

Made in Italy, un roadshow racconta l'Italia che funziona

LINK: https://www.ansa.it/puglia/notizie/2023/11/16/made-in-italy-un-roadshow-racconta-litalia-che-funziona_9efeed52-0d0a-4a20-8af9-fa4fd5bbcd2f.h...



Made in Italy, un roadshow racconta l'Italia che funziona Da un'idea di Roberto Santori. Partita da Bari la prima tappa BARI, 16 novembre 2023, 18:52 Redazione ANSA - RIPRODUZIONE RISERVATA - RIPRODUZIONE RISERVATA Girare l'Italia, dalle città più grandi a quelle più piccole, per raccontare le eccellenze del made in Italy, per mettere in vetrina quello che funziona e aiutare le imprese a creare valore. Sono gli obiettivi del roadshow 'Made in Italy', progetto nato nel 2021 da un'idea dell'imprenditore ed esperto di comunicazione Roberto Santori, founder di Made in Italy community. La prima tappa è stata organizzata nel Palazzo dell'acqua di Bari e ha visto presenti, oltre a Santori, anche Francesca Portincasa, direttrice generale di Acquedotto pugliese; Marina Lalli, presidente di Federturismo Confindustria; Daniela Caputo, marketing & innovation director di

ManpowerGroup Italia; Mario Bisceglia, ceo di Acqua Orsini, Sorgenti italiane regionali; Vincenzo Divella, amministratore delegato di Divella. Sono intervenuti anche Alessandro Sannino, professore ordinario di Scienza dei materiali dell'università del Salento; Andrea Tanzi, general manager di Roboze; Luisa Lanza, dirigente dell'ufficio di coordinamento della gestione-dg unità di missione Pnrr Mur del ministero dell'Università e della ricerca; Gennaro Mucciarella, regional manager di Adriatica ManpowerGroup Italia; Gabriele Albani, Ceo di Teleperformance Knowledge Services Italy. "Le aziende italiane sono accolte ovunque per la creatività - spiega Santori - per l'ingegno, per la precisione. Ma pecchiamo in altri contesti, perché il nostro Dna non ci porta a fare squadra, a fare sistema, siamo molto individualisti". L'obiettivo è, dunque, "aiutare le

imprese a raccontarsi - ha chiarito Santori - perché spesso la narrazione negativa fagocita anche le eccellenze che possiamo esprimere". Durante l'evento sono stati presentati i risultati dell'indagine di scenario 'Made in Italy', messa a punto da Teleperformance knowledge services, con dati nazionali confrontabili con quelli regionali. E' emerso, tra l'altro, che in Puglia le caratteristiche associate al made in Italy sono selezione, controllo e legame con il territorio (16%), creatività e innovazione (12%), produzione simil-artigianale (16%). Nella regione il made in Italy è riconosciuto come un prodotto esclusivo e uno status symbol, premiato anche per la sostenibilità del processo produttivo. Inoltre, l'88% degli italiani è disposto a pagare il 20% in più pur di avere un prodotto made in Italy, nel caso della Puglia la disponibilità di spesa sale al 22%. "Investire in prodotti del Made in Italy

significa trasferire valore al proprio territorio - commenta Albani - e in Puglia questo messaggio è sentito in modo più forte".

Riproduzione riservata ©
Copyright ANSA