

Montepulciano Le proposte del pensatoio. Tra i componenti da Gianni Letta a Paolo Romani, da Luca Cordero di Montezemolo a Diego Della Valle

Gastronomia e università artigiane, le idee per l'Italia

MILANO — Sette idee per il *made in Italy*. Sette azioni, alcune molto concrete, altre più ideali — e forse, allo stato delle cose, oggi, in Italia, un po' utopistiche — partorite nel «pensatoio» di Montepulciano (Siena), durante il workshop promosso da **KPMG**. Il Corriere l'aveva anticipato a inizio maggio, oggi è il tempo delle proposte: quelle partorite dal *think-tank* ristretto di uomini delle istituzioni, dell'imprenditoria, dell'università che si sono ritrovati a discutere di come far funzionare il «marchio Italia».

Sette azioni a cavallo tra pubblico e privato, e in cui la ricerca giocherà un ruolo chiave. Quella econometrica, soprattutto: tra le indicazioni emerse, la sua applicazione «per misurare gli effetti indotti complessivi sul Pil» legati all'aumento delle rotte aeree dall'estero sull'Italia. «Di solito, la ricerca econometrica è legata alla macroeconomia — spiega Franco Masera, di **KPMG** —. Così molte filiere che sarebbero produttive si perdono, perché questa ricerca non c'è». Un esempio per i non addetti ai lavori? «Mettiamo il caso del volo diretto Londra-Brindisi: oltre all'indotto sul Pil locale, nessuno

ha calcolato l'effetto sul valore di edifici e terreni. Potrebbe valere la pena di aprire un lci specifico, è un dato che non va ignorato...». Altro spunto: «Misurare gli effetti di un viaggio turistico positivo in Italia sulle vendite dei nostri prodotti all'estero. È difficile, ma si può fare».

Un passo più in là dell'econometria, c'è un sogno di ben altra scala: nuovi atenei e centri di specializzazione legati alla nostra capacità di essere «artigiani», «un po' come Illy con la sua Università del Caffè — spiega Masera —. Pensiamo a cosa potrebbero fare, che so, un Armani e una Fondazione Cariplo a Milano, sulla moda. In Italia ci sono le potenzialità per un Mit della creatività. Con corsi in inglese, perché l'obiettivo è il mondo».

E per raggiungerlo, ecco le altre azioni ipotizzate a Montepulciano: sostegno alle imprese italiane all'estero, da realizzare in aree chiave (Cina, India, Sudafrica) e con un network su più livelli («l'idea è mettere in rete i "piccoli", dalle ambasciate all'Istituto per il commercio estero, alle banche d'affari»); investimenti seri nell'e-commerce («il nostro export si appoggia sulle vendite online solo per il 6%, in

Francia e Germania sono al 10-11%»); «reingegnerizzazione e semplificazione» dei processi che legano le imprese alla pubblica amministrazione; un piano integrato enogastronomia e *wellness*, «due vettori che potrebbero combinare i piani di sviluppo».

C'è posto, infine, per due progetti raggruppati sotto un unico ombrello, quello della «finanza pubblica a sostegno»: un rientro parziale o addirittura totale del debito di fornitura della pubblica amministrazione verso le imprese, «accordandosi con le banche per riallocare una parte del "rientro" — diciamo il 5% — sulla filiera del *made in Italy*»; valutare se il Fondo italiano di investimento è in grado di sostenere le nostre imprese, soprattutto quelle che si impegnano in acquisizioni all'estero, sottoscrivendo quote in consorzi di collocamento che favoriscano la quotazione delle piccole e medie imprese. «Non stiamo chiedendo finanza aggiuntiva, ma solo di finalizzare meglio quella esistente — chiosa Masera —. Dal workshop, del resto, è emersa una voglia di cambiamento cui non si è sottratto neanche il mondo pubblico...».

Dalle idee ai fatti, come si fa? Il «pensatoio» oggi è formato da rappresentanti delle istituzioni (Gianni Letta per la Presidenza del Consiglio, Paolo Romani per lo Sviluppo Economico, Enzo Scotti per la Farnesina), interlocutori dal mondo delle imprese (da Salvatore Rossi, Banca d'Italia, a Luca Cordero di Montezemolo, Diego Della Valle e Nerio Alessandri, passando per Sace, Google, Saatchi&Saatchi), della finanza (Abi, Banca Intesa). Non rimarrà tale: dall'impegno di 30 persone — e dall'interesse dimostrato da Presidenza del Consiglio, Mae e Sviluppo Economico — nasceranno 6-7 gruppi di lavoro, con uno *steering committee* ristretto e un sito aperto a tutti i partecipanti, per seguire il progetto tappa dopo tappa. «L'appuntamento sarà tra un anno, per fare il punto dei lavori. Vorremmo anche incontrarci con quelli che chiamiamo "ostacolatori" (vale a dire, le istituzioni) per discutere i possibili ritardi di percorso, e capire come risolverli». Il costo? «Prevediamo un ordine di grandezza di 5-600.000 euro. Tutto coperto dai partecipanti».

Gabriela Jacomella

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le rotte aeree e il Pil

Attraverso l'econometria si possono misurare gli effetti indotti dalle rotte aeree sul Pil

Summit
Il rilancio
del
Bel Paese

1 Mettere in rete i piccoli imprenditori, dalle ambasciate all'Istituto per il commercio estero alle banche d'affari, in aree chiave come Cina e India

2 Investimenti seri nell'e-commerce, considerato che il nostro export si appoggia sulle vendite online solo per il 6% mentre in Francia e Germania è al 10-11%

Sette gruppi di lavoro

Dall'impegno di trenta persone il «pensatoio» si articolerà in 6-7 gruppi di lavoro



3 Reingegnerizzazione e semplificazione dei processi che legano le imprese alla pubblica amministrazione; un piano integrato di enogastronomia e *wellness* che potrebbe combinare i piani di sviluppo

4 Rientro parziale del debito di fornitura della pubblica amministrazione verso le imprese, «accordandosi con le banche per riallocare una parte del "rientro" sulla filiera del *made in Italy*»

L'iniziativa Quaranta invitati: da Gianni Letta a Paolo Romani, da Luca Cordero di Montezemolo a Diego Della Valle

«Bellezza ed efficienza». Un pensatoio sul made in Italy

Imprenditori, esperti e rappresentanti delle istituzioni riuniti per produrre sei-sette idee

Se ne sente parlare da tempo, una specie di torrente carsico che riaffiora qua e là nelle secche della crisi, tra i dibattiti sul rilancio, negli appelli al «sistema Paese». È stato, per anni, la bacchetta magica che tutto avrebbe risolto: il *made in Italy*, la formula che ci avrebbe salvato dalla deriva nell'oceano dei mercati globali.

