



La polizza auto è più leggera.

IN PIÙ 15% di sconto online

CALCOLA
IL PREVENTIVO

"Abruzzo made in Italy": cronologia di un brand.

"Abruzzo made in Italy": cronologia di un brand. Le azioni, i numeri, le prospettive. I temi affrontati sabato mattina in occasione della conferenza stampa-seminario di "Abruzzo made in Italy" tenutasi a Pescara. Sono intervenuti Valentina Bianchi, Assessore Regionale alle Attività Produttive e all'Innovazione, Lorenzo Strona, Presidente Unicom, (nella foto) rap-



presentanti del raggruppamento di imprese Ad.venture srl, Elsagdatamat spa e Accenture spa incaricate della gestione del progetto e rappresentanti di alcune delle aziende abruzzesi coinvolte in "Abruzzo made in Italy" (Abruzzohotel, Pastificio Delverde, Arianna Spa Confetti di Sulmona, Azienda agricola Nicola Santoleri, Edildada, Azienda Mion, Azienda Petrucci, Euroconsulting, Cappucci Srl, Consorzio Industriale Teramo).

"L'esperienza di questo progetto ha accresciuto le competenze di tutti i soggetti coinvolti - ha affermato Valentina Bianchi, Assessore alle Attività Produttive e all'Innovazione della Regione Abruzzo -. Abbiamo costituito un sistema pronto a confrontarsi con sempre più target, sia in Italia sia all'estero. "Abruzzo made in Italy" è un momento importante dell'integrazione fra territorio, persone, aziende e istituzioni. Un progetto

che non si esaurisce sulla carta, per una regione pronta alla sfida per continuare ad emergere. Supportati anche dall'incitamento di Lorenzo Strona e delle aziende intervenute, andiamo avanti con maggiore convinzione".

"L'Abruzzo rappresenta il paradigma della buona comunicazione in Italia - ha affermato Lorenzo Strona, Presidente Unicom -. Conosco questa realtà da pochi anni, ma anche grazie a questo progetto che mi ha coinvolto in convegni e incontri, ho apprezzato l'approccio non convenzionale applicato alla comunicazione del territorio, all'insegna di multicanalità e multimedialità. Mi colpisce questa terra che coniuga metodologie corrette e spirito di collaborazione, sommando impegno di testa e impegno di cuore. Il risultato è l'eccellente integrazione fra imprese, territorio e istituzioni. La "sorpresa Abruzzo" giova all'intero Paese".

Analisi e individuazione dei Pacchetti localizzativi (ossia le opportunità di investimento nel territorio abruzzese), assistenza alla localizzazione, promozione e diffusione del brand "Abruzzo made in Italy", convegni, incontri con imprenditori e investitori locali ed esteri. E ancora: il sito www.abruzzomadeinitaly.it - interfaccia e memoria del Progetto - costantemente aggiornato con news e rassegna stampa; un Dvd che, attraverso le sue eccellenze, promuove produzione e innovazione del territorio abruzzese; una pubblicazione innovativa dedicata alla situazione socio-economica-territoriale regionale (duecentottanta pagine, sia per la versione italiana, sia per quella in inglese).

Queste le azioni di "Abruzzo made in Italy" - Programmi di Marketing Territoriale dell'Assessorato alle Attività Produttive e all'Innovazione della Regione Abruzzo - Assessore Valentina Bianchi. Tutte rivolte a interlocutori di prim'ordine, selezionati e incontrati in occasione di due eventi internazionali, due eventi nazionali, due Press Tour, uno rivolto alla stampa specializzata estera, l'altro a quella italiana e Business Tour mirati,

rivolti a imprenditori e investitori italiani, tedeschi, russi e inglesi.

"L'Assessorato alle Attività Produttive e all'Innovazione è fortemente impegnato nella promozione del tessuto produttivo. Siamo consapevoli dell'altissima Competitività territoriale, ma anche certi dei punti di forza che la nostra regione può vantare - afferma Valentina Bianchi, Assessore alle Attività Produttive e all'Innovazione della Regione Abruzzo -. Il progetto di marketing territoriale ha analizzato la "domanda" del mercato partendo dai nuovi trend produttivi. Con questo abbiamo identificato le opportunità localizzative del nostro territorio, raccogliendo manifestazioni di interesse a volte anche sorprendenti per il livello e importanza. Gli investitori interessati, ad oggi supportati dall'Azione 1.4.2 Docup Abruzzo 2000-2006, devono continuare a trovare competenze specifiche nel processo di localizzazione. Quanto raccolto fino ad oggi deve essere strutturato in un'azione continuativa con un soggetto specifico di riferimento".

Le date degli eventi realizzati da "Abruzzo made in Italy": un evento internazionale a Bruxelles per Open Days, Investors' Cafè e Business meeting, ottobre 2006; un convegno nazionale "Comunicare il territorio" 18 maggio 2007, L'Aquila; un Press Tour Internazionale 4/8 giugno 2007; due Business Tour Internazionali 4/8 giugno 2007 e 30 settembre/4 ottobre 2007; un Press Tour Nazionale 24/27 ottobre 2007. E Business Tour mirati - con azioni in corso - che coinvolgono: una holding internazionale che opera in tutto il mondo in campo immobiliare, gestione capitali, servizi finanziari, energia e turismo, interessata ad investire in Abruzzo e una prestigiosa catena alberghiera interessata ad un progetto di turismo/enogastronomia. Da aggiungere altri due eventi da realizzare a febbraio 2008: uno in Germania, per approfondire interessi nei settori infrastruttura, logistica, agroalimentare e turismo, manifestati da

Continua nella pagina seguente



La polizza auto è più leggera.

