazione: "Ha siglato negli States accordi con grandi department store: incentivi a fronte della commercializzazione di brand italiani che adesso non sono negli scaffali". Per sostenere le medie imprese nell'approccio ai mercati stranieri il governo ha lanciato il "Progetto ad Alto Potenziale", in collaborazione con il progetto Elite di Borsa Italiana: "Mettiamo in contatto società di consulenza di alto livello e aziende medie che vogliono fare il salto di qualità. L'export della moda italiana ha registrato tassi di crescita inferiori a quelli delle esportazioni complessive. E non solo: è cresciuto meno di quello della moda francese, anche se aziende francesi utilizzano tessuti made in Italy. Non è una questione di acquisizioni da parte dei grandi gruppi – che credo siano positive perché aggiungano valore ai marchi – ma del fatto che una parte del "valore" prodotto in Italia rimane in Francia".



## First Italian fashion and accessories committee set up

**The Committee will be led by Vice Minister for Economic Development Carlo Calenda**

**T**he announcement was made by the Minister for Economic Development, who explained that all the main players in the fashion world, including the textiles, fashion and accessories sectors, will be represented on the committee: Altagamma, Altaroma, Centro di Firenze per la Moda

Italiana, Camera Nazionale della Moda Italiana, Federazione Italiana Accessorio Moda e Persona (FIAMP), Milano Unica, TheMICAM, MIDO, MIFUR, MIPEL, ORIGIN, Pitti, Vicenza Oro/Oro Arezzo and Sistema Moda Italia. The Italian Fashion and Accessory Committee will establish guidelines for development in the market, obtaining the necessary institutional support from the government for the various initiatives and overseeing the implementation of key projects that are fundamental for reaffirming the leadership of the fashion world, coordinating and promoting events, strengthening the trade fair system, training, sustainability and supporting growth of brands and companies in the segment. The Committee will be led by Vice Minister for Economic Development Carlo Calenda.



**THE GOVERNMENT'S COMMITMENT TO SUPPORTING MADE IN ITALY FASHION.** Reiterating the government's support for textiles and fashion companies in Italy, Vice Minister for Economic Development Carlo Calenda announced: "The government is ready to openly commit to supporting Made in Italy fashion, and to this end Premier Matteo Renzi will be in Milan to open fashion week on 24 February. Until now, politics has tended to snob the fashion sector, seen as of little importance. To the contrary, the sector plays a key role in both industry and culture, an important system that has been hard hit by the first phase of globalisation in terms of both production, which has fallen by 25% over the last decade, and the Milan catwalks, which have lost importance in comparison to Paris, Lon-

don and New York. At the fashion shows in February, we will be presenting a new project: an Italian fashion board involving all the companies up- and downstream from the production line, big brands and institutions. The purpose of this type of board of directors will be to agree strategies and targets, and dialogue with the government. We will also try to concentrate events in the textiles and accessories sector to catwalk days, so as to strengthen Milan."

The Ministry of Economic Development is also working on a series of projects to provide concrete support for firms moving towards internationalisation: "Has signed agreements with some big department stores in the US: incentives for promoting Italian brands that are not yet on the shelves."

In order to support medium sized enterprises looking to approach international markets, the government has launched the "Progetto ad Alto Potenziale" (High Potential Project) in collaboration with the Elite Italy project by Borsa Italiana: "We put top consultancy firms in contact with medium sized firms who want to take the next step in quality. Italian fashion exports have grown more slowly than overall exports. Moreover, the industry has grown less than the French fashion sector, despite the fact that French firms use Italian textiles. It's not a matter of takeovers by big groups – which I see as a good thing, because they add value to brands – but that part of the 'value' produced in Italy stays in France."

# Export da record: ora l'agroalimentare avrà anche il suo Ministero

**Il nostro Food&Beverage, fiore all'occhiello dell'export tricolore, simbolo dell'eccellenza italiana in giro per il mondo**

di Oronzo Mongiò

**S**piazzando molti addetti ai lavori, nel corso di un incontro con la stampa tenutosi a Palazzo Chigi, il Premier **Matteo Renzi** ha deciso: nel 2016 il Ministero delle Politiche Agricole cambierà nome e diverrà il Ministero dell'Agroalimentare.

La scelta del governo rivela in maniera chiara l'ambizione di fare del nostro Food&Beverage il fiore all'occhiello dell'export tricolore ed il simbolo dell'eccellenza italiana in giro per il mondo.

Il 2015 per il comparto agroalimentare italiano è stato un anno da ricordare con un giro d'affari pari a 135 miliardi di euro (circa l'8% del PIL) e ben 36 miliardi di euro di esportazioni: un record assoluto e una crescita del 7% rispetto al 2014.

I dati di una recente indagine Coldiretti su rilevazioni ISTAT relative ai primi 10 mesi dell'anno appena concluso, registrano come a primeggiare al di fuori dei confini nazionali siano ortofrutta (+11%), olio d'oliva (+10%), pasta (+9%) e vino (+6%) che accrescono sempre di più il loro peso e il loro appeal sui mercati esteri.

Non è una novità il fatto che il governo abbia intuito la centralità strategica del settore in grado di veicolare un messaggio di qualità ed efficienza dei nostri prodotti sui mercati esteri collaborando così al rilancio dell'immagine complessiva del Paese.

Si tratta di intervenire sui simboli per incidere sulla realtà con l'ambizione che non guasta e una scelta decisa per accrescere la competitività delle imprese del settore dal momento che, l'obiettivo è arrivare a toccare quota 50 miliardi di euro di export come ha illustrato lo stesso Renzi: "Prendiamo un impegno ambizioso: l'export nell'agroalimentare è a 36 miliardi, è il record per l'Italia ma – anche se il ministro **Maurizio Martina** mi odierà – è ancora poco, dobbiamo arrivare a 50 miliardi. Non è possibile che l'Italia

con i numeri che ha non arrivi a quei livelli. Ci arriviamo, ci metteremo qualche anno ma ci arriviamo".

Oltre ai simboli bisogna però intervenire sulla realtà nel concreto e in questo contesto rientra perfettamente l'accordo triennale – per un valore totale di 6 miliardi di euro – appena firmato dall'esecutivo con Intesa San Paolo per finanziare e facilitare l'accesso al credito delle PMI del comparto Food&Beverage ed incentivarne la nascita e la crescita, contribuendo a creare ricchezza ed occupazione.

Un messaggio positivo lo ha voluto lanciare anche **Carlo Messina**, Amministratore Delegato e CEO di Intesa Sanpaolo a dimostrazione dell'impegno del primo gruppo bancario italiano che darebbe piena disponibilità ad erogare l'intera somma se "ci fossero 6 miliardi di domanda da poter cogliere in un solo anno perché abbiamo la volontà di sostenere questo settore che può rappresentare il motore di crescita del Paese".

Intanto le misure del "Piano straordinario per la promozione del Made in Italy e l'attrazione degli investimenti in Italia" iniziano a produrre i loro risultati come l'efficace contrasto al fenomeno dell'Italian Sounding che, grazie ai fondi stanziati, ha reso possibili 107.000 controlli. Gli accertamenti hanno portato a sequestri di prodotti per un valore complessivo di 81 milioni di euro fra cui spiccano 15.100 tonnellate di falso gorgonzola, 2 milioni di litri di falso aceto balsamico di Modena, 13 milioni di bottiglie di falso Prosecco e 5 mila tonnellate al mese di Parmigiano.

Si tratta solo dell'inizio e moltissimo ancora c'è da fare considerando che è stato stimato che il fenomeno dell'Italian Sounding ogni anno valga circa 60 miliardi di euro.

Una mossa intelligente potrebbe essere quella di studiare dei meccanismi premianti per tutti i



cittadini che decidono di segnalare attività sospette, anche perché i numeri diffusi parlano di "appena" 400 segnalazioni nel 2015.

Estremamente importante per stringere collaborazioni di contrasto al fenomeno della contraffazione alimentare più solide ed efficaci, sarebbe la firma di specifici accordi con i principali mercati esteri di destinazione dell'export italiano del comparto agroalimentare, Stati Uniti in primis.

La nascita del Ministero dell'Agroalimentare è un effetto diretto della riforma Madia sulla semplificazione della Pubblica

Amministrazione e vuole essere l'emblema di un impegno serio e concreto del governo come sottolineato sempre da Renzi: "Il messaggio simbolico è che in Italia l'agricoltura e l'agroalimentare non sono il passato del paese ma la pagina più bella che scriviamo. In questi anni abbiamo perduto la sfida della filiera del valore del prezzo, perché non è stato fatto abbastanza. Dobbiamo far tornare di moda tutto ciò che è agricoltura ed agroalimentare".

Come sempre è bene ricordare che lo storytelling positivo può solo in alcuni casi ed in una certa misura, essere d'aiuto nel raggiungimento dei target ma non può essere l'unico strumento messo in campo e sarà dunque onore ed onore del governo continuare a percorrere il brillante sentiero tracciato nel 2015 senza dimenticare che lo stesso record delle esportazioni nel settore è stato agevolato da un contesto internazionale in ripresa e da tassi di cambio favorevoli, condizioni che non è detto che si ripetano negli anni a venire. L'invito e il monito è sempre quello di non adagiarsi sui primi fasti perché sarebbe un vero peccato.



MAURIZIO MARTINA



## Record agri-food exports and a new Ministry

The Italian Food&Beverage industry is the pride of the country's exports, a symbol of Italian excellence all over the world

To the surprise of many in the sector, during a press conference held at Palazzo Chigi Premier Matteo Renzi announced that the Ministry of Agricultural Policy will change its name to the Ministry of Agri-food in 2016.

The government's move is a clear statement of its intention to make the Food&Beverage sector the pride of Italian exports and a symbol of Italian excellence all over the world.

2015 was a year to remember in the Italian agri-food sector, with a turnover of 135 billion euros (approximately 8% of GDP) and a record 36 billion in export sales, which grew by 7% on 2014.

A recent Coldiretti survey using ISTAT figures from the first 10 months of 2015 showed that Italy's biggest exports were fruit and vegetables (+11%), olive oil (+10%), pasta (+9%) and wine (+6%), all of which increased market share and appeal abroad. The government's awareness of the strategic importance of the sector,

which promotes the quality and efficiency of Italian products abroad while also boosting the country's image as a whole, is nothing new.

Mr Renzi's move is part of an ambitious plan to use these symbols to drive real economic growth and competition in the sector, with the goal of seeing exports reach 50 billion euros: "Let's set an ambitious goal: agri-food exports are at 36 billion, a record for Italy but - although Minister Maurizio Martina will hate me for this - it is still too low, we need to reach 50 billion. Given the numbers that we have, Italy can easily reach those levels. We will get there, it might take a few years, but we will do it."

As well as this symbolic move, the sector also needs concrete measures, which will be contained in the three-year agreement worth 6 billion euros that has just been signed by the government with Intesa San Paolo to provide funding and access to credit for SMEs in the Food&Beverage sector, designed to incentivise start-ups and growth, thereby contributing to creating wealth and employment.

Carlo Messina, MD and CEO of Intesa San

paolo, backed this positive message and demonstrated the leading Italian banking group's commitment to providing the entire amount "if we get requests for 6 billion in a single year, because we want to support this sector that can represent a driver for growth in the country".

Meanwhile, the measures included in the "Extraordinary Plan for promoting Made in Italy products and attracting international investment" are starting to see results, successfully combating the phenomenon of "Italian-sounding" fake products with 107,000 inspections carried out thanks to the funds allocated. These inspections have led to products worth a total of 81 million euros being seized, including 15,100 tonnes of fake gorgonzola, 2 million litres of imitation Modena balsamic vinegar, 13 million bottles of fake Prosecco and 5,000 tonnes per month of Parmesan cheese.

This is only the beginning and there is still a lot of work ahead, considering that "Italian-sounding" products are worth around 60 billion euros per year.

An intelligent move could be to develop incentives for citizens reporting suspicious activities, also because the statistics show that "only" 400 reports were made in 2015. Specific agreements signed with Italy's main outlet markets for Food&Beverage, in particular the US, are extremely important in order to combat the phenomenon of fake products and develop stronger and more effective methods to prevent it.

The creation of the Agri-food Ministry is a direct result of the Madia reform on the simplification of the Public Administration, and is intended to demonstrate the government's level of commitment, as Mr Renzi emphasised: "The symbolic message is that agriculture and the agri-food sector are not just Italy's past, but also the best page that we have yet to write. In the last few years we have failed to do enough to defend prices and value in the sector. We must make everything about agriculture and agri-food fashionable again."

As always, we must remember that positive story-telling can only help in some cases and to a certain extent, helping us reach targets, but it cannot be the only tool in our arsenal. It will therefore be this government's honour and duty to continue on the brilliant path we laid out in 2015, while remembering that the record exports in the sector were supported by the international economic recovery and favourable exchange rates, conditions that may not continue in the years ahead. My invitation and warning is not to let the guard down and make do with these initial results, because it would be a real shame.



# Grani Antichi, la salute nel piatto

di Roberto Manetti, Presidente di B.E.A. Cooperative Enterprise

**P**er BEA il territorio è la risorsa più preziosa, per questo abbiamo deciso di impiegare la nostra esperienza per preservarne ricchezza e tradizione. Nasce su queste basi anche l'ultimo progetto: far rivivere i grani antichi.

**Senatore Cappelli, Gentil Rosso, Verna, Frassineto sono solo alcuni nomi... Ma cosa si intende precisamente per grani antichi?**

Con questo termine si indicano tutte quelle varietà selezionate prima che l'agricoltura subisse il processo di trasformazione industriale, adatte ai diversi ambienti pedoclimatici ed a sistemi di coltivazione a basso impatto ambientale. Nel tempo l'agricoltura ha selezionato varietà a più alto contenuto di proteine che producono molto di più a scapito della qualità organolettiche e nutrizionali del grano. I sani e rustici grani antichi invece conservano caratteristiche di notevole valore, qualità nutritive più equilibrate ed aromi più complessi ed intensi. I Grani Antichi non sono solo più ricchi di nutrienti e digeribili rispetto alla farina bianca raffinata, ma prevengono malattie quali il diabete, il colesterolo e l'obesità.

ROBERTO  
MANETTI



## Ancient Grains, the health in plate

**I**t is B.E.A. firm belief that the land is the most precious resource of the world and for this reason B.E.A. is strongly committed to preserving its richness and traditions. In line with this, B.E.A. has been developing its new project: the rediscovery of ancient grains.

Senatore Cappelli, Gentil Rosso, Verna, Frassineto are only some names for ancient grain varieties... but what is really meant for "ancient grains"?

The term "ancient grains" includes all the wheat varieties being selected before the process of industrial transformation changed the Italian agriculture. This process implied that new wheat varieties were selected with a higher protein concentration and with a higher yielding potential in order to satisfy the needs of the modern society.

Instead the wholesome and rough ancient

wheats retain highly balanced nutritional properties along with more complex and intense aromas, are more digestible than refined white flour and, lastly, they prevent diseases such like diabetes, cholesterol and obesity problems.

Our project idea is a simple one: our farmers grow native grains in controlled and fertile fields, letting nature take its course. In this way we preserve biodiversity and contribute to diffusing a more sustainable agriculture thus adding more value to agricultural products and increasing farmers' income.

In this context, B.E.A. aims to develop new agri-food products also supporting a project for the genetic improvement of some ancient varieties in collaboration with Serge, a spin-off company of the University of Siena.

L'idea su cui si basa in nostro progetto è semplice: I nostri produttori piantano grani autoctoni in terreni controllati e naturalmente fertili, e lasciano che la Natura faccia il resto. In questo modo riusciamo a salvare la biodiversità e contribuire alla diffusione di un modello agricolo più sostenibile e a conferire alla produzione dell'agricoltore un maggior valore aggiunto, attribuendogli una più marcata caratterizzazione.

Il progetto B.E.A. in Toscana mira alla riscoperta e coltivazione, tesi a svolgere un ruolo didattico-informativo e a creare nuove filiere all'insegna dell'agricoltura naturale impegnandosi anche in un lavoro di miglioramento genetico grazie alla collaborazione con lo spin-off Serge dell'Università di Siena. In un mondo sempre più globalizzato consente al consumatore la massima trasparenza sull'origine e la qualità del prodotto, frutto dell'antica sapienza contadina.

[www.bea-tuscany.com](http://www.bea-tuscany.com)



# 55<sup>a</sup> edizione del Salone del Mobile Milano

## Un appuntamento di richiamo internazionale

**S**i sono accesi i riflettori sulla 55<sup>a</sup> edizione del Salone del Mobile Milano, con la conferenza stampa di lancio che si è tenuta l'11 febbraio nel suggestivo UniCredit Pavilion alla presenza di oltre 400 ospiti tra giornalisti, istituzioni, architetti e operatori del settore. Lano, con la conferenza stampa di lancio che si è tenuta l'11 febbraio nel suggestivo UniCredit Pavilion alla presenza di oltre 400 ospiti tra giornalisti, istituzioni, architetti e operatori del settore.

Un appuntamento di richiamo internazionale che per i 2.310 espositori rappresenta il momento clou attorno al quale vengono pianificate tutte le attività annuali, il luogo d'incontro delle aziende più qualificate del mercato italiano ed estero che si coniuga alla cultura dell'abitare, un motore per l'export quindi per il settore arredo in generale. Dal 12 al 17 aprile a Fiera Milano Rho sono infatti attesi più di 300.000 operatori da oltre 160 Paesi (il 70% arriva dall'estero) e un pubblico di oltre 30.000 persone nelle giornate di sabato e domenica.

“La 55<sup>a</sup> edizione – dichiara il Presidente Roberto Snaidero Presidente Roberto Snaidero Presidente Roberto Snaidero Presidente Roberto Snaidero – sarà un appuntamento di richiamo internazionale – 70% degli operatori arriva da oltre 160 Paesi – dove l'offerta commerciale, ben rappresentata dal meglio delle aziende tra le più qualificate del mercato italiano ed estero, si coniuga alla cultura dell'abitare attraverso gli eventi collaterali che presenteranno.

ROBERTO SNAIDERO



mo. Internazionalizzazione e innovazione sono infatti i fattori che caratterizzeranno questa importante edizione. In particolare, le aziende partecipanti al Salone dichiarano il 63% di fatturato generato in export mentre il 67% delle stesse nell'ultimo triennio ha effettuato importanti investimenti nell'innovazione di macchinari, attrezzature e software, ricerca e sviluppo e progettazione di nuovi prodotti”.

Un Salone che è quindi anche un importante trampolino di lancio per l'export italiano. Come ha sottolineato anche Carlo Calenda nel suo messaggio di augurio alle aziende in collegamento video, “il Salone del Mobile è uno dei più importanti appuntamenti espositivi italiani, una vetrina di quello che l'intera filiera dell'arredocasa può offrire sui mercati internazionali in quanto a qualità e innovazione di prodotto. Per questo il Salone è stato fin da subito inserito nel piano di potenziamento delle fiere gestito dall'ICE, con contributi che continueranno anche in futuro.”

Ma la 55ma edizione del Salone del Mobile di Milano si apre anche alla città con mostre ed eventi speciali. Coniugare business e cultura è infatti la filosofia del Salone del Mobile. Milano che quest'anno nell'ambito della XXI Triennale International Exhibition presenta la mostra STANZE. Altre filosofie dell'abitare. “La 55a edizione del Salone del Mobile arriva in un anno speciale per la nostra città. Pochi giorni prima – afferma Giuliano Pisapia – si aprirà infatti l'Esposizione Internazionale della Triennale di Milano ‘Design after Design’, che torna dopo vent'anni. Ci prepariamo dunque a una straordinaria primavera di Design, una combinazione di eventi in cui crediamo e che porterà Milano ancora una volta al centro dell'attenzione internazionale.”

## 55th edition of the Milan Salone Internazionale del Mobile

An internationally-renowned event

**T**he lights came up on the 55th edition of the Milan Salone del Mobile with the press conference launching the event held on 11 February in the suggestive UniCredit pavilion, attended by more than 400 journalists, institutions, architects and sector operators.

The internationally renowned event is the key moment in the year for the 2,310 exhibitors, a place to meet the best firms in the Italian and international market, showcasing the culture of living and driving exports for the whole of the furniture sector. More than 300,000 operators from over 160 countries (70% come from abroad) are expected to attend the event, held at the Milan Rho trade fair from 12 to 17 April, along with more than 30,000 visitors on each day over the weekend.

President Roberto Snaidero commented that the 55th edition will be a truly international event, with 70% of operators coming from more than 160 countries and a commercial offer represented by the best Italian and international companies, as well as presenting the culture of living through the fringe events planned. This important edition will be focussing on internationalisation and innovation. In particular, the companies taking part in the Salone owe 63% of their turnover to exports, while 67% have invested heavily in innovation over the last three years, including machinery, equipment and software, R&D and new product design.

The Salone will therefore be an important launch pad for Italian exports. As Carlo Calenda also emphasised in his opening message to the companies, the Salone del Mobile is one of the most important Italian trade fairs, showcasing the best that the entire home-furnishings sector can offer to the international markets in terms of quality and product innovation. This is why the Salone has been part of the ICE trade fair project ever since the start, with contributions that will continue in the future.

However, the 55th edition of the Milan Salone del Mobile will also be holding a series of special events and exhibitions in the city. Combining business and culture has always been part of the Milan Salone del Mobile philosophy, and this year the show will be presenting the “STANZE. Altre filosofie dell'abitare” exhibition as part of the XXI Triennale International Exhibition. “The 55th edition of the Salone del Mobile comes in a special year for our city - in fact, according to Giuliano Pisapia, the ‘Design after Design’ exhibition at the Milan Triennale will be opening only a few days earlier, twenty years after the first. We are therefore preparing for an extraordinary spring in the Design sector, with a combination of events that we believe in and that will once again place Milan at the centre of international attention.”

# Aspettando il 50° Vinitaly

**Nasce il Premio 5 Star Wines come leva di marketing e di promozione commerciale**

**P**er il 50° Vinitaly abbiamo pianificato investimenti per 8 milioni di euro a supporto del wine business, dell'incoming di operatori esteri, del miglioramento delle infrastrutture di servizio per i nostri clienti e per rendere ancora più netta la distinzione fra operatori professionali all'interno della rassegna nel quartiere fieristico ed i wine lover che avranno il proprio riferimento in un evento dedicato nel centro della città. Tutte le attività finalizzate a potenziare il business fieristico sono la priorità del nuovo consiglio di amministrazione". Lo ha detto il presidente di Veronafiere, **Maurizio Danese**, intervenendo al talk show di *wine2wine 2015* dal titolo "Da un grande passato nasce un grande futuro – aspettando il 50° Vinitaly", al quale sono intervenuti Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere, Domenico Zonin, presidente dell'Unione Italiana Vini, e Sandro Boscaini, presidente di Federvini. La strada da percorrere per un comparto che vale per l'Italia oltre 14 miliardi di euro e che, nel 2015, dovrebbe raggiungere il livello record di esportazioni per circa 5,5 miliardi di euro, sarà sempre di più quella dell'internazionalizzazione. A tal proposito, nell'ambito del Programma nazionale di sostegno per il settore vitivinicolo per la campagna 2014/2015 sono stati erogati oltre 336 milioni di euro a favore del settore, vale a dire il 99% dei fondi assegnati. Vinitaly, inoltre, è stata inserita nel Piano di promozione straordinaria per l'internazionalizzazione del made in Italy promosso dal governo, che rappresenta un efficace contributo accanto alle risorse comunitarie dell'OCM (Organizzazione comune di mercato). "Il Piano straordinario – ha ricordato il direttore generale di Veronafiere, **Giovanni Mantovani** – ha mostrato la propria efficacia anche con un'altra delle manifestazioni di punta di Veronafiere, Marmomacc, che ha accresciuto il numero di delegazioni commerciali e buyer

dall'estero e ci attendiamo da Vinitaly un'ulteriore spinta per l'export del vino italiano nel mondo". Solo nell'ultima edizione di Vinitaly, ha ricordato Mantovani, "la presenza estera è stata di oltre 55mila operatori da 141 Nazioni, pari al 37% del totale dei visitatori. L'incoming sarà rafforzato, con azioni specifiche su Paesi target quali Germania, Austria, Svizzera, Regno Unito, Paesi Scandinavi, Polonia, Usa e Canada, Russia, Giappone e Cina e, per i vini naturali e biologici, con un sostegno a specifici operatori su mercati come Nord Europa, Paesi Scandinavi, Germania e Benelux. L'obiettivo è

**"Sarà un nuovo inizio, con la ferma intenzione di narrare anche i prossimi cinquant'anni della storia del vino italiano"**

quello di portare 800 buyer mirati e selezionati, in più rispetto a quelli che tradizionalmente visitano Vinitaly". Oggi Vinitaly è un sistema a rete di cui fanno parte Vinitaly International, OperaWine, Vinitaly Wine Club, VIA - Vinitaly International Academy, wine2wine, Sol&Agrifood, Enolitech e i premi collegati. Senza dimenticare Vinitaly & the City, che nel 2016 rappresenterà l'ombrellino sotto il quale saranno collegate tutte le iniziative "fuori fiere", durante i giorni di manifestazione.