Cosa significhi nel concreto, è un tema su cui forse in pochi si sono soffermati a riflettere. Funziona, il *made in Italy*? O, all'inglese: (*made in*) *Italy works*? La parentesi non è un vezzo, ma la chiave di lettura del workshop che si terrà sabato a Montepulciano (Siena). Una quarantina i partecipanti, da tre «mondi» — istituzioni, esperti di economia e sviluppo, manager e imprenditori — che non è scontato ritrovare intorno a un tavolo, a porte chiuse, per ragionare insieme su come sfruttare le potenzialità del «marchio Italia» su uno scacchiere internazionale sempre più vasto e complesso, dove dormire sugli allori della fama già conquistata è stupido, se non controproducente.

«L'idea — spiega Franco Masera di

KPMG (la multinazionale della consulenza promotore dell'iniziativa) — nasce da una domanda: qual è il contributo che possiamo dare al Paese che "ci ospita"? La risposta è semplice: il nostro valore aggiunto più significativo è il processo di internazionalizzazione». Tutto prende le mosse da un filmato di 15 minuti, che KPMG Italia ha realizzato con il contributo di Fabbrica (il centro di ricerca sulla comunicazione finanziato dal Gruppo Benetton) e mostrato a 800 partner internazionali. «C'è l'Italia che non ti aspetti, imprenditoriale e dinamica», sintetizza Masera. Molti nomi-simbolo, da Barilla a Technogym e Brembo, e un «filo rosso: la capacità di produrre il bello anche nel funzionale». Presentato alla Farnesina, si sta pensando di usarlo come «biglietto da visita» nelle ambasciate all'estero.

«Da qui è nato lo spunto di analizzare il tema del *made in Italy*, soprattutto concentrandosi sull'«Italy»: se l'Italia è un *brand* dal valore positivo, conviene investire in politiche di *branding*. Un'idea che ritorna nella scelta della sede di sabato, la cantina

Icaro di Andrea Cecchetti, dove si fondono valori «italiani» come arte, gusto, territorio. E intorno a cui si confronteranno presentazioni e dibattiti, partendo da due elementi: «Il mercato, oggi, è fatto sempre più di percezione e meno di "realtà". Dall'89 in poi, inoltre, il numero dei consumatori finali si è dilatato, nel giro di vent'anni avremo una discontinuità di 1,5-2 miliardi... È fondamentale, quindi, saper fare scelte strategiche». A discuterne, i rappresentanti delle istituzioni (Gianni Letta per la Presidenza del Consiglio, Paolo Romani per lo Sviluppo Economico, Enzo Scotti per la Farnesina), interlocutori dal mondo delle imprese (da Salvatore Rossi, Banca d'Italia, a Luca Cordero di Montezemolo, Diego Della Valle e Nerio Alessandri, passando per Sace, Google, Saatchi&Saatchi), della finanza (Abi, Banca Intesa). L'obiettivo/ambizione? «Veder nascere, dalla discussione, 6/7 idee e su quelle costruire possibili progetti. Creando una "sistematicità d'azione" che in Italia, oggi, non c'è».

Gabriela Jacomella

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Valori «italiani» all'estero

La classifica dei punti di forza che, all'estero, sono percepiti come collegati al «made in Italy» nel sondaggio realizzato da Kpmg

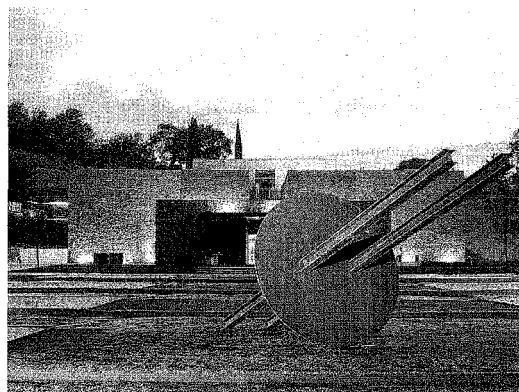
 Estetica/bellezza	82%	 Cultura	40%
 Lusso/comfort	72%	 Innovazione	11%
 Passione	58%	 Tecnologia	4%
 Creatività	53%	 Resistenza/investimento	3%
 Qualità	40%	 Ordine/precisione	1%
 Cibo/bevande	40%		

Fonte: Kpmg

D'ARCO

La cantina e il video

L'incontro nella cantina Icaro. Tutto partirà da un video di 15 minuti di Fabbrica sul Paese dinamico



La sede La cantina Icaro, a Montepulciano, ospiterà il workshop

ANSA.IT | Toscana

cerca

Nel sito Google

home calcio economia cinema foto video newsmat ansaspecializzati ansainternational meteo

Topnews Cronaca Politica Regioni Mondo Sport Spettacolo Cultura e Tendenze Scienza e Medicina Tecnologia e Internet In Breve ANSA English 150

ANSA.it > Regioni > Toscana > News

SMS NEWSMAP

Made in Italy, a Montepulciano si scommette su futuro

Workshop con Gianni Letta, Montezemolo, Sabatini e Morelli

07 maggio, 13:19

Indietro Stampa Invia Scrivi alla redazione Suggestisci

(ANSA) - MONTEPULCIANO (SIENA), 7 MAG - Quanto vale il Made in Italy? Quanto e' spendibile nei nuovi mercati emergenti? A queste e ad altre domande cercano di rispondere una quarantina di uomini delle istituzioni, della finanza e soprattutto imprenditori, riuniti da stamani a Montepulciano in un confronto a porte chiuse organizzato da Kpmg. Tra i presenti i sottosegretari Gianni Letta e Enzo Scotti, Luca Cordero di Montezemolo, Giovanni Sabatini, direttore generale dell'Abi, Marco Morelli, direttore generale di Intesa Sanpaolo. (ANSA).

Indietro Home

condividi:

TOP NEWS

15:56 07 MAG ROMA 7 MAG

Papa: Aquileia, 4.500 in piazza

Pontefice partito per il Nordest, fara' tappa anche a Venezia

15:46 07 MAG TUNISI

Tunisia: disperso nuovo corteo a Tunisi

Dopo cortei giorni scorsi, nuovo intervento forze dell'ordine

15:43 07 MAG NEW YORK

Presto noti video Osama a Abbotabad

Sequestrati in rifugio, Usa potrebbero renderli noti anche oggi

15:28 07 MAG MILANO

Calderoli: no motivi paura su fiducia

Se si ha squadra vincente si affronta la partita senza timori

15:29 07 MAG UDINE

Pedopornografia on-line: 4 arresti

Operazione della polizia postale di Udine, sequestrati 25mila dvd

14:54 07 MAG COSENZA

Aggredita da cani, morta in ospedale

I morsi le avevano provocato gravi lesioni interne

14:07 07 MAG ROMA

Libia, aerei rais bombardano Misurata

Presi di mira quattro depositi di petrolio

13:58 07 MAG LATINA

Berlusconi, sovranita' e' di pm sinistra

Premier: "La Consulta e' diventata organo politico"

13:51 07 MAG TORINO

Spara all'ex moglie e poi si uccide

Tragedia nel Torinese, la donna e' fuori pericolo

ULTIMO VIDEOGIORNALE

15:00

Videogiornale
ANSAtg delle ore
15.00

TUTTI I VIDEO

ULTIME FOTO



Gentile utente,
il vostro browser attualmente non supporta **JavaScript** oppure è stato disabilitato. Per poter visualizzare correttamente i contenuti di questa pagina si prega di abilitare **JavaScript** del vostro browser.

