



L'Italia delle Mille Piazze a Osaka

I gioielli di Valenza, i Subsonica, il ristorante Piemonte tra le principali attrattive nel padiglione della Regione Piemonte, capofila delle Regioni italiane alla Osaka International Trade Fair

di Luigi Florio



Il vice ministro Adolfo Urso e l'assessore Gilberto Pichetto Fratin

Ospite d'onore alla 25ª Fiera Internazionale di Osaka (2-6 maggio), l'Italia si è presentata agli oltre 400.000 visitatori con un titolo molto accattivante: *L'Italia delle Mille Piazze*. La Regione Piemonte, come già per l'analogo evento *Italia Matsuri*, svoltosi a Tokyo nel 2001, è stata la capofila della partecipazione delle regioni italiane.

La presenza del nostro Paese si colloca nell'ambito della manifestazione "Italia in Giappone", che, da marzo 2001 fino a giugno 2002, sta promuovendo in Giappone l'arte, la cultura, la tecnologia, i prodotti e la creatività italiani. La Fondazione *Italia-Giappone*, presieduta da Umberto Agnelli, ha curato il ricco calendario di appuntamenti che nel corso di due anni ha presentato ai giapponesi il sistema Italia a 360 gradi. L'organizzazione tecnica de *L'Italia delle Mille Piazze* è stata curata da Edindustria Spa, Centro per la Comunicazione d'Impresa.

Il Decreto Ministeriale del 9 gennaio 2002 ha consentito ai consorzi che hanno partecipato all'iniziativa di ottenere un contributo del 70% delle spese di partecipazione (plateatico, allestimento, spese varie...) ed

il Piemonte ha fatto registrare la punta massima di adesioni: 10 consorzi per complessive 38 aziende, rappresentative dei più svariati settori, dall'enogastronomia alla moda, dall'oggettistica alla pelletteria, dai servizi turistici a quelli alberghieri.

Il settore orafa, al quale in base ad un accordo con l'Ice era dedicata una specifica serata, aveva una particolare vetrina: aziende del Piemonte e della Toscana hanno presentato ad operatori e giornalisti giapponesi significative produzioni dell'arte orafa di Valenza e di Arezzo.

Erano presenti anche importanti operatori italo-giapponesi, tra i quali ricordiamo Fiat Japan, Icif Japan e Memo's che complessivamente coprivano una superficie espositiva di circa 300 m².

La Regione Piemonte era presente con un proprio stand istituzionale per la cui realizzazione sono stati coinvolti l'Assessorato al Commercio, la Presidenza della Giunta e l'Assessorato al Turismo. A fianco era collocato lo stand della Provincia di Alessandria.

All'inaugurazione, il 2 maggio, all'ingresso dell'Intex Osaka, uno dei più grandi centri espositivi del Giappone, erano

presenti numerose autorità giapponesi e italiane. Tra queste ultime: l'assessore all'Industria e Commercio Internazionale della Regione Piemonte, Gilberto Pichetto Fratin, il vice ministro Adolfo Urso, il sottosegretario Sgarbi, l'ambasciatore d'Italia in Giappone, Menegatti. Durante la visita allo stand del Piemonte ed hanno gustato gli ottimi vini piemontesi, esprimendo vivi apprezzamenti.

La Regione Piemonte ha promosso inoltre un altro importante "prodotto" piemontese: il gruppo musicale dei Subsonica che ha riscosso un enorme successo. I loro concerti, dalle

sonorità rock intrecciate a ritmi elettronici, hanno ben rappresentato l'Italia della musica e dell'arte.

L'Icif, Istituto Internazionale di Cucina, che ha sede a Costigliole d'Asti, ha curato la preparazione dei cibi del Ristorante Piemonte, fornendo ai numerosi appassionati giapponesi dell'enogastronomia italiana uno spaccato di alto livello dei piatti tipici piemontesi.

Da segnalare, infine, il forte impatto scenografico dei tanti banner raffiguranti paesaggi e piazze italiane, tra cui, per il Piemonte, una ampia veduta della Reale Palazzina di Caccia di Stupinigi.

Promotion Expo: edizione record a Fiera Milano

Il prossimo appuntamento dal 5 al 7 marzo 2003

Si è conclusa con un record di visitatori (8666, di cui 3942 di aziende utenti e 4724 operatori del settore) Promotion Expo, la grande fiera italiana della promozione organizzata a Fiera Milano da Ops. L'incremento di pubblico rispetto all'edizione precedente, significativo del momento d'oro della promotion industry in Italia, è del 7,7%.

Notevole la partecipazione di aziende leader di settore, agenzie di pubblicità, Pr, consulenti, che hanno così dimostrato il proprio interesse per l'investimento promozionale e la propria attenzione per la ricerca di fornitori affidabili.

Osvaldo Ponchia, organizzatore dell'evento e editore del periodico *Promotion* ha commentato: "Credo che le manifestazioni espositive BtoB, come Promotion Expo, forniscano in tempo reale osservazioni credibili e aggiornate sullo stato di salute e sulle prospettive del comparto. Il fatto che il numero degli espositori sia aumentato a oltre 350, nonostante il clima recessivo che veniva paventato, dimostra la capacità di reazione del piccolo e medio imprenditore italiano, alla cui categoria appartiene il 95% delle imprese della promozione e della comunicazione sul punto vendita."

I visitatori esteri erano circa 300, provenienti da 39 diverse nazioni, Usa, Russia, Giappone, Finlandia e Brasile compresi. Come da tradizione, i convegni sono stati caratterizzati da eventi mirati, 5 per l'esattezza, di alto livello professionale.

La prossima edizione a Fiera Milano dal 5 al 7 marzo 2003.