Naturalmente, saranno rafforzati anche la logistica (dalla viabilità agli ingressi) e i servizi agli operatori (connessioni dati, navette anche dall'aeroporto di Venezia, fast track per visitatori esteri etc). Il 50° di Vinitaly, in calendario dal 10 al 13 aprile, "non celebra solo una storia, ma permette di costruire concretamente un pezzo di futuro", ha detto il ministro delle Politiche agricole, alimentari e forestali, Maurizio Martina in un videomessaggio, ricordando il ruolo chiave di Vinitaly nella realizzazione e gestione a Expo Milano 2015 di VINO – A Taste of Italy, in assoluto il primo padiglione dedicato al vino nella storia di un'Esposizione Universale. "Questi 50 anni hanno raccontato la storia del vino italiano, dai problemi alle opportunità, dai momenti difficili alle grandi occasioni – ha



affermato il Ministro Martina –. In questi anni Vinitaly è stata in tutto e per tutto l'agenda che ha consentito al vino italiano di costruirsi, rinnovarsi e raccontarsi per fare salti di qualità in avanti. Noi ci siamo e dobbiamo cooperare e continuare a lavorare con una sinergia tale da portare risultati concreti per il comparto e per l'intero Paese". Cinquantesima edizione che, appunto, per il presidente Danese "sarà un nuovo inizio, con la ferma intenzione di narrare anche i prossimi cinquant'anni della storia del vino italiano". Fra le novità annunciate per Vinitaly 2016 ci sarà anche il nuovo Premio Enologico Internazionale "5 Star Wines", presentato da Ian D'Agata, direttore scientifico di VIA - Vinitaly International Academy. "Un premio disegnato come reale strumento di business e leva di marketing per le aziende che vi prendono parte – ha spiegato D'Agata – con una giuria internazionale composta da esperti di specifiche aree produttive, che valuteranno solo i vini provenienti da quelle zone e secondo le modalità riconosciute dal mercato". Dopo 22 edizioni del Concorso Enologico Internazionale, si tratta di un cambiamento epocale, che alza ulteriormente l'asticella della qualità richiesta ai partecipanti. Non sarà più una competizione, infatti, ma un premio destinato solo ai vini che raggiungeranno e supereranno i 90 centesimi nel giudizio espresso da commissioni composte da esperti internazionali specializzati per area geografica di provenienza dei vini. ●

# In the run-up to the 50th Vinitaly

## The first 5 Star Wines award is created as a tool for marketing and promoting trade

For the 50th Vinitaly, we will be investing 8 million euros in supporting the wine business, attracting trade interest from abroad, improving service infrastructures for our clients and making the distinction even clearer between professional operators in the trade fair and wine lovers, who will have their own event held in the city centre. All activities aiming to boost trade fair business are a priority for the new board of directors, according to comments made by Veronafiere CEO Maurizio Danese, speaking at the wine2wine 2015 talk show entitled "A great future, born from a great past - awaiting the 50th Vinitaly". The show also included Giovanni Mantovani, General Manager of Veronafiere, Domenico Zonin, President of the Italian Wine Union, and Sandro Boscaini, President of Federvini. The road ahead, for a sector that is worth more than 14 billion euros in Italy and that is expected to achieve a record level of around 5.5 bil-

lion euros in 2015 exports, will increasingly be that of internationalisation. In this respect, as part of the 2014/15 national program of support for the wine sector, more than 336 million euros were paid out, accounting for 99% of the funds allocated. Moreover, Vinitaly has been included in the Italian government's Extraordinary Made in Italy Internationalisation Program, which represents an effective contribution alongside European funding from the COM (Common Organisation of agricultural Markets). General Manager of Veronafiere Giovanni Mantovani explained that: "The Extraordinary Plan has demonstrated its effectiveness with another Veronafiere leading show, Marmomacc, which saw a rise in the numbers of sales delegations and buyers from abroad, and we are expecting Vinitaly to give an extra boost to Italian wine exports all over the world." "Just last year's edition of Vinitaly saw more than 55,000 operators attending from 141 countries, with an international presence accounting for

37% of the total", he added. Incoming trade will be boosted thanks to specific actions for target countries such as Germany, Austria, Switzerland, UK, Scandinavia, Poland, US and Canada, Russia, Japan and China, while specific natural and organic wine producers will receive support in markets such as Northern Europe, Scandinavia, Germany and Benelux. The goal is to attract an additional 800 targeted, selected buyers on top of those who usually visit Vinitaly". The Vinitaly network currently includes Vinitaly International, OperaWine, Vinitaly Wine Club, VIA - Vinitaly International Academy, wine2wine, Sol&Agrifood, Enolithec and the associated awards. Not to mention Vinitaly & the City, which will act as an umbrella in 2016, linking all the "fringe" events held during the trade fair.

## "A new beginning, with the strong intention of narrating the next fifty years of the history of Italian wine"

Of course, logistics support (from traffic to entrances) and services for operators (data connections, shuttles also from Venice airport, fast track for international visitors, etc.) will also be stepped up this year. The 50th Vinitaly, to be held from 10 to 13 April, "is more than just a celebration of the past, it will allow us to build a piece of the future", commented Ministry for Agricultural Policy Maurizio Martina in a video-message, recalling the key role played by Vinitaly in organising and running VINO - A Taste of Italy at Expo Milano 2015, the first pavilion dedicated to wine ever held in a Universal Exhibition.

"These 50 years have told the story of Italian wine, from problems to opportunities, from the difficult times to the great occasions", said Minister Martina. "Over the years, Vinitaly has been the sole agenda that has allowed the Italian wine sector to construct, renew and tell the world about itself, ready to take the next step into the future. We are here and we must cooperate and continue to work together to obtain solid results for the sector and the country as a whole" she continued. For CEO Mr Danese, the 50th edition will in fact be "a new beginning, with the strong intention of narrating the next fifty years of the history of Italian wine". One of the new features to be announced for Vinitaly 2016 will be the International 5 Star Wines award, presented by Ian D'Agata, Scientific Director of VIA - Vinitaly International Academy. Mr D'Agata described the prize as "a real business tool and marketing lever for the companies taking part, with an international jury of experts in specific production areas who will only evaluate wines coming from those areas and using the methods recognised by the market". After 22 editions of the Concorso Enologico Internazionale this will mark a sea change, raising the bar for participants to an even higher quality level. The event will no longer be a competition, but an award destined only for wines that reach and surpass 90/100 points awarded by committees of international experts specialised in the wine's area of geographic origin.



# 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**  
**Egitto**  
**Emirati Arabi Uniti**  
**Finlandia**  
**Francia**  
**Germania**  
**Giappone**  
**Grecia**  
**Guatemala**  
**India**  
**Israele**  
**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**  
**Sud Africa**  
**Svezia**  
**Svizzera**  
**Thailandia**  
**Tunisia**  
**Turchia**  
**Ungheria**  
**Venezuela**  
**Vietnam**

Tirana  
Buenos Aires – Córdoba – Mendoza – Rosario  
Brisbane – Melbourne – Perth – Sydney

Bruxelles  
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

Il 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.*

# Lavoriamo da sempre per l'affermazione del Made in Italy nel Mondo



## Intervista al Presidente di Assocamerestero, Gian Domenico Auricchio

**P**residente Auricchio, ha da poco assunto la guida di Assocamerestero. Su cosa si concentrerà la Sua Presidenza?

Ho accettato questo incarico perché considero la rete delle Camere di Commercio Italiane all'Estero una straordinaria piattaforma sui mercati internazionali per le imprese italiane: siamo un network di 79 strutture, presenti in 54 Paesi con 140 uffici grazie alle numerose delegazioni presenti sui territori più estesi, che associa 18mila tra aziende e professionisti italiani ed esteri. Ogni anno le Camere fatturano circa 45 milioni di euro di servizi, l'80% delle quali dedicati all'organizzazione di occasioni di business e relativi follow up tra imprese italiane e locali e all'assistenza personalizzata per approcciare e/o consolidare la presenza al di fuori dei confini nazionali.

Le stesse imprese riconoscono nelle Camere una rete qualificata, affidabile, flessibile ed efficace che, forte di questi risultati, deve essere sempre più valorizzata e promossa.

Come Associazione, dobbiamo sempre più diffondere questo messaggio presso gli interlocutori italiani, istituzionali ma anche privati, promuovendo le Camere italiane all'estero come un riferimento essenziale sull'internazionalizzazione anche per altri soggetti di promozione e per altre reti interessate ad operare in ambito internazionale: quella dei commercialisti, dei consulenti aziendali, banche, etc.. Tutte reti operanti per il mercato che potrebbero agire come canale di diffusione presso le imprese dei servizi delle CCIE. L'essere poi parte del sistema camerale italiano, da sempre vicino alle imprese minori, è per noi un ulteriore importante punto di forza.

**Da imprenditore che esporta in 50 mercati del mondo, come valuta l'attuale scenario internazionale per le aziende italiane?**

Per chi fa impresa mai come negli ultimi anni sono cambiati gli orizzonti, geografici e temporali. Non ha più senso parlare di singoli mercati, ma l'impresa deve essere protagonista del mercato globale. Certo, presidiare realtà differenti per abitudini di consumo, cultura e anche capa-

► città di spesa, chiede un forte sforzo di personalizzazione dei prodotti e di investimento sul brand. Da ciò deriva un approccio diverso all'internazionalizzazione, vista non più come un'opportunità da cogliere in caso di circostanze favorevoli, ma come una precisa scelta aziendale, da strutturare secondo una strategia di lungo periodo.

La manifattura italiana, anche durante la crisi, ha mostrato forte capacità di reinventarsi e conquistare nuovi spazi, anche grazie al potere evocativo di un brand, il Made in Italy, sinonimo di qualità, innovazione nel solco della tradizione e della creatività. Innovazione che trova il suo ambiente naturale nelle start up, che stanno portando nuova linfa alla crescita imprenditoriale, ma che spesso richiedono un più forte orientamento sull'estero. È proprio sul binomio tutela della tipicità e innovazione che quest'anno è improntata l'azione del sistema delle CCIE.

**In che modo queste due linee di attività saranno al centro dell'azione delle CCIE per il 2016?**

Come Camere, lavoriamo da sempre per l'affermazione del prodotto Made in Italy: circa la metà delle nostre azioni promozionali si concentra sulla valorizzazione del patrimonio culturale ed eno-gastronomico italiano. Quest'anno però vogliamo far leva su un ulteriore aspetto, ovvero la tutela delle produzione e il contrasto di ciò che italiano non è, ma che per assonanza richiama al nostro Paese, ovvero l'Italian sounding. In ambito alimentare il "falso italiano" alimenta un giro d'affari di circa 60 miliardi di euro, di cui 54 riguardano l'imitazione dei nostri prodotti. Qui l'impegno camerale è forte, sia su mercati in crescita per i prodotti italiani, come gli Stati Uniti, che su quelli di primo riferimento, come quelli europei.

Sul fronte dell'innovazione, invece, spazio alla creazione di sinergie Italia-estero che possono consentire al fenomeno delle start up, una realtà in continua crescita (ad oggi sono più di 4.500 le imprese innovative, in aumento del 76% rispetto al 2014), di allargare i propri orizzonti al di fuori dei confini nazionali.

**In particolare, di che progetti si tratta?**

Il biennio 2016-17 nove CCIE presenti negli Stati Uniti, Canada e Messico saranno protagoniste di una Campagna per la valorizzazione del cibo 100% Made in Italy promossa dal Ministero dello Sviluppo Economico con il Progetto "Valorizzazione e promozione del prodotto agroalimentare italiano autentico", gestito da Assocamerestero, con l'obiettivo di incrementarne il consumo dei prodotti "autenticamente italiani", attraverso l'organizzazione di incoming in Italia di operatori del food, opinion leader e influencer, eventi di promozione

e formazione, etc.. E' un progetto sui cui abbiamo investito molto e che si avvale di partnership e collaborazioni di prestigio: in primo luogo Federalimentare e Cibus (la manifestazione fieristica leader sull'agroalimentare in Italia realizzata da Fiere di Parma) e AICIG, Associazione che associa 60 consorzi di tutela e rappresenta il 95% delle produzioni italiane ad indicazione geografica.

Anche sul fronte europeo, il contrasto all'Italian sounding è al centro in Germania dell'iniziativa delle CCIE di Francoforte e Monaco di Baviera, che hanno costituito un'Associazione "Italian Sounding" per rappresentare gli imprenditori italiani ed agire contro le violazioni a danno dei consumatori. Questa azione ha portato di recente al ritiro dal mercato di alcune produzioni.



## We have always worked to promote Made in Italy products abroad

**Interview with Assocamerestero President, Gian Domenico Auricchio**

**P**resident Auricchio, you recently took over the lead of Assocamerestero. What will you be focussing on during your presidency?

I accepted this position because I believe the network of Italian Chambers of Commerce abroad is an extraordinary platform for Italian businesses on the international markets: we are a network of 79 structures, present in 54 countries, with 140 offices thanks to the numerous delegations even further afield, with 18,000 Italian and foreign professional and business members. Every year the Chambers provide around 45 million euros in services, 80% of which are dedicated to organising business opportunities and the relative follow-ups between Italian and local businesses, with personalised assistance on how to set up partnerships and/or strengthen their presence outside Italy.

These businesses recognise the Chambers as a qualified, reliable, flexible and effective network that, thanks to these results, must continue to be valorised and promoted.

As an association, we need to push our mes-

sage in both the private and public sector in Italy, promoting the Italian Chambers of Commerce abroad as an essential reference point for internationalisation even for other institutions or networks set up to promote international business, such as the associations for accountants, business consultants, banks, etc. All these networks operate in the market and could act as a channel for offering CCIE services to businesses. Being part of the Italian chamber of commerce systems, which has always supported smaller businesses, is another important strong-point for us.

**As a business that exports products to 50 markets worldwide, how do you see the international scenario for Italian businesses right now?**

The horizons for businesses, both in terms of geography and time, have changed like never before in recent years. It doesn't make sense to talk about individual markets anymore; businesses have to play a role in the global market. Of course, keeping up with changes in consumer habits, culture and purchasing power requires a high degree of product personalisation and investment

Sul tema dell'innovazione stiamo sostenendo, con servizi mirati di mentoring e di supporto all'estero, l'azione di start up nella ricerca di partnership con imprese omologhe, sia in Europa che fuori, per mettere a frutto opportunità di collaborazione sia tecnologica che produttiva.

**Qual è, secondo Lei, il valore aggiunto delle CCIE in questo campo?**

Queste iniziative testimoniano il tratto distintivo delle CCIE: il radicamento all'estero e l'approccio business oriented le rendono infatti un interlocutore fondamentale per consolidare nel mondo la presenza di prodotti italiani, aprendo nuove strade alle imprese che vogliono andare con consapevolezza all'estero. Le CCIE sono perciò un asset del Paese per dare un forte contributo di collegamento con le comunità d'affari

locali e con le tendenze di consumo che animano lo scenario internazionale. Una rete che, in stretto raccordo con gli altri soggetti pubblici che svolgono promozione per l'estero (in primo luogo l'ICE), può contribuire a un ulteriore slancio delle policy di supporto delle aziende italiane, ma anche di quanti dall'estero guardano con grande interesse al nostro Paese. ●



in the brand. This means taking a different approach to internationalisation, which is no longer an opportunity to be grasped only if circumstances are favourable, but a specific corporate choice that has to be part of a long-term strategy.

Even during the crisis, Italian manufacturing showed a strong ability to re-invent itself and conquer new areas, also thanks to the evocative power of the Made in Italy brand, which is a synonym of quality, innovation grounded in tradition, and creativity. This innovation finds its natural expression in start-ups, which are bringing new life-blood to business growth, but which often require a strong international outlook. The CCIE's activities this year are focussing precisely on this combination of tradition and innovation.

**How will these two lines of activity be at the centre of the CCIE's activities in 2016?**

As chambers of commerce, we have always worked to promote Made in Italy products: around half of our promotional activities are focussed on valorising Italian cultural heritage, food and wine. This year, however, we would like to draw attention to another aspect, protecting production and combatting products that are not Italian, but sound like they are – "Italian-sounding" products. "Fake Italian" products are worth around 60 billion euros per year in the food sector, 54 billion of which from imitating our products. We are particularly committed to this, both in developing

markets for Italian products, such as the US, and in our primary markets in Europe.

Regarding innovation, however, we are working on setting up Italian-international agreements that will give space to start-ups, the number of which is constantly increasing (to date, there are more than 4,500 innovative businesses, up by 76% on 2014), allowing them to spread beyond national borders.

**What projects are these, in particular?**

In the 2016-17 two-year period, nine CCIEs in the US, Canada and Mexico will be leading a campaign to promote 100% Made in Italy food, sponsored by the Ministry of Economic Development with the "Valorisation and promotion of authentic Italian agri-food products" Project, run by Assocamerestero. The project aims to increase sales of "authentic Italian" products by organising incoming business events for food operators, opinion leaders and influences, promotion and training events, etc. We have invested heavily in this project, and it has some high profile partnerships and collaborations: first of all, Federalimentare, Cibus (Italy's leading Food&Beverage trade fair, held in Parma), and AICIG, an association of 60 consortia that represent 95% of Italian products with protected geographical indication.

On a European level, the fight against "Italian-sounding" products is also at the centre of the initiative run by the CCIEs in Frankfurt and Munich, Ger-

many, which have set up an "Italian-sounding" association to represent Italian businesses and combat violations that damage consumers. Their work has recently led to some products being withdrawn from the market.

On the theme of innovation, we are providing targeted mentoring and support services abroad for start-ups looking for partnerships with similar businesses in Europe or further afield, in order to develop opportunities for collaboration in technology or production.

**What added value do you think CCIEs can bring to this field?**

These initiatives show the CCIE's distinctive mark: our strong roots abroad and business oriented approach make them a fundamental partner for consolidating the presence of Italian products worldwide, opening new paths for businesses looking to go abroad well-prepared.

The CCIE's are therefore an asset for the country, contributing by forming relations with local business communities and the consumer trends in the international scenario. As a network, their close relations with other public sector figures promoting international trade (in particular the ICE) can help further boost the policies supporting Italian businesses, as well as international operators showing interest in our country.

# Camere di Commercio: Lo Bello, riforma occasione di modernizzazione



**L**a riforma del sistema camerale che il Governo si appresta a varare è “l'occasione per una revisione che sappia rilanciare uno strumento, come quello delle Camere di commercio, fondamentale per l'aiuto alle imprese, il sostegno della ripresa, l'innovazione e la digitalizzazione”. Lo afferma il presidente di Unioncamere, Ivan Lo Bello, che sottolinea la necessità che il provvedimento, previsto dalla riforma della pubblica amministrazione,

“valorizzi e non disperda il patrimonio di professionalità rappresentato dai dipendenti che sono il principale asset dell'azione delle Camere di commercio a favore del sistema imprenditoriale italiano ed un'eccellenza nel panorama della pubblica amministrazione”. Occorre infine che il provvedimento, conclude Lo Bello, “possa così realizzare la modernizzazione del sistema camerale, protagonista da sempre dell'economia italiana”.

## Lo Bello sees reforms as an opportunity to modernise Chambers of Commerce

**T**he reform of the chambers of commerce system that the government is about to launch is an “opportunity to overhaul a tool such as the Chambers of Commerce that is fundamental for helping businesses, supporting recovery, inno-

vation and digitalisation”. The statement came from Unioncamere President Ivan Lo Bello, who emphasised the need for the measures included in the reform of the public administration to “valorise and not disperse the professional profiles of the

employees, who are the main assets of the Chambers of Commerce acting to support the Italian business system and who represent one of the points of excellence within the public administration”. Lastly, Mr Lo Bello concluded by hoping that the move will lead to “the modernisation of the chambers of commerce system, which has always played a leading role in the Italian economy”.

## Imprese: una su tre fiduciosa per gli affari nel 2016

**S**i apre all'insegna della fiducia il 2016 per le imprese italiane, una su tre è pronta infatti a scommettere per quest'anno su un aumento del proprio giro d'affari. E per questo l'"asso" nella manica sarà ancora una volta l'innovazione. A misurare il sentimento del tessuto imprenditoriale è l'analisi di Unioncamere nell'ambito di Eurochambres Economic Survey 2016, l'indagine realizzata ogni anno dai sistemi camerali europei. Numeri alla mano per l'anno in corso il 29% degli interpellati prevede un incremento del business, mentre solo il 6% ne attende una diminuzione. La differenza positiva di +23 punti percentuali tra questi due valori è ben superiore alla media UE (+19) e marcatamente migliorativa rispetto ai nostri cugini tedeschi (+9). Le aspettative di crescita saranno anche nel 2016 legate alle vendite estere che per il 30% degli imprenditori aumenteranno, a fronte di un 12% che ne ipotizza una diminuzione (+18,2 il saldo tra le due dinamiche). Più caute, invece, le attese sul mercato interno, sebbene migliorative rispetto al 2015. Clima nettamente favorevole per gli investimenti che, anche per quest'anno, le imprese rivedono in aumento, facendo segnare un saldo positivo tra attese di crescita e diminuzione superiore di 14,5 punti percentuali a quello dei Paesi europei aderenti ad Eurochambres.



## One in three businesses is confident about 2016

**2**016 has got off to a confident start for Italian businesses, with one in three looking forwards to increasing turnover this year. Once again, the key to growth will be innovation. The figures were taken from the 2016 Eurochambres Economic Survey, conducted by European chambers of commerce each year and performed by Unioncamere in Italy. Taking a closer look at the numbers, 29% of those interviewed were forecasting business growth, while

only 6% were expecting a fall. The 23 p.p. difference between these two groups was far higher than the EU average (19%) and significantly better than our German cousins (9%). Growth perspectives in 2016 were once again tied to export sales, which 30% of business owners expect to rise, against 12% who think they could fall (with a variation of 18.2% between the two). Forecasts for the domestic market were more cautious, although better than in 2015. Investment confidence was also high, with businesses forecasting a rise once again this year, recording a variation between positive and negative forecasts that was 14.5% higher than the Eurochambres average.

Porte aperte alla semplificazione nel settore agricolo, grazie all'accesso diretto ai dati ufficiali delle 800mila aziende del settore iscritte al Registro delle Imprese. A metterlo nero su bianco è stata una recente convenzione siglata tra Unioncamere e InfoCamere, il Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali e Agea che permetterà di tagliare i tempi delle procedure di erogazione dei contributi comunitari destinati all'agricoltura, ma non solo. Perché in virtù di questa alleanza si renderà più efficiente il lavoro degli organismi che svolgono le verifiche e combattono situazioni di concorrenza sleale rendendo di fatto il settore più competitivo. Una partnership che in futuro potrebbe dare spazio a forme più ampie di collaborazione interistituzionale – previste peraltro dal Codice dell'amministrazione digitale – consentendo ulteriori scambi di dati tra gli attori coinvolti che potrebbero portare ad aumentare la circolazione delle informazioni e l'interoperabilità dei sistemi, arricchendo i dati del Registro delle imprese già oggi consultato anche a livello internazionale. Intanto migliorano gli indici di fiducia degli operatori del settore. Secondo l'ultimo rapporto "AgrOsserva", l'Osservatorio Ismea-Unioncamere sulla congiuntura dell'agroalimentare italiano, nel terzo trimestre dell'anno a influire positivamente sul sentimento delle aziende è la buona tenuta dell'export e la lieve ripresa della domanda nazionale.

## Agricoltura, un patto per la semplificazione del settore



### Giuseppe Tripoli, nuovo Segretario Generale di Unioncamere

Lasciato l'incarico di Direttore generale per le politiche di internazionalizzazione del Ministero dello Sviluppo Economico, Giuseppe Tripoli è il nuovo segretario generale di Unioncamere. A deciderlo sono stati all'unanimità, i Presidenti delle Camere di commercio italiane. Il neo segretario succede a Claudio Gagliardi.

### Giuseppe Tripoli appointed new General Secretary of Unioncamere

After resigning from his position as Director General of internationalisation policy at the Ministry of Economic Development, Giuseppe Tripoli has been appointed new General Secretary of Unioncamere. The appointment was unanimously decided by the Presidents of the Italian Chambers of Commerce. The new secretary will be taking over from Claudio Gagliardi.

### Agriculture pact to simplify the sector

The agricultural sector has laid the way for simplification by opening up access to official data on the 800,000 companies in the sector enrolled on the Trade Register. The agreement was signed recently by Unioncamere and InfoCamere, the Ministry of Agriculture, Food and Forestry and AGEA, and will allow for community funding to agriculture and other areas to be accessed much faster. The alliance will make it easier for the competent bodies to run checks and combat unfair competition, effectively making the sector more competitive. The partnership could pave the way for wider-ranging forms of inter-institutional collaboration, as specified in the Digital Administration Code, allowing the figures involved to set up further data exchanges that could increase the circulation of information and interoperability of the systems, extending the data available on the Trade Register that is already consulted on an international level. Meanwhile, the confidence index is rising among operators in the sector. According to the latest "AgrOsserva" report, the ISMEA-Unioncamere Observatory on the economic situation of the Italian agri-food sector, strong export sales and a slight recovery in domestic demand boosted business confidence.



# Agro-export mentoring programme a Rabat

**Un'iniziativa di Borsa Merci Telematica Italiana, a supporto della commercializzazione dei prodotti agroalimentari online su mercati internazionali**

Il 3 febbraio 2016 BMTI S.c.p.A., società delle camere di commercio che gestisce la Borsa Merci Telematica Italiana, ha organizzato l'iniziativa Agro-Export Mentoring Programme a Rabat in Marocco presso la sede del Ministero dell'Agricoltura e della Pesca marittima del paese. Questa operazione, realizzata all'interno del progetto EUROMED Invest, intende sviluppare gli investimenti privati e le relazioni economiche nell'area euro-mediterranea.

