

RASSEGNA STAMPA

Martedì, 17 aprile 2018

RASSEGNA STAMPA

Martedì, 17 aprile 2018

Articoli

17/04/2018 <i>Il Resto del Carlino</i> (ed. Ancona) Pagina 45 Istao, enogastronomia e turismo per ripartire	1
17/04/2018 <i>Corriere Adriatico</i> (ed. Fermo) Pagina 9 Mezzo milione di pellami non pagati Un cinquantenne indagato per truffa	2
17/04/2018 <i>Corriere Adriatico</i> (ed. Fermo) Pagina 42 Una task force per i Sibillini	3
17/04/2018 <i>Il Resto del Carlino</i> (ed. Fermo) Pagina 54 I vini raccontano la storia del territorio	5
17/04/2018 <i>Il Resto del Carlino</i> (ed. Fermo) Pagina 56 Difesa della costa: Marina Palmense incassa 500mila euro	7
17/04/2018 <i>Il Resto del Carlino</i> (ed. Fermo) Pagina 56 Tre giorni di calcio giovanile «Tutti insieme si può...»	8
17/04/2018 <i>Il Sole 24 Ore</i> Pagina 3 <i>Francesco Zurlo</i> Il brand va adattato al Paese di destinazione	9
17/04/2018 <i>Il Sole 24 Ore</i> Pagina 6 <i>Rita Fatiguso</i> La fiera spinge la cultura made in Italy	11

Il Resto del Carlino (ed. Ancona)

Dicono di noi

Istao, enogastronomia e turismo per ripartire

INCONTRO organizzato da UniCredit all' Istao per confrontarsi sulle prospettive dei settori e sui servizi finanziari necessari per sostenere la ripresa economica della Marche. Una regione che pur vedendo spiragli di crescita non è riuscita a uguagliare i ritmi di ripresa che hanno interessato il centro nord. All' incontro hanno partecipato l' assessore regionale Manuela Bora, il presidente di Confindustria Marche, Mauro Papalini, di Giuseppe Collesi della fabbrica di birra e azienda agraria Collesi, Armando Falcioni, presidente del Consorzio Tutela Vini del Piceno e Andrea Burchi, responsabile Centro Nord di UniCredit.

Nel suo intervento di saluto l' Assessore Bora ha sottolineato le opportunità connesse alla costituzione della Camera di Commercio unica e del Confidi Regionale Unico. Per il rettore della Politecnica delle Marche Sauro Longhi «devono essere fatti investimenti, sul capitale umano, sulla possibilità di dare alle persone una sicurezza nel proprio impegno professionale». Il presidente di Confindustria Marche Mauro Papalini ha sottolineato la necessità di affrontare la crisi e la ripresa con coraggio, cambiamento, specializzazione necessarie per affrontare i mercati con le specifiche necessarie ad ogni settore. L' imprenditore Giuseppe Collesi ha sottolineato le grandi opportunità legate al segmento «agroalimentare collegato al turismo». In questo segmento i prodotti di eccellenza «fungono da biglietto da visita formidabile per il nostro territorio per far sì che la gente torni a visitare i territori da dove provengono questi buoni».



Stampa locale

Mezzo milione di pellami non pagati Un cinquantenne indagato per truffa

Sono sei le aziende vicentine ad aver sporto denuncia contro l'uomo, l'inchiesta a Macerata

LA VICENDA SERVIGLIANO E' accusato di truffa commerciale ai danni di sei conterie vicentine dalle quali avrebbe ricevuto pellame per mezzo milione di euro senza poi pagarlo. L'uomo è un cinquantenne di Servigliano. Secondo quanto riporta il Giornale di Vicenza, i fatti risalgono al periodo tra maggio e luglio 2014, quando l'indagato si sarebbe presentato alle aziende vicentine in qualità di amministratore unico di una società con sede a Civitanova Marche, poi fallita nel febbraio dell'anno successivo.