TUTTE LE FOTO

ULTIME PHOTOSTORY

Giappone:
manifestazione
antinucleare a
TokyoFOTO VIDEO: Il
concerto a San Siro
di Bob MarleyFOTO: Obama
incontra i Seal in
base Kentucky

ULTIME NEWS

+ LETTI

+ SUGGERITI

TAGS

Topnews

TUTTI I TITOLI

- 15:56 Papa: Aquileia, 4.500 in piazza
- 15:46 Tunisia: disperso nuovo corteo a Tunisi
- 15:43 Presto noti video Osama a Abbotabad
- 15:28 Calderoli: no motivi paura su fiducia
- 15:23 Pedopornografia on-line: 4 arresti
- 14:54 Aggredita da cani, morta in ospedale
- 14:07 Libia, aerei rais bombardano Misurata
- 13:58 Berlusconi, sovranita' e' di pm sinistra
- 13:51 Spara all'ex moglie e poi si uccide
- 13:46 Iervolino, Berlusconi mi odia da tempo

MADE IN ITALY: A MONTEPULCIANO WORKSHOP PER VALORIZZAZIONE

(AGI) - Montepulciano (Siena), 7 mag. - Quanto valgono i marchi del made in Italy nel processo di internazionalizzazione? Il marchio Italia e' sempre un vantaggio per chi lo utilizza? Questi gli interrogativi che si sono posti i partecipanti al workshop organizzato da Kpmg che si tiene oggi nell'azienda agricola Icaro, nei pressi di Montepulciano.

Un'iniziativa, sottolineano gli organizzatori, "per contrastare anche l'attuale pessimismo". Presenti all'incontro, tra gli altri, il sottosegretario alla Presidenza del Consiglio, Gianni Letta, Luca Cordero di Montezemolo, il sottosegretario agli Esteri, Enzo Scotti, Marco Morelli, direttore generale di Intesa Sanpaolo, Giovanni Sabatini, direttore generale dell'Abi, Salvatore Rossi di Bankitalia.

(AGI) Si1/Mom/Stp

MADE IN ITALY: LETTA, CULTURA E CREATIVITA' PER FAR CRESCERE PAESE

(AGI) - Montepulciano, 7 mag. - Il nostro è un paese che deve “sapersi reinventare senza tradire la propria tradizione”. Lo ha detto Gianni Letta, sottosegretario alla presidenza del Consiglio nel suo intervento nel corso del Workshop 'sul made in Italy, organizzato dalla Kpmg svoltosi oggi a porte chiuse a Montepulciano. Letta ha detto come sia necessario “coniugare tradizione e modernità” ed ha aggiunto in un intervento di 50 minuti come nella fase attuale di transizione del sistema dell'economia globale, “la cultura e la creatività italiana possano rappresentare un elemento di differenziazione per riguadagnare slancio e crescita”.

(AGI) Sì



News in tempo reale GRATIS con ASCA



RSS	HOME	CHI SIAMO					
BREAKING NEWS	ECONOMIA	BORSE&MERCATI	POLITICA	ENTI LOCALI	SPORT	ATTUALITA'	FLASH

speciali | L'AQUILA DUE ANNI DOPO | CINEMA E SPETTACOLO | 150 ANNI UNITA' D'ITALIA |

ultima ora

Accesso Ascachannel
Utente Registrato
nome utente password

non sei registrato clicca qui

economia
finanza
tecnologia
politica
sociale
esteri
archivio news
news@mail

ascachannel

multimedia**salute oggi**

- Home Page
- Copertina
- Focus
- Speciali**
 - 150 anni Unità D'Italia
 - CINEMA E SPETTACOLO
 - L'AQUILA DUE ANNI DOPO
- Abruzzo/la ripresa
- Breaking News
- Economia
- Borse&Mercati
- Politica
- Enti Locali
- Sport
- Attualità
- Energia e Mercati
- Terzo Settore
- Leggi&Regioni
- Cooperazione decentrata
- Vetrina italiana
- Attività di Governo
- Edizione Radiofonica**
 - Governo.it
 - Governo.it focus
 - Governo.it estero
- Autonomie Locali
- Multimedia
- Ambiente e turismo
- Stampa estera
- Famiglia
- Energia e Petrolio

PARTNERS

politica

comunicati stampa

07-05-11

CRISI: G.LETTA, RIGUADAGNARE SLANCIO A DISPETTO DEL PESSIMISMO

(ASCA) - Montepulciano, 7 mag - L'Italia e' un paese che deve "sapersi reinventare senza tradire la propria tradizione".

Così' Gianni Letta, sottosegretario alla Presidenza del Consiglio, nel suo intervento nel corso del Workshop "(Made in) Italy works", organizzato dalla **Kpmg** in collaborazione con Google.

Di fronte a una platea di una quarantina di imprenditori del Made in Italy, il sottosegretario Letta ha parlato della necessita' di "coniugare tradizione e modernità". Letta ha sottolineato la fase di transizione del sistema dell'economia globale, "dal capitalismo manifatturiero a quello dei simboli" dove la cultura e la creatività italiana possono rappresentare un elemento di differenziazione per riguadagnare "slancio e crescita. Occorre averne piena consapevolezza a dispetto di un certo pessimismo che sembra a volte prevalere".

men/sam/ss

notizie correlate

audio

GIANFELICE ROCCA (TECHINT),
"PER LE IMPRESE INIZIA LA
FASE OFFENSIVA"

articoli

MARCEGAGLIA A BERLUSCONI,
FACCIAMO SEMPRE QUALCOSA
PER PAESE

MARCEGAGLIA, BENE RIGORE
SU CONTI MA GOVERNO DEVE
FARE DI PIU'

GRECIA VERSO BANCAROTTA.
MA NON C'E' WAY-OUT
DALL'EURO (IL PUNTO)

ATENE, INDISCREZIONI SU
USCITA DA EUROZONA
COMPLETAMENTE FALSE

FRANCIA, IPOTESI USCITA
GRECIA DA EUROZONA PURA
FANTASIA

DI PIETRO, SUPERATA SOLO A
CASA DI BERLUSCONI

FASSINA (PD), PARTECIPEREMO
A SCIOPERO GENERALE

MARCEGAGLIA, LA CRESCITA E'
ANCORA LENTA

DRAGHI, REALIZZATI
PROGRESSI MA ORA OCCORRE
CAMBIARE LE LEGGI

DRAGHI, RIFORMA
GOVERNANCE GLOBALE
RICHIEDE COERENZA GOVERNI



News in tempo reale GRATIS con ASCA



RSS

HOME

CHI SIAMO

BREAKING NEWS

ECONOMIA

BORSE&MERCATI

POLITICA

ENTI LOCALI

SPORT

ATTUALITA'

