



MADE IN ITALY

<i>Introduzione e definizione</i>	<i>pag 2</i>
<i>Significato e percezione</i>	<i>pag 3</i>
<i>Evoluzione e trasformazione</i>	<i>pag 4</i>
<i>Attività a sostegno delle aziende</i>	<i>pag 6</i>
<i>Il modello di business :</i>	
<i>Franchising Made in Italy</i>	<i>pag 8</i>
<i>Note e riflessioni:</i>	<i>pag 9</i>
<i>Il consorzio Unionsign</i>	<i>pag 13</i>

Relazione dott. Andrea Canafoglia Venturini

Introduzione e definizione

Il Made in Italy

Il made in Italy oggi credo che vada inteso più come *stile di vita* che come brand legato al prodotto.

Ricordo la *definizione* di un prodotto a marchio Made In Italy :

si definisce un prodotto a marchio made in Italy se ideato, progettato e confezionato in Italia

(art 16- del decreto 135/2009 convertito in legge n 166 del 20 nov 2009)

Il marchio made in Italy nel 2012 era in terza posizione dopo coca cola e visa come notorietà di brand

Nel 2017 è alla 7 posizione, ora siamo alla 10 ... e sempre più in forte calo

Ma basta porsi delle semplici domande per capire le contraddizioni in cui si trova il concetto del made in Italy.

E' più italiana una sedia dell'Ikea fatta in Italia o una sedia di un'azienda italiana prodotta in Cina?

È più italiana una pizza margherita cucinata da un cuoco egiziano a Napoli o da un cuoco italiano in Egitto?

Significato e percezione

Una volta c'era l'imprenditore insieme ai suoi operai e designer in officina, lavoravano giorno e notte con passione e amore per trovare le soluzioni più innovative, le tecniche di lavorazione, la funzionalità ed estetica del prodotto. E queste aziende davano vita a manufatti conosciuti ed apprezzati in tutto il mondo come made in Italy

Il *design e la qualità* erano i termini portanti del made in Italy cioè il design era e va inteso come fusione di estetica e funzionalità in una visione di prodotto industrializzato

A questi termini si è accostato anche il termine di *artigianalità* a mio avviso in modo improprio.

Infatti il design esprime e nasce come concetto di industrializzazione del prodotto per progettare forme che i macchinari possano replicare e offrire un prodotto di serie.

Quindi il design è intrinsecamente diverso come significato dal concetto artigianale.

Il prodotto artigianale tramite industrializzazione e design può diventare prodotto industriale di design.

Quindi da un lato va rivisto e definito il concetto di MADE IN ITALY come prodotto industriale ed esportabile Worldwide, mentre dall'altro bisogna sostenere il mondo artigianale come base embrionale per la trasformazione e trasmissione delle tecniche produttive artigianali di generazione in generazione sviluppando ove possibile il piccolo artigiano in impresa industriale.

EVOLUZIONE E TRASFORMAZIONE

Riprendendo la definizione di MADE IN ITALY ed analizzandola in ogni suo punto possiamo riscontrare le seguenti discordanze

si definisce un prodotto a marchio made in Italy se ideato, progettato e confezionato in Italia

Ideato in Italia :

i progetti giustamente scorrono su internet, i designer sono internazionali

Quindi già il primo assunto di made in Italy occorre rivederlo in un modo globalizzato e soprattutto con una rete quale internet che permette la circolazione di progetti, disegni, immagini, etc in ogni parte del mondo e da qualsiasi designer

Progettato e confezionato in Italia:

I lavoratori all'interno delle aziende sono spesso non italiani, quindi sia la parte di industrializzazione che di produzione del prodotto stesso è realizzato da lavoratori stranieri. Anche molte aziende sono proprio di imprenditori stranieri, parecchie aziende italiane sono in molti casi passate di mano con proprietà estere.

