

EXPOCTS

GRAZIE ALLA SOFT ECONOMY, IL LOCALE PUNTA ALLA CRESCITA GLOBALE

# Qualità: la parola "magica"

**Milano si appresta ad ospitare "La Campionaria delle Qualità Italiane", vetrina privilegiata per raccontare le eccellenze del Made in Italy. E quello che c'è dietro**

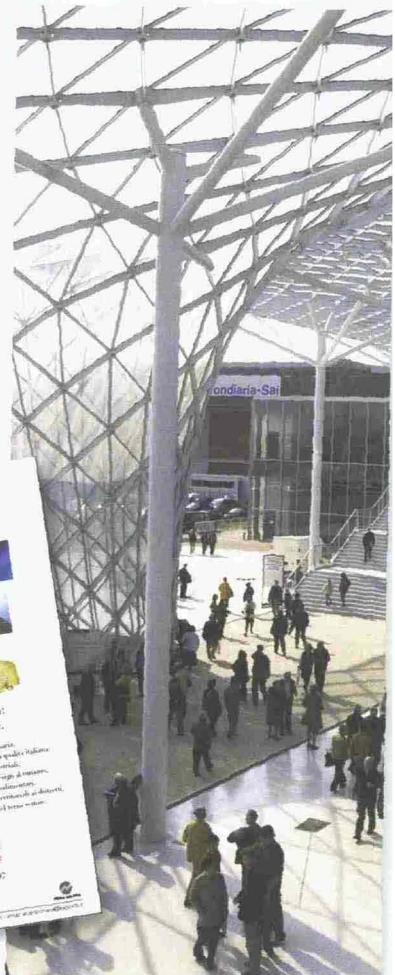
**P**untare su un modello di sviluppo economico in grado di coniugare crescita economica, coesione sociale e sostenibilità ambientale; che abbia come elementi fondanti fattori quali il paesaggio, il territorio, il modo di vivere, l'identità nazionale, la storia, e che, attraverso di essi e grazie ad essi, miri a creare una rete di qualità in grado di trasformare l'intero Sistema Paese in un brand di successo a livello globale. In poche parole, puntare sulla soft economy.

È questa la "parola d'ordine" della nuova fiera-evento in programma a Milano, nel polo fieristico di Rho Pero, dal 22 al 25 novembre, "La Campionaria delle Qualità Italiane", promossa da EXPOCTS-Fiera Milano e da Symbola, la Fondazione presieduta da Ermete Realacci.

**ESPOSITORI DI PRIMO PIANO.** A sostenere l'iniziativa sono già scesi in campo attori di alto calibro, come UnicreditGroup, main sponsor dell'evento, Eni e Camera di Commercio di Milano; così come di primo piano sono le oltre duecento realtà imprenditoriali, istituzionali e associative, che hanno assicurato la loro presenza tra gli espositori: basti citare Unicreditgroup, Unioncamere, FIAT, Enel, Seat Pagine Gialle, Brembo, Editalia, parco tecnologico Kilometro Rosso, Confindustria, Maglificio Ar-Va, Bialetti, Comeico, Federparchi, Finmeccanica, Cantine Arnaldo Caprai, Richard Ginori, Coldiretti, Confartigianato, La Rete, Novamont, Perugina, Pirelli, Ranger, Varnelli.

La Campionaria delle Qualità Italiane sarà un luogo di racconto e di scoperta di un modello economico italiano vincente ma non sempre conosciuto, che sta crescendo e influenzando positivamente lo sviluppo del Paese. Un modello, come sottolinea **Fabio Renzi**, Segretario Generale di Symbola, "che ruota intorno al fecondo rapporto fra impresa e territorio, in grado di generare reti trasversali e complesse, interazioni virtuose fra tradizione e ricerca, coesione sociale e rapporti positivi con la comunità".