IN PIÙ 15% di sconto online

**CALCOLA
IL PREVENTIVO**

"Abruzzo made in Italy": cronologia di un brand.

Segue dalla pagina precedente

investitori e imprenditori tedeschi; l'altro, a Pescara, di promozione dei risultati. Altri eventi di rilievo che hanno coinvolto "Abruzzo made in Italy" sono stati: Open Days (ottobre 2007, Bruxelles); L'Abruzzo che sorprende (4 ottobre 2007, Capri); Presentazione dei prodotti tipici locali abruzzesi (23/26 ottobre 2007, Friburgo); Incontro nazionale task force italo-russa (25/26 ottobre 2007, Napoli). Diciotto mesi di Progetto. Otto mercati coinvolti: Austria, Belgio, Francia, Germania, Gran Bretagna, Italia, Usa, Russia. Venticinque i "Pacchetti localizzativi" nati da un processo di aggiornamento, integrazione e revisione condotto desk e sul territorio per identificare, appunto, le opportunità di investimento. Quindici i contatti più significativi riportati nell'ambito dell'assistenza alla localizzazione. Holding del Nord Italia, aziende abruzzesi, consulenti internazionali, imprenditori, centri di ricerca, hanno contattato "Abruzzo made in Italy" per ricevere informazioni sul territorio e avviare un dialogo con enti e istituzioni locali, allo scopo di individuare tempi, costi e opportunità di insediamenti produttivi in Abruzzo. Quaranta incontri one-to-one con i "portatori di interessi socio-economici collettivi" in Abruzzo (stakeholders).

Incontri finalizzati a creare una rete di relazioni e servizi per agevolare insediamenti o partenariati commerciali. Dodici i principali settori merceologici nei quali "Abruzzo made in Italy" ha operato attivamente per la promozione di investimenti in Abruzzo: acque minerali, agroalimentare, ambiente, automotive e alumotive, benessere, edilizia, infrastrutturale e logistica, metalmeccanico, prototipazione, ricerca e innovazione, terziario avanzato, turismo.

Oltre trentacinque le imprese abruzzesi coinvolte nel corso delle azioni di promozione di "Abruzzo made in I-

taly". Oltre duemila contatti fra associazioni, enti, media, operatori economici e servizi contenuti nel database di "Abruzzo made in Italy". Divisa in sei gruppi di investitori, sette stati e tre continenti per un totale di settantanove aziende è la "short list" di potenziali investitori elaborata per concretizzare partenariati di sviluppo con la Regione Abruzzo. Nello specifico sono stati individuate dieci aziende in Italia, dieci in Francia, ventisei tra Germania e Austria, tredici nel Regno Unito, undici in Russia e nove negli Stati Uniti.

Dodici le strutture visitate in occasione dei tour organizzati: Arianna Spa Confetti di Sulmona, Atr Group, Azienda Agricola Nicola Santoleri, Azienda Marramiero, Cantina Tollo, Cantine Zaccagnini, Delverde Pastificio di Fara San Martino, Honda Italia, Istituto Nazionale di Fisica Nucleare, Micron, Sextantio Srl, Telespazio.

settanta sulla stampa regionale, per la quale vanno considerati anche i servizi delle Tv locali.

Sedici le testate internazionali che hanno scritto di "Abruzzo Made in Italy".

Tre gli speciali dedicati ad "Abruzzo made in Italy" da Industrie Anzeiger, Management & Technik, Eurofinanza. La rivista tedesca Industrie Anzeiger (inserto di sedici pagine al nr. 33/34 20.08.2007), il magazine russo MT Management & Technik (inserto di venti pagine al nr. 3/2007) e il mensile italiano Eurofinanza (speciale di 14 pagine, nr. 9 novembre 2007), dedicano ampio spazio ad "Abruzzo made in Italy".

Sui tre speciali sono in primo piano le attività produttive e l'innovazione della Regione Abruzzo, senza dimenticare la qualità della vita, le bellezze ambientali e l'enogastronomia. Gli speciali sono sostenuti da un appa-



ABRUZZO MADE IN ITALY

welcome home

Cinque testate della stampa specializzata di settore rappresentate in occasione del Press Tour Internazionale: Industrie Anzeiger (Germania), IW Industry Week (USA), L'Usine Nouvelle (Francia), Management Today (Gran Bretagna), MT Management & Technik (Russia). Sei testate della stampa specializzata di settore rappresentate in occasione del Press Tour Nazionale: Automazione e Strumentazione, Eurofinanza, Il Giornale della Subfornitura, Mototech, Panorama Economy, Spot and Web.

Un database stampa con oltre cento contatti stampa internazionale, duecento nazionale e tutta la stampa regionale. Più di centocinquanta

uscite suddivise fra: oltre trenta sulla stampa internazionale, più di quaranta sulla stampa nazionale e più di

settecento sulla stampa regionale, per la quale vanno considerati anche i servizi delle Tv locali. Sedici le testate internazionali che hanno scritto di "Abruzzo Made in Italy". Tre gli speciali dedicati ad "Abruzzo made in Italy" da Industrie Anzeiger, Management & Technik, Eurofinanza. La rivista tedesca Industrie Anzeiger (inserto di sedici pagine al nr. 33/34 20.08.2007), il magazine russo MT Management & Technik (inserto di venti pagine al nr. 3/2007) e il mensile italiano Eurofinanza (speciale di 14 pagine, nr. 9 novembre 2007), dedicano ampio spazio ad "Abruzzo made in Italy". Sui tre speciali sono in primo piano le attività produttive e l'innovazione della Regione Abruzzo, senza dimenticare la qualità della vita, le bellezze ambientali e l'enogastronomia. Gli speciali sono sostenuti da un appa-