In particolare, l'obiettivo generale del Mentoring è quello di supportare la commercializzazione dei prodotti agroalimentari tra l'Unione europea, nello specifico l'Italia, e il Marocco grazie allo scambio di competenze tra BMTI e l'«Associazione Nazionale dei Gruppi d'Interesse Economico (GIE) dell'ulivo», entrambe impegnate nel sostenere lo sviluppo delle imprese del settore agroalimentare. I beneficiari sono le cooperative aderenti ai GIE e otto cooperative femminili, impegnate nella produzione e nella valorizzazione dei prodotti agricoli, tra cui l'olio d'oliva, le olive da tavola, i fichi e le mandorle. La giornata di lavoro è organizzata in collaborazione con l'UNOPS - United Nations Office for Project Services.

Il Mentoring si è concretizzato in una work-session in cui BMTI ha messo a disposizione dei partecipanti le proprie competenze in materia di norme di commercializzazione europee per i prodotti agroalimentari, focalizzando l'attenzione proprio su olio d'oliva, olive da tavola, mandorle e fichi.

L'esperienza della Borsa Merci Telematica Italiana e del suo Mercato Internazionale, rappresentano una good practice per lo scambio dei prodotti agroalimentari, e le potenzialità che strumenti analoghi possono rappresentare per il Marocco. L'Agro-Export Mentoring Programme - ha dichiarato **Andrea Zanlari**, Presidente di BMTI - è una qualificata opportunità per consolidare una cooperazione, che proseguirà anche dopo la fine del Mentoring, tra due soggetti che hanno interesse a migliorare l'efficienza e la trasparenza degli scambi commerciali del settore agroalimentare tra l'Italia e il Marocco.

## I PUNTI DI FORZA DELLA BORSA MERCI TELEMATICA ITALIANA

- Contratti di vendita validi per legge
- Chiarezza nelle regole di negoziazione
- Controllo preventivo dei requisiti di accesso degli operatori
- Facilità di accesso tramite la piattaforma online
- Riduzione di tempi e costi per le contrattazioni
- Servizi per la garanzia del credito
- Diffusione dei prezzi reali di mercato a favore della trasparenza

## THE ADVANTAGES OF THE ITALIAN ONLINE COMMODITIES EXCHANGE

- Legally valid purchase and sale contracts
- Clear rules for negotiation
- Prior checks on access requirements for operators
- Easy access through the online platform
- Reducing trading costs and time
- Credit guarantee services
- Publication of real market values, greater transparency



## Agro-export mentoring programme in Rabat

**A Borsa Merci Telematica Italiana initiative supporting e-commerce activities for agri-food products on international markets**

On 03 February 2016, BMTI S.p.A., a chambers of commerce company that runs the Italian Online Commodities Exchange, has organised the Agro-Export Mentoring Programme in Rabat, Morocco, at the offices of the local Ministry of Agriculture and Fishing. This operation, which is part of the EUROMED Invest project, intends to develop private sector investment and economic relations in the Euro-Mediterranean area.

In particular, the general aim of the Mentoring project is to support the trade of agri-food products between the EU, and specifically Italy, and Morocco, thanks to the exchange of expertise between BMTI and the National Association of Economic Interest Groups (GIE) in the olive sector, both of which are

working to support development in businesses in the agri-food sector. The beneficiaries were the representatives of the cooperatives belonging to the GIE and eight women's cooperatives, engaged in the production and the development of agricultural products, namely olive oil, table olives, figs and almonds. The event was organized in collaboration with the UNOPS - United Nations Office for Project Services.

The mentoring materialized in a work session where the BMTI's delegates illustrated the European marketing standards for agri-food products to participants, focusing precisely on olive oil, table olives, almonds and figs.

The experience of the BMTI and the international market represent a good practice for trade in agri-food products, and the potential that similar instruments may represent for Morocco. Andrea Zanlari, President of BMTI, commented that: "The Agro-Export Mentoring Programme is an important opportunity for consolidating a cooperation that will continue after the end of the Mentoring programme, between two figures that are interested in improving the efficiency and transparency of Italian-Moroccan commercial exchanges in the agri-food sector."

# Uno degli obiettivi principali della Carta di Milano

**A**lla Presentazione avvenuta in EXPO della nuova piattaforma telematica regolamentata per il commercio agricolo internazionale, sviluppata dalla Borsa Merci Telematica Italiana, il

Ministro **Maurizio Martina** ha dichiarato: “Siamo pronti a partire con una prima fase sperimentale di un anno che coinvolga soprattutto i Paesi africani, dall’Egitto alla Tunisia,

dall’Angola ad altri partner del bacino mediterraneo. Lo sviluppo delle relazioni internazionali, di mercati più giusti e trasparenti, passa attraverso soluzioni innovative come questa. La piattaforma rappresenta una delle eredità del dopo Expo, uno dei progetti più importanti che l’Italia ha costruito partendo dall’esperienza della Borsa merci telematica italiana con Unioncamere. Le piccole e medie imprese anche dei paesi in via di sviluppo avranno così uno strumento concreto per accedere a sviluppare nuovi mercati per i loro prodotti, superando il gap legato alla differente regolamentazione internazionale”.

“Uno degli obiettivi principali della Carta di Milano è sviluppare un sistema di commercio internazionale aperto, basato su regole condivise e non discriminatorio capace di eliminare le distorsioni che limitano la disponibilità di cibo, creando le condizioni per una migliore sicurezza alimentare globale. La piattaforma – ha concluso Martina – risponde proprio a questa esigenza”. La soluzione presentata da BMTI si basa su prassi consolidate nel commercio internazionale; pre-dispone termini contrattuali generali che fungano da base di riferimento per la conclusione dei contratti nel Mercato internazionale; consente alle parti di integrare le loro patti con la scelta di ulteriori e specifici termini contrattuali. ●



## One of the main aims of the Milan Charter

**D**uring the presentation at EXPO of the new online regulated platform for international agricultural trade developed by BMTI, Minister **Maurizio Martina** commented that: “We are ready to launch an initial, experimental phase that will last one year, involving mainly African countries, from Egypt to Tunisia, Angola and other partners in the Mediterranean area. The development of international relations, more transparent and correct markets, will take place through innovative solutions like this one. The platform represents one of the benefits of Expo, one of the most important projects that Italy has constructed starting from the BMTI experience with Unioncamere. As a result, SMEs in developing countries will also have a real tool for accessing and developing new

markets for their products, overcoming the gap associated with different international regulations.”

“One of the main aims of the Milan Charter is to develop an open, non-discriminatory international trade system, based on shared rules capable of eliminating the distortions that limit the availability of food, creating the conditions for greater global food security. The platform is designed to meet exactly this need”, concluded Mr Martina. The solution presented by BMTI is based on consolidated international trade practices; it will set up general contractual terms that will act as a template for contracts in the International Market; and it will allow the parties to integrate their own agreements by choosing additional and specific terms.

### VANTAGGI DELLA PIATTAFORMA INTERNAZIONALE

- Più facile accesso ai mercati esteri anche per le piccole e medie imprese
- Chiarezza e standardizzazione delle contrattazioni, che hanno alla base i principi del commercio internazionale
- Riduzione del contenzioso tra le parti, anche grazie all’adozione di una nomenclatura standardizzata per la qualificazione dei prodotti
- Favorire la trasparenza dei mercati, grazie alla diffusione dei dati relativi ai prezzi e alle quantità dei prodotti transati

### ADVANTAGES OF THE INTERNATIONAL PLATFORM

- Easier access to international markets for SMEs
- Clear and standardised trading, based on international trade principles
- Fewer disputes between parties, thanks to the use of standardised product classifications
- Increased market transparency, thanks to the publication of information on prices and quantities of the goods traded

# Sviluppo economico e competitività territoriale

**Siglato un protocollo d'intesa tra MiSE e Sistema Camerale Piemontese. Un unico punto di informazione a servizio delle PMI piemontesi**

**E** stato siglato lo scorso dicembre 2015, il Protocollo d'intesa tra il Ministero dello Sviluppo Economico (Direzione Generale per le Attività Territoriali - Div. IV° Ispettorato Territoriale per il Piemonte e la Valle d'Aosta) e il Sistema camerale piemontese per il rilancio dello sviluppo economico e della competitività territoriale. L'accordo nasce dalla consapevolezza che una maggiore conoscenza da parte delle Pmi piemontesi delle misure agevolative a loro favore sia prioritaria per l'aumento della competitività delle imprese e del territorio piemontese, intesa come strumento indispensabile allo sviluppo economico.

“In un momento economico come quello attuale, in cui i primi germogli della ripresa rischiano di essere frenati dai progressivi ridimensionamenti di risorse pubbliche disponibili per la promozione economica, è imprescindibile lavorare sempre di più sull'efficacia e il coordinamento degli interventi messi in campo dalle istituzioni a favore delle imprese. Per distinguere in modo chiaro le opportunità, i vantaggi e le modalità operative dei singoli bandi, le Pmi hanno bisogno di un unico punto di informazione il più possibile completo, e il MiSE ha individuato proprio nelle Camere di commercio piemontesi questo punto di informazione, riconoscendone il know how e la costante opera di supporto e informazione alle imprese del territorio” commenta Ferruccio Dardanello, Presidente Unioncamere Piemonte.

Per aumentare l'efficacia e l'efficienza nella comunicazione nei confronti delle Pmi, Unioncamere Piemonte e MiSE collaboreranno su più ambiti. Con questo primo accordo

istituzionale, si attiva anche formalmente la costruzione di una rete di rapporti che lo Sportello intende stabilire con i soggetti che lavorano come il MiSE a vantaggio del tessuto imprenditoriale locale, per rispondere alle esigenze di informazione e prima assistenza delle imprese. Del resto, già da maggio 2015, a Torino, come in altre 16 città italiane, è operativo uno ‘Sportello MiSE’ del Ministero dello Sviluppo Economico, per fornire informazioni sulle molteplici attività svolte dal Ministero e coadiuvare i soggetti

FERRUCIO DARDANELLO



interessati nell'individuazione delle strutture ministeriali responsabili dell'erogazione dei diversi servizi. L'apertura degli Sportelli MiSE, avvenuta in contemporanea in 17 città italiane presso gli Ispettorati Territoriali del Ministero, è un segnale di avvicinamento della PA in generale, e del MiSE in particolare, ai cittadini e alle imprese. L'intesa siglata con Unioncamere Piemonte è un passo concreto in tale direzione.

## Economic development and territorial competitiveness

**Memorandum of understanding signed between the Ministry of Economic Development (MiSE) and the Piedmont Chambers of Commerce System, creating single information point for Piedmont SMEs**

In December 2015, a memorandum of understanding was signed between MiSE (General Directorate for Territorial Activities - IV Division Territorial Inspectorate for Piedmont and Valle d'Aosta) and the Piedmont Chambers of Commerce system, promoting economic development and territorial competitiveness. The agreement is founded on an awareness that greater knowledge of facilitating measures for SMEs is a priority in order to increase the competitiveness of the businesses themselves and the Piedmont area as a whole, as an essential tool for economic development.

“In an economic situation like the current one, where the first signs of recovery are in danger of being hindered by the gradual limitations placed on public resources available for economic promotion, it is fundamental to improve the effectiveness and coordination of the institutional measures introduced to support businesses. In order to gain a clear picture of the opportunities, advantages and operating methods for individual tenders, SMEs need a single point of information that is as complete as possible; MiSE has identified the Piedmont Chambers of Commerce, with their know-how and constant support and infor-

mation provided to local businesses, as this information point”, commented Ferruccio Dardanello, President of Unioncamere Piedmont.

Unioncamere Piedmont will be working together with the Ministry on several points, with the aim of increasing the efficiency and effectiveness of communications to SMEs. This initial institutional agreement also gives place to the formal construction of a network of relations that the Sportello (one-stop shop) intends to set up with figures working, like the Ministry, to support local businesses by providing information and assistance. The “Sportello MiSE” run by the Ministry of Economic Development has been available in Turin and another 16 Italian cities since May 2015, providing information on the range of activities performed by the Ministry and supporting those interested in identifying the ministerial offices responsible for providing the various services. The Sportello MiSE initiative, opened on the same day in 17 Italian cities at the Ministry's local inspectorates, is a sign of how the public administration in general, and MiSE in particular, is moving closer to citizens and businesses. The agreement signed with Unioncamere Piedmont is a concrete step in that direction.

# Il rilancio 2016 della Regione Liguria

**Tante le iniziative finalizzate all'internazionalizzazione delle imprese liguri, nel Piano Attuativo 2016. Agroalimentare, florovivaismo, artigianato e high tech, economia del mare e missioni internazionali**

**I**l Piano attuativo 2016 della Regione Liguria, intende promuovere i settori dell'agroalimentare, del florovivaismo, dell'artigianato, dell'alta tecnologia, dell'economia del mare e, infine, quello delle missioni internazionali. E non solo, per promuovere le imprese liguri, si è previsto di organizzare persino delle visite all'interno delle aziende liguri per far conoscere agli operatori esteri la filiera della produzione. In questo ampio programma le dichiarazioni di seguito riportate dell'Assessore allo Sviluppo Economico

**EDOARDO RIXI**



**Edoardo Rixi**, confermano le strategie vincenti che la Regione ha messo in atto per rilanciare tutti i comparti produttivi del "Sistema Liguria".

"Vogliamo valorizzare le produzioni liguri di eccellenza che puntano sull'innovazione e sulla promozione della qualità del nostro territorio" – ha dichiarato l'Assessore Rixi – "e dobbiamo farlo per rilanciare l'intero sistema economico e produttivo ligure, ampliando le quote di mercato delle nostre imprese. Per questo abbiamo già avviato molti contatti con i rappresentanti istituzionali di vari Paesi esteri per creare vere occasioni di incontro per le nostre imprese. Si punta a saldare anche il rapporto con la Federazione Russa, sulle cui potenzialità di mercato si ha molta fiducia in virtù del forte interesse che la federazione nutre verso la Liguria e i prodotti che vi si producono e la recente missione in Russia lo ha confermato.

Il nuovo "piano di internazionalizzazione", affidato a "Liguria International" per quanto riguarda l'ambito organizzativo, si propone anche di promuovere l'economia del mare, che rappresenta quasi il 9% dell'economia regionale, dando lavoro a circa il 13% dei liguri. La Liguria è infatti la prima regione per incidenza sull'export dell'attività legata ai porti, ma ci sono ancora margini di miglioramento, che ci obbligano a sfruttare al meglio le potenzialità delle professioni legate al mare promuovendo azioni di sviluppo dei collegamenti internazionali ed eliminando rigidità e inefficienze. ●



**Tellaro – La Spezia**

## Relaunching the Liguria region in 2016

**The 2016 Implementation Plan is packed with initiatives designed to support internationalisation in Ligurian businesses, in sectors including agri-food, nursery-gardening, crafts and high tech, the marine economy and international missions**

**T**he 2016 Implementation Plan drawn up by the Ligurian regional government aims to support the agri-food, nursery-gardening, crafts and high tech sectors along with the marine economy and international missions. As part of the drive to promote Ligurian businesses, international operators will even be offered the chance to visit Ligurian firms and see the production chain first hand.

Economic Development Councillor Edoardo Rixi's comments, reported below, confirm the winning strategies included in the wide-ranging plan by the regional government to relaunch all the industries in the "Ligurian System".

Councillor Rixi explained that: "We want to promote leading Ligurian firms that focus on innovation and promoting the quality of our territory, and we need to do this in order to relaunch the entire Ligurian economic and industrial system, expanding our firms' market share. To this end, we have already

made contact with a range of institutional representatives from various countries in order to set up opportunities for meeting our firms. We also intend to strengthen our relationship with the Russian Federation, which we see as a high potential market thanks to the federation's interest in Liguria and Ligurian products, as confirmed by our recent mission in Russia."

The new "internationalisation plan", organised by "Liguria International", will also be promoting the marine economy, which represents nearly 9% of the regional economy and around 13% of Ligurian jobs. In fact, Liguria is the region with the highest level of port activities affecting exports, although there is still room for improvement, meaning that we must make the best possible use of the potential offered by professions linked to the sea, promoting development of international links and eliminating rigidity and inefficiencies.

Caffè  
**trombetta**®

dal 1890



*la capsula compatibile\**

\* con le macchine a marchio

Caffè  
**trombetta**®

e con le macchine Citiz, Pixie, Essenza, Inissia, Lattissima, U e Maestria ad uso domestico a marchio

**NESPRESSO\*\***

\*\* Marchio non di proprietà di Caffè Trombetta® SpA né di aziende ad essa collegate.

# Grazie al Commissario Montalbano, un'immagine della Sicilia incontaminata



La bellissima casa di Montalbano si trova a Punta Secca, frazione marittima di Santa Croce Camerina

**Vigata, Montelusa, Marinella: sono luoghi ormai noti in tutto il mondo, ma nella realtà si chiamano Scicli, Ragusa, Modica, Noto, tutti nella Sicilia sud orientale. Sono i luoghi della fiction del commissario più amato della TV, inventati dalla penna dello scrittore italiano contemporaneo più tradotto al mondo, Andrea Camilleri. Luoghi ovattati, splendidi nella loro imperturbabilità, luoghi che l'uomo moderno non è riuscito a contaminare**

di Carlo Ottaviano

**G**ran parte del successo della fiction – giunta alla sedicesima stagione con una media di otto milioni di spettatori a puntata – si deve certamente anche al fascino dei paesaggi, tant’è che dalla prima stagione trasmessa nel 1999 è cresciuto in modo esponenziale pure il turismo legato a Montalbano. Scicli, Modica, Ragusa sono città scoperte dal grande pubblico grazie alla tv e non perché patrimonio dell’Unesco con i tanti palazzi e le chiese mozzafiato costruiti dopo il terremoto del 1693. E, del resto, prima del drammatico caso del piccolo Loris Stival – del cui omicidio è accusata la madre Veronica – nessuno sapeva dove fosse Santa Croce Camerina o ne aveva mai sentito parlare. Salvo tutti conoscere la spiaggia di Marinella (in realtà si chiama Casuzze) dove ha



## BEL PAESE

► casa Montalbano. La villetta è oggi un b&b neanche eccessivamente costoso, considerando che è a 11 passi esatti – calcolati da chi scrive – dal mare d'Africa. Perché qui siamo più a sud del sud: se si osserva bene la carta geografica, Tunisi è più a nord di questo spicchio di sud Europa.

Scicli resta il cuore delle serie. Luca Zingaretti, l'attore che interpreta il commissario più amato della TV, racconta l'amore per la cittadina nel bel libro "Scicli, città felice", appena riedito dal fotografo Armando Rotoletti. "Mi portarono a cena – racconta l'attore - e arrivai all'imbrunire. La dolcezza del crepuscolo mi fece venire voglia di piangere. Improvvisamente ero invaso da una gran pace e nello stesso tempo dall'inquietudine di riempirmi gli occhi dei suoi palazzi e le orecchie dei suoi silenzi." Dopo cena Zingaretti restò fino a tardi a passeggiare per le vie del paesino barocco. "E allora capii – racconta – che Scicli aveva qualcosa nella sua accoglienza, nella sua dolcezza, nella sua placidità, un che di femminile, quasi materno". L'attore romano è talmente innamorato della zona da essersi sposato proprio qui – al Castello di Donnafugata – nel 2012 con Luisa Ranieri. Nelle vicine Noto (new entry nell'ultima serie trasmessa in Italia in marzo), Modica e Ragusa sono girate molte scene. "Abbiamo trovato anche una fattoria sull'altopiano alla fine di una lunga e polverosa trazzera con sette tornanti e abbiamo coinvolto i volenterosi ragazzi che la abitano. Fanno parte di una cooperativa di disabili", racconta Pasquale Spadola, direttore della Ragusa Film Commission. I ragusani sono abituati da anni a ricevere i grandi attori e a offrire professionalità e assistenza. La zona è un set cinematografico naturale sin dai tempi di Germi e Zampa – Divorzio all'italiana con Mastroianni e Sandrelli tra i film più noti – a Kaos dei fratelli Taviani, al recentissimo L'Attesa con Juliette Binoche.

### L'AUTORE DEL COMMISSARIO MONTALBANO, ANDREA CAMILLERI, HA AMBIENTATO I SUOI RACCONTI IN UN MONDO IMMAGINARIO

Ragusa, Scicli, Modica, Comiso, Vittoria, Ispica e Santa Croce sono i Comuni che, insieme a molte residenze private, hanno arricchito, con la loro indiscutibile bellezza architettonica, la scenografia dei 20 episodi della fortunata serie televisiva, che risulta un concentrato di colori, sapori e tradizioni tipiche della Sicilia. Mentre altri luoghi dell'opera letteraria (Vigata, Marinella, Montelusa, la Mannara, sono stati ricreati dal regista Alberto Sironi e dalla scenografo Luciano Ricceri anche a San Vito Lo Capo (TP), Tindari (ME), Favignana e Siracusa.

### THE AUTHOR OF COMMISSARIO MONTALBANO, ANDREA CAMILLERI, SET HIS STORIES IN AN IMAGINARY WORLD

Ragusa, Scicli, Modica, Comiso, Vittoria, Ispica and Santa Croce are the towns that, along with numerous private homes, have lent their indisputable architectural beauty to the scenes of 20 episodes from the successful TV series, resulting in a concentration of typically Sicilian colours, flavours and traditions. Other places in the books (Vigata, Marinella, Montelusa, Mannara) were recreated by director Alberto Sironi and scenographer Luciano Ricceri in San Vito Lo Capo (TP), Tindari (ME), Favignana and Siracusa.

La Cattedrale e Palazzo Ducezio, sede del Comune di Noto



Patria virtuale delle inchieste del commissario Montalbano, la sonnolenta provincia ragusana non è certo immune dalle offese del tempo. Ma è pur sempre una Sicilia diversa, grazie anche al turismo cresciuto sull'onda dei successi cinematografici. Tutto considerato una Sicilia tranquilla. Priva storicamente di grandi feudi, in gran parte – non del tutto – immune dall'invadenza dei fenomeni di criminalità organizzata, un tempo veniva definita "babba", cioè stupida, perché priva della furbizia della mafia. Eppure – come scriveva l'indigeno

Gesualdo Bufalino, premio Campiello e Strega nel 1988 – "bisogna essere intelligenti per venire a Ragusa Ibla, una certa qualità d'animo, il gusto per i tuffi silenziosi e ardenti, i vicoli ciechi, le giravolte inutili, le persiane sigillate su uno sguardo nero che spia." Immagini che sembrano rubate proprio dai set televisivi e che invece sono realtà. ●

### COME IL SUCCESSO DELLE PAGINE SCRITTE DA ANDREA CAMILLERI, L'ADATTAMENTO TELEVISO HA SUPERATO I CONFINI

Il Commissario Montalbano è la fiction Rai che negli ultimi vent'anni ha spopolato maggiormente all'estero. I diritti sono stati venduti in tutto il mondo: dagli Stati Uniti ai paesi dell'est Europa, passando per l'America latina, la Russia, il Regno Unito, ecc... La qualità della sceneggiatura, della regia, della fotografia, degli interpreti e bellezza dei luoghi, risultano estremamente internazionali e la forte caratterizzazione italiana lo rendono un successo senza confini.

### LIKE THE SUCCESS OF THE PAGES WRITTEN BY ANDREA CAMILLERI, THE TELEVISION ADAPTATION KNOWN

The Commissario Montalbano has also become one of the most popular Rai series aired abroad in the last twenty years. The rights have been sold all over the world: from the US to Eastern Europe, South America, Russia and the UK... the quality of the scenography, the direction, photography, actors and the beauty of the locations have been extremely popular abroad, and the strong Italian image has made it an international success.



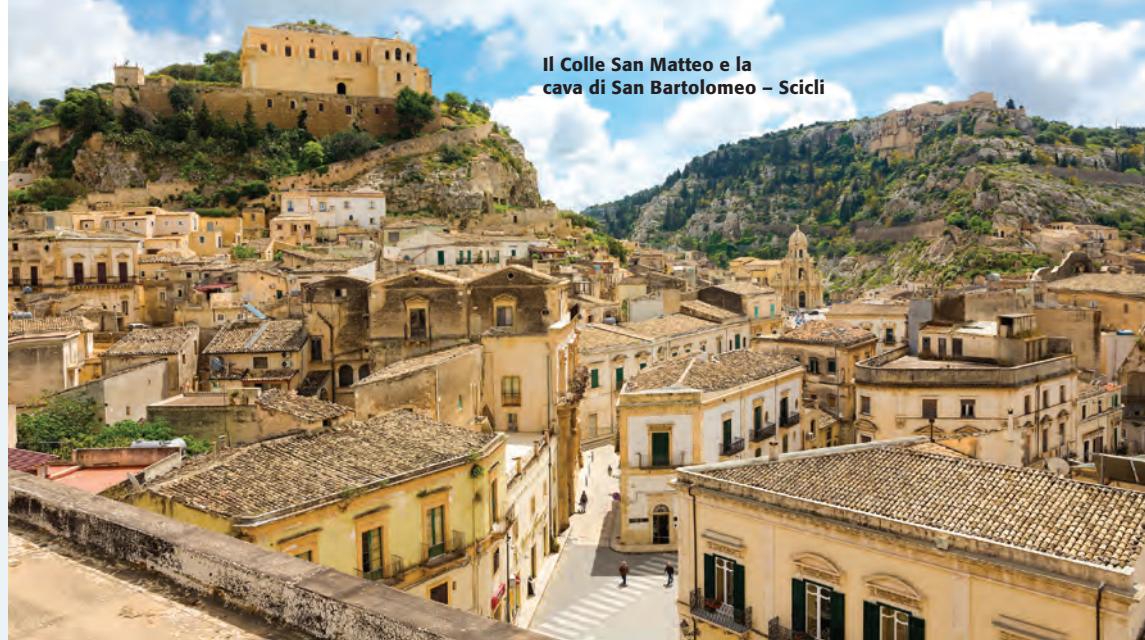
Balcone del Palazzo Nicolaci di Villa Dorata – Noto

## A picture of an uncontaminated Sicily, thanks to Commissario Montalbano

**Vigata, Montelusa, Marinella... places that are famous all over the world, but whose real names are Scicli, Ragusa, Modica and Noto, all in south-eastern Sicily. These are the settings for the TV series named after everyone's favourite Commissario, invented by the pen of the world's most translated contemporary Italian writer, Andrea Camilleri – splendid, untouched places where modern life has failed to reach**

The series, which is now in its sixteenth season with an average audience of 8 million for each episode, owes much of its success to its fascinating landscapes, to the point that since the first season aired in 1999, Montalbano tourism has increased exponentially. Scicli, Modica and Ragusa have been discovered by the wider public thanks to the TV, and not because of their status as World Heritage Sites, with their many breath-taking palaces and churches built after an earthquake in 1693. Before the dramatic case of Loris Stival, whose mother stands accused of his murder, no one knew where Santa Croce Camerina was, or had ever heard of it. However, everyone knew the beach of Marinella (which is actually called Casuzze) where Montalbano lives. The villa is now a reasonably priced B&B, considering that it is exactly 11 steps - calculated by the undersigned - from the African sea. Here we are as far south as it gets: if you look closely at a map, Tunis is further north than this tip of southern Europe.

