

Certificazione ItalyX, intesa tra Il Sole 24 Ore e la Cdc italo-tedesca

Isabella Bufacchi

MONACO DI BAVIERA

Il Sole 24 Ore e Italcam, la Camera di commercio italo-tedesca, hanno siglato un accordo di partnership per sostenere ItalyX, la certificazione di italianità delle imprese promossa da Il Sole 24 Ore e sviluppata in collaborazione con Confindustria, con l'obiettivo di attribuire valore e dare visibilità alle imprese del comparto manifatturiero che rappresentano i valori dell'eccellenza italiana.

L'annuncio dell'accordo è stato dato ieri dal segretario generale di Italcam Alessandro Marino e dal direttore generale dell'Area servizi professionali e formazione del Gruppo 24 Ore Eraldo Minella durante un evento di networking che si è tenuto a Monaco di Baviera, organizzato da Italcam in collaborazione con UniCredit, in occasione dell'Assemblea generale dei soci della Camera di commercio.

Alessandro Marino ha detto che attraverso questo accordo «Italcam auspica di poter ulteriormente contribuire a valorizzare le aziende italiane ed a darne visibilità verso il mercato tedesco, consentendo al contempo di far conoscere ad un maggior numero di imprese in Italia i servizi di cui possono usufruire attraverso la nostra Camera di commercio». Eraldo Minella ha illustrato le caratteristiche della certificazione: oltre 70 tra aziende certificate e in via di certificazione complessivamente valgono quasi 2 miliardi e 500 milioni di fatturato con una prevalenza di Pmi (87% del totale) e di aziende dei settori della fabbricazione macchine, metallo, plastiche e del settore alimentare. «ItalyX - ha spiegato Minella - è un progetto caratterizzato da tre pilastri: una certificazione rigorosa, basata su una valutazione di un istituto esterno e indipendente; una piattaforma di visibilità innovativa per le imprese e, insieme, uno strumento che favorisce le connessioni per il business attraverso i circuiti del Sole 24 Ore e di Confindustria e altri partners. Siamo convinti che la partnership con Italcam e il suo network possa rappresentare un volano importante per aumentare l'export delle nostre imprese».

Qualità e sostenibilità, ma anche innovazione e creatività, trasformazione, passione, tradizione, team work, sono emersi come fattori determinanti per il successo del Made in Italy nel mondo. Tre noti imprenditori hanno raccontato, con aneddoti e storie di vita vissuta, come hanno raggiunto il successo e come intendono conservarlo e potenziarlo: Riccardo Illy, presidente di Polo del Gusto, Antonella Nonino co-ad di Nonino Distillatori e Claudio Stefani Giusti, ad e proprietario di Acetaia Giusti. Su tutto è prevalso un credo "better, better, better». Presenti

all'evento Armando Varricchio, ambasciatore d'Italia a Berlino, e Marco Iannaccone, responsabile in Unicredit GmbH di Client solutions Germania. Tra i temi discussi, anche quello della "fake quality": è intervenuto Guido Caccia, vicepresidente dell'associazione "Italian sounding" attiva in Germania.

© RIPRODUZIONE RISERVATA