

# Incontri clarensi: la storia del manager Piantoni

*AD del gruppo Missoni, un tempo anche alla Bialetti, è intervenuto agli incontri per il 150° di Chiari Città*

Venerdì 1° marzo alle 20.30 al Marchettiano il clarense dr. Alberto Piantoni, amministratore delegato della Maison Missoni, in presenza del Vicesindaco ed assessore alla Cultura ing. Luca Seneci, è stato intervistato dal giornalista Gianni Bonfadini, vicecaporedattore del Giornale di Brescia, sul tema "Made in Italy".

Il territorio come moltiplicatore di valori per il ciclo di Incontri Clarensi del 150° di Chiari Città. Il manager clarense, attuale amministratore delegato di Missoni, ha maturato una significativa esperienza in svariati settori produttivi dell'industria italiana a partire dalla Olivetti di Ivrea ed in seguito come direttore amministrativo e finanziario di Rondine SpA, amministratore delegato e vicepresidente del Gruppo Bialetti nel 1993 e, nel 2007, amministratore delegato di Richard Ginori. Piantoni è nel Comitato dei Promotori di **Symbola**, la Fondazione per le Qualità Italiane fondata nel 2005 che raccoglie in rete oltre 150 associazioni del mondo economico, imprenditoriale, culturale ed istituzionale per promuovere un nuovo modello di sviluppo orientato alla qualità in cui si fondono tradizione, territorio, ma pure innovazione tecnologica, ricerca e design. Anche il filo conduttore della

serata al Salone Marchetti, nelle parole di Alberto Piantoni, è stato imperniato sui cardini della "soft economy", l'economia della qualità che si propone di coniugare competitività e valorizzazione del capitale umano, crescita economica, rispetto dell'ambiente e dei diritti umani, produttività e coesione sociale.

"Nel momento attuale di crisi non solo economica ma di valori - ha precisato Alberto Piantoni - si è persa di vista la persona per privilegiare i risultati a breve, dimenticando che i prodotti del mercato economico sono frutto del lavoro delle persone e dei loro valori.

L'identità del Made in Italy rappresenta un "intangibile asset" per il Paese, cioè una risorsa strategica e competitiva per la crescita dell'economia nazionale: il lavoro è un aspetto valoriale fatto della partecipazione delle persone che intervengono nella catena produttiva ed il territorio amplifica questi valori con un senso di responsabilità che crea coesione nel tessuto sociale perché fare impresa vuol dire appoggiarsi alle persone.

La chance vincente dell'Italia e del prodotto italiano nel mondo sta nel produrre "bello e giusto". Le politiche industriali devono puntare a favorire la filiera produttiva in Italia più che distribuire agevolazioni a pioggia

per le imprese che si spostano all'estero. Ma è anche necessario valorizzare le reti di impresa per sviluppare la logistica, la ricerca e l'export in una logica di apertura per poter crescere". La qualità come paradigma del Made in Italy radicato sul territorio è esemplificato da aziende come Tod's di Diego della Valle, Eataly, la catena alimentare per la vendita di generi alimentari tipici e di qualità, dal Consorzio Franciacorta e dalla Maison Missoni, azienda familiare avviata nel 1953 dai capostipiti Rosita ed Ottavio, oggi giunta alla terza generazione non solo dei fondatori ma anche delle maestranze in fabbrica: una conferma del territorio come motore di imprese che oggi sono vanto per l'economia italiana a livello mondiale per fatturato e come marchi inconfondibili di qualità e stile.

È stato proposto al pubblico il video "Missoni. Walk of style" realizzato per il Rodeo Drive Walk of Style, il riconoscimento dal 2003 assegnato ai grandi nomi del fashion system e conferito alla griffe italiana nel 2011: anche Missoni è immortalato con una targa sul marciapiede in Rodeo Drive a Beverly Hills, Los Angeles. Il video brevemente ripercorre la storia familiare ed imprenditoriale condensata nell'icona dello zig-zag creata nel 1962

come marchio di fabbrica della Maison e propone in rapida sequenza la visuale del Monte Rosa da Sumirago (Varese), le immagini del matrimonio di Ottavio e Rosita nel 1953, le foto di famiglia e della fabbrica: una storia italiana radicata nel territorio lombardo che ha raggiunto tutto il mondo. "We live free"-Vogliamo vivere liberi - ha precisato il dr. Piantoni - è lo slogan di Missoni che sintetizza la storia familiare della Maison fondata da Rosita che ne rappresenta il 70% e da Ottavio con l'intento di scardinare gli schemi usuali nella trama e nel colore dei tessuti: l'essenza di Missoni è essere spiriti liberi. Nel 2013 ricorre il 60° della Maison: per la tragica sorte del figlio maggiore Vittorio, dopo la scomparsa a gennaio del suo velivolo a Los Roques in Venezuela, non sono previste celebrazioni ma, in sintonia con lo stile aziendale, un percorso di "ZigZagging" ideato dal disegnatore di fumetti Carlo Stanga che si propone di integrare iniziative del design con la moda. Il territorio e le comunità locali con i loro valori, la storia delle aziende italiane fatte da imprenditori, manager ed operai rappresentano la reputazione dell'Italia che, come a Berlino ha ricordato con fierezza il Presidente della Repubblica Napolitano, non ha nulla da temere".



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.