

Celebrazioni. Presentato ieri alla Farnesina il programma che prevede esposizioni nelle ambasciate delle cento principali città

Italian design day nel mondo

Il nostro Paese è leader globale - Da New York a Shanghai è record di eventi

Marzio Bartoloni

Il design nel mondo parla italiano: su 100 miliardi di fatturato del settore un terzo - circa 32 miliardi - è made in Italy. Ora l'Italia ha deciso di aggiungere al "saper fare" prodotti creativi anche il "far sapere", celebrando in oltre 100 città in tutto il mondo - attraverso la rete di ambasciate, consolati e istituti di cultura -, la prima giornata del design italiano. Ieri a Roma alla Farnesina - dove per l'occasione sono state esposte oltre 30 oggetti di design, con Ferrari, Vespa, Fiat 500 di oggi e del passato parcheggiate all'esterno - si è alzato ufficialmente il sipario su questo evento fortemente voluto dal ministero degli Esteri con il ministero dei Beni culturali e la Triennale di Milano, e organizzato con il Salone del Mobile, l'associazione per il design industriale e l'Agenzia Ice.

L'«Italian design day» rientra nel piano di promozione del made in Italy lanciato dal governo -

sotto la regia della Farnesina - con lo slogan «Vivere all'italiana». Che a novembre a esempio ha organizzato la prima settimana della cucina italiana nel mondo con 1.400 eventi in 108 Paesi del mondo per promuovere uno dei più forti simboli del made in Italy: l'enogastronomia italiana.

«Oggi celebriamo il talento italiano che vogliamo rivendere, rilanciare e promuovere perché l'Italia è la superpotenza della bellezza e del gusto», ha spiegato in apertura il ministro degli Esteri Angelino Alfano subito dopo la proiezione del cortometraggio del regista Matteo Garrone che aprirà il prossimo salone del mobile dal 4 al 9 aprile di Milano che l'anno scorso ha registrato il record di visitatori con 375 mila presenze, il 67% dall'estero. «Il nostro progetto punta a valorizzare le grandi e le piccole eccellenze italiane», ha aggiunto il sottosegretario al

Mibact Dorina Bianchi.

Da ieri e nei prossimi giorni da New York a Londra da Shanghai a Tokio, da Nuova Delhi a Pechino, da Madrid a Berlino un centinaio di "ambasciatori" (tra designer, imprenditori, giornalisti, docenti e critici) racconteranno il nostro design attraverso conferenze, mostre e tante altre iniziative, incontrando anche gli artigiani e le realtà creative locali per elaborare iniziative comuni. «Questa iniziativa non è un monologo, ma un dialogo con realtà creative locali», ha chiarito Clarice Pecori Giraldo della Triennale di Milano. L'«Italian design day» si ripeterà nel 2018 allargando ulteriormente la ricerca e la selezione dei comparti produttivi delle eccellenze e realizzando una grande mostra che terrà conto dei materiali raccolti, delle esperienze e delle contaminazioni che si saranno create nella prima edizione.

«Noi italiani siamo bravi a produrre, ma non a divulgare e pro-



Simboli. Alcuni prodotti del design italiano vincitori del «Compasso d'Oro»

muovere il nostro saper fare», avverte Roberto Snaidero presidente del Salone del Mobile che vede un'inversione di tendenza in questa iniziativa della Farnesina che va nella giusta direzione della promozione del nostro design, come la prima edizione del salone del mobile a Shanghai organizzato lo scorso novembre: «Un successo incredibile per il nostro settore che è in continua crescita, come in Cina dove in un anno ha registrato un +19%. Iniziativa, quella di Shanghai, che «sarà ripetuta il prossimo anno», ha spiegato il presidente dell'Ice Michele Scannavini. Che ricorda anche l'apertura tra meno di una settimana - dall'8 all'11 marzo - del «Made» (Milano Architettura Design Edilizia) che «prevede anche un roadshow in 8 Paesi». In cantiere nei prossimi mesi anche un rilancio del nostro export in Russia dove si registrano importanti segnali di ripresa.

