

RINNOVO DEL CONSIGLIO

Treviso Glocal:
alla guida resta Bosa

TREVISIO - Italo Bosa, imprenditore artigiano di Asolo, è stato riconfermato presidente di Treviso Glocal anche per il prossimo triennio. Insieme a lui, nel consiglio di amministrazione della società per

la promozione del sistema economico trevigiano, sono risultati eletti: vicepresidente Federico Capraro (è il presidente del Gruppo Albergatori di Treviso); consiglieri Walter Feltrin (presidente di Coldiretti Treviso), Alfonso Lorenzetto (presidente di Cna Treviso), Fabrizio Mora (responsabile Corporate Italia di Veneto Banca). Revisore dei conti è Laura Soldà.

La società, a cui aderiscono la Camera di Commercio, Confartigianato Marca Trevigiana, Cna

Treviso, Coldiretti Treviso, Unascom Treviso, Veneto Banca "ha giocato un ruolo strategico nell'internazionalizzazione per le piccole e medie imprese della Marca". Queste le parole di soddisfazione espresse dal riconfermato presidente Bosa. Treviso Glocal, soggetta a direzione e coordinamento della Camera di Commercio, ha appena ereditato da Promotrevviso, che ha cessato la propria attività, le attività di marketing territoriale. «Con questa operazione la

Camera di Commercio -ha sottolineato il presidente dell'ente camerale, Nicola Tognana- prosegue nella razionalizzazione delle strutture collegate». Per il futuro Treviso Glocal intende continuare sulla linea avviata, con strette collaborazioni tra gli enti che ne fanno parte e con tutto il sistema economico della provincia, impegnandosi in progetti innovativi di attrazione verso il territorio e di ricerca di nuovi mercati di sbocco per le imprese trevigiane.



LA SFIDA Master spa, specializzata in griffe, apre anche nel trevigiano

Da Singapore agli Usa Marca pronta a sfondare

Consorzio di imprese alla conquista dei mercati globali

NUOVE frontiere per i prodotti di alta qualità trevigiani

Roberto Ortolan

TREVISIO

Un Consorzio di imprese, tutte specializzate in prodotti di alta gamma, alla conquista dei mercati globali. Si parte da Singapore, ma poi toccherà alla Cina e agli Usa, ai Paesi Arabi e a quelli del Nord Africa. A guidare l'iniziativa è la Master spa dei fratelli Paolo e Renato De Pazzi, azienda specializzata nel design che negli Usa può vantare contatti

istituzionali di altissimo livello, che tra qualche mese aprirà uno studio nella Marca. Ma con l'azienda veneziana ci saranno anche società che sono in grado di esportare progetti di elettronica di precisione, mobili "griffati" e prodotti agroalimentari di altissima qualità (quelli che rendono famoso in tutto il mondo il made in Italy). Ambasciatore del progetto sarà un imprenditore trevigiano che in passato ha ricoperto ruoli istituzionali

e politici a Roma, mentre a tirare le fila del progetto è l'avvocato Valentino Paternostro. L'idea di far nascere il Consorzio non è nata per caso, ma è una risposta a un vuoto istituzionale del "sistema Italia". «Nei mesi scorsi -spiega- noi i promotori del progetto siamo stati a Singapore e, con nostra grande sorpresa, abbiamo incontrato grandissime difficoltà a contattare i clienti. E dalle istituzioni italiane presenti sul posto non ci è arrivato alcun aiuto. Quando abbiamo risolto l'inghippo ci siamo trovati di fronte a una potenziale platea di clienti che aveva "sete" di Italia e non soltanto dei nostri prodotti. A quel punto -aggiunge l'avvocato Paternostro- abbiamo contattato vari imprenditori e abbiamo lanciato l'idea del Consorzio per proporre la griffe veneta (e poi quella italiana) in ogni Paese del mondo».

