

una forma che si comincia a entrare nella top 10 dell'economia mondiale a suon di investimenti e attrazione di capitali esteri, con un Pil balzato da 230 a 800 miliardi di dollari in meno di dieci anni. E malgrado la battuta di arresto del 2012, l'Ocse stima una crescita del 3% nel 2013 e del 5% per l'anno successivo.

Il gruppo farmaceutico Recordati è sbarcato in Turchia nel 2008. Tre anni più tardi ha sborsato 150 milioni di dollari per finalizzare l'acquisizione di Frik Ilac. E oggi l'azienda milanese è pronta a investire altri 35 per un nuovo stabilimento. Con l'obiettivo di produrre farmaci da banco e ospedalieri non solo per il mercato interno ma per tutta la regione, dall'Iran fino al Caucaso. Dice Andrea Recordati a capo delle attività internazionali dell'azienda di famiglia: «La nostra strategia di crescita passa attraverso almeno un paio di acquisizioni ogni anno. L'Italia, che oggi vale il 26% del nostro fatturato, varrà sempre di meno. Perciò i nostri radar sono accesi verso l'est: in Polonia, Bielorussia, Russia. E la Turchia è un mercato formidabile, che vale l'8% dei nostri ricavi, e qui contiamo di crescere per puntare, oltre al mercato interno, ad esportazioni verso l'Iran, i paesi del Caucaso e l'Asia Centrale». Il gruppo Recordati, 3330 dipendenti e 828 milioni di ricavi nel 2012, ha oltre 600 addetti in Turchia, per un giro d'affari che in due anni è salito da 41 a 62 milioni di euro. «Questo è un paese da prendere molto sul serio - dice Andrea Recordati - Ha una popolazione di 75 milioni di persone, dei quali il 60% è giovane, il 26% ha meno di 24 anni. I tassi di occupazione supereranno entro i prossimi due anni la media europea. E poi ci sono capacità manageriali, forte senso del lavoro. E soprattutto una volontà di portare e agevolare investimenti dall'estero». Si affaccia invece per la prima volta in Turchia la Mapei di Giorgio Squinzi. La società chimica per l'edilizia che ormai conta 63 impianti in tutto il mondo, ha appena dato il via libera alla fusione per incorporazione di Wallmerk, azienda di adesivi per piastrelle e fugature, a Polati, 75 km da Istanbul. «La nostra strategia sui mercati esteri si basa sul principio della maggiore vicinanza alle esigenze locali e della riduzione al minimo

E' QUESTO IL TEMA DELLA SESTA EDIZIONE DEL FESTIVAL CITTÀ IMPRESA, LA PROSSIMA SETTIMANA IN VENETO: IMPRENDITORI E ECONOMISTI A CONFRONTO SU COME FARE EMERGERE L'INNOVAZIONE DALLE MICROREALTÀ CHE NASCONO ATTORNO A UNA IDEA

Alessandra Carini

Venezia

Chi ricorda il mito della finanza e dei servizi come futuro dello sviluppo dei Paesi ad economia manifatturiera? E le discussioni secondo cui la vera risorsa dell'Italia è quella di essere un grande resort dove far trascorrere ai turisti di lusso nordici inverni che nei loro paesi sono freddi e tristi? Per molti anni è sembrato che questo dovesse divenire l'Italia: l'industria avrebbe dovuto essere delocalizzata o coinvolgere al massimo manodopera di immigrati. Tutto è cambiato nel giro di pochi anni, ed anzi ne è nato un movimento che mixando suggestioni provenienti da studiosi come Sennet a visioni come quelle della rivista americana Wired, afferma oggi senza esitazioni che questo Paese può avere un futuro il fattore competitivo vero è la riscoperta della manifattura.