INTERVENTO

Gioco di squadra per l'Italia di domani

di Angelino Alfano*

L'idea di design, di progettare il futuro ci viene da lontano, dalle botteghe rinascimentali in cui l'artigianalità, la ricerca dell'innovazione e il legame con il territorio si facevano prodotto. Così nascevano i grandi talenti, i Maestri dell'epoca e le invenzioni che hanno reso famosa l'Italia in tutto il mondo. Quell'algalma di un tempo e la sua unicità, aggiornati ai processi del contemporaneo, continuano a esserci riconosciuti a livello internazionale, rendendo il design uno dei principali segni distintivi del Made in Italy e dell'immagine del nostro Paese. Ed è stato proprio questo spirito a ispirare la Farnesina che ha organizzato, per la prima volta in assoluto, la Prima giornata del Design italiano nel mondo. Oggi, grazie alla rete diplomatica, in contemporanea in 100 città - da Bogotà a Wellington, da Ho Chi Mina a Vancouver - 100 grandi designer, imprenditori, architetti, giornalisti, critici, comunicatori, docenti racconteranno il design italiano attraverso esposizioni, conferenze, tavole rotonde. Sarà un momento in cui il design fungerà da ponte e da foro di dialogo con gli altri Paesi: una piattaforma di confronto e di incontro da cui nasceranno collaborazioni culturali e imprenditoriali. È questo un gioco di squadra: intorno al tavolo attivato dal ministero degli Esteri si sono ritrovati le istituzioni, gli imprenditori, gli enti privati e pubblici di studio e formazione, gli operatori del settore, tutti con l'intento comune di presentare al mondo «il bello il ben fatto italiano», capace di coniugare capacità creativa con processi industriali sempre più innovativi e sofisticati.

L'Italian Design Day s'inscrive nella più articolata strategia di promozione del «Vivere all'italiana», portata avanti dalla Farnesina, ed è solo uno dei tanti progetti legati al design e alla nostra diplomazia dedica particolare attenzione: mi riferisco, solo per citarne alcuni, alla XXI Esposizione Internazionale della Triennale di Milano, che abbiamo fortemente contribuito a far tornare alla ribalta del settore dopo vent'anni dalla sua ultima edizione, al Salone del Mobile con la rilevante crescita delle presenze internazionali e con l'accompagnamento che abbiamo assicurato alla sua prima edizione di Shanghai, alla XVI settimana della lingua italiana dedicata a design e industria creativa, al Premio Compasso d'Oro Internazionale. Il design rappresenta una tematica dai molteplici significati, culturali, sociali ed economici, dal momento che coinvolge l'idea di progettare soluzioni che vanno, come diceva il grande architetto Ernesto Rogers, dal disegno del cucchiaino a quello della città, arrivando alle sfide più attuali del design dei servizi, al design sociale e a quello dei sistemi edilizi più complessi. Essere a fianco delle nostre imprese di questo importante settore dell'economia italiana, capace di generare 1/3 del fatturato mondiale di 100 miliardi di euro, significa sostenerle nei mercati e accompagnarle con un'attività che a tutto tondo racconti la capacità creativa e l'originalità del progetto, la qualità dei materiali impiegati e dei processi di fabbricazione, l'attenzione verso il dettaglio, l'influenza della storia e della cultura dei nostri territori.

Seguendo questo diretti, la Prima giornata del Design italiano nel mondo apre la strada al 56° Salone del Mobile, vetrina e punto d'incontro di imprenditori, designer, architetti e docenti provenienti da tutto il mondo, che si confrontano sull'idea di progetto. La Farnesina, quindi, pone l'accento su quanto il design parli d'Italia, di cultura, di qualità, d'impresa e d'innovazione, di un'arte del progettare soluzioni, stili e modi di vita per i nostri paesi e le nostre città di domani.

* Ministro degli Esteri

La sfida asiatica. Per le aziende del made in Italy il prossimo passo è uscire dalle megalopoli e puntare sugli agglomerati urbani giovani ed emergenti

Così stile e gusto alla conquista della Cina

Rita Fatiguso

PECHINO. Dal nostro corrispondente

La Giornata del Design Italiano nel Mondo qui, in Cina, fa da ouverture, a distanza, all'imminente Salone del Mobile di Milano e alla seconda edizione del Salone del Mobile di Shanghai in calendario a novembre. Un centinaio di città coinvolte globalmente, in prima linea, in Cina, la capitale, Pechino, Shanghai, Shenzhen, Xiamen, MAFC e MIBACT, in collaborazione con Ice, hanno stanziato fondi per l'attuazione di attività in grado di raccontare la storia e l'unicità del design per

promuovere, anche in Cina, il gusto per le creazioni italiane, sintesi di tradizione e innovazione, ricerca e attenzione alla qualità. «L'Italia non fa design, l'Italia è design. E in Cina ve n'è crescente consapevolezza. Il pubblico cinese è sempre di più attento ai prodotti che acquista

PUNTA DI DIAMANTE

Il settore apripista resta il legno-mobile: nel 2016 l'export di prodotti per l'arredo verso Pechino è aumentato del 16,9%

e utilizza e il nostro comparto arredo è in costante crescita - dice Ettore Sequi, ambasciatore d'Italia in Cina -. Lo scorso novembre il design italiano è stato celebrato con un importantissimo evento a Shanghai. Oltre 20 mila persone hanno visitato in appena due giorni il Salone del Mobile, a ulteriore dimostrazione del forte interesse del pubblico cinese verso l'Italia e la sua offerta». L'interesse cinese resta altissimo, come ha dimostrato l'incontro tra il sindaco Ying Yong e il presidente della Repubblica italiana Sergio Mattarella. Ying Yong

ha detto di aspettare con piacere la prossima edizione del Salone a Shanghai.