L'idea ha incontrato grandi consensi e numerosi partner ed è così decollata. «Anche perché -aggiungono i promotori- ce lo hanno chiesto alcuni partner Usa, arrivati a Treviso per conoscere i soci del Consorzio. Hanno voluto visitare varie aziende di Oderzo, Castelfranco e Valdobbiadene (sono poi passati per Verona, ndr) per conoscere le nostre eccellenze. Alla fine hanno voluto conoscere altri marchi veneti di grande valore, ma ancora sconosciuti negli Usa».

Tra qualche giorno tutti i dettagli del progetto, a partire dai soci, verranno resi noti a griffe italiane. Ma intanto le rose sono già fiorite.

TITOLAB della Master spa sono i due fratelli Paolo e Renato De Pazzi



AL CIBUS DI PARMA

Latteria Montello presenta i formaggi senza lattosio

GIAVERA - Latteria Montello (nella foto) sarà protagonista al Cibus 2014, il 17. salone internazionale dell'alimentazione di Parma che verrà inaugurato lunedì. Per quattro giorni, fino all'8 maggio, la latteria di Givera proporrà i celebri formaggi freschi a marchio Nonno Nanni. In particolare, Cibus 2014 sarà l'occasione per presentare quattro nuovi prodotti: il

fresco spalmabile Nonno Nanni, la Robiola, le fettine Nonno Nanni e soprattutto il Caprino senza lattosio. Si tratta di alimenti frutto della ricerca e dell'innovazione. Verranno proposti ai visitatori anche i formaggi Nonno Nanni e nel Padiglione 2, Stand F068, saranno offerte ai visitatori degustazioni e ricette preparate con le specialità della casa.



I DATI Quasi 2 milioni di ettolitri prodotti e una bottiglia di vino su 5 è di bollicine

Chianti schiantato: Prosecco re dei vini

Michele Mirlande

TREVISIO

Una bottiglia di vino su cinque è di Prosecco. E l'etichetta recita la dicitura Denominazione d'Origine sia Doc che Docg. Sono i dati ufficiali diffusi dall'Unione italiana Vini riguardanti i vini Dop 2013. Il Prosecco Doc è la denominazione di origine più imbottigliata in assoluto con oltre 1,8 milioni di ettolitri, equivalenti a qualcosa come 241 milioni di bottiglie di bollicine veneto-friulane, cioè della più grande Doc italiana che comprende 2 regioni (Veneto e Friuli) e 9 province (Treviso, Venezia, Padova, Vicenza, Belluno, Udine, Pordenone, Gori-

zia, Trieste). La Marca Trevigiana fa la parte del leone con il 90% della produzione totale, vale a dire il 16% del totale Doc e Docg messo in bottiglia dai produttori italiani nell'anno archiviato. La quota Prosecco sale a 315,2 milioni di bottiglie così divisi: 241 milioni di bottiglie sono di Prosecco doc, 73 milioni della Doc Conegliano-Valdobbiadene e 1,2 milioni dell'Asolo Docg, tanto da raggiungere il 20% netto del totale nazionale superando il Chianti, piazza d'onore con 101 milioni, e l'Asti che con 99 milioni di bottiglie segue in terza posizione. Quindi con 315,2 milioni di bottiglie, 1 bottiglia su 5, a trionfare è il Prosecco.



SUCCESSO Prosecco senza rivali

Nel frattempo il presidente del consorzio Prosecco Doc, Stefano Zanette, guarda al futuro nell'adozione di accorgimenti messi a disposizione dalla normativa vigente per creare un valore duraturo per le imprese del settore. «Il primo provvedimento -afferma Zanette- è la richiesta che formuleremo alle Regioni Veneto e Friuli in relazione al mantenimento delle limitazioni all'iscrizione dei vigneti allo schedario viticolo ai fini dell'idoneità alla rivendicazione della Doc Prosecco fino alla campagna viticola 2016/2017. Nel nostro caso non oltre i 20mila ettari già autorizzati: 16.550 in Veneto e 3.500 in Friuli».