FLASH

speciali

L'AQUILA DUE ANNI DOPO | CINEMA E SPETTACOLO | 150 ANNI UNITA' D'ITALIA |

ultima ora

Accesso Ascachannel

Utente Registrato

nome utente password

ENTRA

non sei registrato clicca qui

economia
finanza
tecnologia
politica
sociale
esteri
archivio news
news@mail

>> ascachannel

multimedia

salute oggi

- | Home Page
- | Copertina
- | Focus
- | Speciali
 - | 150 anni Unità D'Italia
 - | CINEMA E SPETTACOLO
 - | L'AQUILA DUE ANNI DOPO
- | Abruzzo/la ripresa
- | Breaking News
- | Economia
- | Borse&Mercati
- | Politica
- | Enti Locali
- | Sport
- | Attualità
- | Energia e Mercati
- | Terzo Settore
- | Leggi&Regioni
- | Cooperazione decentrata
- | Vetrina italiana
- | Attività di Governo
- | Edizione Radiofonica
- | Governo.it
- | Governo.it focus
- | Governo.it estero
- | Autonomie Locali
- | Multimedia
- | Ambiente e turismo
- | Stampa estera
- | Famiglia
- | Energia e Petrolio

PARTNERS

economia

comunicati stampa

07-05-11

MADE IN ITALY: MASERA, RIDURRE TEMPI DI PAGAMENTO P.A. A 60 GIORNI

(ASCA) - Montepulciano, 7 mag - Ridurre i tempi di pagamento delle Pubbliche Amministrazioni, soprattutto in una fase economica ancora difficile. Lo ha ricordato Franco Masera, consulente di **Kpmg**, nel corso del workshop "(Made in) Italy works", organizzato dalla **Kpmg** in collaborazione con Google.

Masera ha ricordato come ridurre "i tempi di pagamento delle Pubbliche Amministrazioni da 240 a 60 giorni, potrebbe immettere nel sistema nuova liquidità per circa 40 miliardi".

men/sam/

notizie correlate

audio

VATTANI (ICE), INNOVAZIONE E RICERCA PER USCIRE DALLA CRISI

articoli

UN VANTAGGIO COMPETITIVO CON LUCI ED OMBRE

A MONTEPULCIANO SI DISCUTE SUL FUTURO, RICCO PARTERRE



News in tempo reale GRATIS con ASCA



RSS	HOME	CHI SIAMO					
BREAKING NEWS	ECONOMIA	BORSE&MERCATI	POLITICA	ENTI LOCALI	SPORT	ATTUALITA'	FLASH

speciali | L'AQUILA DUE ANNI DOPO | CINEMA E SPETTACOLO | 150 ANNI UNITA' D'ITALIA |

ultima ora

Accesso Ascachannel
Utente Registrato
nome utente password

non sei registrato clicca qui

economia
finanza
tecnologia
politica
sociale
esteri
archivio news
news@mail

ascachannel

ultima ora

07-05-11

MADE IN ITALY: A MONTEPULCIANO SI DISCUTE SUL FUTURO, RICCO PARTERRE

(ASCA) - Montepulciano, 7 mag - A Montepulciano parterre di imprenditori del Made in Italy e di esponenti del governo per un workshop, rigidamente a porte chiuse, per discutere del marchio Made in Italy. Il focus e' sulla spendibilita' del brand e sulla sua capacita' di favorire l'internazionalizzazione delle imprese italiane.

Al workshop, organizzato dalla **KPMG**, sono stati visti arrivare, senza finora lasciare dichiarazioni, il presidente della Ferrari, Luca Cordero di Montezemolo, il sottosegretario alla presidenza del Consiglio Gianni Letta, il sottosegretario agli Esteri Enzo Scotti, il capo dipartimento del ministero dello Sviluppo Economico, Giuseppe Tripoli, Marco Morelli, direttore generale di Intesa Sanpaolo, Giovanni Sabatini, direttore generale dell'Abi.

men/sam/

notizie correlate

audio

VATTANI (ICE), INNOVAZIONE E RICERCA PER USCIRE DALLA CRISI**multimedia****salute oggi**

| Home Page
| Copertina
| Focus
| **Speciali**
| 150 anni Unita' D'Italia
| CINEMA E SPETTACOLO
| L'AQUILA DUE ANNI DOPO
| Abruzzo/la ripresa
| Breaking News
| Economia
| Borse&Mercati
| Politica
| Enti Locali
| Sport
| Attualità
| Energia e Mercati
| Terzo Settore
| Leggi&Regioni
| Cooperazione decentrata
| Vetrina italiana
| Attività di Governo
| **Edizione Radiofonica**
| Governo.it
| Governo.it focus
| Governo.it estero
| Autonomie Locali
| Multimedia
| Ambiente e turismo
| Stampa estera
| Famiglia
| Energia e Petrolio

PARTNERS



News in tempo reale GRATIS con ASCA



RSS	HOME	CHI SIAMO					
BREAKING NEWS	ECONOMIA	BORSE&MERCATI	POLITICA	ENTI LOCALI	SPORT	ATTUALITA'	FLASH

speciali | L'AQUILA DUE ANNI DOPO | CINEMA E SPETTACOLO | 150 ANNI UNITA' D'ITALIA |

ultima ora

Accesso Ascachannel
Utente Registrato
nome utente password
ENTRA
non sei registrato clicca qui

economia
finanza
tecnologia
politica
sociale
esteri
archivio news
news@mail

ascachannel

multimedia**salute oggi**

| Home Page
| Copertina
| Focus
| **Speciali**
| 150 anni Unità D'Italia
| CINEMA E SPETTACOLO
| L'AQUILA DUE ANNI DOPO
| Abruzzo/la ripresa
| Breaking News
| Economia
| Borsa&Mercati
| Politica
| Enti Locali
| Sport
| Attualità
| Energia e Mercati
| Terzo Settore
| Leggi&Regioni
| Cooperazione decentrata
| Vetrina italiana
| Attività di Governo
| **Edizione Radiofonica**
| Governo.it
| Governo.it focus
| Governo.it estero
| Autonomie Locali
| Multimedia
| Ambiente e turismo
| Stampa estera
| Famiglia
| Energia e Petrolio

PARTNERS

ultima ora

07-05-11

MADE IN ITALY: UN VANTAGGIO COMPETITIVO CON LUCI ED OMBRE

(ASCA) - Montepulciano, 7 mag - Cibo, viaggi, turismo, lusso e moda, ingegneria e auto, in particolare il marchio Ferrari: sono queste le categorie più cliccate sul web quando si guarda al Belpaese.

E' quanto emerso dalla relazione di Stefano Maruzzi, responsabile di Google Italia, presentata al workshop "(Made in) Italy works", organizzato dalla **Kpmg** in collaborazione con Google, presso la Cantina Icaro di Montepulciano.

L'obiettivo del confronto era la discussione sul marchio "Made in Italy" e la sua spendibilità per favorire i processi di internazionalizzazione delle imprese tricolori.

Un tema su cui si sono confrontati una quarantina di imprenditori ma anche politici e banchieri. Presenti il sottosegretario alla presidenza del Consiglio, Gianni Letta, e il presidente della Ferrari, Luca Cordero di Montezemolo, per loro due, forse, anche l'occasione di un faccia a faccia che però nessuno conferma. Poi Andrea Illy, presidente di IllyCaffè e Giovanni Sabatini, Dg dell'Abi. Un seminario a porte chiuse moderato da Enrico Mentana.