Quindi la domanda da porsi è cosa rimane del prodotto a marchio made in Italy? forse solo quattro mura del capannone nel territorio italiano?

Bisogna metter mano ad una nuova normativa per il Made In Italy

Spesso ho scritto e parlato anche del concetto di **SIMULAZIONE DI ITALIANITA'**

E non parlo del Italia sounding noto fenomeno dove aziende estere tentano con un nome simile a quelli italiani di far passare per italiano un prodotto che italiano non è. (es Parmisan invece di parmigiano reggiano o pasta Napli (prodotta chissà dove) etc.

Ma con simulazione di italianità intendo il comportamento di quelle aziende italiane che si sono fregiate del marchio costruito sul made Italy, ma che ora di italiano hanno ben poco: nome e brand italiano, ma i prodotti li fanno fare all'estero.

Infatti basta guardare l'etichetta all'interno del prodotto e vedere provenienze da molteplici paesi in giro per il mondo

Gli imprenditori cercano di ottimizzare il profitto e senza una chiara regolamentazione della produzione italiana tutto viene lasciato in un'ampia zona d'ombra e non si capisce cosa è il valore di un brand ed un brand importante come il made in Italy. Un brand che dovrebbe essere pubblicizzato, sviluppato con politiche commerciali e marketing dallo stato stesso essendo un brand collettivo e che invece viene lasciato al buon lavoro delle singole aziende.

Il rapporto con la bellezza diventa fondamentale e vivere in un Paese come l'Italia dove ogni comune ha le sue bellezze artistiche, storiche, paesaggistiche permette ancora di parlare di stile Italiano.

Uno stile che anche senza regolamentazioni si distingue nel design , nella moda, nell'enogastronomia, nell'arte, nel turismo e in tutte le scienze perché la bellezza, l'armonia sono legate giornalmente alla nostra vita, sono sotto i nostri occhi anche se non ci facciamo caso.

Lo stile Italiano rimane un valore , un bene da preservare e coltivare perché è l'evoluzione del made in Italy ed il futuro per i nostri figli.
Loro si ... sono il vero made in Italy

Made in Italy di cosa hanno bisogno le aziende :

Riduzione della burocrazia

Rapporto semplificato con l'amministrazione pubblica.

Maggior velocità nell'acquisizione di permessi o svolgimento di pratiche

Semplificazione di acquisizione informazioni

Uffici delegati per informazioni su bandi, concorsi e fondi dedicati

Portali su siti dedicati all'informazione in base alla tipologia, dimensioni e fatturato dell'azienda.

Così che un piccolo imprenditore possa consultare le informazioni relative a bandi, a fondi, a progetti dedicati alla tipologia della sua azienda, nel settore in cui opera e/o richiedere approfondimenti tramite chat dedicata

Intensificazione del sistema rete aziende e studi professionali associati

Sinergia di aziende con condivisione dei costi per sede, servizi di ricevimento, di acquisti

La rete d'impresa con finalità commerciali e marketing o anche come condivisioni di costi e strutture

Pagamenti sicuri. Maggior garanzia di credito Definire sanzioni e blocco delle fatture da parte di aziende insolventi
Circuito di credito facilitato.

Importazioni e certificazioni : I prodotti importati se non limitati almeno devono avere le stesse certificazioni richieste ai produttori in Italia, anzi per limitare l'ingresso dovremmo richiedere delle certificazioni aggiuntive.

La promozione e distribuzione dell'impresa

Ogni regione dovrebbe sviluppare un sistema di promozione delle aziende sul proprio territorio

Promozione e comunicazione sia verso il mercato interno italiano sia verso l'estero

Molte aziende di piccole e medio piccole dimensioni hanno necessità di far conoscere il loro brand ed i loro prodotti sul mercato sia tramite attività di comunicazione e pubblicità sia nella costruzione di reti commerciali distributive.

Alla costruzione di reti commerciali distributive si lega anche il tema dello stimolo e rinascita del retail multibrand.