Scicli remains the heart of the series. Luca Zingaretti, the actor who plays TV's favourite Commissario, tells of his love for the town in the book "Scicli, città felice" ("Scicli, the happy town") that has just been republished by photographer Armando Rotolo. "They took me out to dinner", the actor said, "and I arrived just when it was getting dark. The loveliness of the dusk made me want to cry. All of a sudden I felt a great sense of peace, along with a need to fill my eyes with the sign of its buildings and the sounds of its silence." After dinner, Zingaretti stayed late, wandering through the streets of the Baroque town. As he explains, "That was when I understood that Scicli has something soft, docile, feminine, almost maternal in its welcome". The Roman actor loves the



Il Colle San Matteo e la cava di San Bartolomeo – Scicli



Fornace del Pisciotto – Scicli



Cattedrale di San Giorgio – Modica

area so much that he married Luisa Ranieri there - at Donnafugata Castle - in 2012.

Many scenes from the show were filmed in nearby Noto (a new entry in the latest series, to be aired in Italy in March), as well as Modica and Ragusa. "We also found a farm on the plains at the end of a long, dusty track with seven turns, and we got the kids who live there involved. They are part of a cooperative of disabled people", Pasquale Spadola, director of the Ragusa Film Commission, explained. Over the years, the inhabitants of Ragusa have got used to welcoming famous actors and offering their professionalism

and assistance. The area has been a natural film-set ever since Germi and Zampa, Divorce Italian Style with Mastroianni and Sandrelli, Kaos by the Taviani brothers and the recent The Wait with Juliette Binoche.

The virtual home of the investigations led by Commissario Montalbano, the sleepy province of Ragusa is not immune to the ravages of time. However, it still remains a different Sicily, also thanks to the tourism that has grown up around its film successes. All in all, a quiet corner of Sicily. Historically not part of any great feuds, it has mostly - if not completely - been immune to organised crime; it even used to be known as "babba", meaning stupid, because it lacked the cunning of the mafia. However, as local writer Gesualdo Bufalino, winner of the Campiello and Strega prizes in 1988, wrote: "you need to be intelligent to come to Ragusa Ibla, with a certain quality of soul, a taste for the silent, burning tufa stone, the blind alleys and pointless turnings, the shutters tightly closed against a black, spying gaze." Real life images that seem to be stolen straight from the TV set.

# RIO 2016™ OLYMPIC GAMES. BE PART OF THIS.



*Sensational!*

# Il Brasile ci aspetta

Il Brasile è il Paese dove risiedono più italiani o discendenti di italiani al mondo e San Paolo è la città più italiana sulla terra dopo Roma.

L'Italia, secondo maggiore partner commerciale del Brasile tra i Paesi dell'Unione Europea, svolge un ruolo importante nel paese sudamericano, soprattutto nei settori dove già è presente con le sue imprese e le sue tecnologie: nel settore dell'energia, delle opere infrastrutturali e nelle telecomunicazioni. Basti pensare che fra le prime venti imprese in Brasile ci siano due imprese italiane, Tim e Fiat. Nell'ultimo incontro istituzionale fra Italia e Brasile, la Presidente Rousseff ha invitato le imprese italiane a investire in Brasile, annunciando grandi opportunità di affari soprattutto nel settore della logistica. In quell'occasione, Dilma Rousseff ha richiamato l'attenzione degli imprenditori italiani per partecipare al PIL, auspicando un avanzamento nelle relazioni commerciali fra Italia e Brasile.

# O Brasil nos aguarda

O Brasil é o país onde residem mais italianos ou seus descendentes no mundo e São Paulo é a cidade com maior número de italianos depois de Roma.

A Itália, o segundo maior parceiro comercial do Brasil na União Europeia, pode desempenhar um papel importante neste país, especialmente, onde já opera seus negócios e suas tecnologias, como por exemplo, no setor energético, estudos e realização de obras de infraestrutura e telecomunicações. De fato, no ranking das vinte principais empresas no Brasil, estão duas empresas italianas: Tim e Fiat. No último encontro institucional entre a Itália e o Brasil, em julho do ano passado, a Presidente fez um apelo às empresas italianas para investirem no Brasil, anunciando grandes oportunidades de negócios, especialmente no setor da logística. Na ocasião, Dilma Rousseff infatizou aos empresários italianos a importância em colaborar para o crescimento do PIB, na esperança de um avanço nas relações comerciais entre a Itália e o Brasil.

52

INTERVISTA  
ALL'AMBASCIATORE  
RICARDO NEIVA TAVARES



53

INTERVISTA AL  
PRESIDENTE DA EMBRATUR,  
VINÍCIUS LUMMERTZ



56

NON È MAI TROPPO TARDI  
NUNCA É TARDE DEMAIS



58

LA CAMPANIA, "REGIONE  
OSPITE" DELLA SECONDA  
EDIZIONE DI FIMAR  
CAMPANIA, "REGIÃO  
HÓSPED" DA SEGUNDA  
EDIÇÃO DA FIMAR

# L'Italia, partner ideale del Brasile

**L'** Italia è un Paese meraviglioso ma ha la necessità di stringere relazioni commerciali sempre più approfondite con il resto del mondo per incrementare la conoscenza del Made in Italy sul palcoscenico internazionale e per far crescere l'appeal delle proprie eccellenze sui mercati esteri. A questo proposito un punto di vista privilegiato è senza dubbio quello fornito dalle delegazioni diplomatiche internazionali che possono vantare preziose esperienze dirette in materia.

L'intervista con l'ambasciatore brasiliano offre spunti particolarmente interessanti per comprendere quali saranno i trend futuri nelle relazioni economiche, e dunque nell'interscambio commerciale, fra i due Paesi.

## Come sono cambiate nel tempo le relazioni economiche bilaterali tra i due Paesi?

L'Italia è tra i 10 maggiori partner commerciali del Brasile. Dal 2008 al 2014, l'interscambio commerciale tra il Brasile e l'Italia è cresciuto di circa il 10%, raggiungendo una cifra superiore a 10 miliardi di dollari USA. Per avere un'idea di ciò che questo rappresenta, basta ricordare che il paese è il secondo maggiore partner commerciale del Brasile nell'Unione Europea. Nel 2015, il commercio bilaterale è diminuito, ma l'Italia è stata comunque il 9º maggiore partner commerciale del Brasile.

## Quali sono a oggi le opportunità che offre il Brasile alle aziende italiane?

Con dimensioni continentali, il Brasile è una Repubblica Federativa in cui ogni Stato Federale e ogni regione offrono incentivi e opportunità diverse, a seconda degli interessi, dei settori e del valore degli investimenti. È importante ricordare che gli incentivi fiscali federali sono quelli finalizzati alla promozione degli obiettivi principali della politica economica brasiliana e sono offerti sotto forma di esenzioni fiscali e prestiti a tassi agevolati. Gli incentivi regionali e municipali sono rappresentati, soprattutto, da esenzioni fiscali, ma possono comprendere anche la concessione di terreni per l'installazione di strutture di produzione.

## Perché un imprenditore italiano dovrebbe scegliere il Brasile per fare affari?

Sappiamo che il Brasile si è trasformato molto negli ultimi decenni e che nel 2013 ha rappresentato la 7ª economia del pianeta, con un vigoroso parco industriale e tecnologico. Il Brasile ha

RICARDO NEIVA  
TAVARES



aumentato la sua classe media in oltre 40 milioni di persone negli ultimi dieci anni ed è riuscito a ridurre la povertà a ritmo accelerato. Possiede, inoltre, la più diversificata base industriale presente in America Latina. La dimensione del mercato interno di cui si stima una ulteriore crescita nel lungo periodo; l'abbondanza di materie prime e di risorse naturali; un mercato del lavoro dinamico; parchi industriali e di servizi diversificati; la sua posizione strategica che facilita l'accesso agli altri Paesi dell'America del Sud e la solida

posizione delle riserve internazionali sono solo alcuni dei punti di forza sui quali gli investitori italiani possono contare. Inoltre, storicamente il Brasile rappresenta per l'Italia un partner politico ed economico di assoluto rilievo. Il nostro potenziale trova fondamento non soltanto nella presenza di circa trenta milioni di discendenti di italiani e nell'affinità linguistica e culturale, come detto prima, ma anche nella complementarietà dei sistemi economici.

Estratta da [exportiamo.it](http://exportiamo.it)

# Itália, o parceiro ideal para o Brasil

**A** Itália é um país maravilhoso, mas precisa intensificar as relações comerciais com o resto do mundo para aumentar o conhecimento do Made in Italy no cenário internacional e incrementar o apelo das suas excelências nos mercados estrangeiros. A este propósito, um ponto de vista privilegiado é, sem dúvida, àquele fornecido pelas delegações diplomáticas internacionais que podem orgulhar-se da preziosa experiência direta em matéria.

A entrevista com o Embaixador do Brasil oferece particularmente dicas interessantes sobre quais serão as tendências futuras das relações econômicas e, portanto, nos intercâmbios comerciais entre os dois Países.

## Como mudaram ao longo do tempo as relações econômicas bilaterais entre os dois Países?

A Itália está entre os 10 principais parceiros comerciais do Brasil. De 2008 a 2014, o intercâmbio comercial entre Brasil e Itália cresceu cerca de 10%, atingindo um valor de mais de 10 bilhões de dólares. Para se ter uma ideia do que isso representa, basta lembrar que o país é o segundo maior parceiro comercial do Brasil na União Europeia. Em 2015, o comércio bilateral diminuiu, mas a Itália ainda permanece o 9º maior parceiro comercial do Brasil.

## Quais são as oportunidades que hoje o Brasil oferece para as empresas italianas?

Com dimensões continentais, o Brasil é uma República Federativa, em que cada Estado Federal e cada região oferecem incentivos e oportunidades diferentes, dependendo dos interesses, setores e o valor dos investimentos. É importante lembrar que os incentivos fiscais federais são os que visam a promoção dos principais obje-

tivos da política econômica brasileira e são oferecidos sob a forma de isenções fiscais e empréstimos com juros subsidiados. Incentivos regionais e municipais são representados, principalmente, através de isenções fiscais, mas também pode incluir a concessão de terrenos para a instalação de unidades de produção.

## Porque um empresário italiano deveria escolher o Brasil para fazer negócios?

Sabemos que o Brasil tornou-se nas últimas décadas, e em 2013 representou a sétima economia do mundo, com um forte parque industrial e tecnológico. O Brasil aumentou sua classe média em mais de 40 milhões de pessoas ao longo da última década e tem conseguido reduzir a pobreza a um ritmo acelerado. Possui também a mais diversificada base industrial presente na América Latina. O tamanho do mercado interno, dos quais estima-se um crescimento adicional a longo prazo; a abundância de matérias-primas e recursos naturais; um mercado de trabalho dinâmico; parques industriais e de serviços diversificados; sua localização estratégica que facilita o acesso a outros Países da América do Sul e da sólida posição de reservas internacionais são apenas alguns dos pontos fortes sobre os quais os investidores italianos podem contar. Além disso, historicamente o Brasil

representa para a Itália um parceiro político e econômico de importância absoluta. Nossa potencial é sustentado não só pela presença de cerca de trinta milhões de descendentes de italianos com afinidades linguísticas e culturais, como citado anteriormente, também na funcionalidade recíproca dos sistemas econômicos.



**Vinícius Lummertz,  
presidente da Embratur**

## Olimpiadi 2016 in Sud America

**Dopo il successo dei Mondiali 2014, il Brasile si prepara allo spettacolo**

Intervista a Vinícius Lummertz, Presidente di Embratur

di Eunice Cappelletti

**I Brasile ha ricevuto molti complimenti per l'organizzazione dei Mondiali 2014. A Rio 2016, cosa sarà aggiunto affinché tutto vada nel migliore dei modi?**

Per la prima volta il Sud America ospiterà i Giochi Olimpici, il che ha un significato storico per il continente. Come è stato fatto nei Mondiali di calcio 2014, ci sarà un grande sforzo per aumentare il flusso turistico anche alle Olimpiadi e Paraolimpiadi del 2016, come parte della strategia per rafforzare il turismo brasiliano. Un esempio di questo è la formazione che l'Embratur (Istituto Brasiliano di Turismo) ha fatto agli agenti di viaggio in diversi paesi – attraverso gli Uffici Brasiliani del Turismo (EBT) – facendo chiarezza sulle migliori destinazioni prima, durante e dopo i Giochi.

Un altro esempio è il decreto pubblicato dal governo brasiliano che dispensa il visto turistico dal 1 giugno al 18 Settembre di quest'anno ai cittadini di Australia, Canada, Stati Uniti e



Giappone, paesi con una forte tradizione olimpica. Promuoviamo anche i Giochi e le destinazioni turistiche brasiliane nella nostra partecipazione a fiere internazionali e realizzazioni di press trips. Ancora nel 1° semestre di quest'anno, sono

in programma altri press trips, con enfasi su Rio 2016. I giornalisti dei principali veicoli dei mercati prioritari di Embratur saranno invitati a conoscere le destinazioni confinanti con Rio de Janeiro e le città ospitanti del calcio alle Olimpiadi.

Avremo anche la Casa Brasil, spazio dedicato alle azioni multisettoriali durante le Olimpiadi e Paraolimpiadi. E per posizionare il Brasile nel settore degli eventi ed esaltare la capacità di ospitare i Giochi, il sito [www.visitbrasil.com/mice](http://www.visitbrasil.com/mice) è stato riformulato. L'utente ha ora informazioni dettagliate sulla città brasiliane che ospiteranno i Giochi. La piattaforma fornisce informazioni su eventi, centri di ricerca correlati, l'accessibilità, le infrastrutture e il clima. Infine, vale la pena notare che la svalutazione del real (moneta locale) aumenta la possibilità per i visitatori di conoscere la diversità dell'offerta di turismo brasiliano e svolgere attività culturali, di avventura, spiaggia e sport in molte altre destinazioni in Brasile.

► **Grandi opere sono parte di questo evento, quale eredità lascerà a Rio e al Brasile?**

Tutte le iniziative del governo cercano di contribuire alla eredità che rimarrà per le prossime generazioni: l'immagine del Brasile consolidato come una nazione pronta a essere una delle cinque maggiori economie del mondo. I Giochi Olimpici e Paraolimpici sono un'occasione d'oro per il Brasile per posizionarsi a livello internazionale. È importante guardare a Rio 2016 come un evento-Paese e non solo dello Stato. In rappresentanza della Embratur, il nostro obiettivo è quello di rendere i Giochi una porta d'ingresso ai turisti di tutto il mondo per scoprire le ricchezze e la varietà delle destinazioni brasiliane. Dati del governo brasiliano mostrano già che i lavori per la realizzazione dell'Olimpiade apportano benefici ad oltre 50 attività economiche, e stimolano il mercato del trasporto aereo nazionale e generano entrate per il Paese.

**Il Brasile negli ultimi anni, con l'aiuto del Programma Nazionale Bolsa Atleta ha fatto passi da gigante e ha vinto molti titoli. Qual è l'aspettativa per il 2016?**

Le aspettative sono le migliori possibili, a giudicare dai buoni risultati che le squadre brasiliane hanno ottenuti. Il Bolsa Atleta ha compiuto nel 2015, 10 anni di attività, con oltre 17.000 atleti sponsorizzati, in un investimento di R\$ 600 milioni. Oggi, è considerato il più grande programma di sponsorizzazione sportiva individuale e diretto al mondo. È stato possibile misurare l'impatto del Programma ai Giochi di Toronto 2015, principale competizione multisportiva dell'anno per le squadre che si sfideranno ai Giochi Olimpici e Paraolimpici di Rio de Janeiro. Dei 860 atleti invitati al Pan American e Parapan American di Toronto, 675 sono supportati dai programmi del Governo Federale, che corrispondeva al 78,4% della delegazione.

Per avere un'idea, delle 141 medaglie vinte dal Brasile nella Pan American, 121 sono state vinte dagli atleti contemplati dal Programma. Nel Parapan, ci siamo consolidati come la prima potenza delle Americhe e ci avviamo ad entrare tra i primi cinque nella classifica per le Paraolimpiadi. Per la terza volta di seguito, i brasiliani erano al 1º posto nel quadro generale, e, di 257 medaglie, il 98% sono state vinte dagli sportivi inseriti nel Programma. Siamo sicuri che tutti gli atleti olimpici e paraolimpici si alleneranno con impegno e faranno le prove con tenacia e certezza della forza che verrà dai nostri tifosi. Da quando sono iniziati gli investimenti nella strutturazione degli sport Olimpici e Paraolimpici, da parte del governo federale dopo l'elezione di Rio nel 2009, abbiamo seguito l'emergere di atleti eccezionali in discipline non tradizionali del nostro Paese.

**Ci sono molte speculazioni sui temi della violenza e salute in Brasile. Quali genere di assistenza sta fornendo il Brasile ai visitatori di Rio 2016?**

Quello che possiamo garantire è che avremo lo stesso livello di sicurezza implementato durante i Mondiali FIFA 2014, che ha generato un livello di soddisfazione del 92% da parte dei visitatori stranieri, sulla base dei dati dalla ricerca condotta dal Ministero del Turismo. Ci saranno più di 150 mila militari coinvolti, comprese le forze di sicurezza,

la difesa e l'intelligence, così come gli agenti federali e la polizia militare, un numero che dovrebbe arrivare a circa 200 mila uomini.

**Per quanto riguarda il Zika virus, ci sarà qualche preoccupazione nei confronti dei turisti? Esiste un sistema di informazione e servizi dedicati agli stranieri?**

## Olimpíadas 2016 na América do Sul

**Após o sucesso da Copa do Mundo 2014, o Brasil se prepara para o espetáculo**

Entrevista ao Presidente da Embratur,

**Vinícius Lummertz**

**O Brasil recebeu muitos elogios na organização da Copa do Mundo de 2014, para Rio 2016, o que será incrementado para que tudo ocorra na melhor maneira?**

Pela primeira vez, a América do Sul sediará os Jogos Olímpicos, o que tem importância histórica para o continente. Como foi feito na Copa do Mundo FIFA 2014, haverá um esforço essencial de incrementar o fluxo turístico também na Olimpíada e Paralimpíada de 2016, como parte da estratégia de reforçar o turismo brasileiro. Um exemplo disso são as capacitações que a Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo) tem realizado aos agentes de viagens de diversos países – através do Escritório Brasileiro de Turismo (EBT) – esclarecendo-os sobre os melhores destinos antes, durante e após os Jogos. Outro exemplo foi a portaria publicada pelo governo brasileiro que dispensa o visto de turismo de 1º de junho a 18 de setembro deste ano para cidadãos da Austrália, Canadá, Estados Unidos e Japão, nações com forte tradição olímpica. Também promovemos os Jogos e os destinos turísticos brasileiros em nossas participações em feiras internacionais e realizações de press trips. Ainda para o 1º semestre deste ano, estão programadas outras press trips, com foco na Rio 2016. Jornalistas dos principais veículos dos mercados prioritários da Embratur serão convidados a conhecer roteiros do entorno do Rio de Janeiro e as cidades-sede do futebol na Olimpíada.

Teremos também a Casa Brasil, espaço dedicado a ações multisectoriais durante a Olimpíada e Paralimpíada. E para posicionar o Brasil no segmento de eventos e exaltar a capa-

cidade para captação dos Jogos, o portal [www.visitbrasil.com/mice](http://www.visitbrasil.com/mice) foi reformulado. O usuário passou a contar com informações detalhadas sobre as cidades brasileiras que receberão os Jogos. A plataforma oferece dados sobre eventos, centros de pesquisa relacionados, acessibilidade, infraestrutura e clima. Por último, vale destacar que a desvalorização do real amplia a oportunidade dos visitantes conhecerem a diversidade da oferta do turismo brasileiro e praticarem atividades culturais, de aventura, praia e esportes nos mais diferentes destinos do Brasil.

**Grandes obras fazem parte deste evento, qual o legado que deixará para o Rio e para o Brasil?**

Todas as iniciativas do governo buscam contribuir para o legado que ficará para as próximas gerações: a imagem do Brasil consolidada como uma nação pronta para ser uma das cinco maiores economias do planeta. Os Jogos Olímpicos e Paralímpicos são uma oportunidade de ouro para o Brasil se posicionar internacionalmente. É importante enxergar a Rio 2016 como um evento do País e não apenas do estado. Representando a Embratur, o nosso objetivo é fazer com que os Jogos sejam a porta de entrada para que os turistas do mundo inteiro descubram as riquezas e



Embratur sta monitorando sistematicamente, attraverso i 13 Uffici brasiliani del Turismo all'estero, il comportamento dei consumatori fuori dal nostro territorio. Stiamo raccogliendo i casi di cancellazione o il rinvio di viaggi in Brasile al fine di garantire informazioni affidabili e aggiornate per quanto riguarda un possibile impatto del

virus sul turismo. Fino ad oggi, le cancellazioni sono state soprattutto da parte di donne in gravidanza. Vogliamo contribuire affinché i viaggiatori si sentano al sicuro nella scelta di venire in Brasile, la cui diversità attrae milioni di stranieri ogni anno. L'Istituto ribadisce l'orientamento proveniente dall'Organizzazione Mondiale della

Sanità (OMS) e l'Organizzazione Mondiale del Turismo (WTO), che non ci sono restrizioni di viaggio verso paesi che hanno casi di trasmissione del virus Zika, nonché una particolare attenzione alle donne in gravidanza. L'iniziativa conferma la posizione del governo brasiliano, che ha mobilitato 19 enti per attuare congiuntamente in tutto il territorio nazionale un'attività atta ad eliminare la zanzara Aedes Aegypti, agente trasmettitore della Dengue, del Zika virus e della Febbre Chikungunya.



variedades dos destinos brasileiros. Números do governo brasileiro já apontam que as obras para a realização da Olimpíada impacta em mais de 50 atividades econômicas, além de impulsionar o mercado da aviação doméstica e gera receita para o País.

**O Brasil nos últimos anos com o auxílio do Programa Nacional Bolsa Atleta fez grandes passos e conquistou muitos títulos. Qual é a expectativa para Rio 2016?**

As expectativas são as melhores possíveis, a julgar pelos bons resultados que as equipes brasileiras vêm obtendo. O Programa Bolsa Atleta

completou, em 2015, 10 anos de execução com mais de 17 mil atletas patrocinados, num investimento superior a R\$ 600 milhões. Hoje, é considerado o maior programa de patrocínio esportivo individual e direto do mundo. Foi possível medir o impacto do Programa nos Jogos de Toronto 2015, principal competição multiesportiva do ano para as equipes que vão disputar os Jogos Olímpicos e Paralímpicos no Rio de Janeiro. Dos 860 atletas convocados para o Pan-American e Parapan-American de Toronto, 675 são apoiados pelos programas do Governo Federal, o que correspondeu a 78,4% da delegação. Para se ter ideia, das 141 medalhas conquistadas pelo Brasil no Pan-American, 121 foram por atletas bolsistas. Já no Parapan, nos consolidamos como a primeira potência das Américas, rumo à classificação entre os cinco primeiros nos Jogos Paralímpicos. Pela terceira vez seguida, os brasileiros ficaram em 1º lugar no quadro geral, sendo que, das 257 medalhas, 98% foram conquistadas por bolsistas. Temos certeza de que todos os atletas olímpicos e paralímpicos estão treinando com garra e que disputarão as provas com afinco e certeza da força a mais que virá da nossa torcida. A partir dos inves-

timentos na estruturação de esportes olímpicos e paralímpicos, feitos pelo governo federal desde a eleição do Rio, em 2009, acompanhamos o surgimento de atletas excepcionais em modalidades que não tinham tradição no país.

**Existem muitos mitos sobre as questões de violência e sanitária no Brasil. Qual são os tipos de assistência que o Brasil está fornecendo para os visitantes de Rio 2016?**

O que podemos assegurar é que teremos o mesmo nível de segurança implementado durante a Copa do Mundo FIFA 2014, que acabou gerando um nível de satisfação que chegou a 92% dos visitantes estrangeiros, segundo pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo. Serão mais de 150 mil militares envolvidos, entre forças de segurança, defesa e inteligência, além de agentes federais e policiais militares, número que deve ser em torno dos 200 mil homens.

