

Rassegna del 24/05/2015

NESSUNA SEZIONE

24/05/2015	Giornale Piemonte	8	<u>In mostra i «brand» che hanno fatto storia - Ecco i ...</u> <u>«brand» che hanno fatto la storia della regione</u>	1
24/05/2015	Giornale Piemonte	9	<u>Primi segnali di reazione dopo i lunghi anni di crisi</u> Sciullo Massimiliano	3



Ecco i «brand» che hanno fatto la storia della regione

dalla prima pagina

(...) ricognizione attenta ed esaustiva, costituito dai più noti e importanti marchi del settore agroalimentare, nati e cresciuti in Piemonte. Il progetto si intitola proprio «L'agroalimentare in Piemonte, brand che hanno fatto la storia» ed è stato realizzato dal Consiglio regionale del Piemonte, che ha promosso una approfondita ricerca e selezione dall'archivio storico della Camera di commercio di Torino, dei marchi registrati tra il 1926 e il 1955. La mostra è allestita nell'atrio di Palazzo Affari, sede della Camera di Commercio torinese, dove resterà aperta al pubblico fino al 26 giugno.

«Nell'anno di Expo 2015, incentrato su cibo e alimentazione, la mostra e il volume sui brand del Piemonte mettono in luce come le eccellenze della filiera agroalimentare siano da sempre patrimonio consolidato della nostra regione - ha spiegato il presidente del Consiglio regionale, Mauro Laus -. Attraverso il racconto dei marchi, noi raccontiamo la storia del Piemonte. Il compito delle isti-

tuzioni è veicolare un brand, quello della Regione Piemonte, che è costituito dalla sommatoria di tutti i piccoli brand produttivi del comparto economico e culturale, della straordinaria capacità di chi ha creato quei marchi e li ha posizionati sul mercato internazionale». Ricostruire la storia dei brand di circa 70 mila aziende piemontesi è stato possibile grazie al prezioso archivio custodito dalla Camera di Commercio di Torino. «Con il progetto "Matosto - Marchi torinesi nella storia" - ha sottolineato il segretario generale Guido Bolatto - abbiamo messo a disposizione un'articolata e preziosa raccolta storico-documentaria, che testimonia anche in modo rilevante la storia economica e sociale di questo territorio, l'evoluzione dei costumi e la storia della nostra società. Un patrimonio di memoria ma anche possibile fonte di ispirazione per nuovi marchi e nuove idee imprenditoriali». Si tratta di marchi che da un lato segnano un'epoca, dall'altro però scandiscono la storia dell'economia piemontese e italiana, con l'evoluzione grafica che delimita an-

che il progredire delle tecniche di comunicazione e della psicologia dei consumatori. La ricerca sui marchi storici dell'industria agroalimentare piemontese si fonda sulla banca dati Matosto, creata dalla Camera di commercio di Torino. Con essa, il patrimonio storico dei marchi registrati presso i suoi uffici è diventato pubblico. Di fatto, si tratta dei verbali delle domande di registrazione di marchi nazionali ed internazionali risalenti al 1926. L'attività di digitalizzazione è iniziata nel 2012 e continua anno per anno. Al momento, sono archiviati i documenti fino al 16 maggio 1956 compreso. In totale, Matosto dispone di 14.787 documenti, manoscritti fino al 1936, fra i quali si annoverano 1.174 registrazioni di marchi internazionali; 5.914 risultano essere i marchi figurativi, 8.557 quelli verbali.

El'iniziativa non si esaurisce con la pubblicazione del volume e la realizzazione della mostra. A disposizione del pubblico c'è anche una nuova «app» attraverso la quale è possibile navigare nella storia della simbologia agroalimentare piemontese.