Tipologia di attività commerciale in estinzione e che invece va preservato. Questa tipologia sono negozi singoli o piccole catene che possono vendere prodotti di diverse aziende (multibrand) e che possono dar spazio e visibilità anche ad aziende con prodotti di nicchia di piccole o piccolissime aziende che hanno però lavorazioni di alta qualità o raffinatezza.

Quindi se si pensa ad un mercato va considerata non solo la parte dell'impresa produttiva, ma anche la filiera distributiva di questi manufatti.

I negozi sono sempre più monobrand (insegna unica) aperti in centro o nei centri commerciali o outlet sorretti con ampi capitali e la partecipazione di fondi per una politica di apertura di numerosi punti vendita o con sistemi di franchising.

I due sistemi distributivi devono essere paralleli e coesistere, ma l'entità delle pratiche burocratiche , i costi di gestione Il cuneo fiscale su eventuali dipendenti, la difficoltà di credito , i costi degli affitti e delle location, porta i negozi singoli multimarca a chiudere con la perdita di alcuni negozi storici delle città.

MODELLO DI BUSINESS : IL FRANCHISING MADE IN ITALY

Si stanno diffondendo soprattutto nel settore alimentare alcune reti distributive alternative quali i GAS Gruppi di acquisto solidale , sono iniziative di cittadini privati che pero' trovano difficoltà nel poter offrire una valida rete distributiva in grado di sostenere e far sviluppare un'impresa. Il sistema è in evoluzione, ma sicuramente pone dei limiti essendo un sistema chiuso ed esso stesso poco conosciuto.

Sarebbe sicuramente più vantaggioso a livello di mercato porre delle agevolazioni per l'apertura di negozi multibrand. Sgravi fiscali, pratiche veloci con figure tecniche comunali atte alla semplificazione e affianco dell'imprenditore, assunzioni con contratti flessibili in relazione al fatturato sviluppato

Le regioni stesse potrebbero strutturare un sistema di franchising distributivo con negozi a marchio Made in Italy (Lombardia, Lazio, Marche, Veneto, Campania, Sicilia etc) dove si vendono solo prodotti provenienti da aziende Italiane. non solamente riferito a prodotti enogastronomici , ma a tutte le categorie merceologiche di prodotti comunque Totalmente realizzati in Italia.

Detto tipo di franchising potrebbe essere anche sviluppato chiaramente all'estero.

In questo modello di business le regioni (mercato interno) o il ministero delle imprese e del made in Italy (sui mercati esteri) potrebbero avere un revenue sulle vendite dei singoli punti vendita e permettere di

Investire sul marchio made in Italy sia come comunicazione sia come analisi per l'apertura di nuovi punti vendita In un sistema virtuoso di costruzione di impresa, posti di lavoro, sviluppo delle aziende fornitrici (produttori italiani) apertura di punti vendita, diffusione del marchio Made in Italy.

NOTE E RIFLESSIONI

MADE IN ITALY

RICREARE L'HUMUS IMPRENDITORIALE IN ITALIA

Dalla scuola superiore, almeno l'ultimo biennio, bisogna spiegare come fare azienda ai giovani studenti, indipendentemente dall'ambito scolastico che frequentano, cosa vuol dire creare la propria azienda. Insegnargli un business plan, fargli fare delle gite all'interno delle aziende facendo vedere le produzioni, creare opportunità di stage per i più meritevoli.

Stage pagati dallo Stato per coprire i costi di spostamento e mensa. (da effettuarsi durante le vacanze invernali o estive)

Materia da insegnare economia industriale pratica – un'ora a settimana durante l'ultimo biennio delle scuole superiori.

CASE HISTORIES di imprenditori di successo che raccontino la loro storia, le loro intuizioni il loro modo di far impresa.