Dal dibattito e' emerso come il "marchio Italy" rappresenti ancora uno straordinario vantaggio competitivo per il sistema paese.

Il sottosegretario Gianni Letta, con un intervento di 50 minuti, ha assicurato la disponibilità del governo a sostenere il "Made in Italy". Ma non mancano i gap, come "il ritardo delle imprese italiane che non usano abbastanza il canale commerciale on line" ha detto Carlo D'Asario Biondo, vicepresidente di Google e responsabile di Europa, Africa e Medio Oriente. Poi servirebbe meno dispersione sulle iniziative, "concentrare le risorse su pochi progetti" ha osservato il sottosegretario al ministero degli affari esteri, Enzo Scotti.

Nel corso del dibattito e' emersa la necessità di migliorare il fronte della comunicazione, per un'Italia comunicata ancora male come paese. Il ricco parterre degli imprenditori si e' impegnato a formare gruppi di lavoro per sviluppare le tematiche emerse dal seminario.

men/sam/ss

notizie correlate

audio

VATTANI (ICE), INNOVAZIONE E RICERCA PER USCIRE DALLA CRISI

articoli

MASERA, RIDURRE TEMPI DI PAGAMENTO P.A. A 60 GIORNI

A MONTEPULCIANO SI DISCUTE SUL FUTURO, RICCO PARTERRE

ECONOMIA

Made in Italy/ Il brand più cliccato? è il marchio Ferrari

Impresa e comunicazione a confronto a Montepulciano

postato fa da TMNews

Il mondo dell'impresa e della comunicazione a confronto nella splendida tenuta 'Cantina Icaro', alle porte di **Montepulciano**, nel senese. Il workshop, organizzato dalla **KPMG**, rigorosamente a porte chiuse, ha visto la partecipazione di una quarantina tra banchieri e imprenditori del 'made in Italy': è proprio sulla spendibilità di questo brand e sulla sua capacità di favorire le imprese nel mondo, si è svolta la discussione, moderata dal giornalista Enrico Mentana. Il workshop si è strutturato sulle categorie che dal 2006 al 2010 hanno fatto registrare, in quest'ambito, il maggiore aumento di click su Google: lusso e moda, cibo, viaggi e turismo, ingegneria, con in evidenza le automobili e il marchio Ferrari. E il cavallino rampante ha fatto mostra di sé all'interno della tenuta: a differenza degli altri ospiti arrivati in elicottero, è stato riservato un trattamento 'di riguardo' per Luca Cordero di Montezemolo. Mentre gli altri elicotteri sono ripartiti, non appena ne sono scesi i rispettivi passeggeri, il veivolo di Montezemolo è rimasto nella tenuta, fino a che, nel primo pomeriggio, il presidente della Ferrari non è ripartito alla volta di Bergamo. Si tratta di un Augusta Westland 109 modificato su di un disegno creato apposta per Montezemolo: è una versione più lunga, con i colori e il simbolo della casa automobilistica. I più informati lo paragonano a una vettura, la Ferrari Mondial, una cabrio che fu modificata apposta per Gianni Agnelli, con quattro porte invece di due. Al workshop hanno partecipato, tra gli altri l'imprenditrice Luisa Todini, il sottosegretario Gianni Letta, il dg di Intesa San Paolo Marco Morelli, Nerio Alessandri di Tchnogym, Andrea Illy di IllyCaffè, Salvatore Rossi capo del servizio sudti di Bankitalia.

Scopri altre notizie su:

DAGLI UTENTI powered by **OkNO**

- Berlusconi ha promesso la "rivoluzione liberale"**
17 anni fa, ma anche stavolta non fa...
104 punti | 154 voti | postato fa da falchi70
- Manifesto per le privatizzazioni**
-5 punti | 11 voti | postato fa da J_Stirling
- Google Shopping è fra noi!**
17 punti | 17 voti | postato fa da cervelliamo

DALLA RETE

- I veri numeri sugli immigrati**
inserito fa da Il Fatto Quotidiano
- Fisco, Berlusconi: entro legislatura presenteremo Codice leggi fiscali**
inserito fa da Il Velino
- Confindustria, spunta la fronda alla Marcegaglia**
inserito fa da Sky TG24



RSS RSS Reader

SMS Servizi SMS

Alice Widget

CERCA IN NOTIZIE

Effettua la ricerca

CERCA

CLASS LIFE
Stili e tendenze

Classlife



GALLERY
Arrestato il boss dei Casalesi, Antonio Iovine



GALLERY
Beni confiscati alle mafie, la lunga via del ritorno alla legalità



GALLERY
Le foto più curiose di novembre

Risparmia fino a
500 € su RC Auto

Confronta 18 assicurazioni



Impressa Semplice

TELECOM

Passa a TIM

mantenendo il tuo numero!

RICHIEDI CONTATTO



VIRGILIO CONSIGLIA

Findomestic
Più responsabili, insieme

PRESTITI PERSONALI
Zero spese, zero sorprese.
Richiedi il tuo prestito online.



TROVA SUBITO LA TUA CASA
600.000 offerte per te sul sito immobiliare n°1 in Italia. Scegli la tua casa su Casa.it



CHIRURGIA ESTETICA UOMO
Liposuzione, Coolsculpting, Blefaroplastica, Rinoplastica, Medicina Estetica. Visita Gratis



IL LAVORO CHE CERCHI È QUI
Più di 45.000 offerte di lavoro ti aspettano

Il governo

E in Toscana
l'appello di Letta
«Più ottimismo»

MONTEPULCIANO (Siena)

— Nel giorno della grande kermesse di Confindustria a Bergamo durante la quale non mancano critiche a tratti aspre alla classe politica, nelle campagne senesi imprenditori, rappresentanti delle istituzioni e banchieri cercano di disegnare un futuro in positivo di un «made in Italy» in cerca di rilancio. Nella Cantina Icaro a Montepulciano, ci sono Gianni Letta e Luca Cordero di Montezemolo, Giovanni Sabatini dell'Abi e Marco Morelli di Intesa Sanpaolo. Tra i tanti imprenditori Nerio Alessandri (Technogym), Edoardo Snaidero (Federlegno), Aldo Fumagalli (Candy), Andrea Illy (Illy Caffè). Non è una «sfida» alle assise di Bergamo.

Semmai, il workshop organizzato da Kpmg è un pensatoio sulla «bellezza e l'efficienza» e uno stimolo a puntare sul brand del made in Italy che purtroppo l'Italia non sa sfruttare. Perché, come sottolinea Letta, «in una fase storica e cruciale di passaggio che vive l'Italia, dal capitalismo manifatturiero a quello dei simboli, la cultura e la creatività italiana possono rappresentare un elemento di differenziazione per far riguadagnare all'Italia slancio e crescita». Insomma per Letta «il nostro paese deve comunque sapersi reinventare senza tradire la propria tradizione».

