

IL PROGETTO

**Il nuovo Nordest
nasce a New York:
innovare
la parola d'ordine**

*Presentata nella
metropoli americana
l'iniziativa per
evidenziare le 70
imprese venete e
friulane con sede nella
Grande Mela.
Obiettivo: mettere in
rete i prodotti
delle due regioni*

Gervasutti a pagina 9

Presentata a New York Innovation Valley, iniziativa per mettere in rete tutto quello che viene prodotto nel territorio più creativo del mondo

Il nuovo Nordest nasce nella Grande Mela

La parola d'ordine è "innovare per battere la crisi", ma l'obiettivo è diventare capitale europea della cultura nel 2010

LA MAPPA

Settanta marchi che fanno tendenza

Cipriani a Manhattan gestisce ben sette locali; Renè Fernando Caovilla, Fossil, Foscarini, Venini hanno tre show-room a testa.

E poi ancora Gili Group Usa, Hangar Design Group, Magis Design dai due ai tre studi ciascuno. La pattuglia delle grandi firme del Nordest nella Grande Mela non conosce confini né territoriali né merceologici: c'è il prosecco di Mionetto e l'abbigliamento di Replay, le calzature di Rossimoda e le polizze delle Assicurazioni Generali, i jeans della Diesel e i gioielli di Morellato, i vetri di Nason Moretti e le cucine della Snaidero. Sono settanta griffe che non hanno bisogno

di presentazione. E se si spazia nello Stato di New York troviamo anche il caffè della Illy, gli occhiali della Luxottica e l'abbigliamento sportivo della Colmar. DeLonghi, Geox, Safilo, Inglesina e Zonin hanno invece preferito prender casa nel New Jersey e Permasteelisa nel Connecticut. Nè mancano gli artisti che hanno studi o gallerie a New York: da Francesco Bertelli a Maurizio Cattelan, da Giorgia Fincato a Anna Galta-rossa, da Riccardo Tinelli a Nico Vascellari, da Luigi Franchin a Enrico Moro.

Il "Nordest style" che detta tendenze, propone mode e veste con classe.

New York

NOSTRO INVIATO

"Tutti pensano che New York sia un'immensa metropoli, ma in realtà è solo un agglomerato di cittadine": citazione da Jeffery Deaver, romanziere da 20 milioni di copie. Se lo dice lui, allora ci sta che il Nordest italiano sbarchi nella Grande Mela a presentarsi da pari a pari, da metropoli a



metropoli. Con l'obbiettivo di far sapere agli americani che non esiste solo la Silicon Valley, ma anche la Innovation Valley: senza errore, il "ve" di Innovation sta per Veneto, cuore di un'area dove non esiste più soluzione di continuità tra case e capannoni, e che con circa 6 milioni di abitanti produce mezzo milione di imprese. Ma soprattutto, è la regione con il più alto tasso di innovazione, design, sviluppo tecnologico che ci sia al mondo. «Incredible», è stato il commento più diffuso all'Istituto italiano di cultura diretto da Renato Miracco che nella sede di Park avenue ha invitato operatori economici, giornalisti e artisti newyorkesi per raccontare loro la nuova "metropoli".

L'occasione è stata offerta dalle celebrazioni dei 500 anni di Andrea Palladio che Guido Beltramini, direttore del Centro internazionale di studi sul grande architetto, ha reso ancor più familiare agli americani ricordando loro che la Casa Bianca fu voluta da Thomas Jefferson ispirata ai disegni del grande vicentino. E come le ville del Palladio erano solo la punta di un sistema economico che fece grande la Serenissima, così oggi il Nordest ha reinventato la casa-azienda puntando sulla continua innovazione nei campi dell'impresa e della cultura. Il risultato è la qualifica di territorio con la più alta percentuale di creatività al mondo.

Un territorio che sta lentamente prendendo coscienza delle sue dimensioni metropolitane e che con Innovation Valley, iniziativa promossa dalla Regione Veneto e ideata da Fuoribiennale in collaborazione con Nordesteuropa e Marsilio, si propone di pianificare strategicamente il nuovo Nordest mettendo in rete imprese e istituzioni pubbliche e private, cultura e ricerca, innovazione e tradizione. A New York il direttore del progetto di Innovation Valley, Cristiano Segnanfreddo, ha suggerito il paragone con Los Angeles le cui dimensioni sono simili a quelle del Veneto e con un numero di abitanti analogo; ma la simbologia più suggestiva è quella data da una mappa di Manhattan realizzata da Hangar Design che evidenzia le 70 imprese nordestine che

hanno una sede nel cuore della Grande Me-
la, da Aprilia a Benetton, da Diesel a Mar-
zotto, a Caovilla, a Snaidero, a Solari, alle

quali va aggiunta un'altra trentina di nomi di aziende e artisti contemporanei attivi tra New York e il New Jersey. Tutte attività leader mondiali nel loro settore, votate all'innovazione e alla continua ricerca della

qualità: una concentrazione superiore a quelle di qualsiasi altro Paese o regione. Altro che Little Italy, a Manhattan c'è Big Nordest.

Ma è una dimensione di cui faticano ad avere percezione gli stessi nordestini, per natura propensi al gioco individuale. Anche se qualcosa si sta muovendo, e non è un caso se il primo firmatario del manifesto costitutivo di Innovation Valley è il patron della Diesel, Renzo Rosso. Un passo importante per mettere in rete il sistema metropolitano e far prendere coscienza "collettiva" di ciò che rappresenta il Nordest è l'appuntamento del Festival delle città impresa che il direttore Filiberto Zovico ha presentato in anteprima durante la conferenza a New York: un'edizione meno vasta rispetto a quella dello scorso anno, ma con un salto di qualità nel parterre dei 200 relatori che comprende cinque ministri, docenti internazionali, economisti e uomini di cultura. Dal 2 al 5 aprile si confronteranno in 50 incontri tra Rovereto, Asolo, Montebelluna, Schio, Maniago e i Comuni del Camposampierese, seguendo un filo conduttore dettato dal tema di quest'anno: "Innovare per vincere la crisi". L'obbiettivo dichiarato è quello di ottenere la designazione a Capitale europea della cultura per il 2010 anche attraverso la più importante manifestazione culturale dedicata al mondo dell'impresa nel suo rapporto con il territorio.

Ario Gervasutti