Il trasferimento Per questo l'inchiesta nata nella provincia di Vicenza è stata poi inviata a Macerata. Sei, si diceva, le aziende venete che hanno sporto denuncia. Al momento della richiesta di materiali, l'uomo riusciva ad acquisire fiducia, in alcune occasioni esibendo i bilanci della società. Poi pagava le prime piccole forniture.

Ottenuta la fiducia passava ordinativi più consistenti che però non risultano esser stati pagati. Nel caso di tre conterie, l'uomo avrebbe posticipato i pagamenti, fino a quando si spogliava dei suoi poteri all'interno della società così che il suo nome non fosse più legato alla partita Iva acquirente. In altri casi si rendeva irreperibile. Le imprese hanno sporto singole denunce fino a quando il Pubblico Ministero maceratese Rosanna Buccini non le ha unificate vista la similitudine e il nominativo ricorrente. Massimiliano Viti © RIPRODUZIONE RISERVATA.



Stampa locale

Una task force per i Sibillini

Fondazione Carisap e UniCam contro lo spopolamento di un' area provata dal sisma
Iniziativa per la formazione di circa 300 persone. In campo risorse per 400mila euro

IL PROGETTO ASCOLI La Fondazione Carisap e l' Università degli studi di Camerino hanno presentato il progetto Amandola Training Center. L' iniziativa è stata creata per rispondere ad uno degli obiettivi fondamentali che la Fondazione ha individuato nel masterplan Terremoto, il documento strategico triennale di contrasto alle conseguenze del sisma e cioè evitare in ogni modo lo spopolamento delle aree montane dei Sibillini. Ad ottobre partiranno tutte le attività che si concluderanno nel dicembre 2020. I corsi avranno cadenza bimestrale coinvolgendo circa 300 persone, dove almeno il 60-70 per cento di essi possa trovare impiego. Si terranno sei workshop tematici da tenersi ad Amandola, aventi a tema Giovani, Imprese e Territorio, un master universitario di primo livello per due annualità in management dei processi innovativi per startup culturali e creative, quattro corsi di perfezionamento in grado di formare professionisti specializzati che possano trovare impiego soprattutto nel settore del turismo, dell' enogastronomia e dell' edilizia, e due conferenze tematiche a rilevanza internazionale di approfondimento e condivisione di esperienze.

I costi Il progetto totale ha un costo di 400mila euro. Il presidente della Fondazione Carisap Angelo Galeati sottolinea che «Si tratta di un investimento sull' educazione nella zona montana. L' Università di Camerino è protagonista e sul masterplan terremoto, abbiamo deciso di intraprendere un' azione di ripopolamento del territorio grazie alla sua azione. L' Università è il centro della cultura di un territorio e senza cultura non c' è sviluppo e senza sviluppo il territorio muore. Con questo atto scommettiamo sul ripopolamento e la frequentazione del territorio montano» mentre il Rettore di Unicam Claudio Pettinari evidenzia che «Amandola crede nell' Università e con noi sta collaborando anche ad altre iniziative per la ripresa del territorio. La Fondazione riconosce il ruolo degli Atenei per i territori come veicolo per poter ripartire agendo sui motori di sviluppo di questo territorio. Questi master sono su temi diversi, ma si completano tra di loro, collegando aspetti artistici a quelli enogastronomici ad imprenditori che poi sappiano vendere il prodotto e far crescere il territorio. Si corre il rischio di perdere memoria e identità e questa iniziativa serve per conservarle nel tempo e con questi progetti vogliamo essere polmone dei Sibillini». Esigenze reali Il sindaco di Amandola Adolfo Marinangeli loda l' iniziativa che fa sentire la propria città «al centro di un' attenzione particolare da parte della Fondazione Carisap perché con questo master

Corriere Adriatico (ed. Fermo)

<-- Segue

Stampa locale

plan ha centrato la linea maestra sulla quale intervenire. C'è assoluto bisogno di una ricostruzione che non sia non solo edilizia ma anche morale, culturale ed economica in una zona dove il terremoto ha peggiorato il degrado. Dobbiamo evitare la fuga dei giovani e della popolazione. Questo è un progetto che non è astratto ma che tocca le esigenze reali del nostro territorio. Per noi è un sogno che diventa realtà che ci consente di poter lavorare sulla qualità del turismo, che per noi è fondamentale. Bisogna investire la grave crisi e trasformarla in opportunità».