DALL' IDEA ALLA CREAZIONE D'IMPRESA

Dopo essere stati valutati da enti preposti (tutor aziendali / centri di ricerca e sviluppo impresa) i progetti degli studenti che a fine del biennio o dell'università decidono di creare un'azienda lo Stato (o enti regionali) mette a disposizione un fondo per costituire e supportare il primo anno di attività artigianale/industriale. Fondo che può essere in parte restituito in parte a fondo perso.

SEDE AZIENDALE

Geo localizzazione delle strutture industriali dismesse e di edifici abbandonati

Durante gli ultimi anni molte industrie hanno chiuso o esternalizzato la loro produzione, lasciando sul territorio edifici industriali dismessi, che non vengono utilizzati o che non trovano utilizzo o che non riescono ad essere affittati o rivenduti

Creata una mappa di detti edifici, si possono creare dei luoghi da offrire come agevolazione agli start up.

Progetto « IO FACCIO »

La regione mette a disposizione dei laboratori : falegnameria, pelletteria, carpenteria, tessile, ceramica, plastiche, etc, a disposizione di tutti coloro che presentano dei validi progetti di azienda e prodotti da realizzare.

Il progetto IO FACCIO ha la finalità di realizzare una mini produzione utilizzando macchinari presenti nei laboratori per verificare la potenzialità del proprio progetto.

Controllo delle importazioni su settori strategici

Gestione dei manufatti provenienti da Nazioni con normative non corrispondenti alla sicurezza e qualità del lavoro

Primarie categorie merceologiche da difendere **manifattura tessuti e confezioni, accessori, alimentare.**

Controllo ed applicazione delle regole di produzione del Made in Italy per le stesse industrie italiane

Made in Italy e prodotti interamente italiani

Si intende realizzato interamente in Italia il prodotto o la merce, classificabile come made in Italy ai sensi della normativa vigente, e per il quale il disegno, la progettazione, la lavorazione ed il confezionamento sono compiuti esclusivamente sul territorio italiano. **legge nr. 166 articolo 16 del 20 novembre 2009 .**

chi non rispetta detta normativa sulla realizzazione di prodotti con etichetta e/o denominazione made in Italy, non può indicare il proprio prodotto come made in Italy in caso contrario la multa deve essere di euro 100.000 onde evitare il ripetersi di casi simili e soprattutto per tutelare tutte le aziende che producono in Italia

SETTORE SPECIFICO

COMUNICAZIONE VISIVA / ARREDAMENTO / INSEGNE ED ALLESTIMENTI/ ARREDAMENTO/ESPOSITORI

ATTIVITA' PRODUTTIVA E SERVIZI

CREATIVITA' – PROGETTAZIONE E RENDER – PRODUZIONE -LOGISTICA

FOCUS SU NECESSITA' E COMPETENZE

Capacità di innovazione continua ed installazione macchinari all'avanguardia

Possibilità di acquisire macchinari con particolari agevolazioni

Formazione del personale accurata e a lungo termine con corsi di formazione specifici o con rapporti diretti con le scuole ed università.

Rete aziendali per condividere spese di promozione all'estero ed internazionalizzazione delle attività marketing (uffici, fiere, commerciale,etc)



THE SIGN OF THE BRAND

union sign

VISUAL COMMUNICATION - INSEGNE E SEGNALETICA - ARREDAMENTO - ILLUMINAZIONE - ESPOSITORI & VETRINE - AIR SOLUTIONS - WRAP - LED WALL - TOTAL CREATIVITY



