

Industriali, tra design e food no al “distretto inconsapevole”

L'ECONOMIA

Nico Casale

Il rapporto tra design e food nelle sue diverse declinazioni, con uno sguardo attento alla filiera salernitana, che costituisce un unicum nel panorama nazionale. È il tema al centro di «Design for food and nutrition - Il distretto inconsapevole della provincia salernitana», evento organizzato da Confindustria Salerno e Adi-Associazione per il disegno industriale (delegazione Campania) per celebrare la Giornata nazionale del Made in Italy. Un videomessaggio del ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso, ha aperto l'incontro, cui sono intervenuti, tra gli altri, la presidente Adi Campania, Antonella Venezia, e il dirigente Mimit-Casa del Made in Italy di Napoli, Nicola Marco Fabozzi.

GLI OBIETTIVI

La vicepresidente di Confindustria Salerno delegata al Made in Italy, Stefania Rinaldi, sottolinea che, per le esportazioni, in Italia, «siamo riusciti, nel 2025, a raggiungere i 643 miliardi di euro, un terzo del nostro Pil. Tutto questo è stato possibile grazie al bello e ben fatto, grazie al Made in Italy. E la Campania, con i suoi circa 23 miliardi, rappresenta il 50% delle esportazioni del Mezzogiorno. Salerno, invece, con i suoi 3,7 miliardi, rappresenta il 16% dell'export regionale». «L'emozione e la passione che mettiamo nelle cose, l'innovazione, la manifattura che ci caratterizza



za dal periodo del Rinascimento - sostiene Rinaldi - riescono a fare la differenza perché, oggi, si sceglie il prodotto che si vuole acquistare e, quando l'offerta è alta, si va sulla nicchia e dobbiamo cavalcare questo momento. Noi siamo qui proprio per creare una vetrina per le nostre aziende». Una vetrina sarà anche la Salerno Design Week, dal 16 al 20 settembre prossimi, che col sostegno della Camera di Commercio coinvolgerà l'intero territorio salernitano con mostre, talk, aperiti-design. «Tantissime le novità in quest'edizione», dice Giovanna Basile, a capo del Gruppo design di Confindustria Salerno, anticipando che «il tema sarà "Alchimie del design" con cui vogliamo

raccontare come il design può trasformare i territori e diventare un grande driver di trasformazione per le imprese. Ed è questo il motivo per cui partiamo proprio con la mostra sul Design for food and nutrition, che vedrà protagoniste le aziende del settore salernitano». L'architetto Michele Cuomo, Compasso d'Oro internazionale nel 2015, chiarisce il motivo per cui si parla di "distretto inconsapevole": «Molte realizzazioni e filiere, più volte, non dialogano, pur avendo la massima espressione della capacità tecnica di prodotti di altissima qualità, che va dal packaging primario alla trasformazione dei prodotti e alla realizzazione di tutto quello che serve per il consumo, che è anche di tipo sociale, di tipo familiare, di tipo di format». E aggiunge: «C'è un distretto di altissima qualità nei fatti, ma non consapevole. Sarebbe stupendo arrivare a un distretto consapevole, coordinato tra tutte le attività produttive, dalle primarie alla trasformazione, alla logistica, alla parte dei format».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**«MOLTE ATTIVITÀ
DI ALTISSIMA QUALITÀ
NON DIALOGANO TRA
LORO, AIUTIAMOLE»
A SETTEMBRE TORNA
LA FIERA DEL SETTORE**

Segue articolo in modalità testuale

Industriali, tra design e food no al "distretto inconsapevole"

«MOLTE ATTIVITÀ DI ALTISSIMA QUALITÀ NON DIALOGANO TRA LORO, AIUTIAMOLE» A SETTEMBRE TORNA LA FIERA DEL SETTORE

L'ECONOMIA

Nico Casale

Il rapporto tra design e food nelle sue diverse declinazioni, con uno sguardo attento alla filiera salernitana, che costituisce un unicum nel panorama nazionale. È il tema al centro di «Design for food and nutrition - Il distretto inconsapevole della provincia salernitana», evento organizzato da Confindustria Salerno e Adi-Associazione per il disegno industriale (delegazione Campania) per celebrare la Giornata nazionale del Made in Italy. Un videomessaggio del ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso, ha aperto l'incontro, cui sono intervenuti, tra gli altri, la presidente Adi Campania, Antonella Venezia, e il dirigente Mimit-Casa del Made in Italy di Napoli, Nicola Marco Fabozzi.

GLI OBIETTIVI

La vicepresidente di Confindustria Salerno delegata al Made in Italy, Stefania Rinaldi, sottolinea che, per le esportazioni, in Italia, «siamo riusciti, nel 2025, a raggiungere i 643 miliardi di euro, un terzo del nostro Pil. Tutto questo è stato possibile grazie al bello e ben fatto, grazie al Made in Italy. E la Campania, con i suoi circa 23 miliardi, rappresenta il 50% delle esportazioni del Mezzogiorno. Salerno, invece, con i suoi 3,7 miliardi, rappresenta il 16% dell'export regionale». «L'emozione e la passione che mettiamo nelle cose, l'innovazione, la manifattura che ci caratterizza dal periodo del Rinascimento - sostiene Rinaldi - riescono a fare la differenza perché, oggi, si sceglie il prodotto che si vuole acquistare e, quando l'offerta è alta, si va sulla nicchia e dobbiamo cavalcare questo momento. Noi siamo qui proprio per creare una vetrina per le nostre aziende». Una vetrina sarà anche la Salerno Design Week, dal 16 al 20 settembre prossimi, che col sostegno della Camera di Commercio coinvolgerà l'intero territorio salernitano con mostre, talk, aperi-design. «Tantissime le novità in quest'edizione», dice Giovanna Basile, a capo del Gruppo design di Confindustria Salerno, anticipando che «il tema sarà "Alchimie del design" con cui vogliamo raccontare come il design può trasformare i territori e diventare un grande driver di trasformazione per le imprese. Ed è questo il motivo per cui partiamo proprio con la mostra sul Design for food and nutrition, che vedrà protagoniste le aziende del settore salernitano». L'architetto Michele Cuomo, Compasso d'Oro internazionale nel 2015, chiarisce il motivo per cui si parla di "distretto inconsapevole": «Molte realizzazioni e filiere, più volte, non dialogano, pur avendo la massima espressione della capacità

tecnica di prodotti di altissima qualità, che va dal packaging primario alla trasformazione dei prodotti e alla realizzazione di tutto quello che serve per il consumo, che è anche di tipo sociale, di tipo familiare, di tipo di format». E aggiunge: «C'è un distretto di altissima qualità nei fatti, ma non consapevole. Sarebbe stupendo arrivare a un distretto consapevole, coordinato tra tutte le attività produttive, dalle primarie alla trasformazione, alla logistica, alla parte dei format».

© RIPRODUZIONE RISERVATA