Marco Gasperetti

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Seminari. A Montepulciano summit di politici e imprenditori per parlare di rilancio

Un pensatoio per il made in Italy

Cesare Peruzzi

MONTEPULCIANO. Dal nostro inviato

Più del "sistema paese" (che troppo spesso manca), è il "marchio-paese" che salverà le aziende italiane. Cibo, turismo, moda, lusso, meccanica e auto (soprattutto Ferrari), sono i riferimenti del "made in Italy" maggiormente cliccati sul web dal 2006 al 2010, secondo un'indagine realizzata da Google.

Bellezza, comfort, passione e creatività, sono invece i valori più apprezzati nei prodotti italiani, come rivela uno studio della multinazionale olandese **Kpmg**. Queste indicazioni arrivano dal workshop sulla forza del "made in Italy", che si è tenuto ieri a Montepulciano (Siena), organizzato dalla stessa **Kpmg** in collaborazione con Google, a cui hanno parte-

cipato una quarantina tra imprenditori, banchieri e politici.

L'appuntamento, che non ha mancato di suscitare interpretazioni malevole per la coincidenza con le assise di Confindustria a Bergamo (ma gli organizzatori smentiscono ogni intento di contrapposizione e parlano di «comitanza non voluta»), si è svolto negli spazi della Cantina Icaro di Andrea Cecchetti. C'erano Luca Cordero di Montezemolo (arrivato in elicottero e ripartito nel pomeriggio alla volta di Bergamo), Nerio Alessandri di Technogym, Andrea Illy, Elisabetta Fabri e Fabrizio Gaggio (Starhotels), il direttore generale di Intesa Sanpaolo, Marco Morelli, quello dell'Abi Giovanni Sabatini, Salvatore Rossi, capo del servizio studi di Bankitalia, e per

il mondo politico Gianni Letta, sottosegretario alla presidenza del Consiglio, Giuseppe Tripoli e Enzo Scotti, rispettivamente capo dipartimento del ministero dello Sviluppo economico e sottosegretario agli Esteri.

«In questa fase di passaggio dal capitalismo manifatturiero a quello dei simboli, la cultura e la creatività italiana possono rappresentare un elemento di differenziazione per far riguadagnare slancio e crescita al nostro Paese», ha detto Letta nel suo intervento incentrato sulla necessità di «reinventarsi senza tradire la tradizione. Occorre avere piena consapevolezza delle potenzialità che abbiamo - ha aggiunto - a dispetto di un certo pessimismo che a volte sembra prevalere».

Per Franco Masera di **Kpmg**, tra gli animatori dell'incontro to-

scano moderato da Enrico Mentana, «sul fronte della comunicazione serve un piano integrato per il brand Italy, in grado di promuovere l'italian way of life attraverso format innovativi, senza disperdere le risorse disponibili in mille rivoli». Il vice presidente di Google, Carlo D'Asario Biondo, tra le priorità ha indicato «la presenza delle piccole imprese su Internet», un tema ripreso da Tripoli, "mister Pmi", che ha parlato di «avviare un vero e proprio processo di alfabetizzazione digitale per recuperare il ritardo sul fronte dell'e-commerce».

Anche Scotti s'è detto d'accordo sul «concentrare gli sforzi verso pochi obiettivi strategici». La disponibilità del Governo sembra esserci. Servono idee e progetti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sviluppo La ricetta di imprenditori e politici. Confronto Letta-Montezemolo Sfida del Made in Italy. Così riparte Luca

■ Il Made in Italy può essere un vantaggio competitivo, anzi ormai è un vero e proprio brand, che l'Italia non sa sfruttare soprattutto a livello di comunicazione. Eppure cibo, viaggi e turismo, lusso e moda, ingegneria e auto, in particolare il marchio Ferrari, sono tra le categorie più cliccate su Google, categorie che hanno avuto un incremento notevole dal 2006 al 2010. Di questo si è discusso nell'incontro organizzato a Montepulciano (Siena) da **Kpmg**, la multinazionale di consulenza per le imprese, in collaborazione

con Google.

Un'occasione di confronto tra politica, imprese e mondo della finanza, ma anche, forse, l'occasione per un possibile faccia a faccia tra il sottosegretario alla presidenza del Consiglio Gianni Letta e Luca Cordero di Montezemolo, che però nessuno conferma.

Letta, che agli invitati nella Cantina Icaro, di proprietà di Andrea Cecchetti, rigorosamente a porte chiuse con i giornalisti tenuti a distanza, è venuto a garantire la disponibilità del Governo ad appoggiare idee e

progetti che aiutino l'Italia a rilanciarsi soprattutto sui mercati internazionali ma ha ricordato che «occorre coniugare tradizione e modernità». Proprio le eccellenze presenti, come quelle rappresentate dalla terra della Valdichiana, sulla quale il sottosegretario si è soffermato a lungo nel suo intervento (50 minuti), secondo lui possono rappresentare un elemento di «differenziazione per far riguadagnare slancio e crescita». Certo occorre che tutti ne abbiano consapevolezza «a dispetto di un certo pessimismo che sembra a volte pre-

valere», ha aggiunto.

Ci sono poi altri gap da recuperare, come la troppa burocrazia ricordata da Franco Masera di **Kpmg**, secondo il quale una riduzione dagli attuali 240 a 60 giorni per i pagamenti della Pubblica Amministrazione porterebbe «nel sistema circa 40 miliardi di liquidità». Ma anche su internet, dove il Made in Italy «mantiene una percezione molto buona» secondo Carlo D'Asaro Biondo, vicepresidente di Google e responsabile per l'Europa, Africa e Medioriente, per il quale c'è bisogno che le imprese italiane «recuperino il ritardo».



Ospiti Luca Cordero di Montezemolo e Gianni Letta



A MONTEPULCIANO SEMINARIO CON BANCHIERI, IMPRENDITORI E POLITICI. MA NON C'E' UN NUOVO «PATTO DELLA CROSTATA»

Letta e Montezemolo, prove d'intesa sul made in Italy

■ MONTEPULCIANO

NELLA FASE di passaggio che vive l'Italia, dal capitalismo manifatturiero a quello dei simboli, «la cultura e la creatività italiana possono rappresentare un elemento di differenziazione per far riguadagnare all'Italia slancio e crescita». Parola del sottosegretario alla presidenza del consiglio Gianni Letta, intervenuto ieri al seminario organizzato a Montepulciano sul made in Italy da **KPMG** in collaborazione con Google. Il sottosegretario, davanti a una quarantina di imprenditori, banchieri e politici (tra i quali Luca Cordero di Montezemolo, Nerio Alessandri, Andrea Illy, Luisa Todini, il sottosegretario agli Esteri Enzo Scotti, e i direttori generali di Abi e Banca Intesa, Giovanni Sabatini e Marco Morelli, con Enrico Mentana a moderare) ha sottolineato come «il

nostro Paese debba sapersi reinventare senza tradire la propria tradizione». Per questo, all'incontro che si è svolto a porte chiuse nella città del Poliziano, è stato ricordato come «le quattro chiavi di accesso al sistema Italia più cliccate su Google» siano oggi «cibo, turismo, moda e auto».