THE SIGN OF THE BRAND

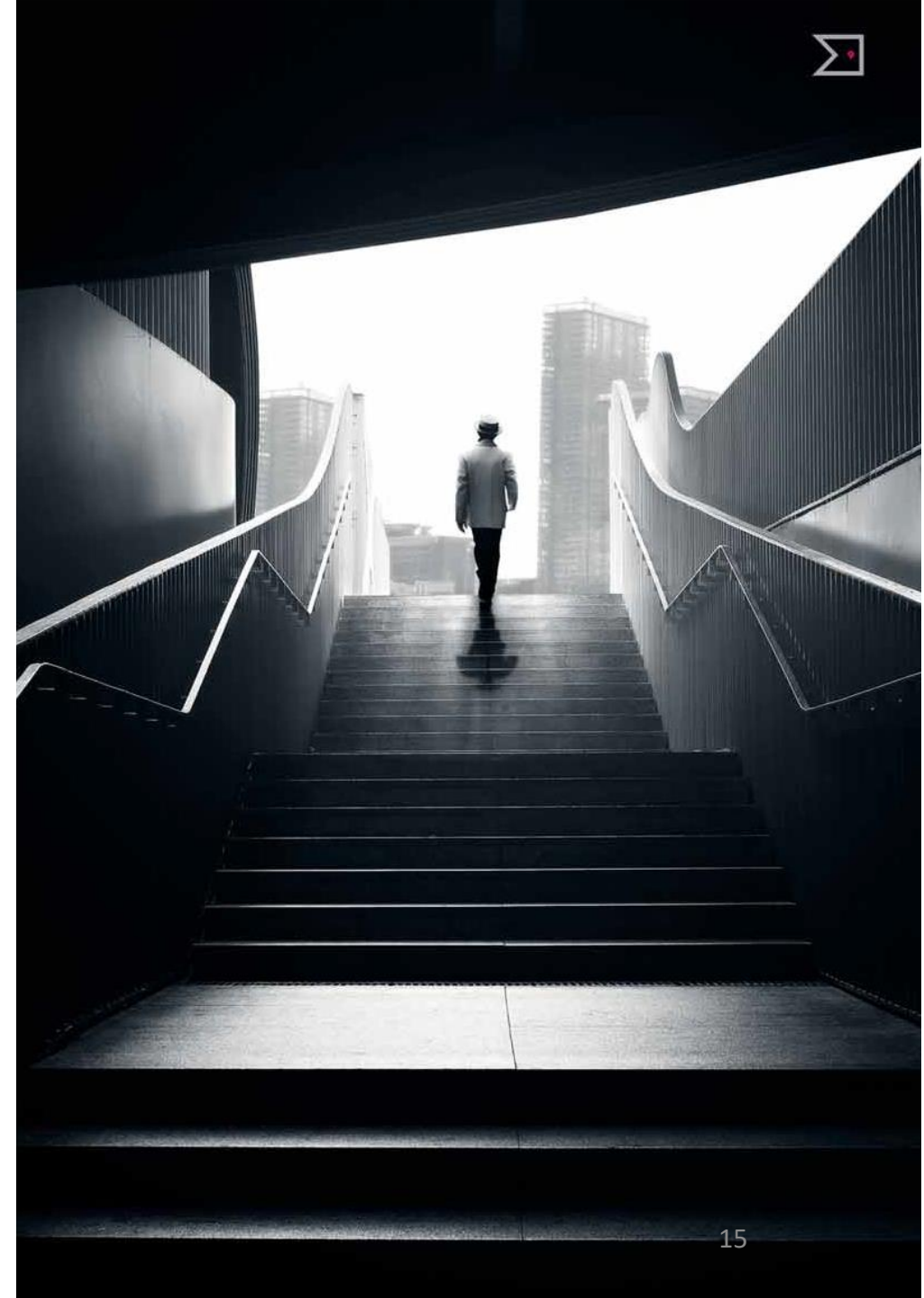
VISUAL COMMUNICATION
INSEGNE E SEGNALETICA
ARREDAMENTO
ILLUMINAZIONE
ESPOSITORI E VETRINE
AIR SOLUTIONS
WRAP & LEDWALL
CREATIVITY SOLUTIONS



Un solo interlocutore, per tutte le esigenze di comunicazione.