**Haverá alguma preocupação com os turistas no que se refere ao Zika vírus? Existe um sistema de informações e atendimento dedicado aos estrangeiros?**

A Embratur tem monitorado sistematicamente, por meio dos 13 Escritórios Brasileiros de Turismo no exterior, o comportamento dos consumidores no exterior. Estamos levantando casos de cancelamentos ou adiamentos de viagens ao Brasil como forma de garantir informações confiáveis e atualizadas referentes a um eventual impacto do vírus no turismo. Até o momento, as desistências foram pontuais, em sua maioria relacionadas a gestantes. Queremos contribuir para que os viajantes se sintam seguros com a opção de vir ao Brasil, cuja diversidade atrai milhões de estrangeiros todos os anos. O Instituto reitera orientação da Organização Mundial da Saúde (OMS) e da Organização Mundial de Turismo (OMT), de que não há restrição de viagens a países que tenham casos de transmissão do vírus zika, além da atenção especial às mulheres grávidas. A iniciativa corrobora posicionamento do governo brasileiro, que mobilizou 19 órgãos para atuar conjuntamente em todo o território nacional no enfrentamento ao Aedes aegypti, agente transmissor da dengue, zika vírus e febre chikungunya.

# Non è mai troppo tardi

## Un'opportunità unica per le imprese italiane, per entrare su un mercato molto interessante e grande come il Brasile

di **Graziano Messana**, Vice Presidente della Camera di Commercio Italiana a San Paolo, General Manager di Fiera Milano in Brasile e CEO di GM Venture, società basata in Brasile dal 2006 che amministra gli interessi di diversi gruppi italiani

**Q**uello che sta succedendo in Brasile è una crisi prevalentemente politica che però ha una relazione molto stretta con la crisi economica. Ma al momento quello che manca è una prospettiva chiara, la fiducia in un imminente cambiamento. Ma per fortuna tutti gli scandali che sono successi di recente, in primis il depauperamento della principale azienda statale la Petrobras, sono serviti a dare una maggiore trasparenza in Brasile.

Il giudice Sergio Moro, studioso e ammiratore dell'operazione italiana Mani Pulite, ha saputo pazientemente aspettare la ricostruzione degli schemi di corruzione, tangenti e appalti truccati fino a quando è stato in grado di arrestande, non le seconde linee ma, i presidenti delle grandi aziende brasiliane vicini al Governo. E qualche giorno fa ha convocato, per usare un eufemismo poiché è stata una convocazione coercitiva, l'ex Presidente della Repubblica Luiz Inácio Lula da Silva. I mercati e il cambio hanno reagito immediatamente.

Quando dico che è un tema di prospettiva basti osservare l'Argentina. Nell'economia le prospettive sono migliori dei fatti. Fino a pochi mesi fa l'Argentina aveva un premio di rischio (CDS) maggiore del Brasile. Adesso poiché si è insediato Mauricio Macri come nuovo Presidente e il Mondo crede che l'Argentina possa migliorare, di fatto le condizioni dell'Argentina sono diventate più favorevoli.

Leggo molto allarmismo sui giornali italiani e vedo meno analisi di merito su quanto sta succedendo veramente qui. Questo suscita forti timori a investire e conseguentemente gli italiani perdono opportunità a mio avviso.

**OPPORTUNITÀ IN BRASILE.** Con il tasso di cambio Reais-Dollaro che è arrivato a più di 4 le opportunità di investimento sul Brasile sono tantissime. Non è che per via di una crisi

GRAZIANO MESSANA



ciclica il Brasile non è più un Paese "felice" a livello geografico e immerso in un'immensa quantità di risorse naturali. Popolazione che aumenta il suo livello di istruzione. Un mercato di dimensioni molto significative in tanti settori, dove per esempio fortunate aziende italiane sono arrivate a fatturare in un mese quanto pressappoco fatturava in Italia mediamente in un anno.

È fastidioso vedere che chi approfitta di questo unico momento sono per la maggior parte aziende europee o straniere e invece quelle italiane sono più timide e perdono i deals o il timing della negoziazione restando a mani vuote. Basti citare solo le ultime viste in questi mesi.

Gli inglesi della UBM hanno comprato in sordina la Fiera Hospitalar, fiera che ruota attorno al mondo della sanità, per almeno 30 mln di euro anche se i dati non sono stati divulgati ufficialmente, conosco da vicino il settore. I francesi, che per cultura sono molto più distanti alla brasiliana rispetto all'Italia, hanno fatto varie acquisizioni come l'Oreal che si è comprata la Niely Cosméticos, produttore di shampoos di classe non premium e con fatturato di 130 mln di euro. La Edenred (francese) ha chiuso proprio questo mese un deal con la brasiliana Embratex (mercato dei ticket restaurant) investendo circa 200 mln di euro, una operazione che arriva dopo quella di sei mesi fa in cui un'altra francese, la UP, aveva comprato la Planvale, una azienda che fatturava 400 mln di euro e si pensi che rappresentava appena l'1,5% della quota del mercato in Brasile su questo segmento di Ticket Restaurant, buoni carburanti e benefit in genere. Settori che crescono, in barba alla recessione, sono la sicurezza digitale, il cosmetico e il farmaceutico. In quest'ultimo settore sempre i francesi della Unither Pharmaceuticals, specializzati fabbricare dosaggi unitari per le aziende farmaceutiche come ad es. il collirio monodose, hanno rilevato il 100% della Mariol e hanno



## Nunca é tarde demais

**Uma oportunidade única para as empresas italianas entrarem em um mercado interessante e grandioso como o do Brasil**

**O** que está acontecendo no Brasil é uma crise predominantemente política, mas que tem uma relação muito estreita com a economia do país. No moneto, o que está faltando é uma perspectiva clara, a confiança em uma mudança iminente. Apesar de todos os escândalos que recentemente se sucederam, principalmente a depauperação da principal empresa estatal, Petrobras, têm servido para trazer mais transparência no Brasil.

O juiz federal brasileiro Sergio Moro, admirador da operação italiana "Mani Pulite" (Mãos Limpas), tem sido capaz de reconstruir com paciência os esquemas de corrupção, propinas e contratos manipulados, conseguiu capturar, não as segundas linhas gerenciais envolvidas, mas os presidentes de grandes empresas brasileiras próximas ao governo. E há poucos dias, convocou o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. O mercado e o câmbio reagiram imediatamente.

Quando eu digo que é uma questão de perspectiva basta observar a Argentina. As perspectivas na economia são melhores do que os fatos. Até alguns meses atrás, a Argentina teve um prêmio de risco (CDS) maior que o do Brasil. Agora, desde que Mauricio Macri tomou



subito annunciato la creazione di una nuova linea di produzione ad hoc di circa 10 mln di reais.

Per citare altri paesi gli svedesi della Assa Bloy hanno comprato, con closing fatto quasi a capodanno, il 100% di una storica azienda di una famiglia discendente da italiani, la Papaiz e Udinese, molto nota sui segmenti di catenacci e serrature. E nel 2014 avevano già comprato un'altra azienda in Brasile e già consolidato un centinaio di milioni di euro di fatturato localmente. Gli spagnoli sono entrati nel settore delle agenzie di comunicazione. I cinesi hanno comprato a novembre il 24% di una aerolinea minore, la Azul, per 425 mln di dollari.

Se osserviamo gli americani, notoriamente più aggressivi e rapidi nel chiudere i deals, perdiamo il conto se osserviamo il solo mese di dicembre 2015. Alcuni gruppi non hanno quasi fatto le due diligence approfondite vista

la convenienza e l'interesse nel chiudere in pochi giorni gli affari. A dicembre la Alphaeon ha comprato la Rocol settore ospedaliero, la Devry Education si è comprata la prestigiosa università IBMEC, la General Mills ha rilevato Carolina (yogurt). Una settimana fa scopro quasi per caso che poco prima di natale il moderno ospedale Samaritano, sito a 500 metri da dove risiedo, è stato venduto alla United Health per 330 mln di dollari.

Va bene che il gruppo Gavio è entrato nel co-controllo delle autostrade Ecorodovias di recente ma una rondine non fa primavera e parliamo di un deal già importante da circa mezzo miliardo di Euro di investimento. Ma la realtà italiana è fatta di medie imprese e queste stanno perdendo un'opportunità unica di entrare, a prezzi di attivi molto convenienti, su un mercato molto interessante e grande come il Brasile. ●

posse como novo presidente, o mundo acredita que a Argentina pode melhorar, e de fato, as condições tornaram-se mais favoráveis.

Leio muito alarmismo na divulgação dos jornais italianos e vejo menos análises em mérito sobre quanto está acontecendo de fato. Isto causa fortes incertezas para os investimentos e de consequência, na minha opinião, os italianos perdem as oportunidades.

**OPORTUNIDADES NO BRASIL.** Com a taxa de câmbio do dólar favorável, a cotação do real atingiu a cota superior a 4, as oportunidades de investimento no Brasil são inúmeras. Não é a causa de uma crise cíclica que o Brasil deixou de ser o País geograficamente "feliz" e imerso em uma quantidade enorme de recursos naturais. A população continua aumentando o seu nível de educação. Um mercado de dimensões significativas em muitos setores, onde, por exemplo, felizardas empresas italianas, chegaram a faturar em um mês o que em média faturavam em um ano na Itália.

Porém é constrangedor constatar que os que estão aproveitando deste momento único são principalmente as empresas europeias ou estrangeiras. Por outro lado, as italianas são mais tímidas e perdem oportunidades ou os tempos de negociação, ficando com as mãos vazias.

Os Ingleses da UBM compraram com discrição a Feira Hospitalar, que atua no mundo da saúde, por aproximadamente 30 milhões de euros, mesmo que os dados não tenham sido

divulgados oficialmente. Os franceses, que em comparação com a Itália, estão culturalmente muito mais distantes do Brasil, fizeram várias aquisições, como a L'Oréal que comprou a Niely Cosméticos, fabricante de shampoos focados em linhas de segundo nível com um faturamento de 130 milhões de euros. A Edenred (francesa) neste mês fechou um acordo com a brasileira Embratec (ticket alimentação), investindo cerca de 200 milhões de euros; uma operação sucessiva a uma outra, pela qual seis meses atrás, uma outra empresa francesa, a UP, comprou PlanVale, empresa com receita de 400 milhões de euros, embora representasse apenas 1,5% da quota do mercado deste segmento qual ticket alimentação, combustível e benefícios em geral.

Os setores que crescem, apesar da recessão, são os de segurança digital, cosméticos e produtos farmacêuticos. Neste último, sempre os franceses, a Unither Pharmaceuticals especializada na fabricação de medicamentos de dose única como colírio, adquiriram 100% da Mariol e acabam de anunciar a criação de uma nova linha de produção dedicada de cerca de 10 milhões de reais.

Mencionando outros países, os suecos de Assa Bloy compraram, - o fechamento da operação foi realizado praticamente na virada do ano-, 100% de uma histórica empresa familiar de descendência italiana bem conceituada no mercado de cadeados e fechaduras: a Papaiz e Udinese. Em 2014 já haviam

comprado outra empresa brasileira e possuem um faturamento de mais de cem milhões de euros. Os espanhóis entraram no campo de agências de comunicação. Os chineses compraram em novembro 24% de uma companhia aérea de segundo porte, a Azul, por 425 milhões de dólares.

Se observarmos os americanos, notoriamente mais agressivos e rápidos no fechamento de negócios, perde-se a conta das operações realizadas, considerando apenas o mês de dezembro de 2015. Alguns grupos até compraram ativos quase sem fazer due diligence para aproveitar das condições extremamente favoráveis. Em dezembro, o Alphaeon comprou a Rocol que opera no setor hospitalar, a Devry Education comprou a prestigiosa Universidade IBMEC, General Mills adquiriu Carolina (iogurte). Há apenas uma semana tive conhecimento que pouco antes do Natal, o moderno Hospital Samaritano foi vendido para United Health por 330 milhões de dólares.

E a Itália? Tudo bem que o grupo Gavio entrou no co-controlle das rodovias da Ecorodovias, mas uma andorinha só não faz verão e estamos falando de um deal importante de cerca meio bilhão de euros de investimento. Todavia, a realidade italiana é feita de pequenas e médias empresas e estas estão perdendo uma oportunidade única para entrar, com preços de ativos bem acessíveis, em um mercado tão atraente e grande como o Brasil.

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

**C**on entusiasmo Brazil Planet, organizzatore della manifestazione fieristica, ha annunciato la presenza della Campania come "Regione ospite" di Fimar, dal 04-07 maggio 2016 in Itajaí, importante polo nautico dello stato di Santa Catarina (BR), già palcoscenico di due tappe della Volvo Ocean Race. L'annuncio è frutto della collaborazione di Brazil Planet con il nuovo partner ANRC – Associazione Nautica Regionale Campana – presente in Fimar con un proprio stand collettivo, permettendo ai circa 60 Associati di rivolgersi a questo importante mercato, per promuoversi e sfruttare le attività di b2b offerte dalla Fiera. "Nella recentissima edizione di Nautic Sud – ha spiegato il Presidente dell'ANRC **Gennaro Amato** – abbiamo avviato un lavoro che punta a rafforzare le opportunità offerte da un territorio legato fortemente al mare, elemento centrale per Napoli e la Campania tutta. Dopo questo primo passo, abbiamo accolto con interesse l'invito a partecipare a Fimar, come un ulteriore sguardo di opportunità per le nostre imprese anche oltre confine".

A sostegno, le dichiarazioni del Presidente della Commissione Consiliare alle Attività produttive della Regione Campania, Dott. **Nicola Marrazzo**, "La Regione Campania è in campo per accompagnare le esigenze degli imprenditori che lavorano nel mondo della nautica. Vogliamo che questo importante settore produttivo della Campania, possa cogliere anche questa importante occasione offerta dal mercato brasiliano. Fimar e la collaborazione di ANRC, rappresenta quindi una interessante opportunità per le aziende che possono crescere grazie a joint-ventures con i partner brasiliani locali". Interamente dedicata alla tecnologia, subfornitura e design nautico, Fimar è il risultato degli accordi firmati tra il Governo Italiano, attraverso il Ministero dello Sviluppo Economico, Ucina ed il Governo di Santa Catarina. La Fiera è organizzata dalla Brazil Planet in collaborazione con Ucina, Federpesca, Assonautica Italiana e Acatmar, l'Associazione Nautica di Santa Catarina per il Brasile. Un "Punto Italia", luogo di informazioni e un'area interamente dedicata allo svolgimento dei b2b pre-agendati per agevolare gli scambi commerciali, favorirà l'obbiettivo finale delle aziende partecipanti. In Fimar verrà presentata la 28° edizione di Navigare, che si svolgerà ad Ottobre 2016, a Napoli, organizzata da ANRC, alla quale parteciperà una folta delegazione di imprese dello stato di Santa Catarina guidata da Acatmar, Associazione della nautica del Brasile.

**In Fimar verrà presentata la 28° edizione di Navigare, che si svolgerà ad Ottobre 2016, a Napoli, organizzata da ANRC**



## Campania, "Região Hóspede" da segunda edição da FIMAR

**Na Fimar será apresentada a 28º edição da NAVIGARE, que acontece no mês de outubro de 2016, em Nápoles, organizada pela ANRC**

**C**om entusiasmo, a Brazil Planet, organizador da feira, anunciou a presença de CAMPANIA como "região hóspede" da Segunda edição Fimar, que acontece de 4 a 7 de maio de 2016 em Itajaí, importante polo náutico do estado de Santa Catarina (BR), cenário de duas edições da Volvo Ocean Race. O anúncio é o resultado da colaboração entre a Brazil

Planet com o novo parceiro ANRC (Associação Náutica Regional Campana), que estará presente na FIMAR com seu próprio estande coletivo, permitindo a cerca de 60 Associados possam abordar este mercado importante, para promovê-lo e usufruir de atividades B2B oferecidas pela Feira. "Na recente edição do Nautic Sul – disse o presidente da ANRC **Gennaro Amato** – começamos um trabalho que visa reforçar as oportunidades oferecidas por um território fortemente ligado ao mar, elemento essencial para Nápoles e para a Campania. Após este primeiro passo, recebemos com entusiasmo o convite para participar da Fimar, visando as oportunidades para as nossas empresas, além dos nossos confins".

Em apoio, as declarações do Presidente da Comissão do Conselho para as Atividades Produtivas da Região da Campania, Dr. **Nicola Marrazzo**, "A Região Campania está em ação para acompanhar as necessidades dos empre-

NICOLA MARRAZZO



sários que trabalham no mundo náutico. Queremos que esse importante setor produtivo da Campania, possa aproveitar esta importante oportunidade oferecida pelo mercado brasileiro. FIMAR e a colaboração de ANRC, representam uma excelente oportunidade para as empresas para que possam crescer através de joint ventures com parceiros brasileiros locais".

Inteiramente dedicada à tecnologia, a terceirização e design náutico, FIMAR é o resultado de acordos assinados entre o Governo italiano, através do Ministério do Desenvolvimento Económico, Ucina e o Governo de Santa Catarina. A Feira é organizada pela Brazil Planet em colaboração com UCINA, Federpesca, Assonautica italiana e Associação Náutica de Santa Catarina para o Brasil (Acatmar). Um "Ponto Itália", um lugar de boas-vindas e informações para operadores e visitantes e uma área dedicada aos encontros B2B pré-agendados para facilitar o intercâmbio comercial, favorecendo o objetivo final das empresas participantes. Na Fimar será apresentada a 28º edição da NAVIGARE, que acontece no mês de outubro de 2016, em Nápoles. Organizada pela ANRC, contará com a participação de uma delegação de empresas do estado de Santa Catarina liderada pela Associação Náutica Catarinense para o Brasil (Acatmar).

# Isola Italplanet alla Fiera internazionale di sicurezza



**Si svolgerà dal 12 al 14 Maggio 2016  
a San Paolo (Brasile) – [www.exposec.tmp.br](http://www.exposec.tmp.br)**

**E**XPOSEC, Fiera internazionale di Sicurezza è la principale fiera tecnologica dell'America Latina dedicata alla filiera del settore sicurezza che propone le ultime novità in merito a prodotti e servizi per sicurezza privata, immobili e aziende. Organizzata da **Cipa Fiera Milano**, in collaborazione con ABESE (associazione brasiliana delle società produttrici di sistemi elettronici di sicurezza), EXPOSEC è un evento di proporzioni notevoli per questo settore aziendale, con oltre 800 marchi espositori e un pubblico di 42.000 professionisti del settore, figura tra le più grandi Fiere della sicurezza del Mondo.

**PARTECIPAZIONE COLLETTIVA.** ItalPlanet riunirà in EXPOSEC le aziende italiane leader nel segmento Information Security in un unico spazio, denominato **Isola Italplanet** per presentare i loro prodotti e servizi in modo personalizzato identificabile come Made in Italy e quindi facilmente riconoscibile dagli operatori e dai visitatori. L'azienda italiana che partecipa nello stand collettivo ItalPlanet, oltre alla presenza in un unico spazio identificabile, avrà a disposizione un pacchetto di servizi che facilitano notevolmente la partecipazione alla manifestazione.

L'area sarà infatti presidiata dal personale di **IBS Italia** – partner di ItalPlanet – in collaborazione con la **Camera di Commercio Italiana di San Paolo** e **DSS Global Security**, azienda Italiana leader della sicurezza, offrendo alle aziende partecipanti una consulenza completa e professionale per avviare una vincente azione d'internazionalizzazione in Brasile, e i servizi necessari di interpretariato e di supporto. ●

*Per prenotazioni e iscrizioni:*

**ItalPlanet**

Milano – Galleria del Corso 2 – 6° piano –  
20122 – T. +39 02.36.57.17.56

[marketing@italplanet.it](mailto:marketing@italplanet.it) – [www.italplanet.it](http://www.italplanet.it)

**IBS ITALIA Srl – International Business Strategy**

Roma – Viale O. Atlantico 4 – 00144 –  
T. +39 06.59.19.749 – F. +39 06.59.19.682  
[info@ibsitalia.biz](mailto:info@ibsitalia.biz) – [www.ibsitalia.biz](http://www.ibsitalia.biz) –  
[www.exportiamo.it](http://www.exportiamo.it)

*Per attività di rappresentanza in Fiera:*

**DSS GLOBAL SECURITY SRL**

Terni – Via Bartocci 12 – 05100 –

T. +39 0744.800993

[info@dssglobalsecurity.it](mailto:info@dssglobalsecurity.it)

## CATEGORIE MERCEOLOGICHE

Automazione  
Armi  
Centrali di monitoraggio  
Centrali perimetrali  
Circuiti chiusi  
Casseforti  
Consultoria  
Access Control  
Coltelleria  
Allarme antincendio  
Serrature di sicurezza  
Intelligenza industriali  
Porte di sicurezza  
Sicurezza elettronica  
Sicurezza dell'informazione  
Sicurezza privata  
Sicurezza personale  
Pubblica Sicurezza  
Sicurezza residenziale  
Broker Sicurezza  
Sistemi di identificazione  
Trasporti valori  
Addestramento e formazione  
Divise  
Auto Trasporti e blindati  
Sorveglianza



# Taste of Italy

**Exportiamo.it in qualità di media partner presenta il Taste of Italy, l'evento di promozione commerciale verso operatori specializzati di prodotti autentici italiani Food&Beverage per la conquista del mercato texano e statunitense che avrà luogo a Houston il 2 e 3 marzo del 2016**

**Ibs North America LLC, società di consulenza strategica specializzata in servizi di consulenza e assistenza alle imprese italiane interessate al mercato statunitense, insieme alla Camera di Commercio Italiana in Texas organizzano la partecipazione collettiva di aziende italiane operanti nel settore Food&Beverage**

#### Chi può partecipare?

Produttori italiani singoli o consorziati di prodotti made in Italy autentici, dei settori Food&Beverage.

#### Perché in Texas?

Grazie alla posizione strategica, le infrastrutture, le politiche di incentivazione e defiscalizzazione, e la quasi inesistente burocrazia, il Texas si posiziona al numero 12 tra le economie più grandi al mondo. Conta 26 milioni di abitanti ed è – per estensione – secondo solo all'Alaska. Costo della vita inferiore del 10% rispetto alla media USA e potere d'acquisto superiore al 13% della media USA. Tasso di disoccupazione al 4,1%.

#### Perché a Houston?

Houston è la città più in crescita tra tutte le grandi metropoli statunitensi. Negli ultimi 3 anni l'area di Houston è cresciuta del 6,7 %, contando ad oggi circa 6 milioni di abitanti. Il costo della vita è il più basso tra le grandi metropoli statunitensi con un reddito medio che si aggira intorno ai 75 mila dollari all'anno.



no. Città cosmopolita dove la presenza italiana non è ancora radicata come sulle coste Est e Ovest, lasciando spazio ancora al marchio made in Italy, tanto amato dagli americani. Il settore del food & beverage è un piede portante per l'economia di Houston, dove i ritmi lavorativi sono sostenuti favorendo la passione per la qualità di quello che si mangia e si beve.

#### Come promuoverò il mio business?

Ogni espositore incontrerà potenziali compratori del proprio settore dall' stato del Texas ed altri 3-5 da altri Stati.

#### Chi incontrerò?

- Buyers di catene di grande distribuzione organizzata, catene di ristoranti o singoli ristoranti e associazioni di ristoratori.
- Distributori ed importatori che a loro volta servono decine di clienti della catena Food&Beverage, sia a livello locale, di un singolo Stato o di più Stati.
- Stampa specializzata e Food bloggers.

#### Come?

Ogni produttore avrà a disposizione una postazione presso la quale potrà esporre il proprio prodotto e farlo degustare ai professionals che interverranno.

#### Dove?

Hotel Hilton Post Oak, 4 stelle diamond in zona Galleria – Houston. Gli espositori saranno alloggiati nell'Hotel ospitante l'evento e potranno usufruire di tariffe scontate.

#### Alcuni numeri della scorsa edizione...

I risultati della prima edizione sono stati molto soddisfacenti, erano presenti 24 aziende Food&Wine, 3 consorzi, più di 300 prodotti tipici esposti, 69 buyers del Texas e altri provenienti da 7 stati USA. Tra questi erano presenti le maggiori catene GDO, per un totale di più di 1000 punti vendita in Texas (Sysco US Foods, HEB, Central Market, SPEC's, Fiesta, Interra). Si sono registrati 300 incontri commerciali che hanno permesso la realizzazione di più di un progetto di esportazione.

## Programma

### Martedì 1 Marzo:

Arrivo a Houston e sistemazione in Albergo

### Mercoledì 2 Marzo:

- Seminario informativo sulle regole di business in Texas
- Visita a punti vendita al dettaglio del settore Wine&Spirits&Food
- Evento Livestock Rodeo

### Giovedì 3 Marzo: Incontri B2B

- 11.00 -17.00 Incontro con i professionali del settore: buyers specializzati, distributori, ristoratori

### Venerdì 4 Marzo: rientro in Italia

La Camera di Commercio fornisce:

- Contatti per la spedizione dei campioni dei vostri prodotti e per le procedure FDA (Food and Drug Administration)
- Eventuale assistenza da parte di personale specializzato durante la presentazione dei prodotti
- Tariffe agevolate per le stanze in Hotel.

## Program

### Tuesday 1 March:

arrival in Houston and settling in to the hotel

### Wednesday 2 March:

- information seminar on business regulations in Texas
- visit to retail points of sale in the Wine&Spirit&Food sector
- Livestock Rodeo event

### Thursday 3 March: B2B meetings

- 11 am - 5 pm Meeting with sector professionals: specialised buyers, distributors, restaurant owners

### Friday 4 March: return to Italy

The Chambers of Commerce will provide:

- contact details for sending product samples and information on FDA (Food and Drug Administration) procedures;
- assistance from specialised personnel during product presentation;
- discounts on hotel rooms.

