



IMPRESA, CULTURA, TERRITORIO E INTERNAZIONALIZZAZIONE

Il caso Rete Tissue Italy

Maurizio Vanni

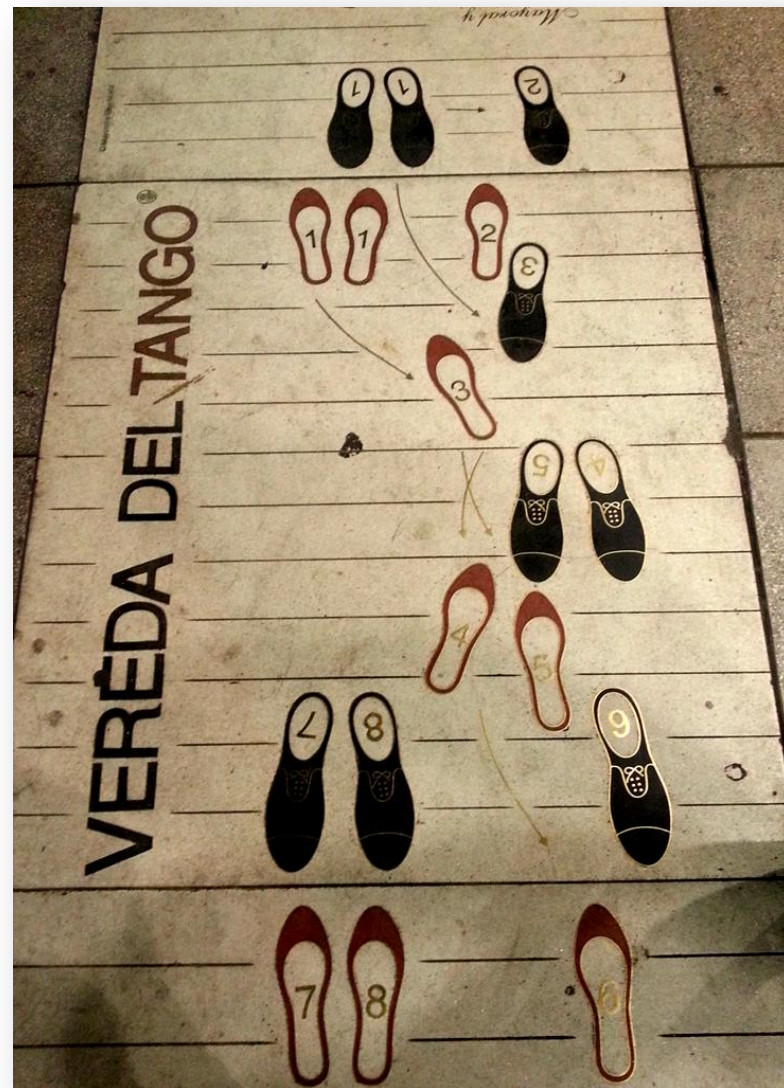
Il tempo della globalizzazione

Aniché importare passivamente modelli di sviluppo di matrice anglosassone, il nostro paese deve **riaffermare la propria identità**.

- Rispetto per la propria storia e tradizione
- Innovare in relazione alle reali esigenze e agli obiettivi
- Investire in tecnologia e in centri di ricerca
- Impegnarsi nella formazione
- Facilitare la creazione di reti d'impresa
- Preparare mentalmente e supportare logisticamente gli imprenditori internazionalizzarsi
- Prendere in considerazione la cultura da ottiche differenti

Cosa significa internazionalizzare?

