



CONFINDUSTRIA

Marche | Ancona | Ascoli Piceno | Fermo | Macerata | Pesaro Urbino

Rassegna stampa

Rassegna stampa UIF

10/11/2017

La Selezione Stampa che state consultando e' una estrapolazione delle informazioni presenti nel Servizio "Press Release" del Sistema Infodata (<http://www.sistemainfodata.it>).

Per ogni necessita' potete inviare una e-mail a: staff@sistemainfodata.it

Grazie per aver scelto Infodata.

Realizzato da

INFODATA
the content providing company

ASCOLI PICENO

2017/11/10

(Il Resto del Carlino) Confindustria turismo, Matteo Di Sabatino è il nuovo presidente

(pag.1)

FERMO

2017/11/10

(Corriere Adriatico) Confindustria e l'orientamento

(pag.2)

(Il Resto del Carlino) PORTO SANT'ELPIDIO Orienta giovani alla 'Moretti'

(pag.3)

(Il Resto del Carlino) Italia per le imprese

(pag.4)

NAZIONALE

2017/11/10

(Corriere della Sera) Confindustria Moda: il mass market è una cosa, i grandi marchi un'altra

(pag.5)

(Il Resto del Carlino) Ecco Fico, la disneyland del cibo Grand tour tra ristoranti e fabbriche

(pag.6)

(Il Resto del Carlino) Prove tecniche per la Camera di commercio unica

(pag.8)

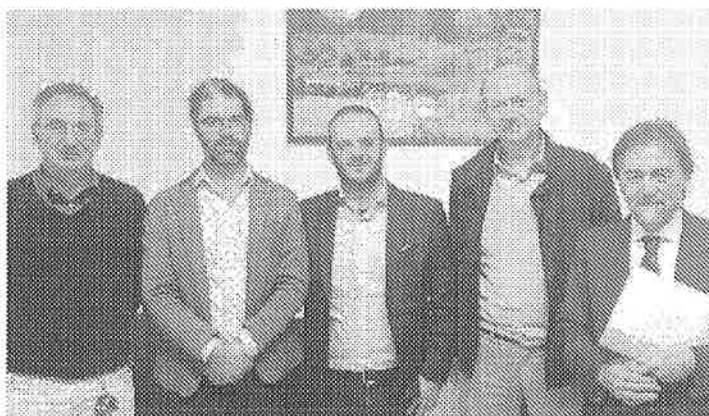
(Il Sole 24 Ore) «Stiamo creando un Paese semplice e certo»

(pag.9)

LA NOMINA

Confindustria turismo, Matteo Di Sabatino è il nuovo presidente

NUOVA SEZIONE turismo per Confindustria Centro Adriatico: nel primo quadriennio la presidenza sarà affidata all'ascolano Matteo Di Sabatino, che sarà affiancato dal vice Maurizio Beleggia. Di Sabatino è titolare della dimora storica 'Palazzo dei Mercanti' e recentemente ha preso in gestione l'hotel Guiderocchi. «Sono certo - ha detto Di Sabatino che con questa fusione siamo diventati un punto di riferimento nella rappresentanza. Negli ultimi anni abbiamo collaborato nella realizzazione di attività promozionali importanti e siamo già a lavoro per nuovi progetti. La più recente è la campagna di comunicazione 'Scegli la magia, vivi il Piceno' rea-



lizzata insieme alla Camera di Commercio e a Piceno Promozione con la quale abbiamo incantato le piazze di Verona e Mantova. Da parte nostra daremo molto spazio alla crescita professionale degli operatori ricettivi, richiedendo e promuovendo in ogni sede la creazione e il sostegno a per-

corsi di formazione specifici per il settore, aperti anche al mondo dei non professionisti e anche dei docenti, che hanno un ruolo fondamentale nella produzione della nostra principale materia prima: i giovani del settore alberghiero che saranno i nostri futuri collaboratori».