E DI COME, non certo a caso, il marchio Ferrari sia quello che più rappresenta l'identità del nostro Paese su internet. Il Brand Italia, insomma, deve ripartire da qui. Dalle sue eccellenze per sostenere i processi di penetrazione commerciale nell'economia globale. Un'eccellenza che il governo ha l'obbligo di sostenere, assicurando appoggio alle idee che gli imprenditori vorranno mettere in campo. Non a caso il sottosegretario Scotti si è detto

convinto della necessità «di fare scelte strategiche» avendo anche «il coraggio di concentrare le risorse su pochi obiettivi chiari, come l'internazionalizzazione sui mercati emergenti». «La nostra architettura istituzionale — ha concluso — è un vincolo ma in questa fase il Paese ha bisogno di regole chiare per orientare le scelte su pochi obiettivi strategici». Alla fine, però, nessun «patto della crostata» fra i due ospiti più illustri. Gianni Letta e Luca Cordero di Montezemolo hanno lasciato il seminario ognuno con mezzi propri (una Lancia scura per Letta, l'elicottero grifato Ferrari per Montezemolo) prima di poter gustare il dolce, una crostata alla marmellata appunto, preparata dallo chef Fulvio Pierangelini. Peggio per loro.

Anna Duchini



BRINDISI Gianni Letta riceve vini in regalo dal sindaco poliziano Andrea Rossi e dal prefetto di Siena



L'incontro Anche Montezemolo e Letta ieri a «Made in Italy works» Alle imprese serve più Rete (lo dice Google)

MONTEPULCIANO — La Ferrari non ha rivali, almeno sul web. È il marchio made in Italy più «cliccato», e la conferma arriva da Montepulciano, dove esponenti i mondi dell'impresa e della comunicazione si sono confrontati in «(Made in) Italy works», organizzato dalla Kpmg in collaborazione con Google. Il workshop, rigorosamente a porte chiuse, è avvenuto alla Cantina Icaro di Andrea Cecchetti, dove gli ospiti, circa una quarantina, sono arrivati in elicottero. Non è passato inosservato quello utilizzato da Luca Cordero di Montezemolo, un'Augusta Westland 109 modificato su disegno del presidente Ferrari, con i colori e il simbolo del cavallino rampante. Ai più informati ha ricordato la Ferrari Mondial che Gianni Agnelli si fece modi-

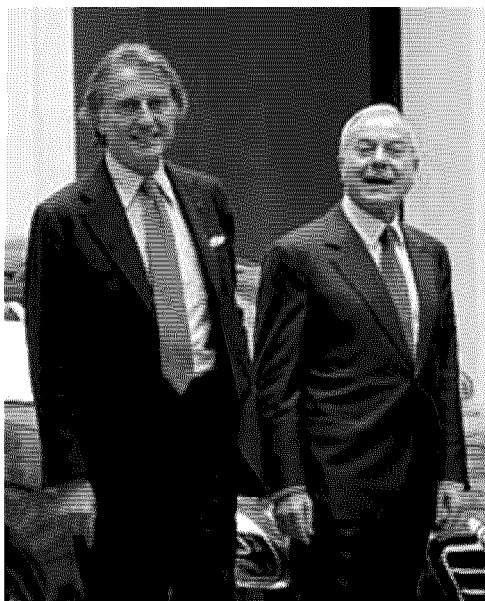
ficare con quattro porte invece di due.

Insieme a Montezemolo, tra gli altri, il sottosegretario alla presidenza del Consiglio Gianni Letta, quello agli Esteri Enzo Scotti, il direttore generale di Intesa Sanpaolo Marco Morelli, Nerio Alessandri, presidente di Technogym, l'imprenditrice Luisa Todini, Andrea Illy, presidente di Illy Caffè, Giovanni Sabatini, direttore generale dell'Abi. Moderatore Enrico Mentana. Nell'introduzione Stefano Maruzzi, responsabile di Google Italia, ha presentato una relazione sulle categorie che dal 2006 al 2010 hanno fatto registrare il maggior aumento di click sul motore di ricerca: cibo, viaggi, turismo, lusso e moda, ingegneria e auto, in particolare il marchio Ferrari. Può bastare? Per Letta, «la cultura e la creatività

italiana possono rappresentare un elemento di differenziazione per far guadagnare al Paese slancio e crescita», mentre per Montezemolo «l'Italia deve comunque sapersi reinventare senza tradire la propria tradizione». La novità potrebbe stare nella maggiore presenza su internet delle Pmi, come ha sottolineato Carlo D'Asaro Biondo, vicepresidente di Google: «È una priorità, perché sebbene il made in Italy mantenga una percezione molto buona anche sulla Rete, le imprese italiane non usano abbastanza l'on line come canale commerciale per vendere di più». Degna conclusione di una giornata «made in Italy», la degustazione di prodotti tipici locali.

Aldo Tani

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il presidente Ferrari Montezemolo con Letta, sottosegretario alla presidenza del Consiglio

Il battesimo di Chianti Banca
Ogni lunedì, martedì, mercoledì, giovedì, venerdì, sabato, domenica, festivi e giorni di chiusura straordinaria.

dal 6 al 21 maggio
ti regaliamo il tessuto

SCEGLI IL MOBILE CHE TI PIACE DI PIÙ • REGALIAMO IL TESSUTO

www.bnl.it

MONTEPULCIANO. Idee e progetti di rilancio

«Made in Italy» Letta: un brand da sfruttare meglio

MONTEPULCIANO

●●● Il Made in Italy può essere un vantaggio competitivo, anzi ormai è un vero e proprio brand, che l'Italia non sa sfruttare soprattutto a livello di comunicazione. Eppure cibo, viaggi e turismo, lusso e moda, ingegneria e auto, in particolare il marchio Ferrari, sono tra le categorie più cliccate su Google, categorie che hanno avuto un incremento notevole dal 2006 al 2010. Di questo si è discusso nell'incontro organizzato a Montepulciano (Siena) organizzato da **Kpmg**, la multinazionale di consulenza per le imprese, in collaborazione con Google. Un'occasione di confronto tra politica, imprese e mondo della finanza, ma anche, forse, l'occasione per possibile un faccia a faccia tra il sottosegretario alla Presidenza del Consiglio Gianni Letta e Luca Cordero di Montezemolo, che però nessuno conferma.

Letta, che agli invitati nella Cantina Icaro, di proprietà di Andrea Cecchetti, rigorosamente a porte chiuse con i giornalisti tenuti a distanza, è venuto a garantire la disponibilità del Governo ad appoggiare idee e progetti che aiutino l'Italia a rilanciarsi soprattutto sui mercati internazionali ma ha ricordato che «occorre coniugare tradizione e modernità». Proprio le eccellenze presenti, come quelle rappresentate dalla terra della Valdichiana, sulla quale il sottosegretario si è soffermato a lungo nel suo intervento (50 minuti), secondo lui possono rap-

presentare un elemento di «differenziazione per far riguadagnare slancio e crescita». Certo occorre che tutti ne abbiano consapevolezza «a dispetto di un certo pessimismo che sembra a volte prevalere», ha aggiunto.