## Taste of Italy

As media partner, Exportiamo.it is presenting "Taste of Italy", the trade fair for operators specialised in authentic Italian Food&Beverage products looking to conquer the Texas and US market, to be held in Houston on 2 and 3 March 2016.

IBS North America LLC, a strategic consultancy firm that specialises in assisting Italian companies interested in the US market, is teaming up with the Italian Chambers of Commerce in Texas to organise a group representation by Italian Food&Beverage firms.

### Who can take part?

Individual Italian firms or consortia that produce authentic Made in Italy products in the Food&Beverage sector.

### Why Texas?

Thanks to its strategic position, infrastructures, tax incentives and almost nonexistent bureaucracy, Texas has the 12th leading economy in the world. The state has a population of 26 million and is second only to Alaska for size. The cost of living is 10% lower than the US average and purchasing power is 13% higher. Unemployment is at 4.1%.

### Why Houston?

Houston is the fastest growing big metropolis in the US. Over the last 3 years, Houston grew by 6.7% and now has around 6 million inhabitants. The cost of living is the lowest of all large US cities, with an average income of around 75,000 dollars per year. Houston is a cosmopolitan city where the Italian community has fewer roots than those on the East and West coasts, meaning that there is still space for the Made in Italy brand that is so well-loved by Americans. The Food&Beverage sector is an essential part of Houston's economy, where a passion for food and drink shores up the frenetic rhythms of working life.

### How can I promote my business?

Each exhibitor will meet potential buyers from their own sector in Texas, plus 3-5 from other states.

### Whom will I meet?

- Buyers from big retail chains, restaurant chains, individual restaurants and restaurant associations.
- Distributors and importers who in turn supply dozens of clients in the Food&Beverage sector, both on a local, state and national level.
- Sector press and food bloggers.

### How?

Each producer will be provided with a space where they can exhibit their products and offer tastings for the professionals who attend.

### Where?

At the Hotel Hilton Post Oak, a 4 star diamond hotel in the Galleria area of Houston. Exhibitors will be staying at the hotel hosting the event, and will be offered a discount.

### Some figures from the last edition

The results from the first edition were very encouraging, with 24 Food&Wine companies and 3 consortia presenting more than 300 typical products to 69 buyers from Texas and others coming from 7 states in the US. These included the biggest retail chains, representing more than 1000 points of sale in Texas (Sysco US Foods, HEB, Central Market, SPEC's, Fiesta, Interra). Three hundred trade meetings were held, resulting in more than one export project.



IBS NORTH AMERICA  
International Business Strategy

**EXPORTIAMO**.it

il portale per fare impresa nel mondo

# Promozione del prodotto agroalimentare italiano autentico

**ICCO: a Toronto in programma numerose iniziative nel corso di tutto l'anno**

**L**a Camera di Commercio italiana dell'Ontario, in collaborazione con Assocamerestero, ha avviato i lavori per la realizzazione di un progetto di valorizzazione e promozione del prodotto agroalimentare italiano autentico in Ontario. L'iniziativa fa parte di un progetto più ampio che si estende a tutto il Nord America, e che intende valorizzare l'autenticità del Made in Italy rispetto ai prodotti soggetti al fenomeno dell'Italian Sounding.

Questo progetto, realizzato in raccordo con la strategia di promozione e comunicazione dei prodotti Made in Italy, è stato elaborato dal Ministero dello Sviluppo Economico di concerto con il Ministero per le politiche Agricole, Alimentari e Forestali.

In questo contesto, la Camera di Commercio italiana dell'Ontario ha messo a punto una serie di iniziative che verranno realizzate nel corso dell'anno e che intendono promuovere nella Greater Toronto Area la qualità dei prodotti dell'agroalimentare italiano autentico nonché i loro aspetti nutrizionali e salutistici.

Le iniziative in calendario comprendono una serie di attività promozionali presso i migliori specialty store di Toronto; una promozione dell'intera iniziativa nel corso di La Pentola D'Oro, evento camerale a ricorrenza annuale interamente dedicato al settore dell'agroalimentare e dei vini; un programma ricco di iniziative nel corso di una Italian Week organizzata in collaborazione con la Scuola di Ospitalità, Turismo e Arti Culinarie del Centennial College di Toronto che comprende una serie di master classes e di dibattiti alla presenza di esperti, ope-

CORRADO  
PAINA



ratori di settore e media specializzati.

“Si tratta di un progetto al quale partecipiamo con molto entusiasmo, visti gli ottimi risultati ottenuti nel corso di alcune nostre recenti iniziative, ad esempio la promozione di una selezione di prodotti agroalimentari laziali e il loro inserimento sugli scaffali di alcuni punti vendita della città”, sottolinea Tiziana Tedesco, direttrice dell'ufficio commerciale. “La presenza di prodotti agroalimentari italiani in Ontario nei punti vendita della piccola e della grande distri-

buzione è in continua crescita. Tuttavia, è fondamentale esercitare delle forti azioni di promozione e comunicazione affinché i consumatori riescano ad identificare con maggior facilità il prodotto autentico italiano ed apprezzarne le qualità e le caratteristiche che lo rendono unico sia sotto l'aspetto nutrizionale che salutistico”.

Per ulteriori informazioni sulle iniziative camerali ICCO per la promozione dell'agroalimentare italiano autentico a Toronto [www.italchambers.ca](http://www.italchambers.ca) – [tedesco@italchambers.ca](mailto:tedesco@italchambers.ca)





CAMERA di COMMERCIO ITALIANA dell'ONTARIO



## Promoting authentic Italian agri-food products

**ICCO: in Toronto, many different activities planned during the entire year**

The Italian Chamber of Commerce of Ontario, in partnership with Assocamerestero, has begun work on the development of a project to improve and promote authentic Italian agri-food products in Ontario. The initiative is part of a larger project that extends throughout North America, and aims to enhance the authenticity of products that are "Made in Italy" instead of those that are simply "Italian Sounding".

This project was developed by the Italian Ministry of Economic Development together with the Ministry for Agricultural Policies, Food and Forestry, within their strategy of promotion and communication of Authentic Italian Products.

In this context, the Italian Chamber of Commerce of Ontario has developed a series of initiatives that will be implemented during the year and that will promote the high quality of genuine Italian food products as well as their health and nutritional aspects throughout the Greater Toronto Area.

The scheduled events include a series of

promotional activities at the best specialty stores in Toronto; the presentation of the entire initiative over the course of The Pentola d'Oro, an annual Chamber event dedicated solely to the food and wine sectors; a rich program of initiatives during the Italian Week organized in collaboration with the Centennial College, School of Hospitality, Tourism and Culinary Arts of in Toronto and that will include a series of Master Classes and discussions with experts, industry professionals and media specialized in the industry.

"It is a project in which we participate with great enthusiasm, given the excellent results obtained in the course of some of our recent initiatives, such as the promotion of a selection of food products from the Lazio Region and their subsequent positioning on the shelves of leading specialty stores in the City", emphasizes Tiziana Tedesco, Director of ICCO's Trade Department. "The presence of Italian food products in Ontario in specialty shops and on the shelves of large retailers is increasing. However, it is fundamental to put in place a strong promotional and communication plan so that consumers are able to easily identify the authentic Italian product and appreciate its quality and the characteristics that make it unique both health wise and from a nutritional aspect".

For more information on the Chamber ICCO initiatives to promote agribusiness authentic Italian in Toronto [www.italchambers.ca](http://www.italchambers.ca) – [tedesco@italchambers.ca](mailto:tedesco@italchambers.ca)



**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](mailto:info.toronto@italchambers.ca) – [www.italchambers.ca](http://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

# La Federazione Russa nel 2016: analisi dello scenario economico

Editoriale di **ROSARIO ALESSANDRELLO**

Presidente della Camera di Commercio Italo-Russa  
Статья Президента Итalo-Российской Торговой Палаты

**Q**uesta volta desidero dare una serie d'informazioni finanziarie ed economiche lasciando a ciascun lettore di trarne le conseguenze.

- Nel 2015 il totale dei depositi bancari dei russi è aumentato del 25,2% su base annua e l'inflazione ha raggiunto il 9,8% su base annua.
- Nelle prime due settimane di gennaio le esportazioni di gas russo in Germania sono aumentate del 42%, in Austria del 75%, in Italia e in Francia del 23% rispetto al medesimo periodo del 2015. Dunque l'export di gas in Europa procede bene e la sua quota sul mercato dell'EU aumenta. In sostanza la strategia europea di sostituzione del gas russo è risultata poco fondata.
- Nel 2015 il saldo della bilancia dei pagamenti correnti è ammontato a +65,8 miliardi di dollari e nel 2014 era stato pari a +58,4 miliardi di dollari.
- L'Unicredit e alcuni specialisti della Banca hanno rivelato che la regione dell'Euroasia è uno dei mercati più sicuri tra quelli in via di sviluppo.
- Il rilevante aumento del totale dei depositi privati in valuta espresso in rubli da 475,5 miliardi al 1 gennaio 2014, a 2,400 miliardi al 1 dicembre 2015.
- Il debito estero della Federazione Russa negli ultimi due anni è diminuito di 200 miliardi di dollari.
- I produttori russi di oro sostengono che nel 2015 hanno stabilito un nuovo record; la produzione ha raggiunto le 291 tonnellate (riserve auree della Russia sono fra le prime 5 al mondo).
- Nel 2015, è inoltre proseguita l'opera di pulizia della Banca Centrale Russa che ha ritirato la licenza a 93 banche (oltre 200 dal giugno del 2013).
- Quest'anno il Governo procederà a un signifi-

cativo taglio della spesa pubblica, circa il 10%. L'obiettivo principale sarebbe quello di mantenere il deficit pubblico al di sotto del 3% del PIL, contenendo così la richiesta dei prestiti stranieri e difendere l'indipendenza finanziaria della Federazione Russa.

- Il deflusso dei capitali netto nel 2015 è stato di 58,9 miliardi di dollari; cioè tre volte meno del 2014.
- Il servizio doganale ha comunicato che nel 2015 la percentuale del petrolio, dei suoi derivati e del gas nella struttura dell'export russo è

diminuita dal 73% al 62% nonostante l'aumento dei volumi esportati. A parere degli analisti della British Petroleum, nei prossimi 20 anni la Russia manterrà lo status di maggiore esportatore di idrocarburi, nonostante la diminuzione del peso del petrolio per la bilancia energetica globale.

- Negli ultimi 15 anni la Federazione Russa ha ricostruito una gran parte di aziende e di complessi agricoli diventando così un Paese esportatore non sono di cereali ma anche di molti prodotti alimentari.

## ERRATA CORRIGE

Nel precedente numero di *èItalia* è stata inserita erroneamente una fotografia del Presidente CCIR R. Alessandrello in compagnia del Presidente della TPP della Federazione Russa S. Katyrin e del Direttore dell'Ufficio ICE di Mosca P. Celeste riportante la didascalia: Incontro della CCIR con il Ministro degli Esteri russo Sergey Lavrov. In relazione a quel titolo a lato pubblichiamo una foto effettivamente relativa all'incontro avvenuto, in cui sono ritratti (da sinistra a destra): l'Amb. d'Italia a Mosca C.M. Ragaglini, il Presidente della TPP della Federazione Russa S. Katyrin, il Ministro degli Affari Esteri della Federazione Russa S. Lavrov, il Presidente CCIR R. Alessandrello ed il Vice-Ministro degli Affari Esteri della Federazione Russa A. Meshkov.



## Российская Федерация в 2016 году: анализ экономической ситуации

**В** этот раз я хотел бы рассказать об экономической ситуации в России, позволяя читателям сделать самостоятельные выводы.

В 2015 году общий объем банковских вкладов увеличился до 25,2%, инфляция составила 9,8%.

В первые две недели января объем экспорта российского газа в Германию вырос на 42%, в Австрию - на 75%, в Италию и Францию - на 23% по сравнению с тем же периодом 2015 года. Таким образом, экспорт газа в Европу идет хорошиими темпами, и его доля на рынке ЕС увеличивается. Тем самым, можно говорить о том, что европейская стратегия относительно замены российского газа не была обоснована.

В 2015 году положительное сальдо счета текущих операций платежного баланса увеличилось до 65,8 \$, в то время как в 2014 году оно составило 58,4 \$.

По мнению банковских специалистов Unicredit, евразийский регион является одним из наиболее надежных среди развивающихся рынков.

Существенное увеличение частных вкладов

в валюте, которое в рублевом выражении составило 475,5 млрд. на 1 января 2014 года и 2,400 млрд. на 1 декабря 2015 года.

Внешний долг Российской Федерации за последние 2 года сократился на 200 млрд. долларов.

По словам представителей Союза золотопромышленников, был достигнут новый рекорд: в 2015 году было произведено 291 тонны золота (по объемам золотого запаса Россия входит в первые 5 стран мира).

В 2015 году была продолжена чистка Центробанка России, который отозвал лицензии у 93 банков (более 200 с июня 2013 года).

В этом году Правительство значительно сократит государственные расходы (около 10%). Основная цель - удержать дефицит государственного бюджета ниже 3% ВВП, таким образом ограничивая запрос иностранных кредитов и защищая финансовую независимость Российской Федерации.

Отток капиталов в 2015 году составил 58,9 млрд. долл. т.е. в 3 раза меньше по сравнению с 2014 годом.

Таможенная служба сообщила, что в 2015 го-



**CAMERA DI COMMERCIO ITALO-RUSSA**  
Corso Sempione n° 32/B – 20154 Milano (Italia)  
tel.: +39.02.86995240  
Rappresentanza di Mosca  
Nizhniy Kislovskij pereulok, 1 – 125009 Mosca  
tel.: +7 495 9896 816  
info@ccir.it – www.ccir.it

- Nel 2013 il PIL nominale pro-capite in Russia era pari a 14.500 \$ e oggi oscilla attorno a 8.000 \$.
- Alla fine del 2015 il totale degli internauti è di 84 milioni di russi di età superiore ai 16 anni.
- Il debito estero congiunto dello Stato, della Banca Centrale, delle corporazioni e delle banche è diminuito del 14%, totalizzando 515,3 miliardi di dollari.
- È in discussione presso tutte le istituzioni russe governative, parlamentari ed economico-finanziarie il "Piano finalizzato alla stabilizzazione della situazione sociale ed economica nel 2016", cioè il Piano anticrisi, che sarà composto di provvedimenti operativi e sociali e misure strategiche da realizzare a medio termine. ●

#### ИСПРАВЛЕНИЕ

В предыдущем выпуске èItalia была ошибочно размещена фотография Президента ИРТП Р.Александрелло вместе с Президентом ТПП РФ С.Катыриным и Директором московского офиса ИЧЕ П.Челесте, относящаяся к статье под названием: Встреча ИРТП с Министром иностранных дел РФ Сергеем Лавровым. В качестве иллюстрации к данной статье публикуем фотографию встречи, на которой изображены (слева направо): Посол Италии в Москве Ч.Рагальини, Президент ТПП РФ С.Катырин, Министр иностранных дел РФ С.Лавров, Президент ИРТП Р.Александрелло и Вице-министр иностранных дел РФ А.Мешков.

ду доля нефти, его дериватов и газа в составе российского экспорта снизилась с 73% до 62%, несмотря на увеличение экспортных объемов. Согласно мнению аналитиков British Petroleum, в следующие 20 лет Россия сохранит статус крупнейшего экспортёра жидкого топлива, несмотря на уменьшение ценности нефти по глобальной энергетической шкале.

За последние 15 лет Российской Федерации реконструировала большое количество сельскохозяйственных предприятий, став таким образом страной-экспортером не только злаков, но и других продуктов питания.

В 2013 году ВВП на душу населения в России составил 14.500 \$, сегодня он на отметке около 8.000 \$.

В конце 2015 года общее число пользователей интернетом составило 84 млн. человек (старше 16 лет).

Суммарный внешний долг государства, Центробанка, корпораций и банков снизился на 14%, составив 515,3 млрд.долл.

В государственных, парламентских и финансовых структурах широко обсуждается «План по стабилизации социально-экономической ситуации в 2016 году», т.н. Антикризисный план, состоящий из оперативных действий и стратегических мер на среднесрочный период.

## Traduzione e localizzazione: cosa serve sapere alle aziende che fanno business in Russia

Il 3 febbraio 2016 a Milano CCIR e l'azienda associata SOGET hanno organizzato un seminario dedicato a illustrare come traduzione e localizzazione possano dare un contributo di valore alle aziende nel business globale. All'evento hanno partecipato più di 30 aziende italiane che operano sul mercato della Federazione Russa e dei Paesi CSI.



## ЛОКАЛИЗАЦИЯ И ПЕРЕВОД: ЧТО НУЖНО ЗНАТЬ ПРЕДПРИЯТИЯМ, ВЕДУЩИМ БИЗНЕС В РОССИИ

3 февраля 2016 года ИРТП и член Палаты SOGET организовали семинар, посвященный особенностям делового перевода. На мероприятии, состоявшемся в Милане, приняли участие представители более 30 итальянских предприятий, работающих на рынке Российской Федерации и стран СНГ.



## A Vinitaly arrivano i russi, grandi estimatori dei vini italiani

Dal 10 al 13 aprile 2016 a Verona si terrà la 50<sup>a</sup> edizione di Vinitaly, il Salone internazionale del vino e dei distillati a cura di Veronafiere. L'evento rappresenta la manifestazione di riferimento del settore vinicolo, con oltre 4 mila espositori. Per l'occasione CCIR è stata incaricata di reperire e coordinare la visita di una delegazione di buyer russi in visita alla fiera.



## НА ВЫСТАВКУ VINITALY ПРИЕЗЖАЮТ РУССКИЕ, ИЗВЕСТНЫЕ ЦЕНИТЕЛИ ИТАЛЬЯНСКИХ ВИН

10 — 13 апреля 2016 года в Вероне пройдет 50-ый выпуск Международной выставки вин и дистиллятов Vinitaly, организованный выставочным комплексом Veronafiere. Выставка является крупнейшим мероприятием винной индустрии, в котором ежегодно принимают участие более 4 тысяч экспонентов. ИРТП поручено сформировать и сопровождать делегацию российских байеров на выставке.

**C**inque nuove manifestazioni maggiori nei primi mesi del 2016 per la CCIFM di Marsiglia.

**COSMOPROF WORLDWIDE BOLOGNA.**

Dal 17 al 21 marzo 2016. « Cosmoprof Worldwide Bologna », il più importante salone internazionale dedicato alla filiera produttiva della cosmetica. La CCIFM è un valido punto di riferimento per la selezione di buyers francesi interessati ad effettuare incontri B2B con le aziende espositrici.

I buyers parteciperanno al progetto "International Buyer Program" dedicato agli acquisti e alla connessione tra la domanda e l'offerta nell'industria della Cosmetica.

**FIERA DI TOURS.** Direzione Tours, in Francia, dal 7 al 16 maggio 2016. La Fiera accoglie ogni anno 250.000 visitatori e circa 700 espositori su un totale di 50.000 m<sup>2</sup> di superficie commerciale.

L'Italia paese d'onore di quest'anno. Su richiesta dell'Ente Fiera, la CCIFM gestirà l'Area Italia che sarà situata in uno spazio ben visibile, dotato di un allestimento personalizzato. Stand di gastronomia, artigianato, prodotti locali consentiranno al pubblico di scoprire le ricchezze del paese ospite d'onore.

# La CCIF di Marsiglia, un valido punto di riferimento



Camera di Commercio Italiana per la Francia di MARSIGLIA

**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

## La CCIF de Marseille, une référence fiable

**C**inq nouvelles manifestations de premier ordre, pour la CCIFM durant les premiers mois de l'année 2016.

**COSMOPROF WORLDWIDE BOLOGNA.** Le salon international des parfums et des cosmétiques qui ouvre le bal, du 17 au 21 mars 2016, est le plus important salon consacré à la filière de production de la cosmétique. La CCIFM est partenaire d'un projet qui fait d'elle, une référence fiable pour la sélection des acheteurs français souhaitant participer à des rencontres d'affaires B2B avec les entreprises présentes sur les stands. Les acheteurs participeront à l'International Buyer Program, consacré aux achats et à la mise en relation entre l'offre et la demande sur le marché de l'industrie de la cosmétique.

**FOIRE DE TOURS.** Direction Tours, du 7 au 16 mai 2016. La ville accueille chaque année 250 000 visiteurs et environ 700 exposants sur une surface totale de 50 000 m<sup>2</sup>. Le pays à l'honneur de l'édition 2016 est l'Italie. À la demande des organisateurs de la Foire, la CCIFM gérera l'espace dédié à l'Italie, situé dans une zone bien visible. Des stands de gastronomie, d'artisanat et de produits régionaux permettront au public de découvrir les richesses de l'Italie, pays invité d'honneur.

**OPENMYYMED.** Cet événement, qui aura lieu à Marseille du 19 mai au 28 août 2016, accueillera des créateurs du pourtour méditerranéen. La program-

mation sera rythmée par des expositions, des happenings, des master class, des ateliers et des rencontres proposés dans les lieux les plus emblématiques de la ville, comme le MuCEM, la Villa Méditerranée et le Musée des arts décoratifs, de la faïence et de la mode. La CCIFM organisera une journée de rencontres d'affaires entre la filière industrielle de la mode et du textile marseillaise et les partenaires euro-méditerranéens.

**PROGETTO TUSCIA TURISMO.** Voyage de presse à l'attention des voyagistes et/ou des journalistes francophones qui se déroulera du 9 au 12 juin 2016 sur le territoire de la Toscane, dans la région du Latium.

À la demande de la Région du Latium, les CCIE de Marseille, Bruxelles et Luxembourg sont également associés au projet, sous l'égide de la CCIE de Lyon.

La CCIE de Marseille accompagnera deux voyagistes et/ou journalistes français.

**RENCONTRES D'AFFAIRES BIO À RUNGIS.** Prévues au mois de juin 2016, le marché international de Rungis, le plus grand d'Europe, inaugurera un nouveau pavillon entièrement consacré aux produits biologiques. Importateurs, grossistes, distributeurs français du secteur bio pourront profiter d'une journée de rencontres d'affaires pour entrer en contact avec les producteurs italiens. La CCIFM a pour objectif de faire participer une cinquantaine d'entreprises italiennes qui rencontreront trente acheteurs français.

**OPENMYYMED.** Questo importante evento che si terrà a Marsiglia dal 19 Maggio al 28 Agosto 2016, accoglierà i creatori di tutto il bacino Mediterraneo. Una programmazione ritmata da esposizioni, happenings, master class, atelier et workshop accolti nei luoghi più significativi della città quali il MuCEM, la Villa Méditerranée, il Museo delle Arti Decorative, della Ceramica e della Moda. Giovedì 19 Maggio la CCIFM organizzerà una giornata di incontri d'affari per lo sviluppo di cooperazioni tra la filiera industriale della moda e tessile marsigliese e partners euromediterranei.

**PROGETTO TUSCIA TURISMO.** Educational Tour con operatori turistici e/o giornalisti francofoni dal 9 al 12 giugno 2016 nel territorio della Toscana, nella regione Lazio. Il progetto vede coinvolte, su richiesta della Regione Lazio, la CCIE di Lione che sarà capofila insieme alle CCIE di Marsiglia, Bruxelles e Lussemburgo.

La CCIE di Marsiglia accompagnerà 2 operatori turistici e/o giornalisti francesi con l'intento di far scoprire le ricchezze della Toscana.

**INCONTRI D'AFFARI BIO A RUNGIS.** Il Mercato Internazionale all'ingrosso di Rungis, il più grande d'Europa, inaugura un nuovo padiglione dedicato interamente ai prodotti biologici. Importatori, grossisti, distributori francesi del settore avranno a disposizione una giornata d'incontri d'affari per entrare in contatto con produttori italiani di questo comparto. La CCIFM ha come obiettivo di coinvolgere 50 aziende italiane, che incontreranno 30 buyers francesi.

# Una primavera azzurra ricca di eventi in Costa Azzurra



## Un printemps azuréen riche en évènements en Côte d'azur

La Côte d'Azur est un marché encore très réceptif au Made in Italy. Cependant, il est important de mettre à profit les nombreuses opportunités qu'il offre. Si la Côte d'Azur est connue dans le monde entier pour ses températures douces toute l'année, sa mer turquoise, ses merveilleux paysages panoramiques riches en histoire et en culture, elle est également reconnue pour la diversité et la multitude d'évènements qu'elle propose. Ce n'est pas un hasard si un nombre élevé d'Italiens privilégié ce lieu pour acquérir plus de perspectives économiques et commerciales pour l'activité qu'ils exercent. En conséquence, ce n'est pas un hasard si le nombre d'entreprises italiennes qui s'adressent à notre Chambre augmente. La Riviera française offre de nombreuses opportunités qu'il faut savoir dénicher et mettre à profit. Il est essentiel de développer notamment d'excellentes capacités relationnelles et son réseau grâce au networking. En effet, que ce soit des ateliers, des conférences des présentations de projets, des rencontres sportives, des festivals ou encore le célèbre Grand Prix, le must est d'être présent et de savoir se vendre de manière intelligente et professionnelle. Mais concentrons-nous sur les principaux rendez-vous qui animent la Côte au printemps et la rendent comme l'une des destinations les plus appréciées et les plus luxueuses au monde. Un marché qui s'agrandit en dépit des clichés qui préfèrent parler de l'Inde, de la Chine ou du tirésil au lieu d'un marché voisin si riche et encore très réceptif au Ma-

de in Italy. Pas seulement avec les salons nautiques, professionnels de Cannes ou Monaco, le Mipim, du 15 au 18 mars, mais également avec le Masters de tennis dans la Principauté de Monaco et de Nice, le Grand Prix de Formule 1 en mai et L'Italie à Table du 26 au 29 mai à Nice et du 2 au 5 juin à Antibes. Nice et ses festivals de parfums, de couleurs, de gastronomie et de musique, dont le Festival de Jazz, un évènement désormais connu mondialement et qui se déroule tous les ans, du 19 au 24 juillet.