La Campionaria si propone quindi come un'occasione per mostrare le Eccellenze che è in grado di produrre il nostro Paese, che sono in grado di concepire le nostre aziende, nella maggior parte dei casi di piccole e medie dimensioni, ma non per questo deboli o incapaci di affrontare - se giustamente preparate - i grandi mercati mondiali. Ma si propone anche di dimostrare come il perseguimento dell'alta qualità, la costante ricerca tecnologica, la volontà di puntare su un marketing mirato, possano essere la chiave di volta per fare crescere il Made in Italy. Come spiega **Claudio Artusi**, Amministratore Delegato di Fiera Milano, la Campionaria si propone come "un'occasione per far conoscere all'Italia e al mondo la qualità italiana in tutte le sue declinazioni: dalle produzioni manifatturiere



Vini, Navi,  
Telai, Tessuti,  
Borghi, Parchi,  
Formule, Formaggi...

...tutte fanno della stessa medaglia:  
la medaglia delle qualità italiane.

Il tema del progetto di grande rilievo è la Campionaria delle Qualità Italiane. L'evento è promosso da UnicreditGroup, Eni e Camera di Commercio di Milano. La Campionaria delle Qualità Italiane è un'occasione per far conoscere all'Italia e al mondo la qualità italiana in tutte le sue declinazioni: dalle produzioni manifatturiere alle produzioni agricole, dalle produzioni artigianali alle produzioni scientifiche e tecnologiche, dalle produzioni artistiche alle produzioni sportive e ricreative, dalle produzioni culturali alle produzioni educative e formative, dalle produzioni turistiche alle produzioni ambientali e paesaggistiche, dalle produzioni etniche alle produzioni religiose e spirituali, dalle produzioni filosofiche alle produzioni letterarie e artistiche, dalle produzioni musicali alle produzioni teatrali e cinematografiche, dalle produzioni televisive alle produzioni radiofoniche, dalle produzioni editoriali alle produzioni grafiche e tipografiche, dalle produzioni editoriali alle produzioni di design e di moda, dalle produzioni di moda alle produzioni di architettura e di urbanistica, dalle produzioni di architettura e di urbanistica alle produzioni di ingegneria e di tecnologia, dalle produzioni di ingegneria e di tecnologia alle produzioni di ricerca e di sviluppo, dalle produzioni di ricerca e di sviluppo alle produzioni di innovazione e di creatività, dalle produzioni di innovazione e di creatività alle produzioni di leadership e di management, dalle produzioni di leadership e di management alle produzioni di governance e di compliance, dalle produzioni di governance e di compliance alle produzioni di etica e di responsabilità sociale, dalle produzioni di etica e di responsabilità sociale alle produzioni di sostenibilità e di impatto ambientale, dalle produzioni di sostenibilità e di impatto ambientale alle produzioni di resilienza e di adattamento, dalle produzioni di resilienza e di adattamento alle produzioni di inclusione e di equità, dalle produzioni di inclusione e di equità alle produzioni di partecipazione e di democrazia, dalle produzioni di partecipazione e di democrazia alle produzioni di trasparenza e di accountability, dalle produzioni di trasparenza e di accountability alle produzioni di integrità e di correttezza, dalle produzioni di integrità e di correttezza alle produzioni di onestà e di fiducia, dalle produzioni di onestà e di fiducia alle produzioni di lealtà e di rispetto, dalle produzioni di lealtà e di rispetto alle produzioni di empatia e di compassione, dalle produzioni di empatia e di compassione alle produzioni di gentilezza e di cortesia, dalle produzioni di gentilezza e di cortesia alle produzioni di umiltà e di modestia, dalle produzioni di umiltà e di modestia alle produzioni di pazienza e di tolleranza, dalle produzioni di pazienza e di tolleranza alle produzioni di forza e di coraggio, dalle produzioni di forza e di coraggio alle produzioni di serenità e di calma, dalle produzioni di serenità e di calma alle produzioni di gioia e di felicità, dalle produzioni di gioia e di felicità alle produzioni di amore e di speranza, dalle produzioni di amore e di speranza alle produzioni di pace e di armonia, dalle produzioni di pace e di armonia alle produzioni di unità e di fraternità, dalle produzioni di unità e di fraternità alle produzioni di libertà e di giustizia, dalle produzioni di libertà e di giustizia alle produzioni di verità e di saggezza, dalle produzioni di verità e di saggezza alle produzioni di conoscenza e di saggezza, dalle produzioni di conoscenza e di saggezza alle produzioni di saggezza e di saggezza, dalle produzioni di saggezza e di saggezza alle produzioni di saggezza e di saggezza.