Ci sono poi altri gap da recuperare, come la troppa burocrazia ricordata da Franco Masera di **Kpmg**, secondo il quale una riduzione dagli attuali 240 a 60 giorni per i pagamenti della Pubblica amministrazione porterebbe

DA RECUPERARE UN DEFICIT DI INFORMAZIONE VIA INTERNET

«nel sistema circa 40 miliardi di liquidità». Ma anche su internet, dove il Made in Italy «mantiene una percezione molto buona» secondo Carlo D'Asaro Biondo, vicepresidente di Google e responsabile per l'Europa, Africa e Medio Oriente, per il quale c'è bisogno che le imprese italiane «recuperino il ritardo». Un giudizio condiviso da Giuseppe Tripoli, «Mister Pmi», che si è detto convinto dell'urgenza di «vero processo di alfabetizzazione».

Ricco il parterre di imprenditori, tra gli altri Nerio Alessandri, fondatore e presidente di Technogym, e Andrea Illy, presidente IllyCaffè.



MONTEPULCIANO. Idee e progetti di rilancio

«Made in Italy» Letta: un brand da sfruttare meglio

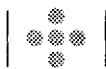
MONTEPULCIANO

●●● Il Made in Italy può essere un vantaggio competitivo, anzi ormai è un vero e proprio brand, che l'Italia non sa sfruttare soprattutto a livello di comunicazione. Eppure cibo, viaggi e turismo, lusso e moda, ingegneria e auto, in particolare il marchio Ferrari, sono tra le categorie più cliccate su Google, categorie che hanno avuto un incremento notevole dal 2006 al 2010. Di questo si è discusso nell'incontro organizzato a Montepulciano (Siena) organizzato da **Kpmg**, la multinazionale di consulenza per le imprese, in collaborazione con Google. Un'occasione di confronto tra politica, imprese e mondo della finanza, ma anche, forse, l'occasione per possibile un faccia a faccia tra il sottosegretario alla Presidenza del Consiglio Gianni Letta e Luca Cordero di Montezemolo, che però nessuno conferma.

Letta, che agli invitati nella Cantina Icaro, di proprietà di Andrea Cecchetti, rigorosamente a porte chiuse con i giornalisti tenuti a distanza, è venuto a garantire la disponibilità del Governo ad appoggiare idee e progetti che aiutino l'Italia a rilanciarsi soprattutto sui mercati internazionali ma ha ricordato che «occorre coniugare tradizione e modernità». Proprio le eccellenze presenti, come quelle rappresentate dalla terra della Val d'Aosta, sulla quale il sottosegretario si è soffermato a lungo nel suo intervento (50 minuti), secondo lui possono rap-

presentare un elemento di «differenziazione per far riguadagnare slancio e crescita». Certo occorre che tutti ne abbiano consapevolezza «a dispetto di un certo pessimismo che sembra a volte prevalere», ha aggiunto.

Ci sono poi altri gap da recuperare, come la troppa burocrazia ricordata da Franco Masera di **Kpmg**, secondo il quale una riduzione dagli attuali 240 a 60 giorni per i pagamenti della Pubblica amministrazione porterebbe



DA RECUPERARE UN DEFICIT DI INFORMAZIONE VIA INTERNET

«nel sistema circa 40 miliardi di liquidità». Ma anche su internet, dove il Made in Italy «mantiene una percezione molto buona» secondo Carlo D'Asaro Biondo, vicepresidente di Google e responsabile per l'Europa, Africa e Medio Oriente, per il quale c'è bisogno che le imprese italiane «recuperino il ritardo». Un giudizio condiviso da Giuseppe Tripoli, «Mister Pmi», che si è detto convinto dell'urgenza di «vero processo di alfabetizzazione».

Ricco il parterre di imprenditori, tra gli altri Nerio Alessandri, fondatore e presidente di Technogym, e Andrea Illy, presidente IllyCaffè.

Il punto

Made in Italy idee per la ripresa

DOMENICO MUGNAINI

Il Made in Italy può essere un vantaggio competitivo, anzi ormai è un vero e proprio brand, che l'Italia non sa sfruttare soprattutto a livello di comunicazione. Eppure cibo, viaggi e turismo, lusso e moda, ingegneria e auto, in particolare il marchio Ferrari, sono tra le categorie più cliccate su Google, categorie che hanno avuto un incremento notevole dal 2006 al 2010. Di questo si è discusso nell'incontro organizzato a Montepulciano (Siena) organizzato da Kpmg, la multinazionale di consulenza per le imprese, in collaborazione con Google. Un'occasione di confronto tra politica, imprese e mondo della finanza, ma anche, forse, l'occasione per un possibile faccia a faccia tra il sottosegretario alla Presidenza del Consiglio Gianni Letta e Luca Cordero di Montezemolo, che però nessuno conferma. Letta, che agli invitati nella Cantina Icaro, di proprietà di Andrea Cecchetti, rigorosamente a porte chiuse con i giornalisti tenuti a distanza, è venuto a garantire la disponibilità del governo ad appoggiare idee e progetti che aiutino l'Italia a rilanciarsi soprattutto sui mercati internazionali ma ha ricordato che «occorre coniugare tradizione e modernità». Proprio le eccellenze presenti, come quelle rappresentate dalla terra della Valdichiana, sulla quale il sottosegretario si è soffermato a lungo nel suo intervento (50 minuti), secondo lui possono rappresentare un elemento di «differenziazione per far riguadagnare slancio e crescita».

Certo occorre che tutti ne abbiano consapevolezza «a dispetto di un certo pessimismo che sembra a volte prevalere», ha aggiunto. Ci sono poi altri gap da recuperare, come la troppa burocrazia ricordata da Franco Maserà di Kpmg, secondo il quale una riduzione dagli attuali 240 a 60 giorni per i pagamenti della Pubblica Amministrazione porterebbe «nel sistema circa 40 miliardi di liquidità». Ma anche su internet, dove il Made in Italy «mantiene una percezione molto buona» secondo Carlo D'Asaro Biondo, vicepresidente di Google e responsabile per l'Europa, Africa e Medio Oriente, per il quale c'è bisogno che le imprese italiane «recuperino il ritardo». Un giudizio condiviso da Giuseppe Tripoli, 'Mister Pmi', che si è detto convinto dell'urgenza di «vero processo di alfabetizzazione».

Oltre a Letta anche il sottosegretario agli Affari Esteri, Enzo Scotti, ha garantito l'impegno del governo, senza dimenticare che oggi «occorre avere il coraggio di concentrare le risorse su pochi obiettivi chiari e strategici», e tra questi il sostegno all'«internazionalizzazione». Ricco il parterre di imprenditori, tra gli altri Nerio Alessandri, fondatore e presidente di Technogym, e Andrea Illy, presidente IllyCaffè, che insieme ai banchieri presenti (tra loro anche Giovanni Sabatini direttore generale dell'Abi e Salvatore Rossi, capo del servizio studi di Bankitalia) che si sono impegnati a continuare sul solco del 'Laboratorio di idee' iniziato ieri anche con gruppi di lavoro che portino avanti i progetti per ora solo abbozzati a Montepulciano.

