

Export, ItalyX al rilancio con nuovi contenuti e approdo su blockchain

Luca Orlando



«Grazie ai nuovi investimenti – spiega Vittorio Biscarini – i difetti dei nostri prodotti si sono ridotti al 2 per mille». «L'innovazione continua – aggiunge Augusto Ciarrocchi – è la chiave delle nostre aziende per vincere nella fascia alta di gamma». Storie non isolate quelle del presidente di Emu (outdoor) e del numero uno di Confindustria Ceramica, parti di un mosaico che si ricompona nei 643 miliardi di export realizzati dall'Italia nel 2025, il massimo di sempre a dispetto degli ostacoli continui aggiunti negli ultimi mesi.

Forza del made in Italy che trova un supporto in ItalyX, piattaforma di riferimento per la certificazione e la valorizzazione delle imprese italiane sui mercati internazionali sviluppata dal Gruppo Il Sole 24 Ore in collaborazione con Confindustria, con l'obiettivo di attribuire valore e dare visibilità alle imprese del comparto manifatturiero che si rivolgono ai mercati globali. Ad oggi conta quasi 200 aziende aderenti di cui 180 certificate, per oltre cinque miliardi di fatturato.

«Il made in Italy – spiega Maria Carmela Colaiacovo, Presidente Gruppo Il Sole 24 Ore – è un caposaldo della nostra identità economica, culturale e produttiva: la sfida per le imprese oggi è capire come possa evolvere e rafforzarsi in un contesto globale in rapido cambiamento. Con ItalyX il Gruppo Il Sole 24 Ore e Confindustria accompagnano le aziende sui mercati internazionali, generando valore, riconoscibilità e competitività per l'intero Sistema».

«ItalyX – commenta l'ad del Gruppo Il Sole 24 Ore Federico Silvestri – è un progetto strategico che incarna la missione del

nostro Gruppo: contribuire in modo concreto al Sistema Paese, sostenendo la crescita delle imprese, grandi e piccole, in una relazione virtuosa tra pubblico e privato a servizio del Made in Italy. Lo facciamo offrendo sempre più strumenti alle imprese per migliorare la propria proposizione e favorendo ancor più connessioni e sinergie lungo tutto il nostro network e la nostra piattaforma multimediale».

«I risultati raggiunti dal nostro export non sono scontati – commenta il Direttore Generale di Confindustria Maurizio Tarquini – perché gli altri paesi non stanno a guardare. Occorre lavorare costantemente e la crescita del Made in Italy passa anche da un ecosistema solido, integrato e che guarda al futuro. Confindustria lavora per accompagnare le imprese in questo percorso, fondamentale per rafforzarne visibilità e credibilità globale, anche grazie alle iniziative in collaborazione con il Gruppo Il Sole 24 Ore. Un impegno che punta a favorire l’incontro tra industria, innovazione e capitale, valorizzando le eccellenze del sistema produttivo italiano rendendole sempre più riconoscibili e competitive, in un contesto globale sempre più complesso e in rapida evoluzione».

Temi, quelli dell’evoluzione necessaria del made in Italy, al centro del confronto nell’incontro organizzato ieri a Milano (“Italia che Innova, Tecnologia e Riconoscibilità Globale del Made in Italy”), ponendo al centro del dibattito il tema delle strategie da adottare, con l’obiettivo di integrare tradizione, tecnologia, capitale e visione strategica per far sì che le aziende si affermino in modo competitivo e riconoscibile sui mercati globali. In questo scenario si inserisce il ruolo del Gruppo Il Sole 24 Ore come piattaforma culturale e industriale, hub di connessione tra impresa e capitale ed erogatore della certificazione ItalyX, strumento di qualificazione e riconoscibilità del valore delle imprese italiane. Due le novità del progetto: da un lato la registrazione su blockchain, tenendo conto che ad ogni certificazione rilasciata sarà associata una identità digitale unica e riconoscibile in modo univoco in ambito globale. A questo si aggiunge il lancio della collana di monografie “ItalyX Stories”, progetto editoriale ad hoc. «Le analisi svolte – spiega Eraldo Minella, senior advisor area Servizi professionali e formazione del Gruppo Il Sole 24 Ore – hanno evidenziato un grande interesse dei clienti per avere questo strumento digitale, in grado di arricchire e qualificare la narrazione aziendale, che può essere veicolato presso stakeholder, partner e network di riferimento». «Scalabilità e crescita dimensionale, così come finanza e riconoscibilità del brand – spiega Gionata Tedeschi, presidente di

Visionari d'impresa e Ingenium for Made in Italy, partner dell'evento di ieri – sono elementi essenziali su cui lavorare. Le imprese che crescono sono quelle che stanno dentro ecosistemi, filiere integrate, piattaforme e network».

© RIPRODUZIONE RISERVATA