- Identificare nuovi mercati
- Conoscere sempre meglio vecchi e nuovi target di riferimento
- Adattarsi alla nuova domanda
- Omologare le imprese ai codici pertinenti ai paesi d'interesse
- Adottare nuove strategie legate a inedite forme di marketing
- Modificare abitudini interne ed esterne



Riaffermare la leadership aprendo casa nostra

Al posto delle classiche fiere, ricorrere alle **Open House** per dimostrare:

- la forza della nostra tradizione
- l'intraprendenza delle nostre innovazioni
- l'utilizzo della tecnologia
- l'attenzione ai particolari con un approccio ancora "artigianale"
- il desiderio di seguire il cliente anche dopo un semplice acquisto
- l'importanza del territorio nel quale l'azienda è nata e cresciuta
- la rilevanza del coinvolgimento emotivo ed esperienziale attraverso la *Beauty of Italy*

LA CULTURA

- Condiziona una comunità
- Stimola la società caratterizzandone l'identità
- Agisce sul modo di pensare
- Indirizza i comportamenti strategici ed economici



- Afferma il principio della complementarietà tra impresa e cultura
- Dichiara che non può esserci sviluppo economico senza crescita culturale e viceversa



Alcuni paesi dell'Estremo Oriente hanno applicato con successo questa formula. Il caso delle “Quattro tigri”: Taiwan, Singapore, Hong Kong e Corea del Sud.

Rapida crescita economica basata su:

- Utilizzo sistematico della tecnologia
- Investimento in ricerca e innovazione
- Investimento in infrastrutture
- Internazionalizzazione “personalizzata”
- Investimento in formazione e nella specializzazione delle risorse umane

In Oriente le solide basi economiche sono state affiancate da un forte radicamento sociale, culturale e territoriale che si è trasformato in un **motore strategico**.

Investe in:

- Benessere sociale per i propri dipendenti
- Condivide arti antiche, cultura e folklore tradizionale del paese con i dipendenti
- Internazionalizza le arti e la cultura coreana favorendo le esperienze in altri paesi dei bambini
- Importa le arti e la cultura di altri paesi per creare confronto e crescita. Stimola i bambini con laboratori e workshop
- Volontariato incoraggiando i propri dipendenti a dedicare tempo ai servizi per la comunità
- Formazione universitaria e istruzione

IL CASO SAMSUNG



Il Leeum Samsung Museum a Seoul

Cosa cerca il mondo dalle nostre aziende

- Originalità
- Eccellenza
- Alta qualità
- Creatività
- Bellezza
- Unicità
- Approccio artigianale
- Sapore tradizionale rivisto in chiave contemporanea.

Tutti elementi che potrebbero far parte di un'opera d'arte o di un oggetto di design.

Quello stesso mondo è disponibile a venire nel nostro paese e condividere la *Beauty of Italy* per:

- Piacere emotivo (relax e divertimento)
- Condivisione territoriale (natura) e culturale (passato e presente)
- Partecipazione esperienziale ad eventi originali (effetto wow)
- Disponibilità a vivere momenti professionali coinvolgenti e non convenzionali
- Predisposizione a stabilire un rapporto personale e diretto