Cristiano Pietropaolo © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Resto del Carlino (ed. Fermo)

Stampa locale

I vini raccontano la storia del territorio

Vinitaly, produttori soddisfatti: tanti buyers da Svizzera e Germania

LE COLLINE del fermano sono sempre più caratterizzate dalla presenza di vigneti che producono vini che incantano gli operatori presenti all' edizione 2018 del Vinitaly. A Verona compratori provenienti da ogni parte del mondo apprezzano la qualità raggiunta dalle aziende vitivinicole del fermano. Una delle proposte arriva direttamente dalle colline di Montegiorgio da una zona conosciuta come Monte Milone dove ha sede Officina del Sole. «Il Vinitaly sta andando benissimo - ha detto un' entusiasta Beatrice Belleggia della cantina Officina del Sole - e c' è molto interesse per il nostro Pecorino». I compratori vengono anche dall' estero? «Certamente abbiamo avuto la visita di buyers provenienti in particolar modo dalla Svizzera, Germania e Belgio». Operatori che sono alla ricerca della qualità? «Al Vinitaly quest' anno abbiamo notato la presenza di operatori che sono particolarmente attenti alla qualità delle proposte. Nel caso di Officina del Sole abbiamo proposto vini di grande qualità e i premi ottenuti di recente lo confermano, come ad esempio i due bicchieri rossi e il premio Eccellenza Marche». Direttamente dalle colline del capoluogo di provincia invece sono partiti i vini, con destinazione Verona, prodotti dall' azienda Firmanum.

«La nostra azienda ha sede a Fermo - spiega Marco Marcoaldi - e siamo molto soddisfatti dell' andamento del Vinitaly in quanto l' interesse per i nostri vini è particolarmente elevato. I compratori che fino ad ora hanno visitato il nostro stand provengono principalmente dalla Germania e dall' Austria anche se non mancano, ovviamente, gli operatori italiani». Operatori attenti alla qualità? «E noi siamo qui per dare la qualità con i nostri vini. La nostra azienda ad esempio ha vinto il premio 'Le Marche nel Bicchiere» con il nostro Montepulciano'.

Tra gli stand del Vinitaly c' è anche quello dell' azienda vitivinicola Terra Fageto di Pedaso, Claudio Di Ruscio è il titolare. «Il Vinitaly - ha detto - per noi sta andando molto bene e sin dall' apertura abbiamo registrato un interessante crescente da parte degli operatori stranieri provenienti dagli Usa e in particolare dalla Florida, dal Canada ma anche dall' Europa e in particolar modo dal Belgio e dalla Germania». Tra Carassai, Petritoli e Sant' Elpidio a Mare si estendono le vigne dell' azienda Vigneti Santa Liberata. Un territorio che si racconta anche con i vini come sottolinea Giorgio Savini: «Al Vinitaly i nostri vini stanno ottenendo un grande successo e soprattutto per quelli autoctoni come ad esempio il Pecorino e la Passerina in tutte le loro varianti e quindi anche per gli spumanti realizzati con questi vini. Sino ad ora abbiamo avuto incontri anche con operatori provenienti dalla Germania e dal Canada».