UNIONSIGN ALL IN ONE
GLOBAL SERVICE & PRODUCTION

- Consulenza
- Creatività
- Progettazione
- Visualizzazione | Render
- Industrializzazione e prototipo
- Ricerca dei materiali
- Produzione
- Installazione
- Logistica



 union sign

Design Center

CREATIVITA', RENDER, PRODUZIONE, LOGISTICA,
UNA PRESENZA COSTANTE AL VOSTRO SERVIZIO.



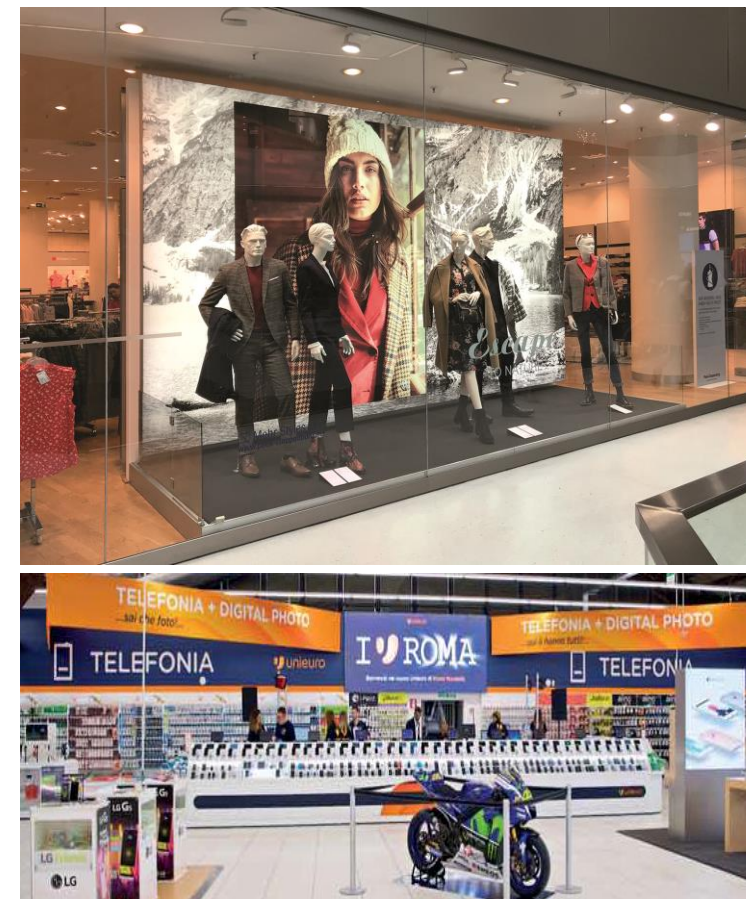
Produzione

LAVORAZIONI
MULTI-MATERIALI



Logistica

ALLESTIMENTI, INSTALLAZIONI,
PRATICHE AUTORIZZATIVE



THE GREEN SPACE

**Un grande
gruppo,
per guardare
più lontano.**

UNIONSIGN group guarda all'ambiente che ci circonda, adottando tutte le attenzioni per la realizzazione di spazi commerciali sempre più green. Lancia il progetto **THE GREEN SPACE**. Un progetto rivolto a tutti coloro che amano e proteggono l'ambiente e la natura intorno a noi.

UNIONSIGN un grande gruppo che guarda lontano, verso un ambiente ecosostenibile.

THE GREEN SPACE Unionsign (TGS).

Per informazioni info@unionsign.it www.unionsign.it







unionsign
Signage



 unionsign
Signage



 unionsign

Totem

I GIGANTI BUONI



 union sign

Rivestimento Facciate

MODULI PER RIDARE VITA
A VECCHI EDIFICI









Visual Decoration



Visual Decoration



Visual Decoration









Air solutions



 union sign
**Digital
Signage**







Milano

visual factory

Unionsign.it

Sales and Marketing Director

Dott Andrea Canafoglia Venturini

Email andrea.canafoglia@unionsign.it

Mob.335.1880662