**Campionaria**  
FIERA DELLE QUALITÀ ITALIANE  
22-25 novembre 2007  
EXPOCTS Fiera Milano  
Symbola

THANKS TO THE SOFT ECONOMY, THE LOCAL PUSHES FOR GLOBAL GROWTH

## Quality: the "magic" word for conquering the world

**Milan gets ready to host "La Campionaria della Qualità Italiana", a privileged showcase to tell about and display Made in Italy excellence and what is behind it**

**P**ushing for a model of economic development which is able to combine economic growth and social cohesiveness that is environmentally sustainable; which have factors based on elements such as landscape, territory, lifestyle, national identity, history that through and thanks to these, aims at creating a quality network capable of transforming the entire System of the Country in a successful brand on a global level.

In short, pushing for a soft economy. This is the "slogan" for the new fair-event planned in Milan at the Rho Pero exhibition complex November 22<sup>nd</sup>-25<sup>th</sup>, "La Campionaria della Qualità Italiana" promoted by EXPOCTS-Fiera Milano and Symbola, the Foundation chaired by Ermete Realacci. **IMPORTANT EXHIBITORS.** Many protagonists have already come into action in support of the initiative, like UnicreditGroup, the main sponsor of the event, Eni (National Hydrocarbon Corporation) and the Milan Chamber of

Commerce; just like the other two-hundred institutional or associative enterprises spotlighted, that have confirmed their presence as exhibitors: it is enough to mention Unicreditgroup, FIAT, Enel (National Electricity Board), Seat, Pagine Gialle, Brembo, Editalia, Kilometro Rosso Technological Park, Confindustria, Maglificio Ar-Va, Bialetti, Comeico, Federparchi, Finmeccanica, Cantine Arnaldo Caprai, Richard Ginori, Coldiretti, Confartigianato, La Rete, Novamont, Perugina, Pirelli, Ranger and Varnelli.

La Campionaria della Qualità Italiana will be a place for dialogue and the discovery of a winning, economic Italian model that is possibly unknown, even though growing and influencing the country in positive ways. A model, as **Fabio Renzi**, Secretary of Symbola, underlines "that revolves around a fertile relationship between enterprises and the territory capable of generating transversal, complex networks, virtuous interaction between tradition and research, social cohesiveness and positive relations with the community".

The trade fair is aimed at offering the perfect occasion for showing off the products of excellence that our country is capable of producing, that our companies are able to conceive, which in most cases come from small to

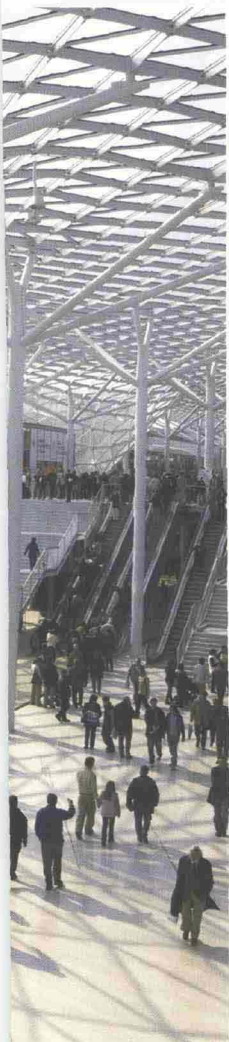
# per conquistare il mondo

e artigianali a quelle industriali di punta, dalla ricerca al marketing territoriale, dall'architettura e dal design al turismo, dalle nuove tecnologie alle eccellenze enologiche e agroalimentari, dalla moda alle produzioni culturali e l'informazione, dai servizi territoriali ai distretti, dai parchi alle innovative esperienze sociali e imprenditoriali del terzo settore fino ai prodotti di largo consumo".