Gli operatori presenti al Vinitaly chiedono alle aziende del fermano di spiegare dove si trovano le viti e rimangono affascinati dal risultato che riesce a dare una terra generosa che si estende dai monti azzurri fino al verde del mare, attraverso valli e colline dai ritmi miti e definita da tutti i colori della natura. Un



Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress 2013-2017

Il Resto del Carlino (ed. Fermo)

<-- Segue

Stampa locale

luogo dove il passato sopravvive al presente, grazie ai piccoli borghi arroccati, ricchi di tradizioni e cultura.

Vittorio Bellagamba © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Stampa locale

Difesa della costa: Marina Palmense incassa 500mila euro

Via libera ai fondi dalla Regione

LA GIUNTA regionale ha dato il via libera all'Accordo di programma per opere di difesa della costa a Marina Palmense. A spiegarlo è stato l'assessore Angelo Sciapichetti.

«Investiamo a difesa dell'arenile risorse regionali per 500mila euro, che mettono in movimento - sottolinea l'assessore - lavori di importo complessivo per un milione e 653mila euro».

Sciapichetti aggiunge che «l'intervento prevede opere di difesa costiera lungo il litorale del comune a presidio anche della linea ferroviaria, per un'estensione di circa 660 metri lungo il litorale sud di Marina Palmense.

Rfi Spa mette a disposizione 447mila euro, i privati 400mila euro e il Comune di Fermo 306mila euro. Si tratta di un intervento rilevante, che movimentata un ingente investimento nella prospettiva della salvaguardia delle infrastrutture, della costa e della sua fruizione anche a fini turistici».

SODDISFATTO anche l'assessore Fabrizio Cesetti. «Esprimo soddisfazione per l'accordo di programma - commenta Cesetti - e ringrazio il collega Sciapichetti per aver portato con celerità all'approvazione della Giunta questo atto, che è una risposta concreta alle esigenze di sicurezza e qualificazione del litorale fermano».

Il programma operativo della Regione sui Fondi europei, prevede complessivamente risorse per 11,5 milioni di euro da destinare alle opere di difesa della costa marchigiana in compartecipazione con Rfi, per la contemporanea difesa dell'infrastruttura ferroviaria. Già impegnati 8,9 milioni di euro, che hanno attivato 40 milioni di euro di lavori.

L'ACCORDO di programma relativo a Fermo, assieme a quello di Fano, deliberati proprio ieri dalla Giunta regionale, portano a termine gli strumenti di programmazione per l'uso delle risorse stanziate e consentono ingenti lavori per un totale di 45,8 milioni di euro, per la sicurezza e il consolidamento del litorale regionale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA.



Il Resto del Carlino (ed. Fermo)

Stampa locale

EVENTO FERMO, PEDASO E PORTO SAN GIORGIO

Tre giorni di calcio giovanile «Tutti insieme si può crescere»