3

TERRITORIO AI RAGGI X Rapporto «Giorgio Rota»

Primi segnali di reazione dopo i lunghi anni di crisi

Nel 2014 si conferma la diminuzione delle imprese, ma è tornata a crescere la produzione industriale. E anche la domanda interna

Massimiliano Sciuolo

■ Soffrire si soffre ancora. Ma qualche spiraglio di luce all'orizzonte si vede. Quella che sembrava la fantasia dei più ottimisti, mese dopo mese, sta finalmente prendendo corpo. E ad aggiungersi alle voci di coloro che riconoscono ancora le cicatrici delle difficoltà, ma evidenziano anche i segni di ripresa del paziente-economia è il Centro Einaudi, che ha appena pubblicato la sedicesima edizione del Rapporto «Giorgio Rota». Un documento ad ampio spettro, che copre vari aspetti della quotidianità socio-economica, ma che su Torino e Provincia mette a fuoco anche elementi proprio come il tessuto produttivo, i settori d'attività e il tessuto sociale.

Un'istantanea scattata alla fine

EXPORT

Il capoluogo è la prima provincia italiana per commercio con la Cina

del 2014, che conferma come l'andamento della natalità tra le aziende continui a dare segnali negativi. Un peggioramento dopo la «pausa» del 2013. «Ma la produzione è invece in ripresa - si legge nel rapporto - trainata dal settore automotive, quasi tornato ai livelli pre-crisi. Crescono sia gli ordini internazionali che quelli nazionali. Per la prima volta dal 2012». A stupire, in un certo senso, è la

distribuzione geografica di certi fenomeni. Per esempio, spicca il fatto che la maggiore vitalità imprenditoriale appartenga alla seconda cintura metropolitana, dove le imprese - prevalentemente manifatturiere - crescono più che altrove. E non c'è soltanto il mondo legato alla produzione di autoveicoli: sono in crescita anche settori come il turismo e i servizi alla persona. In calo, invece, la manifattura in generale, le ormai ben note costruzioni e l'agricoltura, che viene definita come «poco innovativa» rispetto ad altri concorrenti.

Ancora geografia quando si parla di distribuzione degli addetti: i posti di lavoro sono diminuiti un po' ovunque negli ultimi trent'anni e l'effetto è che oggi, questi, si concentrano soprattutto a Torino, nella sua prima cintura e in centri come Ivrea, Pinerolo o Carmagnola.

Sempre l'export, poi, a fare da locomotiva. Sempre grazie all'automotive. Ma si notano anche altri aspetti interessanti: per esempio, si sta ampliando l'apertura commerciale verso mercati più lontani, extra europei. Gli Stati Uniti sono il terzo mercato di sbocco e Torino è la prima provincia italiana per esportazioni in Cina.

Sempre per quanto riguarda i settori d'impresa, Torino è la provincia metropolitana con la quota più alta di addetti che lavorano in aziende che producono mezzi di trasporto. E questo non può certo dirsi un dato sor-

prendente. Di certo, può stupire il fatto che sia ancora così, dopo che gli anni della crisi avevano sottinteso una tendenza a «liberarsi» della monocultura industriale. Ma i numeri sono talmente ampi da essere ancora

dominanti. Non per nulla, le dinamiche restano fortemente legate alle strategie di FCA (e i recenti dati sulle immatricolazioni europee lasciano ben sperare, ndr). Ma il territorio si apre al mercato globale: sono parecchie le imprese che, negli ultimi anni, hanno localizzato nel Torinese centri di ricerca, di stile e di design.

Continua a tirare anche l'aerospaziale - altra «specialità della casa» - però anche l'Ict è importante. Tanto da rendere Torino la terza metropoli per inciden-

SETTORI

L'automotive resta centrale, ma cresce il turismo e anche l'Ict

za di addetti dopo Milano e Roma. Facile spiegarsi perché si trovino tutti in città, oppure nell'Eporediese.

Siamo comunque anche la seconda metropoli per crescita turistica negli ultimi 15 anni, anche se la densità di posti letto sul territorio resta piuttosto bassa, così come il numero di addetti turistici. I due «poli» sono Torino e la Val Susa e, rispetto agli stranieri, crescono i turisti italiani.

Twitter: @SciuRmax