**UN PUBBLICO ATTENTO ALLA QUALITÀ.** "La *Campionaria* si rivolgerà al vasto pubblico che ammira e consuma beni e servizi di Qualità e che, più in generale, è attento alle esperienze innovative e creative - tiene ad aggiungere **Corrado Peraboni**, Amministratore Delegato di EXPOCTS - ma sarà anche un luogo di incontro e di scambio tra quelle realtà imprenditoriali e istituzionali che, in questi anni, sono state protagoniste del progetto della qualità". Ancora una volta, quindi, il concetto di "qualità" viene messo in primo piano, e ribadito anche per voce di due protagonisti dell'economia italiana che hanno scommesso su que-

sto appuntamento: **Alessandro Profumo**, Amministratore Delegato di Unicredit, e **Luca Majocchi**, al vertice di Seat Pagine Gialle. Perché la qualità, come tengono a sottolineare sulle pagine di un noto quotidiano nazionale, "ha un ruolo di primo piano nella definizione dell'identità, sia individuale che collettiva. All'apparenza rappresenta un costo ma in realtà è un grandissima opportunità e, soprattutto, costituisce la chiave della competitività. È un segno di distinzione che dà un senso al nostro operare".

L'auspicio degli organizzatori è che, se la mitica Fiera *Campionaria* del dopoguerra ha rappresentato il luogo simbolo del boom economico, della transizione dell'Italia agricola verso l'Italia industriale, la nuova Fiera diventi invece la grande porta dell'Italia rispetto al mondo, il luogo del "racconto" del nuovo capitalismo italiano. Tempi diversi, quindi, momenti storici diversi, ma un comune obiettivo: rappresentare il Paese di oggi, i cambiamenti e le trasformazioni che ha subito e che continua a subire. Ma con la chiave di lettura della qualità. ■



## SYMBOLA



Fabio Renzi

**Symbola** - Fondazione per le qualità italiane vuole consolidare e diffondere il modello di sviluppo della soft economy, dove i territori incontrano le imprese, dove si stringono alleanze tra i saperi, le nuove tecnologie, la tradizione. A tal scopo, **Symbola** raduna tutti coloro che puntano sulla qualità e sui talenti del territorio, per mettere in comune le loro esperienze. È la lobby delle qualità italiane.

## SYMBOLA

**Fondazione per le qualità italiane** wishes to consolidate and spread the soft economy development model, where the territories meet the businesses, where alliances are forged between knowledge, new technologies and tradition. For this purpose, **Symbola** brings together everyone who is betting on quality and talents in the territory to pool their experiences. It is the lobby of Italian Quality.

medium businesses which doesn't mean however, weak or incapable of facing - if prepared well - big, global markets. The fair also plans on proving that perseverance in high quality pays off, that constant technological research and the will to aim for targeted marketing can be the keystone to making Made in Italy grow.

As Managing Director of the Fiera Milano, **Claudio Artusi** explains, the *Campionaria* intends on offering "an occasion for introducing Italian quality, in all its variety and splendour to Italy and the entire world: from the artefact, manufactured items to handcrafted artisan to key, industrial ones, from research to territorial marketing, from architecture and design to tourism, from new technologies to excellent food and prized wine, from fashion to cultural productions and media, from territorial to regional services, from parks to innovative social and entrepreneurial know-how in non profit sectors, all the way to products of mass consumption".

**PUBLIC THAT APPRECIATES QUALITY.** "The *Campionaria* is directed at the vast public that appreciates and consumes Quality goods and takes advantage of Quality services, more in general pays attention to innovative and creative experiences - CEO of EXPOCTS **Corrado Peraboni** adds - it will also be a place for meeting and exchanging be-

tween the entrepreneurial and institutional realities that have been in the spotlight for quality over these years".

Once again, the concept of "quality" is in the forefront, reasserted and voiced by two leaders in Italian economy that are betting on this event: CEO of Unicredit **Alessandro Profumo**, and CEO of Seat Pagine Gialle **Luca Majocchi**. Because quality, as they underlined on the pages of a National, daily newspaper, "has a leading role in defining identity, both individual and collective. What appears initially as a cost, in reality turns out to be a great opportunity and above all is the key to competitiveness. It is a distinguishing mark that gives meaning to our work".

The organisers have high hopes that the new *Campionaria* will become the Italian door to the world, a place where stories of the new Italian capitalism will be "told", just like the legendary *Fiera Campionaria* was in post war times, as the emblematic location of the economic boom and transition of Italy from its agricultural roots to the industrial one.

Different times however, and different moments in history with a common goal: to represent the country of today, the changes and transformations that it has undergone and that it continues to undergo, but interpreted with quality in mind.

LA **Campionaria**  
DELLE QUALITÀ ITALIANE