IL CASO RETE TISSUE ITALY



Lucca, 22 - 30 giugno **2013**

Rete Tissue Italy



PARTNER

Henkel

MAIN SPONSOR

**Rockwell
Automation**

WITH THE PARTICIPATION OF

**CASSA DI RISPARMIO
DI PISTOIA E DELLA LUCCHESIA**

OTHER SPONSORS

FANUC

SKF

**CASSA DI RISPARMIO
DI LUCCA PISA LIVORNO
GRUPPO BANCO POPOLARE**

TECHNICAL SPONSORS

SAFILL

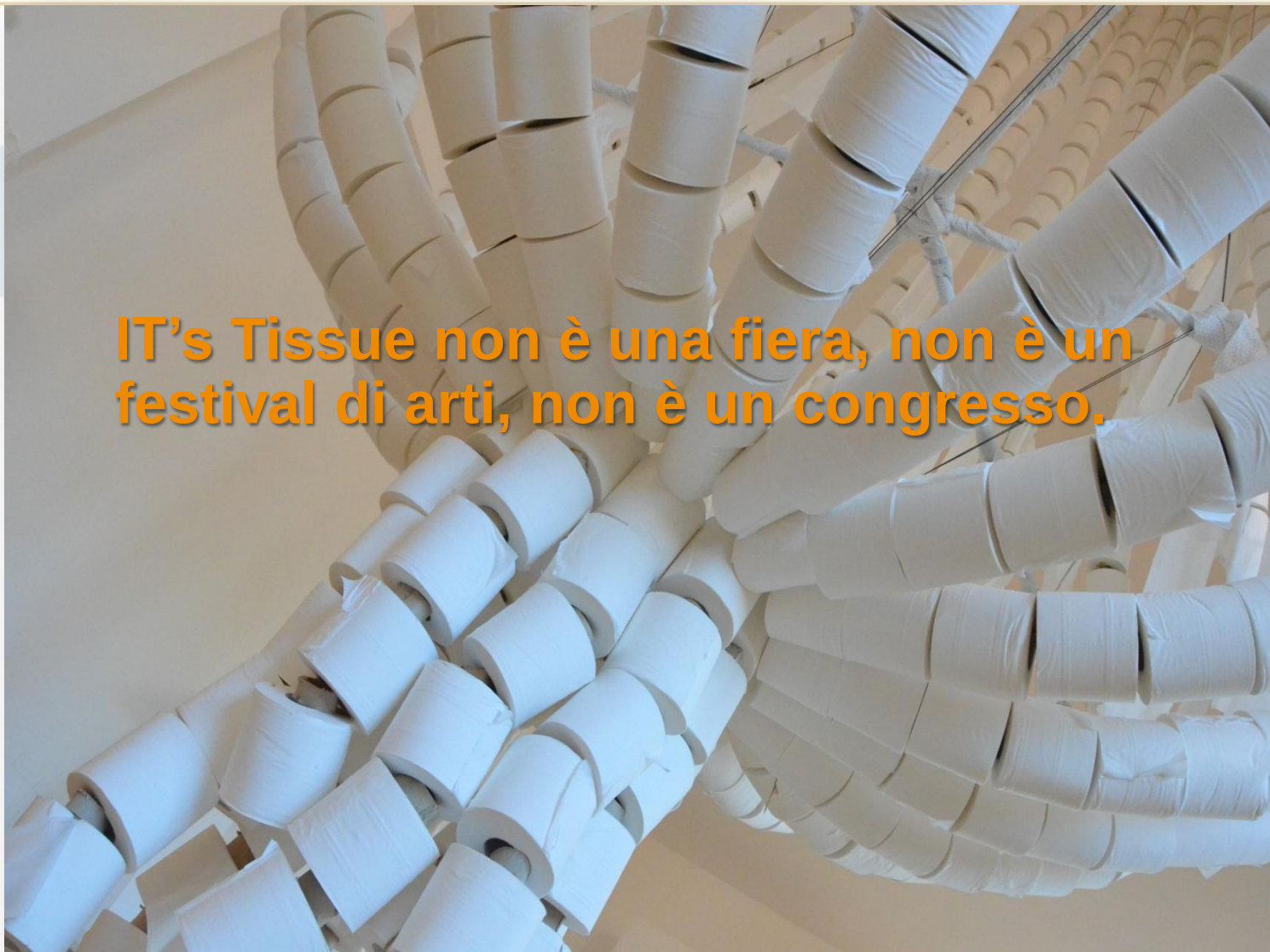


WI-FI POWERED BY

**AxIOM
NETWORK SYSTEM SOLUTIONS**

WITH THE SUPPORT OF





IT's Tissue non è una fiera, non è un festival di arti, non è un congresso.

Un evento delle **Rete Tissue Italy**
per rafforzare e confermare la
leadership italiana nel settore
metalmecanico del tissue:

12 aziende che uniscono
conoscenze, tradizioni e contatti
per creare un **cluster** destinato a
cambiare le storie e le geografie
del tissue nel mondo.