Et enfin Cannes, une ville de prestige qui reçoit, entre autres, le MIPTV, du 4 au 7 avril, suivi du très célèbre Festival international du cinéma, du 11 au 22 mai. Un évènement qui, grâce à sa formidable couverture médiatique, vante la présence sur le tapis rouge des stars du cinéma international. Il s'agit aussi d'une occasion lors de laquelle beaucoup de producteurs de films lancent leurs dernières réalisations et vendent les droits aux principaux distributeurs mondiaux. La CCItalienne, de par son expérience et sa connaissance du territoire, est à disposition des entreprises italiennes pour signaler les événements les plus importants.



Chambre de Commerce Italienne  
Nice, Sophia Antipolis, Côte d'Azur

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

La Costa Azzurra: un mercato ancora molto ricettivo per il Made in Italy. Ma è importante mettere a profitto le opportunità che esso offre. Se la Costa Azzurra è nota in tutto il mondo per le miti temperature durante tutto l'anno, il suo mare color turchese, gli splendidi paesaggi ricchi di storia e cultura, è altrettanto rinomata per la varietà degli eventi proposti. Non è un caso se un numero elevato di italiani sceglie questi luoghi per dare nuove prospettive economiche e commerciali alla propria attività. Di conseguenza, non è un caso se aumenta il numero delle imprese italiane che si rivolgono alla nostra Camera. La Riviera francese offre infinite opportunità, che bisogna saper reperire e mettere a profitto; in particolare, è di fondamentale importanza sviluppare ottime capacità relazionali e di networking. Infatti, sia che si tratti di un work-shop o di una presentazione di progetti, o ancora di una partita sportiva o di uno dei tanti festival o anche del famosissimo Gran Premio, il must vincente è essere presenti e sapersi proporre in maniera intelligente e professionale. Ma concentriamoci sui principali appuntamenti che animano la Costa in primavera, rendendola una tra le mete più ambite e lussuose al mondo. Un mercato che continua a crescere, a dispetto dei luoghi comuni, che vedono parlare piuttosto di India, Cina o Brasile, e non invece di un mercato così vicino ma così ricco ed ancora tanto ricettivo per il Made in Italy. Non solo quindi i saloni professionali di Cannes o Montecarlo, il Mipim dal 15 al 18 marzo, come i saloni della nautica, ma anche i Master di tennis del Principato o di Nizza, il Gran Premio di Formula 1 in maggio e la manifestazione L'Italie à Table dal 26 al 29 maggio a Nizza e dal 2 al 5 giugno ad Antibes. Nizza e i suoi festival di profumi, colori, gastronomia e musica, tra i quali il Jazz Festival, dal 19 al 24 luglio, ormai conosciuto a livello globale, che si svolge ogni anno nelle calde serate d'estate.

E infine Cannes, una città di prestigio che ospita, tra i tanti, il celebratissimo Festival internazionale del Cinema, dal 11 al 22 maggio, che segue il MIPTV, dal 4 al 7 aprile. Un evento che, grazie alla sua formidabile copertura mediatica, vanta la presenza in passerella della maggior parte delle star del cinema del momento. Si tratta anche di un'occasione in cui molti produttori cinematografici lanciano le loro ultime realizzazioni e ne vendono i diritti ai principali distributori mondiali. La CCItalienne, forte della sua esperienza e conoscenza del territorio, è a disposizione delle imprese italiane per segnalare gli eventi più importanti.

## Francoforte: alla festa di inaugurazione della nuova sede di ITKAM anche l'Ambasciatore italiano a Berlino e Presidente Onorario di ITKAM, S.E. Pietro Benassi

**L**o scorso 21 gennaio 2016 ITKAM – Camera di Commercio Italiana per la Germania e.V. - ha inaugurato la sua nuova sede di Francoforte alla presenza di S.E. Pietro Benassi, Ambasciatore d'Italia a Berlino e Presidente Onorario di ITKAM. Il Presidente di ITKAM, Prof. Emanuele Gatti, ha colto quest'occasione per presentare ai numerosi soci presenti le attività previste dalla Camera per il 2016. "Il costante interesse ed impegno dei nostri soci rafforza il nostro progetto di un nuovo orientamento verso settori in crescita come ad esempio l'Automotive e le Biotecnologie, che anche quest'anno contribuiranno alla crescita seppur moderata dell'economia italiana", ha commentato il Presidente Gatti nel corso del successivo rinfresco. Che la strada percorsa da ITKAM nell'ultimo biennio sia quella giusta lo confermano anche i dati del ranking delle 79 Camere di Commercio Estere, nel quale ITKAM si è posizionata al primo posto. "Questo riconoscimento, associato ad una rinnovata fiducia nel settore industriale italiano da parte delle imprese tedesche, ci motiva a rafforzare il nostro impegno verso le nuove sfide di quest'anno", ha concluso il Presidente Gatti. ●

## Frankfurt: ITKAM-Einweihungsfeier mit dem Botschafter und Ehrenpräsidenten S.E. Pietro Benassi

**A**m 21. Januar 2016 wurde feierlich der neue Frankfurter Hauptsitz der Italienischen Handelskammer für Deutschland e.V. (ITKAM) eingeweiht. Eigens für diese Einweihung reiste der Botschafter der Italienischen Republik in Deutschland und ITKAM-Ehrenpräsident, S.E. Pietro Benassi, aus Berlin an. Seiner Exzellenz und den zahlreich erschienenen Mitgliedern stellte der ITKAM-Präsidenten Emanuele Gatti die ITKAM-Projekte für 2016 vor. „Das zunehmende Interesse und Engagement unserer Mitglieder bestärkt uns in unserer gezielten Neuausrichtung auf die wachsenden Branchen wie beispielsweise Automotive und Biotechnologie, die auch in diesem Jahr zum wenn auch moderaten Wachstum der italienischen Wirtschaft beitragen werden“, so Gatti beim anschließenden Empfang. Dass die ITKAM mit ihrer Neuausrichtung in den letzten beiden Jahren auf dem richtigen Weg im veränderten internationalen Wirtschaftskontext ist, beweist nicht zuletzt das vom italienischen Handelskammertystem durchgeführte Ranking unter den 79 italienischen Auslandshandelskammern, bei dem



die ITKAM Rang 1 einnahm.

„Diese Auszeichnung gekoppelt mit einem zunehmenden Vertrauen im italienischen Unternehmenssektor, das auch von deutschen Unternehmen wahrgenommen wird, lässt uns in diesem Jahr mit noch stärkerem Engagement an die neuen Herausforderungen herantreten“, so der ITKAM-Präsident abschließend.

## PromoFood: a Potsdam il forum internazionale di incontri per aziende e istituzioni del settore agroalimentare

Dal 28 al 29 febbraio 2016 si è svolta a Potsdam la settima edizione di "Promofood 2016", il forum internazionale d'incontri per aziende del settore agroalimentare. Aziende provenienti da Germania, Italia, Scandinavia, Polonia, Russia, Ungheria, Turchia, Tunisia e Gran Bretagna hanno avuto l'opportunità di discutere di importanti tematiche quali produzione agricola e biologica, food processing, tecniche di produzione e di trasformazione e logistica. Scopo dell'iniziativa non è solo permettere lo scambio di esperienze tra importanti aziende internazionali del settore, ma soprattutto incentivare la cooperazione sul prodotto, sulla ricerca e sul trasferimento di tecnologie.



### 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

## PROMOFOOD: INTERNATIONALES UNTERNEHMETREFFEN DER ERNÄHRUNGSWIRTSCHAFT IN POTSDAM

Auch in diesem Jahr fand am 28. und 29. Januar das internationale Unternehmertreffen der Ernährungswirtschaft „PromoFood 2016“ in der IHK Potsdam statt. Unternehmer aus Deutschland, Italien, Skandinavien, Polen, Russland, Ungarn, Türkei, Tunesien und Großbritannien tauschten sich zu Themen rund um Agrar- und Bioproduktion, Lebensmittelverarbeitung, Produktions- und Verarbeitungstechnik sowie Logistik aus. Ziel der Initiative ist es, nicht nur den Erfahrungsaustausch der international tätigen Unternehmen, sondern insbesondere die Produkt-, Entwicklungszusammenarbeit sowie den Technologietransfer unter ihnen weiter voranzutreiben.

## Rimini: al Sigep, fiera internazionale del settore della gelateria e del dolciario artigianali, il lancio del marchio di certificazione di qualità "Gelateria Italiana"

Le prime due targhe "Gelateria italiana" nel mondo sono state consegnate dal Prof. Emanuele Gatti, Presidente di ITKAM- Camera di Comercio italiana per la Germania e.V., e dal Dott. Antonio Verga Falzacappa, Fondatore di Sistema Gelato, all'ultima edizione di SIGEP, Salone internazionale Gelateria, Pasticceria e Panificazione Artigianali (Rimini, 23-27 febbraio). Si tratta di un riconoscimento conferito alle gelaterie italiane che, in tutto il mondo, promuovono la vera tradizione e i veri prodotti di qualità italiani. Obiettivo di questo progetto di certificazione voluto dal Ministero per gli Affari Esteri, da Assocamerestero

e da Rimini Fiera è quello di promuovere in maniera più incisiva i prodotti di eccellenza della gelateria italiana. I criteri per il rilascio della certificazione di qualità sono molto stringenti, e la valutazione viene effettuata per mezzo di interviste, una revisione di tutti i documenti uffici-



ciali, un controllo dei processi di lavoro operativi e dei locali, nonché di una documentazione fotografica. "A nome di ITKAM, siamo felici di poter premiare nel primo anno della certificazione due Gelaterie italiane in Germania, Eiscafé Tiziano di Lipsia e Eiscafé Martini di Gummersbach. Come il progetto Italian Sounding ha avuto modo di evidenziare, un marchio ben visibile e facilmente comprensibile è importante per rafforzare l'immagine di qualità dei beni di consumo "Made in Italy" e per sensibilizzare maggiormente i consumatori sui prodotti italiani di qualità", così Gatti a chiusura della consegna dei riconoscimenti. ●

## Rimini: Internationale Fachmesse SIGEP gibt Startschuss für das Qualitätssiegel „Gelaterie Italiane“

Bei der diesjährigen internationalen Fachmesse für Gelato, Konditoren- und Bäckerhandwerk, SIGEP (23. bis 27. Januar 2016) hat der Präsident der Italienischen Handelskammer für Deutschland e.V. (ITKAM), Emanuele Gatti, gemeinsam mit dem Gründer der nationalen Eisvereinigung Sistema Gelato, Dott. Antonio Verga Falzacappa, die ersten beiden Qualitätssiegel „Gelaterie Italiane“ überreicht: eine Auszeichnung für italienische Eiscafés weltweit, die zur Vermarktung traditioneller italienischer Qualitätsprodukte im Ausland beiträgt. Ziel

der durch das Italienische Außenministerium, den Handelskammerdachverband der Italienischen Außenhandelskammern Assocamerestero und der Messe Rimini auf den Weg gebrachten Zertifizierung ist es, die Exzellenz des italienischen Gelato im Ausland intensiver zu vermarkten. Die Kriterien für den Erhalt des Qualitätssiegels sind sehr hoch gesteckt, die Begutachtung erfolgt mit Hilfe von Interviews, einer Überprüfung aller offiziellen Papiere, einer Kontrolle der operativen Arbeitsprozesse und der Räumlichkeiten sowie einer fotografischen Dokumenta-

tion. „Wir freuen uns besonders, dass wir als ITKAM im ersten Jahr der Zertifizierung zwei italienische Gelaterien aus Deutschland, Eiscafé Tiziano aus Leipzig und Eiscafé Martini aus Gummersbach, auszeichnen konnten. Denn wie uns bereits das Projekt Italian Sounding lehrte, ist eine gut sichtbare und leicht verständliche Auszeichnung wichtig, um die Qualität von Konsumgütern „Made in Italy“ zu stärken und die Konsumenten verstärkt für italienische Qualitätsprodukte zu sensibilisieren“, so Gatti im Anschluss an die Auszeichnung.

## Milano: Buyer tedeschi e austriaci a HOMI, fiera internazionale del settore lifestyle e arredamento

Nell'ambito dell'iniziativa Hosted Buyer promossa da Fiera Milano S.p.A., la Camera di Comercio Italiana per la Germania (ITKAM) ha portato a Milano compratori tedeschi e austriaci del settore lifestyle e arredamento anche per l'edizione 2016. In uno spazio espositivo di 73.000 m<sup>2</sup> i Buyer tedeschi e austriaci hanno potuto confrontarsi con oltre 1500 espositori sui trend e le novità dell' "economia creativa".



### MAILAND: DEUTSCHE UND ÖSTERREICHISCHE BUYER AUF DER INTERNATIONALEN FACHMESSE FÜR INNENRICHTUNG UND GEHOBENE TISCHKULTUR, HOMI

Im Rahmen der Initiative Hosted Buyer der Mailänder Messe Fiera Milano Spa hat die Italienische Handelskammer für Deutschland e.V. (ITKAM) auch 2016 deutsche und österreichische Einkäufer für Inneneinrichtung und gehobene Tischkultur nach Mailand gebracht. Auf einer Ausstellungsfläche von 73.000 m<sup>2</sup> konnten sich die deutschsprachigen Einkäufer bei mehr als 1500 Aussteller über Trends und Neuheiten der Kreativwirtschaft informieren.

© Fiera Milano

# Delegazione italiana alla del Liverpool International

**The Rt Hon David Cameron, Primo Ministro:  
"La Gran Bretagna è aperta agli affari, quindi  
l'International Festival for Business è il posto  
giusto per chiunque sia coinvolto  
nell'imprenditoria. Siate scuri di esserci per  
approfittarne al massimo"**

Editoriale di **LEONARDO SIMONELLI SANTI**

Presidente della CCIE di Londra / President of the CCIE in London

**U**bicato nel nuovo Exhibition Centre di Liverpool, l'International Festival for Business (IFB) è il più grande festival al mondo per le imprese. L'IFB crea un mercato mondiale per scambiare idee riguardo le opportunità di business, innovazione e industrie e per creare connessioni tra i più influenti leader mondiali, imprenditori, liberi pensatori e investitori.

L'edizione IFB del 2014 ha visto la partecipazione di più di 190 delegazioni da 92 paesi, 400 eventi in più di 50 giorni, accordi conclusi per 3350 compagnie, accordi dal valore di £300 milioni e 15000 IFB Business Club members.

Secondo il Report dell'edizione IFB 2014 di Ste Lingard e Dr. Katherine Davies:

- 3000 compagnie hanno concluso o prevedono vendite domestiche
- 1400 compagnie hanno concluso o prevedono di esportare un totale di circa £100 milioni nei prossimi tre anni
- Più di 350 compagnie prevedono di firmare contratti per investimenti dal valore di £200 milioni nei prossimi tre anni
- Potrebbero essere creati circa 10000 nuovi posti di lavoro nei prossimi tre anni
- 10% dei partecipanti sta ora esportando per la prima volta
- 11% dei partecipanti vuole espandersi su nuovi mercati
- 81% dei delegati e 77% degli sponsor vogliono partecipare a IFB 2016 o altri simili eventi futuri a Liverpool
- 30% dei partecipanti farà uso dei servizi di UKTI nel futuro
- 59% dei delegati afferma che il loro profilo sul mercato ne beneficerà

- Più di un partecipante su tre è stato aiutato a migliorare le proprie strategie o qualità
- I delegati spendono più di £15 milioni nell'economia UK, creando 200 posti di lavoro e supportandone molti di più

Da Lunedì 13 Giugno 2016 a Venerdì 1 Luglio 2016, IFB 2016 offrirà più di 70 conferenze, eventi, workshop e discorsi su tematiche chiave condotti da esperti conosciuti in tutto il mondo, al fine di illustrare analisi, contesti e connessioni.

Ogni settimana sarà dedicata ad un tema specifico:

- Lunedì 13 - Domenica 19 Giugno 2016 = Industria manifatturiera
- Lunedì 20 - Domenica 26 Giugno 2016 = Energia & Ambiente
- Domenica 26 Giugno - Venerdì 1 Luglio 2016 = Industria creativa & digitale

Anche i settori di scienza & innovazione, servizi professionali, infrastruttura & logistica e internazionalità verranno coperti durante le tre settimane di festival. Registrandosi all'IFB 2016 Business Club, i membri saranno automaticamente iscritti nel servizio di matching digitale state-of-the-art e saranno appaiati con un potenziale cliente, investitore o fornitore in base ai loro unici requisiti e strategia di impresa. I membri avranno anche l'opportunità di incontrare esperti di aziende leader e di ricevere consigli adatti ai loro bisogni, tra cui aspetti legali e finanziari del commercio, ricerche di brevetti, diritti sulle proprietà



intellettuali e altri problemi per aiutarli a capire come accellerare la crescita del loro business o ottimizzare le operazioni.

Maggiori informazioni sull'IFB 2016 e il programma degli eventi si possono trovare su [www.ifb2016.com](http://www.ifb2016.com)

Per l'edizione IFB 2016, inoltre, la Camera di Commercio e Industria Italiana per il Regno Unito ha confermato la sua presenza organizzando una delegazione italiana per facilitare l'aumento del commercio bi-laterale tra i due paesi e per supportarli al fine di ottimizzare la loro presenza al festival.

Se siete impegnati nel settore manifatturiero, energia e ambiente, o creativo e digitale, e volete far parte della delegazione italiana all'IFB 2016, si prega di contattare Lucrezia Chiapparino a: [manchester@italchamind.org.uk](mailto:manchester@italchamind.org.uk)



**CAMERA DI COMMERCIO ITALIANA DI LONDRA**  
1 Princes Street – London W1B 2AY  
Tel. +44.20.74958191  
[info@italchamind.org.uk](mailto:info@italchamind.org.uk) – [www.italchamind.org.uk](http://www.italchamind.org.uk)

# seconda edizione Festival for Business 2016



## Italian Delegation at the Second Edition of the Liverpool International Festival for Business 2016

**The Rt Hon David Cameron, Prime Minister: "Britain is open for business, so for anyone involved in enterprise the International Festival for Business is the place to be. Make sure you are there to make the most of it"**

Located in the new Exhibition Centre Liverpool, the International Festival for Business is the world's biggest business festival that provides a global marketplace to exchange ideas about opportunities for businesses, innovation and industries and for creating connections between the world's most influential business leaders, entrepreneurs, free-thinkers and investors.

The IFB2014 edition saw more than 190 delegations from over 92 countries, 400 events in over 50 days, 3350 companies secured deals, £300m worth of deals struck and 15000 IFB Business Club members.

According to Ste Lingard and Dr. Katherine Davies IFB 2014 Report1:

- 3000 companies have secured or expect domestic sales
- 1400 companies have secured or expect export sales totalling an estimated £100m over

three years

- More than 350 companies expect to sign investment deals worth an estimated total of £200m over three years
- An estimated 10000 new jobs could be generated over three years
- 10% of participants are now actively exploring exporting for the first time
- 11% of participants are now looking to expand into new markets
- 81% of delegates and 77% of sponsors are keen to take part in IFB2016 or other similar Liverpool vision events in the future
- 30% of participants will use UKTI services in future
- 59% of delegates say that their market profile will benefit
- More than one in three participants have been helped to improve their strategy or skills
- Delegates spent more than £15m in the UK

economy, creating 200 jobs and supporting many more

From Monday 13th June 2016 to Friday 1st July 2016, the IFB2016 will offer more than 70 top conferences, events, workshops and key-note speeches led by globally-renowned experts offering inside analysis, context and connection.

Each week will be dedicated to a specific theme:

- Monday 13th - Sunday 19th June 2016 = Manufacturing
- Monday 20th - Sunday 26th June 2016 = Energy & Environment
- Sunday 26th - Friday 1st July 2016 = Creative & Digital

Science & Innovation, Professional Services, Infrastructure & Logistics, International Skills sectors are also covered during the three weeks of the Festival.

By registering at the IFB 2016 Business Club, members will automatically be enrolled in the state-of-the-art digital matching service and will be paired with a potential customer, investor or supplier, based on their unique requirements and their business strategy. Members will also be given an exclusive opportunity to meet with leading industry experts and receive and access advice that is tailored to their business needs including legal and financial aspects of commerce, patent searches, intellectual property rights and guidance about all sorts of issues that help them to understand how to accelerate their business growth or optimise operations.

For more information about the IFB2016 and the schedule of events, please visit [www.ifb2016.com](http://www.ifb2016.com)

Also for the IFB 2016 edition the Italian Chamber of Commerce and Industry for the UK has confirmed its presence organising an Italian delegation with the aim of facilitating the increase in bi-lateral trade between the two countries and supporting them to maximise their time at the festival.

If you work in manufacturing, energy and environment or creative and digital sector and would like to be part of the Italian delegation at the IFB 2016, please contact Lucrezia Chiapparino at: [manchester@italchamind.org.uk](mailto:manchester@italchamind.org.uk)

“

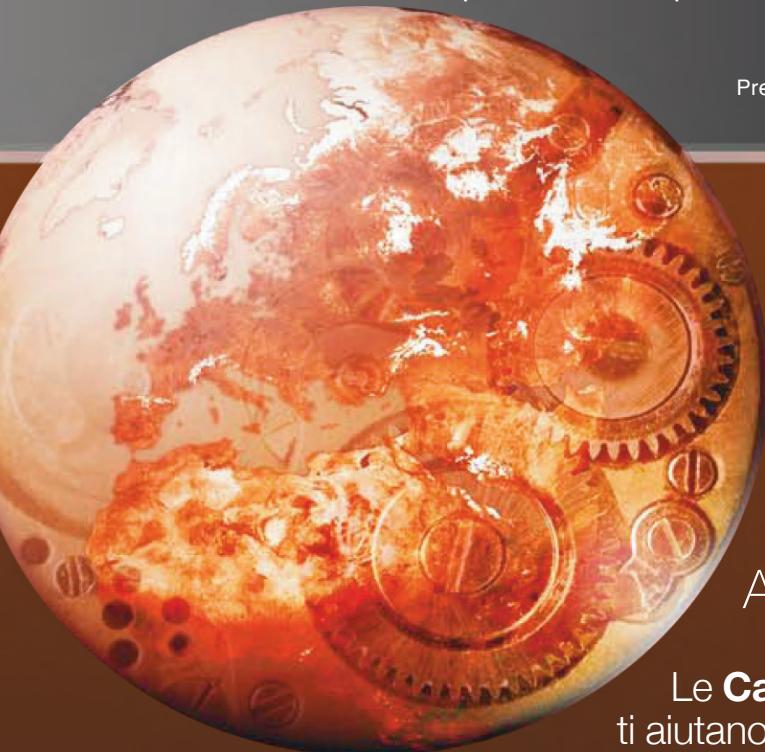
In questi anni di crisi economica, l’Australia ha mantenuto un tasso di crescita economica di segno positivo: la posizione geografica, strategica all’interno dell’Area Asia-Pacifico, un sistema normativo che favorisce gli investimenti, un’economia aperta all’innovazione, infrastrutture all’avanguardia, 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 Carrozzì,  
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](http://www.assocamerestero.it/camere)

**Assocamerestero**

Associazione delle Camere  
di Commercio  
Italiane all’Estero

# Top China-Lombardy Business Summit in Milan

**H**igh Quality Italy si conferma ancora una volta il brand fiduciario a cui le imprese italiane possono fare riferimento per promuovere i loro prodotti, progetti e servizi di alta qualità "certificata e garantita" sia in Cina che nei mercati internazionali" ha dichiarato **Giuliana D'Antuono**, General Manager di High Quality Italy (HQI srl) e Segretario Generale dell'Associazione Physeon. L'occasione è la full immersion di incontri, avvenuti venerdì 27 e sabato 28 novembre, a Milano con due importanti delegazioni cinesi per rafforzare le relazioni diplomatiche e commerciali tra i due paesi.

Una ulteriore conferma del successo con il paese asiatico arriva da **Maria Moreni**, Presidente dell'Associazione Physeon: "Siamo orgogliosi dei risultati che High Quality Italy e High Quality China (dipartimento di lobby sino-italiana dedicato alla promozione dell'alta qualità cinese) hanno ottenuto in pochi anni, in termini di credibilità, buona reputazione e operatività con la Cina ma, soprattutto, per il rafforzamento dei legami diplomatici e commerciali tra Eccellenze Cinesi e Italiane.

A dare rilievo a questi eventi, organizzati appunto dall'Associazione Physeon per aprire nuovi orizzonti e forme di cooperazione economica-culturale tra eccellenze italiane ed eccellenze cinesi, anche la presenza di rappresentanti istituzionali quali l'On. **Davide Caparini**, Segretario Generale di Presidenza della Camera dei Deputati e il Dott. **Carlo Capria**, Dirigente della Presidenza del Consiglio dei Ministri, Presidente onorario di Physeon e High Quality Italy che con soddisfazione nel suo intervento ha dichiarato: "Da quando sono state allacciate le relazioni diplomatiche, ormai da 45 anni la cooperazione tra i nostri paesi ha prodotto risultati molto positivi in termini di scambi economici e commerciali: l'ammontare del commercio tra i nostri Paesi è cresciuto dai centoventi milioni di dollari ai quarantotto miliardi di dollari attuali. La Cina è ormai diventata il principale partner commerciale dell'Italia in Asia, mentre l'Italia è per la Cina il quinto in Europa. La cooperazione finanziaria è cresciuta rapidamente, sono già più di 5 mila i progetti d'investimento italiani in Cina, nei settori automotive, elettrodomestici, industria chimica, tessile, abbigliamento.

