Data Fonte

19/09/2013

La Gazzetta di Lucca Economia e Lavoro

La carica del... Tissue

oledi, 18 settembre 2013, 20:18

di gabriele tolari
"/T's tissue, sì, ma quali tovaglioli e fazzolettini! Noi andiamo a fare comunicazione artistica" Musica e testo di Maurizio Vanni, project manager del brand che già dal nome si pone come intermediario e promotore di una certa tipologia di produzione italiana. Il gioco di parole



è infatti tanto semplice quanto efficace, tra "It" inteso come pronome inglese e 'IT' in quanto codice di riconoscimento del nostro Paese.

Il genere di prodotto lo s'intuisce subito: cartario. Finisse qua niente di particolare... e invece no. "Tramite una penetrazione e una consistenza mediatiche di livello mondiale ha spiegato Vanni – il progetto IT's tissue ha la lucida prepotenza di ribaltare un concetto storico: non più la cultura italiana a fare da traino al settore industriale, ma quest'ultimo a porsi come cicerone delle bellezze artistiche nostrane

E ora il giovane progetto si appresta ad affrontare un world tour formato da otto conferenze tra San Paolo, Chicago, Toronto, Pechino, New Delhi, Istanbul e San Pietroburgo. Un rendez-vous dallo scopo accattivante, owero quello di sfruttare il marketing territoriale, ma soprattutto emozionale, al fine di non rimanere nel nostro piccolo Stivale, di non aspettare cioè che siano gli investitori a venire da noi, ma andando piuttosto a cercarceli per primi all'estero, promuovendo un made in Italy che, già così e a scatola chiusa, ha comunque la sua cassa di risonanza e il suo appeal nel mondo tutto.

A tentare l'awentura, dall'8 al 31 ottobre, saranno lo stesso Vanni, Michela Cicchinè che in IT's tissue si occupa di executive coordination, un rappresentante della rete Tissue Italy e infine Carol Lucchesi di Luccapromos. Incontri di pochi minuti, e poi via alla parte chiacchierata, alla comunicazione diretta. Verrà comunque allestita una mostra fotografica intitolata 'La storia della carta': 24 scatti narranti, oltre a ciò che si evince dal nome anche il passato delle cartiere e del nostro territorio, puntando ad abbracciare la tradizione in modo tecnologico. Esattamente come IT's tissue si proporrà di fare anche tramite gli strumenti interattivi protagonisti del tour, su tutti la kermesse 'The world in rolls' ideata da sei video-artisti italiani che interpreteranno il mondo attraverso la carta tiss

Del progetto fanno parte 12 aziende: MTC, Gambini, Futura, Perini, A. Celli Paper, PCMC, Recard e Toscotec della Lucchesia, Pulsar e TMC di Bologna, Elettric 80 di Reggio Emilia e Omet di Lecco

Ma facciamo un passo indietro. L'ultima settimana di giugno Lucca ha ospitato quello che si è poi rivelato un ottimo successo, il debutto sulla scena di IT's tissue - The Italian technology experience: circa 800 partecipanti, delegati di oltre 300 aziende provenienti da un'80ina di Paesi sparsi in tutti i continenti venuti a conoscere l'industria cartaria della nostra città, vera e propria capitale mondiale della produzione di questo materiale esportato da Lucca - e in parte dalla Toscana - quantomeno al 75 percento. E' da quest'evento che nasce il world tour del mese prossimo.

"Ma non si tratta soltanto di mostrare come si lavora e trasforma la carta – ha precisato Claudio Romiti, direttore di Assindustria - poiché questo è il primo step. Sì, le industrie sono interessate alla nostra produzione, ma anche, e forse soprattutto, al know-how tecnologico delle nostre aziende".

"E non solo – ha voluto precisare Claudio Guerrieri, presidente della Camera di commercio, co-finanziatrice del tour insieme con Toscana promozione – perché questo progetto, straordinario e partecipato da aziende all'avanguardia, punta a promuovere l'offerta turistica e culturale, oltre a voler far conoscere la nostra innovazione in campo

Ecco allora che torna la commistione annunciata da Vanni, tra la cultura a tutto tondo, i settori a colpo d'occhio più incisivi per l'andamento dell'economia, owero proprio il turismo, e l'industria. Una sinergia che probabilmente non porterà un ribaltamento di concetti storici come enfatizzato dal project manager, ma di certo c'è che IT's tissue vuol essere, e ha le carte in regola per diventarlo, un nuovo modo di approcciarsi all'impresa

Lo conferma Filippo Giabbani di *Toscana promozione*, quest'ultima da intendersi in senso economico: "Quando ci hanno contattato e illustrato la serietà dei partner con cui avremmo lavorato, non abbiamo avuti dubbi sul da farsi. Questo è stato il primo punto. In seconda istanza il format assolutamente straordinario: dall'esterno – ha proseguito Giabbani – si ha un'immagine della nostra regione che si sofferma spesso sui benefici portati da cultura e turismo, ma all'innovativa industria manifatturiera non viene dedicata l'importanza che in realtà merita. Non bisogna infatti dimenticare che rappresenta, col suo 27 percento di produzione, la spina dorsale del Paese".

E gli fa eco Guerrieri, ancora: "Il comparto sinergico tra turismo e cultura, secondo dati della Confindustria, porta all'Italia dieci punti percentuali di Pil. Lavorandoci sopra, allora, anche in ottica di buona gestione e collaborazione imprenditoriale, un po' come si propone di fare IT's tissue, pare che nel giro di 13 o 14 anni il turismo e la cultura possano invece più che raddoppiare il loro apporto al prodotto interno lordo

Proprio dalla Camera di commercio di Guerrieri arriverà il giusto apporto in termini di preparazione logistica e tecnica, con Luccapromos - braccio destro dell'ente e specializzato nel settore comunicativo – che nella figura di Carol Lucchesi si occuperà di organizzare un evento per ciascuna delle otto tappe in giro per il mondo, mantenendo al contempo le relazioni internazionali coi Paesi ospitanti IT's tissue world tour. Ancora una volta verrà data centralità al rapporto tra turismo, cultura e impresa, anche con l'aiuto, nel coordinamento esecutivo, di MV/VA. Difatti a queste conferenze parteciperanno anche tra i 20 e i 30 tour operator locali, cui verranno illustrate le bellezze di Lucca e della Toscana.

"Il brand IT's tissue non esisteva - ha sottolineato Vanni - ma queste 12 aziende ci hanno comunque dato una fiducia bendata. Tra esse alcune sono logicamente concorrenti, ma nonostante questo il progetto è talmente stimolante che ogni fattore cala in secondo piano rispetto ai potenziali benefici economici che la serie di eventi spera d'ottenere per il nostro territorio. Owiamente non pretendiamo di andare in Brasile, Usa, Canada, Giappone, Cina, India, Turchia, Russia e tornare in Italia con in tasca contratti milionari firmati. Andremo comunque a rendere omaggio al settore industriale nel mondo, portando avanti un meraviglioso sogno numero zero, da migliorare per quanto concerne la chiarezza comunicativa e da fortificare in vista dell'Expo di Milano: è infatti fondamentale che il 2015 si dimostri, proprio con l'esposizione universale che ospiteremo, il punto di svolta per