TRE GIORNI di calcio giovanile (categoria Esordienti), dal ventinove aprile primo maggio per il torneo internazionale città di Fermo, Pedaso, Porto San Giorgio. «Edizione zero, con l'auspicio di crescere negli anni a venire», ha detto Donatello Recchi, deus ex machina dell'organizzazione con Gianluca De Angelis che ha saputo coinvolgere prima tre amministrazioni comunali, poi società di livello come Juventus, Inter, Napoli, Verona, Udinese, Ascoli, Fermana e via via Afc Fermo, Borgo Rosselli, Pedaso, Recanatense, FC Hradec Králové della Repubblica Ceca. All'ultimo momento, questioni burocratiche, ha rinunciato il Vitesse, società olandese. Il torneo è stato presentato ieri presso la sala convegni della Camera di commercio, presenti il sindaco Paolo Calcinaro, l'assessore allo sport Alberto Maria Scarfini, l'assessore Giuseppe Galasso di Pedaso, l'assessore sangiorgese Valerio Vesprini e in rappresentanza della Fermana Osvaldo Jaconi (accompagnato da Ilenia Di Felice dell'ufficio stampa). «E' un torneo che avevo in mente da qualche tempo, da dedicare mio padre - ha detto Gianluca De Angelis al telefono, fuori sede per motivi di lavoro - e ci sarà un premio per il miglior portiere poiché papà giocava in porta». Tre le società che si occuperanno della logistica: l'Afc Fermo, Borgo Rosselli di P.S. Giorgio e il Pedaso calcio, mentre il trofeo e i premi (la cerimonia di premiazione vedrà suk proscenio Gaia Capponi) sono stati offerti dall'Associazione Giacomo Tidei. «Insieme si può crescere - ha esordito il sindaco Calcinaro - e farlo attraverso lo sport giovanile è un segno importante. Un evento per farci conoscere e portare nel territorio nuovi flussi turistici». L'assessore Scarfini ha espresso grande soddisfazione e ha ringraziato quanti si stanno adoperando per la riuscita del torneo. «Siamo stati trascinati nell'organizzazione - ha aggiunto l'assessore Galasso - travolti dall'entusiasmo di Gianluca e Donatello». L'assessore Vesprini ha aggiunto: «Credo siamo di fronte a qualcosa di straordinario, soprattutto per i nostri ragazzi che avranno l'opportunità di confrontarsi con compagni di Società di livello internazionale». Jaconi ha portato il saluto della Fermana e ha augurato ai ragazzi presenti di crescere prima ancora che come calciatori, come uomini. Le finali del torneo, illustrato nel dettaglio da Donatello Recchi - si giocheranno al Recchioni, il primo maggio.

Mauro Nucci.



Analisi

Il brand va adattato al Paese di destinazione

Acculturazione dei brand, intesa come ricerca del "senso" di prodotti e servizi in un contesto culturale diverso da quello di origine. È questo il tema di una ricerca del Politecnico di Milano, che ci fornisce originali chiavi di lettura sul fenomeno oltre che segnalarci alcuni punti di debolezza del Sistema Italia.

Due le premesse da cui siamo partiti: analizzare brand con narrazioni (e identità) forti e un Paese di destinazione con una differenza culturale significativa rispetto all'Italia. Il primo requisito lo abbiamo soddisfatto riferendoci a famosi brand della moda, il secondo guardando a un mercato promettente, ma anche molto diverso da quello occidentale, come quello cinese. Le considerazioni che seguono, ovviamente, sono applicabili ad altri settori del made in Italy e, specificatamente, alle industrie del design e dell'arredo in particolare. E hanno senso ben oltre il caso cinese.

L'osservazione evidenzia un fenomeno significativo: la narrazione che sottende un brand è viva in un determinato contesto se co-costruita insieme agli attori locali in una sorta di danza interattiva che mette in gioco, alternativamente, i diversi sistemi culturali del luogo di origine e del luogo di destinazione. Per far questo un brand e i suoi prodotti devono lasciare aperte possibili opzioni di adattamento e risonanza nei contesti e nelle situazioni.

L'approccio deve essere multimodale e, appunto, culturale. Le multi-modalità con cui un brand si racconta ad un pubblico vanno tutte prese in considerazione e costituiscono i "punti di contatto" con il consumatore locale. Punti di contatto che si concretizzano in aspetti visuali - dall'immagine coordinata, al packaging, al display del prodotto - ma anche nelle scelte spaziali (dal geo-marketing al layout dei punti vendita), auditive (come le colonne sonore che accompagnano i consumatori nelle scelte d'acquisto in un punto vendita), comportamentali (le gestualità, le ritualità, i toni di voce che guidano i vari "ambasciatori" di un brand nei mercati di riferimento), linguistiche (il suono e il significato associato, ad esempio, al nome di un prodotto, di una collezione, di una marca).

Questi elementi vanno progettati contestualmente al prodotto - ossessione di ogni buon brand italiano del design - e mixati in funzione della loro accettabilità culturale. Per semplificare: un colore associato ad eventi funesti, in Cina, ma che è il codice cromatico di un brand, può avere un significato diverso da quello percepito in quel contesto? Per quanto possa essere potente la narrazione di quel brand, la risposta è semplice: no.