Confindustria e l'orientamento

» Confindustria Centro Adriatico Ascoli e Fermo, in collaborazione con l'Ufficio Regionale Scolastico per le Marche, promuove l'evento "Il futuro è un'impresa" nell'ambito della giornata nazionale Orientagiovani. L'evento domani all'azienda Autotrasporti Moretti di Porto Sant'Elpidio. L'iniziativa di Confindustria intende consolidare il dialogo scuola-impres e favorire l'orientamento al lavoro degli studenti degli Istituti tecnici della provincia. Orientagiovani si svolgerà dalle ore 9 alle ore 12. I partecipanti avranno la possibilità di conoscere, attraverso una visita guidata presso la struttura ospitante, una realtà produttiva di eccellenza del territorio e di maturare un confronto utile con il sistema delle imprese su temi riguardanti lavoro, fabbisogni formativi, profili professionali domandati e, naturalmente, occupabilità.



CONFINDUSTRIA PARTECIPERÀ UNA CLASSE DEL 'CARDUCCI GALILEI'

Orientagiovani alla 'Moretti'

- PORTO SANT'ELPIDIO -

L'azienda Autotrasporti Moretti Srl ospiterà domani, dalle 9 alle 12, l'appuntamento per la provincia di Fermo della 24ª edizione di «Orientagiovani», l'iniziativa di Confindustria che, in collaborazione con l'Ufficio scolastico regionale, permette agli alunni delle scuole superiori di entrare dentro le aziende, di capirne le dinamiche, i processi e cominciare a comprendere quale potrebbe essere il futuro una volta fuori dalla scuola. «Abbiamo scelto una impresa del trasporto per mostrare il nostro mondo perché ci teniamo a far conoscere un aspetto differente del territorio» sottolinea Giampietro Melchiorri, vicepresidente di Confindustria Centro



Adriatico e presidente della territoriale di Fermo. L'Autotrasporti Moretti è una realtà nata sull'asse Marche- Puglia, poi ha raggiunto ogni angolo dell'Italia ed è diventata un riferimento europeo. «Lo stabile aziendale di 2800mq coperti vicino al casello A14 di Civitanova Marche, quelli delle filiali di Corropoli (1200mq), Trani

(1000mq) e Matino (800mq) ci permettono depositi di logistica garantiti da anni di esperienza» spiega Cristiana Moretti che gestisce l'impresa cinquantennale insieme al padre in un perfetto esempio di passaggio generazionale. A partecipare alla giornata di orientamento sarà una classe quarta di trenta alunni dell'Istituto tecnico commerciale «Carducci Galilei» di Fermo. La mattinata prevede prima una visita aziendale, poi il question time in cui gli alunni potranno togliersi ogni curiosità e arricchire il proprio percorso scolastico. Il referente della scuola, diretta da Cristina Corradini, è Massimo Spadi. Sarà presente per Confindustria anche il presidente Giampietro Melchiorri e Simona Flammini per l'Ufficio regionale scolastico per le Marche.

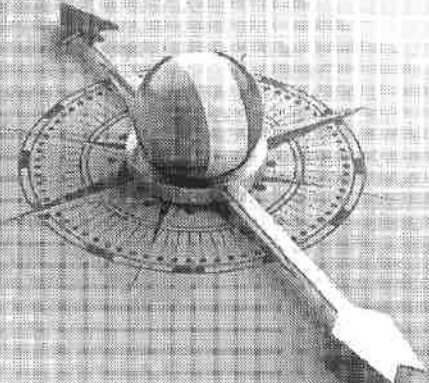




Roadshow per l'internazionalizzazione ITALIA PER LE IMPRESE con le PMI verso i mercati esteri

Pesaro, 15 novembre 2017
Hotel Baia Flaminia Resort - Viale Parigi, 8

Il Roadshow è una preziosa occasione per le aziende che guardano ai mercati esteri. La giornata prevede interventi di esperti che illustreranno opportunità e strumenti per accedere ai mercati internazionali e incontri individuali per definire piani strategici personalizzati, fornire informazioni, servizi di assistenza, consulenza e formazione. Un'iniziativa che vede insieme tutti i soggetti pubblici e privati del Sistema Italiano al fianco delle imprese, per vincere la sfida dei mercati mondiali ed individuare nuove opportunità.