Questa è il tema di fondo della sesta edizione del Festival Città Impresa, una manifestazione a rete che correrà dal 8 al 12 maggio lungo quella Pedemontana Veneta e Friulana che della manifattura è la patria, dove migliaia di piccole e medie imprese cercano ogni giorno ricette e idee per superare la crisi. E' la sesta edizione di una manifestazione che nel passato ha attratto nel Nordest per discutere uomini di governo, economisti, industriali e che quest'anno ha come protagonisti tutti quei giovani talentuosi che stanno reinventando attraverso la tecnologia un nuovo modo di fare industria. «Noi abbiamo sempre equiparato il concetto di artigiano a lavoro umile e a piccolissima impresa - spiega il presidente del Comitato Scientifico di Città Impresa, l'economista veneziano Stefano Micelli - mentre è proprio la "cura artigiana" che si esprime nel manifatturiero che crea valore aggiunto per il nostro intero sistema di imprese, siano esse piccole, medie o multinazio-

Il Bel Paese riscopre l'industria piccola, artigiana ma super hi-tech



Il presidente del Comitato Scientifico di Città Impresa, l'economista **Stefano Micelli** (1) e **Antonio Macconi** (2) direttore del Festival

nali del lusso. Certo, oggi, per far vivere il fattore competitivo dell'artigianalità bisogna coniugarlo fortemente con la tecnologia d'avanguardia come accade con il fenomeno delle stampanti 3d».

Ma chi sono questi "artigiani tecnologici"? «Il fenomeno è diffuso e Città Impresa farà emergere i casi più interessanti tra le centinaia che popolano non solo le Venezia, ma l'intero paese» racconta il trentaduenne padovano Antonio Macconi, nuovo direttore del Festival. «Lo slogan è "saper fare" e molto spesso il loro è un saper fare "in rete": parlo

di Matteo Gioli, che con la Super-Duper Hats sta riportando in auge l'arte cappelliera toscana, a Barbara Uderzo, jewel designer che sperimenta materiali insoliti, dalla neve al cioccolato, di Nicola Zago (Sharazad) e Michele Polico (Young Digital). Tutti "industriali" che stanno rivitalizzando in chiave "social" imprese artigiane altrimenti destinate a mercati molto più piccoli, se non all'estinzione. Ci sono poi Simone Panfilo e Roberto Scaccia, che con i portali internazionali LoveTheSign (www.lovetheesign.com) e Zanooby (www.zanooby.com/) raccontano, e vendono, il made in Italy, quello di nicchia ma anche dei grandi marchi. Il mercato principale: la Cina. E non mancheranno gli artigiani e i designer del food: dal cioccolato a Mirco Della Vecchia al vignaiolo naturale Angiolino Maule, a Dario Loison (impresa dolciaria). Un saper fare che è, anche e soprattutto, fare cultura. Così il Nordest, piegato dalla crisi, prova insomma a reinventarsi per l'ennesima volta. Sarà da vedere se con questo "ritorno al futuro" ce la farà.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

[LA SCHEDA]

Dieci casi di eccellenza in rosa da seguire anche in Rete

Dieci testimonianze diverse per provenienza geografica, per profilo biografico e percorso professionale, con un comun denominatore: sono tutte donne le dieci protagoniste di "Italiax10", evento promosso da Telecom Italia e Nordest Europa Editore che anticiperà l'apertura della sesta edizione del Festival Città Impresa il 7 maggio all'Antiruggine di Castelfranco Veneto (Treviso). "Italiax10" non è un evento da "quote rosa": i dieci progetti sono esempi di eccellenza imprenditoriale. Si va dalla green economy, come la eAmbiente di Gabriella Chiellino, alla multimedialità applicata all'arte e al design (Francesca Molteni, Muse Project Factory), dalle imprese che nascono nelle università - Ananas Nanotech di Margherita Moriglio e

Imaginary di Lucia Pannese - alle tecnologie d'avanguardia che rivoluzioneranno il nostro uso degli smartphone (Atooma di Francesca Romano). Sono makers (Patrizia Iacovazzi, Perlamadredesign), fashion designer con un tocco green, come i jeans a km0 di Claudia Lubrano (Ecogeco), o hanno fatto della promozione territoriale la propria missione (Chiara Caliceti, Omniarelations). C'è chi si autodefinisce "imprenditrice seriale", come Sara Roversi (Youcan Group) che sta reinventando il mondo del food retail al ritmo di un'impresa l'anno. L'evento sarà trasmesso in live streaming su italiex10.telecomitalia.com <<http://italiex10.telecomitalia.com>> Su twitter: #italiex10 #cittaimpresa.