L'Italia, non è solo cultura e bellezza, ma ha sviluppato negli anni tecnologie di eccellenza. Il premier Li Keqiang ha assicurato che alle imprese italiane saranno garantite regole certe e imparziali

che consentiranno di portare avanti iniziative di interesse comune e di rafforzare l'immagine dell'Italia come partner fondamentale della Cina nella strategia One Belt One Road annunciata due anni fa dal Presidente Xi Jingping, che riguarderà 60 paesi dell'Asia, della Eurasia e dell'Europa nei prossimi trenta anni, praticamente tutti quelli già interessati dalla Via della Seta, per un investimento iniziale di 50 miliardi di euro su temi delle infrastrutture, dell'energia, del commercio e del patrimonio culturale.

La storia d'amicizia di questi 45 anni, testimonia che le relazioni bilaterali possono avere una base stabile, creare uno sviluppo costante e vantaggi concreti per entrambi i paesi e i popoli, a condizione che si rispettino e si comprendano le rispettive posizioni e che si agisca con fedeltà, amicizia, uguaglianza".



Carlo Capria

## Top China-Lombardy Business Summit in Milan

**G**iuliana D'Antuono, General Manager of High Quality Italy (HQI Srl) and General Secretary of the Physeon Association, commented that: "High Quality Italy has once again been confirmed as a trusted brand that Italian businesses can count on to promote their 'certified and guaranteed' high quality products, projects and services both in China and on the international markets." The comments were made at the full immersion event held with two important Chinese delegations on Friday 27 and Saturday 28 November in Milan, designed to strengthen diplomatic and trade relations between the two countries.

Further confirmation of the association's success with the Asian country came from Maria Moreni, President of the Physeon Association: "We are proud of the results that High Quality Italy and High Quality China (a Chinese-Italian lobby dedicated to promoting high quality Chinese products) have achieved in just a few years in terms of credibility, reputation and operations with China, and above all in strengthening diplomatic and trade relations between Chinese and Italian points of excellence."

The events, which are organised by the Physeon Association with the aim of opening new horizons and forms of economic-cultural cooperation between Italian and Chinese centres of excellence, were lent lustre by the attendance of institutional representatives such as the Hon. Davide Caparini, General Secretary of the Presidency of the Chamber of Deputies, and Mr. Carlo Capria, Director of the Presidency of the Council of Ministers, Honorary President of Physeon and High

Quality Italy, who showed his satisfaction during his speech by commenting: "Since diplomatic relations began 45 years ago, cooperation between our countries has led to some very positive results in terms of economic and commercial exchanges: trade between our countries has grown from 120 million dollars to today's 48 billion. China has become Italy's main trade partner in Asia, while Italy is China's fifth most important trade partner in Europe. Financial co-operation has grown rapidly, and there are already more than 5,000 Italian investment projects in China, in the automotive, home appliance, chemical, textiles and clothing industries.

Italy has more to offer than just culture and landscapes - over the years, the country has developed top level technology. Premier Li Keqiang offered assurances that Italian businesses will be guaranteed certain and impartial rules, allowing them to pursue initiatives of common interest and strengthen Italy's image as a fundamental partner in China's One Belt Road strategy announced two years ago by President Xi Jingping. The strategy will cover 60 countries across Asia, Eurasia and Europe over the next 30 years - practically all those interested in the Silk Road - with an initial investment of 50 billion euros for infrastructures, energy, trade and cultural heritage.

Over the last 45 years, the friendship between the two countries shows how bilateral relations can have a stable basis, creating constant development and real benefits for both countries and peoples, built on respect and comprehension of their respective positions and acting with loyalty, friendship and equality."

# vITALYty: anno della sanità italiana in Cina

Dal 27 al 30 Gennaio il Ministro della Salute Beatrice Lorenzin è stata impegnata in missione a Pechino per incontrare le più importanti autorità cinesi in tema di sanità, salute, sicurezza alimentare e agricoltura. Tra questi, il Direttore della Commissione Salute e Pianificazione Familiare Li Bin, il Presidente dell'Amministrazione Generale per la Supervisione della Qualità, delle Ispezioni e della Quarantena (AQSIQ) Zhi Shuping, il Presidente della China Food and Drugs Administration (CFDA) Bi Jingquan ed il Vice-Ministro dell'Agricoltura Yu Kangzhen.

Obiettivi della visita presentare la qualità e l'efficienza del modello italiano nei settori della sanità e sicurezza alimentare e rilanciare la collaborazione per riunire i migliori elementi delle rispettive tradizioni, in campo medico e di comportamenti salutari, con la ricerca, lo studio e l'utilizzo di materiali e metodiche innovativi.

L'arrivo a Pechino del Ministro è stato inoltre occasione per lanciare il logo "vITALYty" ed inaugurare l'anno della sanità italiana in Cina. L'iniziativa nasce su input e coordinamento dell'Ambasciata insieme a sostegno delle imprese italiane che operano nel settore della sanità in Cina ed è promossa dalla stessa Ambasciata unitamente all'Agenzia ICE e alla Camera di Commercio italiana in Cina.

Significativa azione a sostegno delle imprese congiuntamente promossa e realizzata nel corso della visita del Ministro è stata l'organizzazione del "Seminario Italo-Cinese sulla Collaborazione nel Settore della Sanità e dei Servizi Sanitari", svolto il 28 Gennaio. Nel corso dell'evento sono stati firmati quattro Memoranda di Understanding, due dei quali sottoscritti dalla Camera di Commercio italiana in Cina (un accordo con il Beijing Weirenweiye International Medicine Research Center per la formazione in Italia di personale medico dirigenziale cinese ed un accordo con l'International Health Exchange and Cooperation Center della Commissione Salute e Pianificazione Familiare per progetti di collaborazione per l'innovazione e lo sviluppo dell'industria healthcare) che saranno resi operativi da diverse aziende appartenenti al Gruppo di Lavoro sulla Sanità della CCIC.

Attivo dal 2015, il Gruppo di Lavoro della Sanità conta circa venti Soci, tutte le aziende attive nel settore della sanità tra cui aziende che producono macchinari e attrezzature sanitarie, prodotti farmaceutici, tecnologie per la gestione dei servizi sanitari etc. Come gli altri Gruppi di Lavoro della CCIC, il Gruppo di Lavoro si incontra periodicamente ed è compatto nelle proprie attività di promozione e sensibilizzazione delle controparti cinesi nei confronti della qualità e dell'esperienza italiana nel settore sanitario, che è stata anche riconosciuta a livello mondiale come la terza per efficienza.

Vi invitiamo scaricare la brochure "vITALYty" al seguente indirizzo [www.cameraitacina.com/sites/default/files/vitalyty\\_ese\\_alta\\_0.pdf](http://www.cameraitacina.com/sites/default/files/vitalyty_ese_alta_0.pdf) ●



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

## vITALYty: the year of Italian healthcare in China

On January 27th – 30th, 2016 the Minister of Healthcare Beatrice Lorenzin was involved in a diplomatic mission in Beijing to meet the most important Chinese authorities for healthcare, health, food security and agriculture. Among these, there were the Minister and Secretary of National Health and Family Planning Commission Li Bin, the President of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) Zhi Shuping, the President of China Food and Drug Administration (CFDA), Bi Jingquan and the Vice Minister of Agriculture Yu Kangzhen.

The objectives of this visit were to present the quality and efficiency of the Italian model in the sectors of healthcare and food security and to relaunch the collaboration between China and Italy in order to reunite the best elements of the respective traditions in the field of medicine and healthy behaviour thanks to research, study and exploitation of innovative methods and materials.

In addition, the Minister's arrival in Beijing was the occasion to launch the logo "vITALYty" and inaugurate the year of Italian healthcare in China. This initiative was born under the input and direction of the Embassy together with and in support of Italian companies operating in the sector of healthcare in China; it was promoted by the Embassy together with the Italian Trade Agency (ITA) and the China Italy Chamber of Commerce (CICC).

A remarkable action in support of the companies promoted and realised during the Minister's visit was the organisation of the "Seminario Italo-Cinese sulla Collaborazione nel Settore della Sanità e dei Servizi Sanitari", which took place on January 28th. During this event, four Memoranda of Understanding were signed, two of them subscribed by the China Italy Chamber of Commerce (an agreement with the Beijing Weirenweiye International Medicine Research Center for the training of Chinese executive healthcare personnel in Italy and an understanding with the International Health Exchange and Cooperation Center of the National Health and Family Planning Commission for the projects of cooperation regarding development and innovation of healthcare industry) which will be put into effect by different companies belonging to the CICC Healthcare Working Group.

Active since 2015, the Healthcare Working Group has nearly 20 Members, all the companies that are active in the sector of healthcare among which there are companies producing healthcare machinery and equipment, pharmaceutical products, technologies for the management of healthcare services etc. As the other CICC Working Groups, the Working Group gathers periodically and it is compact as regards its own activities of promotion and awareness of the Chinese counterparts towards the Italian quality and experience in the healthcare sector, which has been globally recognised as third in the category of efficiency.

We invite you to download the brochure "vITALYty" at [www.cameraitacina.com/sites/default/files/vitalyty\\_ese\\_alta\\_0.pdf](http://www.cameraitacina.com/sites/default/files/vitalyty_ese_alta_0.pdf)



## Bocconi Alumni Global Conference 2016

Prendi nota! Il 10 e 11 Marzo 2016 a Shanghai si svolge l'edizione 2016 della Bocconi Alumni Global Conference. Dopo Singapore, New York e Londra, quest'anno è la Cina ad ospitare la riunione annuale degli Alumni dell'Università Bocconi.

La conferenza di due giorni è intitolata "Silk Road: Eurasia Connectivity". Si parlerà di relazioni tra Italia e Cina e si affronteranno temi di attualità lungo la Nuova Via della Seta nei settori di finanza, innovazione e tecnologie, management e geostrategia. Tra gli ospiti d'eccezione che parteciperanno alla conferenza e al programma sociale (cocktail di benvenuto e Gala Dinner) il Presidente dell'Università Bocconi Mario Monti, il Rettore Andrea Sironi, il Presidente della Bocconi Alumni Association Riccardo Monti e l'Ambasciatore d'Italia nella R.P.C. Ettore Francesco Sequi.

Scarica il programma (<https://globalconference.bocconialumni.it/en/program/index.html>) della conferenza. La Conferenza è aperta anche ai non-Alumni.

Per registrarsi, scrivi a [bocconi@cameraitacina.com](mailto:bocconi@cameraitacina.com)

## BOCCONI ALUMNI GLOBAL CONFERENCE 2016

Save the date! On March 10th and 11th the 2016 edition of the Bocconi Alumni Global Conference will be held in Shanghai. After Singapore, New York and London, this year China is the hosting Country for the yearly reunion of the Bocconi Alumni Association. The two-day event is titled "Silk Road: Eurasia Connectivity". The Conference will tackle Italian and Chinese relations and include different sessions on finance, innovation, high-tech, management and geostrategic issues.

Distinguished guests and speakers attending the conference and the social activities (namely, welcoming cocktail reception and gala dinner) will be the President of Bocconi University Mario Monti, the Rector Andrea Sironi, the President of the Bocconi Alumni Association Riccardo Monti and the Ambassador of Italy to the P.R.C. Ettore Francesco Sequi.

Download the full program (<https://globalconference.bocconialumni.it/en/program/index.html>) of the conference. The Conference is open to non-Alumni too. To register, please contact: [bocconi@cameraitacina.com](mailto:bocconi@cameraitacina.com)

## Vinitaly 2016: il più importante salone del vino festeggia cinquant'anni

Vinitaly festeggia cinquant'anni. Dal 10 al 13 Aprile Verona ospiterà la cinquantesima edizione della più grande manifestazione dedicata al mondo del vino, che negli anni ha scandito l'evoluzione del sistema vitivinicolo nazionale ed internazionale, contribuendo a fare del vino una delle più coinvolgenti e dinamiche realtà del Made in Italy.

Business, internazionalizzazione e formazione. Su questi tre pilastri è concepita l'edizione di quest'anno, che calamiterà più di 4000 espositori e operatori del settore provenienti da oltre 140 Paesi e si articola in un ricco



programma di conferenze con esperti, special shows, degustazioni top wine etc. Nonsolovino. In concomitanza con Vinitaly, Verona Fiere organizza Sol&Agrifood, Rassegna

Internazionale dell'Agroalimentare di Qualità, prestigiosa vetrina che promuove l'eccellenza olivicola ed agroalimentare sul mercato nazionale ed internazionale.

La Camera di Comercio Italiana in Cina (CCIC) seleziona operatori cinesi che potranno usufruire di pacchetti di ospitalità offerti da Verona Fiere.

Oltre 4.000 le ragioni per visitare e conoscere Vinitaly, tante quante sono le aziende che vi prendono parte. Se interessati, vi invitiamo a contattarci all'indirizzo: [info@cameraitacina.com](mailto:info@cameraitacina.com)

## Vinitaly 2016: the largest event dedicated to the world of wine celebrates its 50th anniversary

Vinitaly turns fifty. From April 10th to 13th Verona will host the 50th edition of the largest event dedicated to the world of wine, the event that more than any other has marked the evolution of the wine system on a national and international scale, helping to make wine one of the most exciting and dynamic realities of Made in Italy. Business, internationalisation and training. Those are the main pillars of this year

edition. More than 4000 exhibitors and buyers coming from over 140 Countries around the world are expected to join and attend the rich program of conferences with experts, special shows, tastings top wine etc.

Wine & more. Sol&Agrifood will be held alongside Vinitaly. The International Exhibition of Quality Agro-Foods is a prestigious showcase that promotes

excellence in olive oil and agro-foods on a national and international scale. The China-Italy Chamber of Commerce (CICC) shortlists Chinese buyers to join the hospitality programs offered by Verona Fiere.

More than 4,000 reasons to visit and get to know Vinitaly – one for all the Italian and foreign companies attending the Show.

If interested, please contact us at: [info@cameraitacina.com](mailto:info@cameraitacina.com)

**A**nticipata da esposizioni itineranti organizzate dal Governo Indiano in diverse città, sia in India che all'estero, la quarta edizione del GIM (Global Investors Meet) Invest in Karnataka è stato un successo, e ha realizzato le aspettative di investitori e istituzioni. L'obiettivo di questo evento annuale, tenutosi a Bangalore, è di creare una piattaforma che permetta incontri tra le migliori menti, al fine di sviluppare networks, interscambiare idee, favorire la creazione di tecnologie, innovazione, e rafforzare i concetti di inclusività e sostenibilità.

Il Karnataka è l'ottavo stato Indiano per estensione, e il nono per popolazione, ma è uno dei più avanzati del Paese. Si prevede che lo Stato sorpasserà il trend di crescita nazionale con uno stacco del 2 o 3% sopra il PIL Indiano. Con il 5% della popolazione totale, contribuisce per il 6% al PIL del paese, per il 7% al capitale fisso, e per il 13% alle esportazioni. È inoltre il primo stato Indiano ad aver implementato politiche pensate in particolare per start up, per l'industria aerospaziale e per il settore dei semiconduttori. Per questi motivi l'area ha guadagnato il soprannome di Silicon Valley dell'India.

L'evento si è svolto dal 3 al 5 febbraio, ed è riuscito a raggiungere lo stupefacente numero di 1201 progetti approvati in totale, dei quali 147 sono già stati firmati, inoltre sono stati stilati "Memoranda of Understanding" per più di 40 miliardi di Euro. In aggiunta, il governo statale ha firmato delle "Expressions of interest" con 121 investitori.

Il discorso di inaugurazione è stato tenuto dal Ministro Indiano delle Finanze, Corporate Affairs, Informazione e Broadcasting Arun Jaitley, il quale ha dichiarato "credo che avvalorato da tutti questi vantaggi, il Karnataka abbia la capacità di crescere il due per cento in più rispetto al prospetto di sviluppo economico nazionale". I vantaggi cui il Ministro si riferisce sono ingenti risorse naturali e umane, oltre a uno sviluppatissimo talento imprenditoriale. Il Ministro Indiano dell'Istruzione Superiore e del Turismo ha detto "gli investimenti totali che abbiamo raccolto genereranno 670.000 nuovi posti di lavoro nello Stato", e per dimostrare l'impegno del governo nel validare i progetti, è stato designato un ufficio che esegua follow up su tutti gli accordi con un importo maggiore di 23 milioni di euro.

Per quanto riguarda il problema infrastrutturale, e la necessità di diminuire la quantità di traffico nelle città Indiane, il Ministro delle reti stradali ha dichiarato che sette miliardi di euro saranno investiti per lo sviluppo del sistema stradale

# Il Karnataka: una vetrina sulle crescenti opportunità d'investimento dello stato indiano

di Beatrice Locatelli, IICCI



entro la fine del 2016, per ampliarne l'estensione di 4000 km attraverso lo stato. Il ministro dei trasporti Indiano Nitin Gadkari ha espresso l'intenzione di contribuire, e allocare più di 100 miliardi di euro nei prossimi due anni come provvigione per lo sviluppo delle vie di terra in Karnataka.

Ratan Tata, Presidente del gruppo Tata fino al

**the** **INDO-ITALIAN Chamber**   
OF COMMERCE AND INDUSTRY

**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

2012, ha fatto presente che il Karnataka è un centro di sviluppo di alta tecnologia, in particolare nei segmenti IT e aerospaziale. Tra i settori presenti alla fiera inclusi anche l'automobilistico, la difesa, l'agro industria, l'energia, il turismo, l'elettronica e altri. Il maggiore flusso d'investimenti è stato ricevuto dall'industria energetica, in particolare per l'energia solare ed eolica, e per le tecniche di smaltimento dei rifiuti.

L'Italia ha partecipato all'evento con un Country Focus, che si è tenuto il 4 febbraio. Rappresentanti della ICE – l'Agenzia per il Commercio Italiana, della Camera di Commercio Indo Italiana (IICCI), e della SACE – Italian Export Credit Agency, hanno presen-

ziato alla conferenza. I due stati hanno un ambiente di investimento, produttivo e imprenditoriale simile, infatti i settori in cui l'Italia ha un elevato expertise sono la manifattura, il design, il tessile, l'agroalimentare; e questi coincidono con l'offerta produttiva dello stato del Karnataka. Dal punto di vista Italiano, le quattro macro aree più interessanti sono quella tecnologica, dell'IT, l'agro-industriale, l'infrastrutturale; che continuano a essere i settori chiave anche dello stato Indiano.

L'Ambasciatore d'Italia in India, S.E. Lorenzo Angeloni ha partecipato al Italy Country Focus, apendo la discussione con le osservazioni di cui sopra, ed evidenziando inoltre il consistente numero di aziende Italiane operanti nel settore

manifatturiero, oltre 400, già operanti in India. Alla Presentazione Paese, sono intervenuti anche Francesco Pensabene (ICE), Claudio Maffioletti (IICCI) e Amit Roy (SACE). L'Italia è stata inoltre soggetto attivo di una tavola rotonda sul tema *"Bangalore Economic Model – Trend and Opportunities"*: il Commissario al Commercio Italiano per l'India ha tenuto un discorso, e ha dichiarato che c'è stato un aumento del 12% nelle esportazioni Italiane verso l'India, delle quali il 50-60% in macchinari ad alta tecnologia. Inoltre, un grosso contributo è stato apportato da storie di successo di sei aziende Italiane che stanno già operando in Karnataka, e che sono state riportate direttamente dagli alti dirigenti delle società. ●

## Invest in Karnataka: showcasing the business opportunities of the southern Indian state

**A**nticipated by promotional road shows by the Indian Government in several cities in India and abroad, the fourth edition of the GIM (Global Investors Meet) Invest in Karnataka was a success, and it fulfilled expectations of investors and institutions. The aim of this yearly event held in the city of Bangalore is to create a platform for the best minds to meet, develop networks, exchange ideas, foster technology creation, innovation, inclusivity and sustainability.

Karnataka is the 8th largest State for Area, and the 9th by population, but it is one of the most progressive and advanced in the Country. The State is expected to surpass the national growth rate by 2 to 3% ahead of India's GDP. With 5% of India's population, it contributes to 6% of GDP, to 7% of fixed capital, and to 13% of total exports. It is furthermore the first Indian State to implement policies specially crafted for Start-ups, Aerospace industry, and the semiconductors sector. For these reasons, the area has earned the title of Silicon Valley of India.

The fair took place on February 3rd to 5th, and it managed to reach the number of 1201 approved projects in total, of which 147 signed, plus Memoranda of Understanding for more than Euro40 billions. In addition, the State Government signed an Expression of Interest with 121 investors.

The inauguration speech was held by the Union Minister for Finance, Corporate Affairs, Information and Broadcasting Arun Jaitley, who declared "I believe with all of these advantages, Karnataka has the

capacity to grow two per cent more than the country's economic growth". The advantages he is referring to are natural resources, great human resources and entrepreneurial talent. The Indian Minister of Higher Education and Tourism said "the total investment we gathered will generate 670.000 jobs across the state", and to prove the government commitment to validate the projects, an official has been appointed to follow up all the deals above Euro 23 millions.

As for the infrastructure issue, and the need to decrease the amount of car traffic in Indian cities, the Ministry of Roadways has stated he will invest Euro 7 billion for road development by the end of 2016, to add 4000 Km of National Highway throughout the state. The Union Transport Minister Nitin Gadkari declared his intentions to contribute and allocate more than Euro 100 billion during the next two years as a provision for road development in Karnataka.

Ratan Tata, chairman of Tata Group until 2012, asserted that Karnataka is a centre for high technology development, in particular in the sectors of IT and aerospace. But the sectors the fair covered were not only those, they in fact spanned from automobile, to defence, agro-food, energy, tourism, electronics and others. The segment receiving the highest level of investment was the energy one, in particular in fields like waste management, solar and wind energy.

Italy participated to the fair with a Country Focus, which took place on February the 4th. Representa-

tives of ICE-Italian Trade Commission, the Indo-Indian Chamber of Commerce and Industry (IICCI), SACE- Italian Export Credit Agency were present at the event. The two states are thought to have a similar investment and production landscape, in fact the sectors in which Italy has a developed expertise are food processing, manufacturing, design, and textiles, and these fit exactly into the production background of Karnataka Area. From an Italian point of view, the four major macro areas of improvement are technology, ICT, food processing, and infrastructure, which are again some of the core strengths of Karnataka's ecosystem.

The Ambassador of Italy to India, H.E. Lorenzo Angeloni, actively participated by opening the country focus with these remarks, highlighting as well the number of over 400 Italian manufacturing enterprises already present in India. At the Italy Country Presentation, also Francesco Pensabene (ICE), Claudio Maffioletti (IICCI) and Mr. Amit Roy (SACE) intervened.

Italy was also present at a Round Table on the theme *"Bangalore Economic Model – Trend and Opportunities"*: The Italian Trade Commissioner for India carried out a speech, and said there has been a 12% increase in exports to India from Italy, of which 50-60% is high tech machinery. Furthermore, a big contribution was brought by success stories of six Italian companies already operating in Karnataka, directly illustrated by the senior managers of these companies.



## Il Canale televisivo del Made in Italy su internet

**Il canale televisivo del made in Italy**  
su internet, per raccontare l'Italia in TV  
nel Mondo, con interviste e approfondimenti  
tematici e **Video Giornale** settimanale.  
Questo è **ItalPlanet TV** su Canale Europa,  
che i telespettatori in tutto il mondo possono  
raggiungere e vedere direttamente  
dal **computer**, dal **televisore** opportunamente  
collegato ad internet, dal **tablet** e dallo  
**smartphone**.

A supporto e a completamento di tutte  
le attività editoriali di ItalPlanet Group,  
**ItalPlanet TV** permette la pubblicazione

di interviste in studio e/o presso il cliente  
e spot promozionali, per raggiungere il grande  
pubblico della televisione su internet.  
Ogni annuncio viene rimandato al profilo  
o al sito del marchio o del prodotto  
che viene pubblicizzato e ottimizzato  
e posizionato sui motori di ricerca,  
per apparire in primo piano in tutto il mondo.

### Palinsesto e servizi:

Video Giornale settimanale;  
Il Salotto: gli Imprenditori si incontrano;  
Promo Eventi.

Radio  
Italia



NUOVA  
GRAFICA  
NUOVE  
FUNZIONI

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 PHOTO GALLERY ESCLUSIVE  
E LEGGERE TUTTE LE NEWS DI MUSICA ITALIANA.

E CON LA NUOVA FUNZIONE "IO C'ERO" ... FOTOGRAFI I MOMENTI PIÙ BELLIVISSUTI CON NOI!

E POI I PODCAST, TUTTE LE DATE DEI CONCERTI, LA WEB RADIO E I CONCORSI!  
SCARICA O AGGIORNA L'APP DI [RADIOITALIA](#), DISPONIBILE SU APPLESTORE E GOOGLEPLAY.  
E GRATIS!

PORTA SEMPRE CON TE LA MIGLIORE MUSICA ITALIANA!

# Where the sea speaks of **Italy**



SIGNA  MARIS

Signa Maris leads you through the enchanted  
marinas of Southern Italy.  
An exciting journey to the heart of the  
Mediterranean Sea with all its art, culture,  
flavours, and natural landscapes.

**www.signamaris.it** is your safe harbour;  
set sail for destinations that are unique  
in the world.



Website



Mobile app



Investiamo  
nel  
vostro  
futuro