La partecipazione è gratuita.

Per ulteriori informazioni: roadshow@ice.it - www.roadshow.ice.it - iscrizione online



La Lettera

Confindustria Moda: il mass market è una cosa, i grandi marchi un'altra

Gentile direttore, le scrivo dopo aver letto *Il Caffè* dell'8 novembre scorso, dedicato alla vicenda di alcuni operai tessili di aziende subappaltatrici estere vittime di un circolo vizioso governato da pochi gruppi di abbigliamento mass market.

L'ho letto mentre, come spesso accade, mi trovo all'estero, a raccontare con orgoglio l'eccellenza della nostra industria tessile, moda e accessorio. Una eccellenza

I nostri associati

«Gli imprenditori che rappresentiamo lottano ogni giorno sui mercati mondiali per fare prodotti di qualità»

che si contrappone proprio a quel circolo vizioso. Quanto raccontato da Massimo Gramellini è parziale e fuorviante, perché racconta, generalizzando, una realtà fatta solo da pochi gruppi esteri che nulla hanno a che vedere con i grandi marchi, e che fanno una produzione di basso prezzo, di scarsa qualità, ammantata da principi solidali e di responsabilità etica. Una realtà nella quale è possibile identificare con nome e cognome i protagonisti in negativo, che raccontano realtà positive in nome del

marketing e delle vendite, che fanno tanto *storytelling*, ma zero *storydoing*.

Gli imprenditori che Confindustria Moda rappresenta ogni giorno lottano sui mercati mondiali per dimostrare contro questi pochi gruppi che è possibile fare una produzione di qualità, artigianale, in Italia e in Europa, lavorando bene con i propri collaboratori e nel rispetto di principi di sostenibilità sia etica che ambientale. Ogni giorno noi contrastiamo questo circolo vizioso. Siamo orgogliosi di questo nostro impegno quotidiano, e vogliamo difenderlo, spiegando la differenza che c'è tra chi fa qualità e chi si limita a copiare, tra chi investe per la sostenibilità ambientale e chi produce in Paesi tolleranti, tra chi lavora con risorse umane e chi le tratta in modo inumano.

Gentile direttore, tutto questo per dirle che noi condividiamo quanto scritto dal dottor Gramellini ma riteniamo che abbia sbagliato indirizzo: non facciamo confusione fra i grandi marchi della moda, che queste pratiche deprecano, con alcuni operatori internazionali del mass market. Questi sono un'altra cosa.

Claudio Marenzi

presidente Confindustria Moda

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ecco Fico, la disneyland del cibo Grand tour tra ristoranti e fabbriche

Aprirà mercoledì a Bologna. Obiettivo, attrarre 6 milioni di visitatori

Simone Arminio
 # BOLOGNA

LA PORTA d'ingresso a Fico Eataly World, il paradiso della biodiversità mediterranea (100mila metri quadrati, a Bologna, negli spazi del mercato ortofrutticolo, aprirà mercoledì) è un grande muro di mele. Variopinte, di varietà diverse, e soprattutto vere. Come vere sono le mucche nelle stalle, e le galline nell'aia, e originale – con tan-