«Lo sguardo, in collaborazione con Federlegno, vaghi oltre le solite capitali - in particolare si guarda al Sichuan e a Chengdu - commenta il direttore di Ice Pechino e coordinatore della rete degli uffici in Cina, Amedeo Scarpa - e i risultati commerciali premiano questo sforzo congiunto. Mise-Ice e Federlegno: nel 2016 abbiamo chiuso con un aumento in valore dell'export di arredamento italiano verso la Cina di +16,9%». «Creatività e progetto par-

tono dall'Italia e creano un linguaggio universale - replica Vittorio Sun - che nell'ambito della Beijing Design Week da anni dà ampio spazio alle creazioni italiane».

Grazie a Vespa, Ducati, Smeg, Alessi e progetto Cmr, alcune tra le creazioni di maggior successo sono state esposte al pubblico durante tutta la manifestazione. Shenzhen, una delle più vibranti e «giovani» megalopoli cinesi, si è concentrata sul tema del «Design and New Craft», e per incentivare la collaborazione tra i due sistemi produttivi, il

consolato di Guangzhou molto ha lavorato sulle piattaforme tra designers per il design industriale.

Il programma di Shanghai, famosa per la tradizione dell'architettura, si è snodato tra Shanghai e Nanjing e Hangzhou, dove il consolato di Shanghai e Istituto di cultura hanno valorizzato l'expertise del campus sinoitaliano della Tongji University (College of Design and Innovation), ma anche il background e i talenti dell'area di Hangzhou. L'Italian Design Day si ripeterà nel 2018 allargando ulteriormente la ricerca e la selezione dei comparti produttivi e delle eccellenze.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Urbanistica. Per la riqualificazione del quartiere Portello previsto un incontro la prossima settimana in Comune

Milano, il gruppo Vitali ci riprova

LOMBARDIA



Sara Monaci

MILANO

Il gruppo Vitali ci riprova. E dopo le critiche ricevute dal Comune di Milano per il progetto di riqualificazione del quartiere Portello (a seguito di un bando vinto con la Fondazione Fiera Milano) presenterà all'amministrazione comunale, la prossima settimana, alcune modifiche possibili.

L'incontro è già in agenda: si terrà probabilmente mercoledì. Il messaggio all'assessorato all'Urbanistica è che la società è pronta a fare le correzioni necessarie per procedere. Al tavolo delle trattative - che Palazzo Marino definisce come «un'ultima chiamata» - si siederà l'assessore Pierfrancesco Maran e i vertici del gruppo Vitali. Per l'assessorato si tratta di un progetto «ben al di sotto della sufficienza per un'area che è da considerarsi come una

porta su Milano: chi arriva da Nord vedrà quel quartiere, e al momento l'architettura e le idee sono anonime. Meglio sarebbe addirittura tornare alla prima idea». Ovvero: la proposta che, nell'estate del 2015, arrivò seconda in gara rispetto allo stadio della società calcistica Milan, ritiratasi poi poche settimane dopo l'aggiudicazione.

IL PROGETTO

Palazzo Marino ha sollevato dubbi sulle caratteristiche inadeguate di «Milano-Alta», ora sono attesi chiarimenti sui possibili miglioramenti

Il progetto del raggruppamento Vitali-Stam consiste in un polo multifunzionale, nell'area Nord Ovest della città, per un investimento di circa 150 milioni su 56 mila metri quadrati. Sulla carta ci sono aree dedicate all'innovazione tecnologica, al food, alla moda

e al design, al benessere, sanità e sport, oltre a negozi, cinema, intrattenimento culturale, un hotel e luoghi dedicati all'istruzione. L'elemento più caratterizzante sarebbe la Green Street: un percorso ciclopedonale di oltre un chilometro a 7 metri di altezza.

Vitali ipotizza adesso, riassumendo, quattro nuove possibili aree di intervento per migliorare il progetto: la valutazione della sostenibilità del parcheggio da mille posti, considerando che vicino ce n'è già un altro (per cui si potrebbe pure ridurre lo spazio dedicato alle auto); la continuità dell'area verde; la riqualificazione aggiuntiva della piazza Gino Valle, adiacente al quartiere; rinunciare al grande cinema multiscala considerando che il vicino sorgerà quello del nuovo quartiere Citylife. L'obiettivo del gruppo è instaurare un dialogo «costruttivo» per portare avanti rapidamente il progetto, anche se Palazzo Marino descrive la situazione con toni meno positivi.