Nel processo di acculturazione le imprese italiane del design incontrano spesso diversi problemi. In primis per un proprio limite culturale: l'azienda italiana di design è sempre stata un'impresa orientata al



prodotto (bello e ben fatto) ma poco propensa ad argomentarne qualità, ragioni e senso attraverso adeguate politiche di branding. L'industria italiana, inoltre, è sovente ancorata a pregiudizi che spesso ne compromettono l'affermazione a livello internazionale: se la marca ha successo in Italia o in altri contesti occidentali, si dà per scontato che possa affermarsi anche in mercati emergenti come la Cina o l'India. Si pensi al problema del naming, come accennato: in Cina esistono specialisti che aiutano le aziende di tutto il mondo a tradurre - culturalmente - il nome in quel mercato. Un "suono" buono e una buona memorabilità favoriscono l'adozione culturale di una marca. Quale imprenditore, vecchio stampo, sarebbe disposto a rinunciare al nome del suo brand?

Il muoversi da soli in contesti culturalmente diversi, inoltre, non aiuta: coinvolgere una rete di attori significativi - superando l'individualismo tipico dell'approccio italiano - vuol dire riuscire a contestualizzare in modo più preciso il proprio prodotto. Finiture dorate o argentate, superfici tirate a specchio, "pesante meglio che leggero": tutte cose contrarie all'idea di un gusto italiano, ma che se non recepite in determinati contesti evidenziano, in verità, una dimensione etnocentrica che nuoce al business in mercati promettenti per il nostro design.

L'autore è preside vicario della Scuola del Design, Politecnico di Milano.

Francesco Zurlo

La presenza in Cina

La fiera spinge la cultura made in Italy

Era la prima, emozionante, vittoria di un gruppo cinese all' Award del SaloneSatellite, la "creatura" di Marva Griffin nata per valorizzare le giovani promesse. Ma la parabola dell' architetto Simon Ma, che nel 2015 si è aggiudicato il primo premio con le lampade 3D di Xuberance - il trio creato con la moglie Leirah Wang - è esemplare della complessa operazione culturale condotta finora in Cina dal Salone del Mobile. Si semina bene e si raccoglie: Simon, a novembre 2017, ha fatto parte della giuria del premio al Salone Satellite Award di Shanghai.

Senza questa spinta culturale, l' edizione cinese - favorita da quote crescenti di mercato per il design made in Italy - non avrebbe incontrato il successo che il pubblico cinese ha tributato alle prime due edizioni di Shanghai. A novembre prossimo si replica, per la terza volta, ma l' operazione culturale è ancora molto profonda perchè non è facile. Il Paese pullula di università e di corsi, di aspiranti designer, ma intercettare la scintilla della creatività è un' impresa non semplice.

Un aspetto sul quale i vertici del Salone del mobile non intendono recedere è quello della partecipazione iper-selettiva dei marchi presenti negli spazi del Sec, lo Shanghai Exhibition Center, il Palazzo di foggia sovietica che ospita l' evento e che ogni volta si illumina di rosso, il colore del Salone. I 109 brand che hanno partecipato all' edizione 2017 hanno attirato un pubblico di 20mila persone. Claudio Luti, presidente del Salone del Mobile, ama sottolineare questa caratteristica, l' esclusività, riferendola anche alla tipologia del visitatore.

Il successo delle precedenti edizioni si spiega, appunto, con questo rigore nella selezione.

Un contributo alla maturazione della sensibilità cinese viene anche da eventi in ambito FuoriSalone: nel pomeriggio del 17 aprile sarà siglato il Sino-Italian design summit forum, creato da Easyhome Group & Stefano Boeri Architetti, organizzato da Europe Expo service. Easyhome e Red Star sono tra i big player della distribuzione cinese: stanno crescendo anche loro grazie allo scambio culturale con l' Italia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA.



Rita Fatiguso