IN CIFRE
 Centomila metri quadrati,
 200 animali, campi sportivi,
 visite guidate. Ingresso libero

to di marchio a fuoco – è il Grana Padano prodotto nel parco, in due forme al giorno. C'è anche sua maestà il Parmigiano Reggiano, ma poiché Bologna è pochi chilometri fuori dalla sua area di produzione, all'interno di Fico può svelarsi ma non essere prodotto. I tartufi che condiscono la pasta dei ristoranti, quelli sì, provengono dalla tartufaia che campeggia subito fuori dal parco, a destra dell'agrumeto e a sinistra del vigneto: i visitatori, pagando un modico biglietto, possono farsi spiegare come si fa e poi andare a caccia, con tanto di cane da tartufo. Operativo è già il mulino che macina il grano. È a proposito di grano: simbolo peculiare del cibo italiano, non poteva che crescere a sinistra dell'ingresso centrale, poco distante dalle fab-

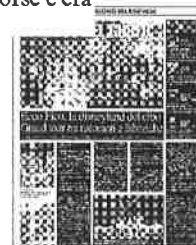
briche della pasta di Gragnano, della pasta all'uovo marchigiana e dalle 'sfogline' che sfornano tortellini a ripetizione. Ma niente spighe, adesso: arriveranno in primavera, visto che qui tutto è reale. Alle male all'ingresso fa riferimento Oscar Farinetti, patron di Eataly, quando ricorda la sfida vinta qualche giorno fa, a Los Angeles. «Io aprivo il mio Eataly – racconta –, e nello stesso giorno la Apple, dal marciapiede di fronte, lanciava il suo iPhone. C'era da vincere la sfida della fila, così ho mandato i miei ragazzi con un cesto di mele italiane da distribuire, dicendo loro: 'queste sono vere, e non sono neppure morsicate...'. La sfida l'ha vinta lui, dice, e c'è da credergli per due motivi. Il primo è che Eataly è ormai una delle attrazioni di New York. E il secondo è che in quei giorni la parola Fico è stata al top delle ricerche di Google in California, così come ieri, giorno della presentazione alla stampa del parco bolognese (770 giornalisti e blogger provenienti da tutto il mondo) è stata tra i trend topic di Twitter in Italia.

IL MOTIVO sono i numeri, ovviamente: quaranta fabbriche di produzione di cibo (il meglio dell'Italia, dal cioccolato piemontese ai cannoli siciliani, dal prosciutto di Parma alla 'nduja calabrese), due ettari di campi e 2mila cultivar, 200 animali, sei giostrre didattiche e interattive sul modello Expo, e poi negozi, visite guidate e corsi

pratici (a pagamento) un centro convegni, box turistici sui borghi più belli d'Italia e i patrimoni dell'umanità Unesco, un centro conferenze, un campo da minigolf a forma di Italia e perfino una spiaggia, con campo da beach volley e cocktail sulle sdraio. Decine i percorsi che è possibile fare, a seconda degli interessi: gli ambasciatori della biodiversità accompagnano i sei milioni di turisti annui attesi (si spera non invano), lungo le filiere, dal foraggio al

DIDATTICA
 Si attendono 300mila studenti
 solo nel primo anno per corsi
 nel caseificio o nell'aia

formaggio, dal campo alla forchetta dalla vasca con i pesci al 'cuoppo' di frittura napoletana. Gli studenti (se ne attendono 300mila solo il primo anno) potranno partecipare ai corsi pratici e alle 'esperienze' didattiche nel caseificio o nell'aia. Dove gli animali della stessa famiglia condividono gli spazi, e pazienza se non si erano mai conosciuti prima: «La maremmana, i primi giorni – confessa una guida –, usava le sue lunghe corna per allontanare la fassona piemontese». Ieri mangiavano fianco a fianco, mentre il maiale nero di Calabria giocava con il suino di cinta senese. «E quelle capre?», chiede una giornalista tedesca. «Sono pecore», ride la guida. Di un parco del genere, forse c'era bisogno.