Dalla lettera inviata dal Comune a Vitali-Stam il 31 gennaio scorso, firmata dagli architetti Luca Larosa e Marco Porta, emergono varie criticità. Non una bocciatura, ma tanti aspetti che potrebbero essere migliorati. «Non appare chiara la proposta della Innovation school... molto generica l'ipotesi di mediateca, che non ha ottenuto gli approfondimenti necessari... in merito all'ipotesi di realizzare una passerella ciclopedonale dovranno essere assunte decisioni in merito all'asservimento all'uso pubblico degli spazi; criticità rispetto alla rampa d'ingresso, nodo Gattamelata e accesso all'area privata e flussi di traffico previsti in relazione agli accessi ai parcheggi interrati... è necessario che lo studio valuti anche l'impatto acustico...».

Il prossimo incontro dovrà quindi chiarire questi aspetti. Probabilmente Vitali accetterà di intervenire, sostenendo che i miglioramenti possano avvenire in tempi brevi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Esposizioni. Aefi e Ieia hanno siglato un accordo per facilitare le imprese italiane sul mercato asiatico

Intesa nelle fiere tra Italia e India

Partnership tra l'associazione delle fiere italiane e quella indiana in nome dell'internazionalizzazione. Aefi, l'Associazione esposizioni e fiere italiane, e l'omologa indiana Ieia hanno firmato un accordo che facilita l'arrivo delle aziende italiane nel grande mercato indiano.

La firma è stata apposta da Ettore Riello, presidente di Aefi, e da Rajiv Malhotra, segretario onorario di Ieia.

«L'India è un mercato strategico - commenta Riello - considerati i tassi di crescita e l'elevatissimo numero di consumatori con potere d'acquisto crescente. Grazie a Ieia avremo il supporto giusto per avvicinare un mercato così complesso, eterogeneo e immenso, permetten-

docci di superare anche le barriere culturali. Con i suoi numerosi settori merceologici, l'India rappresenta il partner commerciale ideale per le Pmi italiane».

«L'accordo tra Ieia e Aefi rappresenta l'inizio di un'importante collaborazione tra le due associazioni - aggiunge Malhotra - Sarà determinante per avvicinare le comunità fieristiche dei due Paesi».

L'intesa permetterà di atti-

LA STRATEGIA

Riello: avremo il sostegno giusto per avvicinare un Paese complesso, Nuova Delhi partner ideale per le nostre Pmi

vare numerose aree di collaborazione: lo scambio di informazioni sulla situazione e sull'evoluzione dei due sistemi economici nonché sulle politiche fieristiche dei due Paesi; una politica di prezzi equa per attività, prodotti e servizi proposti da Ieia e da Aefi; la reciproca informazione e promozione delle rispettive manifestazioni fieristiche; l'organizzazione e la promozione di missioni, incontri e seminari per favorire l'attività di networking e l'avvio di nuovi contatti; la realizzazione di studi e ricerche su tematiche di comune interesse; la promozione della cooperazione commerciale attraverso tutti gli strumenti disponibili, incluso il web.

La 7a edizione di «Ieia Open Seminar» - dal 4 al 6 maggio al Bombay exhibition center avrà come tema «Fiere: motore di crescita economica» - rappresenta una prima concreta collaborazione tra le due associazioni. A «Ieia Open Seminar» parteciperanno oltre 300 delegati provenienti da tutto il mondo. E sono manager di alto livello di multinazionali, insieme a rappresentanti del governo indiano.

Prima di Ieia Open Seminar, quest'anno Confindustria realizzerà una missione imprenditoriale a fine aprile (dal 26 al 28), a New Delhi e Mumbai. In collaborazione con Ice Agenzia, Associazione bancaria italiana e Unioncamere.

E. Sc.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fatture in Cloud.it

Caro commercialista, Stanco di fare il passacarte?

Con Fatture in Cloud, il lavoro sporco lo facciamo noi: tutte le fatture e documenti sempre in ordine pronti da importare nel tuo gestionale di studio.

Con Fatture in Cloud i tuoi clienti gestiscono facilmente le fatture e tengono sotto controllo costi e ricavi. Tu hai facile accesso a tutti i documenti in tempo reale e un canale unico di comunicazione.

Per te commercialista l'accesso è gratis per sempre, vai su: fattureincloud.it/commercialisti