

L'INIZIATIVA DI CONFARTIGIANATO, LIGURIA INTERNATIONAL E REGIONE

Le aziende liguri «si vendono» bene a Londra



Un momento degli incontri londinesi per gli imprenditori liguri

Massimiliano Lussana
nostro inviato a Londra

■ Camminando per Londra, le scritte in italiano, soprattutto nel settore della ristorazione, sono più numerose di quelle

in inglese. Il problema è che, intuitivamente, statisticamente, molte di quelle scritte *devono* essere «farlocche», cioè riguardare attività che (...)

segue a pagina 13

LA PROMOZIONE DELLE AZIENDE E DEL TURISMO

Miracolo a Londra: enti liguri uniti

Confartigianato, Liguria International e Regione fanno gioco di squadra

segue dalla prima pagina

(...) con l'Italia non hanno nulla a che fare, ma che in qualche modo *vampirizzano* il brand «Italia» che, anche se spesso non ce ne accorgiamo, rimane il più richiesto al mondo.

E tutto questo lo si è visto nella giornata londinese dal titolo non particolarmente immaginifico «Promozione delle aziende liguri dei settori agroalimentare, moda e accessori», riassunto nei pannelli predisposti dagli organizzatori in un trionfo di visioni da brividi e di fotografie mozzafiato - con un efficace «Food and fashion from Liguria» che dice esattamente la stessa cosa. Ma quello che conta è *come* lo dice, con un messaggio linguistico e iconografico di una forza straordinaria. Insomma, Umberto Eco ci farebbe un'interessantissima lezione di semiotica su significato e significato e su testo e contesto. Organizzatori e im-

prenditori liguri si accontentano di mettere su una giornata di affari e di esportazione delle eccellenze della nostra Regione. E, per una volta, è un vero piacere anche raccontare dell'efficienza pubblica nel *vendere* il «prodotto Liguria».

Perché, anziché mettersi a lavorare indipendentemente uno dall'altro, a compartimenti stagni, senza parlarsi o mandarsi una mail anche se magari si sta a cento metri di distanza con gli uffici, addirittura a pochi piani di ascensore, per una volta il «sistema Liguria» ha funzionato alla perfezione. Almeno a livello di pubblico e se una carenza c'è stata è stata quella degli imprenditori privati alcuni dei quali, dopo essersi prenotati per gli incontri londinesi, organizzati benissimo, hanno pensato bene di non presentarsi all'ultimo minuto, approfittando dell'assenza di penali previste per chi dava buca.

Ma, per una volta, parliamo in-

vece di quello che funziona bene. Ed è il coordinamento fra Liguria International - la società regionale del Gruppo Filse per l'internazionalizzazione che il presidente Franco Aprile ha rilanciato, migliorandola di anno in anno, come un buon vino, di quelli pastosi e ad alta gradazione - e gli altri organizzatori della trasferta londinese: Confartigianato Liguria, con la Triade Giancarlo Grasso (presidente), Luca Costi (segretario) e Gianpaolo Badino («quello che lavora»), e gli assessorati al turismo e alle Attività Produttive della Regione Liguria. Essendoci notoriamente a Londra poco sole, l'assessore Renzo Guccinelli, l'uomo più abbronzato del mondo, non è venuto. Ma i suoi hanno lavorato ugualmente molto bene.

E, per una volta, su Londra il sole c'è stato per davvero. Quello di una Liguria con una marcia in più.

Massimiliano Lussana