“ Hanno detto



OSCAR FARINETTI
Patron di Eataly

L'Italia deve passare da 50 a 100 milioni di turisti Fico serve a questo Parliamo di cibo dall'inizio



TIZIANA PRIMORI
Ad Fico Eataly World

Ci aspettiamo di mettere l'Italia al centro del mondo e di fare conoscere la nostra biodiversità a tutti



VIRGINIO MEROLA
Sindaco di Bologna

Potente messaggio del made in Italy. Non è la mecca del consumismo, ma un luogo di educazione



ANDREA SEGRÈ
Fondazione Fico

Il senso è ridare valore al cibo facendo vedere come si sviluppa una filiera dal campo alla tavola



PORTE APERTE Da sinistra, Oscar Farinetti (Eataly), Alessandro Bonfiglioli (Caab), Tiziana Primori (Fico), Andrea Segre (Fondazione Fico) e Andrea Cornetti (Prelios sgr) (Fotoschicchi)

ANCONA TUTTE LE ASSOCIAZIONI PROVINCIALI DELLE MARCHE SI INCONTRERANNO MARTEDI'

Prove tecniche per la Camera di commercio unica

* ANCONA

FISSATA la prima riunione tecnica per arrivare alla creazione della camera di commercio unica delle Marche. Tutte le associazioni si ritroveranno martedì prossimo alla Loggia dei Mercanti. A convocare l'incontro è stato il commissario ad acta Michele De Vita (foto). Mentre accade questo c'è chi resta alla finestra, come il presidente di Fermo Graziano Di Battista, che attende di sapere le decisioni della Corte Costituzionale sul ricorso presentato contro il decreto del ministro Madia da quattro regioni; motivazioni che saranno rese note per fine mese. «Sulla scorta di questa sentenza vedremo come muoverci - dice Di Battista -. Perché se il processo di accorpamento viene dichia-

rato incostituzionale si bloccherà tutto. Nel frattempo, per quello che riguarda noi, se è vero che da una parte sta scadendo il ricorso al Tar, possiamo sempre far ricorso alla Presidenza della Repubblica». Va detto che Fermo era per creare due camere di commercio,



E' la prima riunione per arrivare alla formazione del nuovo consiglio che sarà composto da 33 membri del territorio

prima volta le associazioni di categoria dovranno presentare i loro numeri che partono da quattro presupposti: il numero delle imprese associate, il numero degli occupati, il valore aggiunto ed anche i diritti versati. Io spero e credo che si vada per raggruppamenti regionali e quindi per aggregazioni». I numeri dovranno essere presentati per inizio anno dopodiché si arriverà alla composizione del consiglio che sarà formato da 33 persone: alla prima seduta eleggeranno il presidente, nella seconda verrà eletta la giunta che sarà formata da sette consiglieri più il presidente.



una per il sud della Regione ed un'altra per il nord.

IN ATTESA di capire come andrà questa partita, il commissario ad acta Michele De Vita dovrà presentare quelle che sono le procedure per arrivare alla formazione del nuovo consiglio che sarà composto da 33 consiglieri «in rappresentanza di tutti i territori». Una situazione nuova «perché per la



INTERVISTA ■ Ivan Scalfarotto ■ Sottosegretario allo Sviluppo economico

«Stiamo creando un Paese semplice e certo»

MILANO

■ **Sottosegretario Scalfarotto, i dati sull'attrattività del «sistema Italia» e sulla nostra capacità di investire all'estero, sono incoraggianti. L'internazionalizzazione cresce ma non è ancora nel Dna della maggioranza delle Pmi. Che cosa ne pensa?**

I dati ci dicono, innanzitutto, che l'Italia non è solo "terra di conquista", "preda" di investitori esteri. Che poi spesso portano capitali "freschi" e nuova "linfa" nel tessuto produttivo, e rappresentano un'opportunità. Ma le nostre imprese, le nostre Pmi, sono dinamiche e attive nelle partecipazioni all'estero, nella costituzione di joint venture. In questi anni, non si è solo esportato. Ma si è investito all'estero. E i dati lo confermano. Del resto, nella crisi abbiamo vissuto della nostra capacità di andare all'estero. Ma in questi anni, come governo e ministero dello Sviluppo economico, abbiamo anche investito molto sulla governance e sugli strumenti a disposizione delle imprese per crescere oltreconfine.