OBIETTIVI

**Trasmettere la
consapevolezza del
sistema tissue italiano**

**Rafforzare la Brand
Identity della Rete
Tissue Italy**

**Consolidare e
valorizzare l'immagine
internazionale della
tradizione italiana
nella produzione di
macchinari per il tissue**

**Coinvolgere persone
interessate a
conoscere più da
vicino le imprese
metal-meccaniche del
tissue**

I NUMERI

- Più di 700 partecipanti di 317 aziende, da 70 paesi
- Il 50% provenienti dall'Europa
- Forte presenza di Italia, Turchia, Inghilterra, Germania, Brasile, Messico e Nord America
- Numerosi partecipanti anche dai Paesi africani tra cui Uganda, Ghana, Nigeria, Angola e Sud Africa.
- Rappresentative da Paesi Arabi, Giappone, Cina e Polinesia
- Circa 250 recensioni su media locali, nazionali e internazionali

8-31 OTTOBRE 2013

IT'S *tissue!*

THE ITALIAN TECHNOLOGY EXPERIENCE
WORLD TOUR

São Paulo – Chicago – Toronto – Tokyo – Beijing – New Delhi – Istanbul – St. Petersburg

IN COLLABORATION WITH



WITH THE SUPPORT OF



WITH THE EXECUTIVE COORDINATION OF



UNDER THE PATRONAGE OF



MEDAGLIA DEL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA



Show conference

TECNOLOGIA, CULTURA E TURISMO: MARKETING NON CONVENZIONALE PER UN NUOVO MODO DI COMUNICARE IL MADE IN ITALY

Speakers:

Maurizio Vanni

IT's Tissue Project
Manager

Michela Cicchinè

IT's Tissue Executive
Coordination

Carol Lucchesi

International
Trade&Promotion
Manager – Luccapromos



8th October, 9:30 am - Edificio Itália

Av. São Luis, 50 - Edificio Italia, 2° floor of the Circolo Italiano, São Paulo - Brazil



10th October, 6 pm - Italian Institute of Culture

500 North Michigan Avenue, Suite 1450, Chicago, Illinois 60611, USA



15th October, 6:30 pm - Italian Institute of Culture

496 Huron St., Toronto, Ontario M5R 2R3, Canada

18th October, 3:30 pm - Italian Embassy

2-5-4 Mita, Minato-ku, Tokyo 108-8302, Japan



21st October, 3 pm - Italian Institute of Culture

San Li Tun, Dong Er Jie 2, 100600 Beijing, China



25th October, 6 pm - Italian Embassy Cultural Centre

50-E Chandragupta Marg (Entry from Nyaya Marg),
Chanakypuri, New Delhi 110021 (India)



30th October, 11 am - Italian Institute of Culture

Mesrutiyet Caddesi no: 75 Tepebasi, Beyoglu, 34430 Istanbul, Turkey

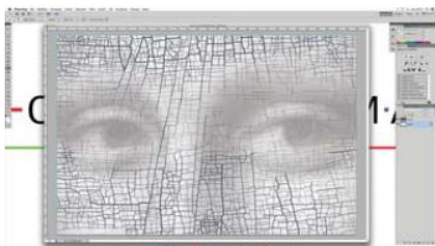


31st October, 5 pm - Italian Institute of Culture

Teatralnaja ploschad, 10 - San Pietroburgo, 190068, Russia



Christian Balzano, *Like a fire in the forest*, 00:34 min, 2013



Massimiliano Galliani, *Le Strade del Tempo (gli occhi della Gioconda)*, 2:00 min, 2013



Francesco Zavattari, *Let's clean it up*, 2:10 min, 2013



Francesco Attolini, *Tissue's Selfportraits*, 2:03 min, 2013



Luca Gaddini, *Vera Soft*, 2:00 min, performer Vera Marchi, 2013



Maria Antonietta Scarpari, *Sheng*, 2:40 min, produced by Blu Blade, video shooting and editing by Zaccaria Verrocchio, soundtrack by Oleg Ruyantsev, 2013

Mostra fotografica
sulla storia della
carta, kermesse di
videoarte a tema,
video di
presentazione del
territorio e incontri
BtoB con aziende e
tour operator.



I NUMERI

- Creazione di contatti con circa 300 aziende del settore (clienti e non);
- Creazione di contatti con circa 80 tour operator
- Interessante risposta mediatica con circa 150 recensioni
- Lancio dell'edizione 2015

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

www.mviva.eu
mv@mviva.eu