A quali strumenti si riferisce?

Ricordo solo che nel 2011, il governo italiano aveva chiuso l'Ice. Noi non solo lo abbiamo rifondato e rinnovato, nel management, negli strumenti e nei fondi. Ma abbiamo introdotto la delega del-

l'attrazione degli investimenti esteri in Italia, con desk e personale qualificato proveniente dall'investment banking. Nel 2014 abbiamo introdotto il "Piano straordinario per il Made in Italy", passando da 40 milioni l'anno per la promozione a 200 milioni, in linea con le agenzie dei nostri partners europei.

Incentiva a parte, serve un "clima" accogliente per il business..

In questi anni abbiamo fatto dei passi in avanti. Abbiamo semplificato le leggi sul lavoro con il Jobs Act, istituito le sezioni speciali dei tribunali per le imprese, tagliato l'Ires e la componente Irap sull'occupazione. Ma vorrei citare anche i contratti di sviluppo e i 50 milioni di investimento su Industria 4.0. Anche nelle ambasciate la rete diplomatica ha rafforzato le iniziative in questo campo. Ci siamo impegnati nella direzione di creare un Paese meno "cervellotico".

Bene. Ma una volta che gli investitori esteri arrivano, spesso trovano di fronte una burocrazia che li blocca..

Per questo è nato il Comitato attrazione investimenti. Si tratta di un comitato interministeriale, coordinato dal ministero dello Sviluppo economico, che interviene su casi specifici, sblocca-

do situazioni complesse, evitando rallentamenti nell'avvio dei progetti e formula proposte di semplificazione normativa e amministrativa. Cerchiamo di accompagnare gli investitori nel confronto con tutti i livelli, amministrativi e non.

Ma l'investitore estero, quando vi confrontate con lui, cosa vi chiede davvero?

Gli investitori esteri vogliono *predictability*. Ovvero, tempi certi sulla realizzazione di un investimento. Un quadro chiaro di regole e norme che non muti di continuo. Per questo, a parte il comitato investitori, è essenziale la collaborazione dei territori locali. Perché non c'è peggiore autogol, per un sistema Paese, che convincere un soggetto a impegnarsi con un investimento e poi bloccare la realizzazione per anni.

Gli ultimi governi - Renzi e Gentiloni - si sono distinti per un certo dinamismo nelle missioni economiche all'estero. Gli imprenditori però spesso non sono tornati entusiasti da queste esperienze. Sono utili?

Andare all'estero non serve solo a promuovere l'export, ma anche a far conoscere, proporre occasioni e opportunità di business. Quando è stato presentato, in Cina, il progetto infrastrutturale "One belt one road", l'unico

presidente del Consiglio europeo presente era Gentiloni. Da luglio 2016 sono stato in Cina 8 volte. In Paesi in cui il rapporto istituzionale è molto importante, prima ancora di fare business bisogna essere presenti come "sistema Paese". È quello che stiamo facendo. Recentemente il premier è tornato dall'India. Lei sa che questo Paese è il 1° produttore di cibo al mondo? Eppure, trasforma meno del 20% di quanto produce perché non ha le tecnologie per farlo, mentre noi italiani siamo i primi. Aprire, alle imprese italiane, la strada, in Paesi lontani, per opportunità come queste, è il senso di una missione. Poi, il business arriva.

Tra qualche mese si chiude la legislatura. Cosa dovrebbe fare il prossimo governo, qualunque esso sia?

Chiunque verrà, troverà una macchina che funziona. Numeri importanti su export, investimenti e strumenti attivati. Spero che prosegua su questa linea e lavori per rendere i processi decisionali e la burocrazia ancora più snelli e diretti.

L.Ca.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

