

Prato Italian Excellence, destinazione Tokyo

Al via una nuova edizione del progetto; scade il 30 aprile il termine per le candidature delle aziende

E' Tokyo la destinazione della nuova edizione del Prato Italian Excellence, il laboratorio di innovazione, aggregazione e marketing sui mercati internazionali realizzato dalla Camera di Commercio di Prato con il contributo di Toscana Promozione e la collaborazione delle associazioni di categoria del territorio. Un'iniziativa importante che nasce per cercare di stimolare la collaborazione tra aziende, facilitando il confronto tra realtà diverse e di settori diversi, per disegnare percorsi di innovazione "sul campo". Una formula che ha già riscosso un discreto successo con la missione dell'ottobre 2008 a Hong Kong e che per il 2009 è stata ulteriormente potenziata.

"Visto il successo dell'anno scorso, abbiamo deciso di replicare il progetto aggiungendo nuovi tasselli – commenta Carlo Longo, presidente della Camera di Commercio di Prato – E' importante la collaborazione trasversale tra imprese diverse che il progetto ha attivato ed è questa la direzione che dobbiamo seguire per cercare di preparare le nostre imprese a competere sui mercati non appena la morsa della crisi sarà allentata. Prato Italian Excellence è importante per le imprese perché le aiuta a lavorare insieme ma anche perché propone un modello di internazionalizzazione che poi può essere replicato dall'azienda, che può mettere a frutto i contatti stabiliti".

Il laboratorio Il progetto si propone di stimolare, animare e assistere un selezionato gruppo di imprese nella sperimentazione e nell'innovazione di prodotto, con l'ausilio di un gruppo di esperti di marketing, designer e stylist in grado di studiare e disegnare nuovi prodotti o nuove destinazioni d'uso. L'iniziativa è rivolta ad aziende di settori diversi; le imprese partecipanti, oltre ad essere protagoniste di una iniziativa di alto livello, saranno accompagnate sia nella fase di realizzazione dei prototipi che anche nella fase di presentazione sul mercato di riferimento che è stato selezionato per il 2009 e cioè il Giappone. Infatti l'obiettivo sarebbe quello di agevolare la partecipazione diretta delle imprese alla missione, che, oltre ad essere protagoniste degli eventi, potranno incontrare potenziali clienti selezionati per incontri riservati.

Perché Tokyo Dopo le due tappe in Cina (prima a Shanghai poi a Hong Kong) Prato Italian Excellence arriva a Tokyo perché, nonostante le difficoltà che si registrano sui mercati mondiali, il Giappone resta uno dei luoghi che subisce maggiormente il fascino del made in Italy e dell'artigianalità e della qualità delle nostre produzioni. Un valore aggiunto che il consumatore giapponese è disposto a valorizzare e che può quindi diventare un mercato di sbocco interessante. Tra l'altro il Giappone resta uno dei mercati più difficili da agganciare e per questo la missione della Camera di Commercio ha anche un valore aggiuntivo.

La missione In occasione della missione, che si svolgerà all'inizio di novembre, verranno organizzati una serie di eventi destinati ad un pubblico selezionato sia di autorità locali ma soprattutto di buyer e importatori. In particolare sono previsti tre momenti:

- una sfilata di moda con abiti e accessori di aziende del territorio, che potranno anche fare delle sperimentazioni;
- una mostra statica con i prototipi realizzati;
- una sfilata sperimentale con gli studenti di una scuola di moda di Tokyo che saranno chiamati a reinterpretare i tessuti pratesi

Le candidature Le aziende interessate a prendere parte al Prato Italian Excellence, possono presentare la propria candidatura fino al 30 aprile. Sul sito www.po.camcom.it troveranno tutte le indicazioni per manifestare la propria disponibilità; saranno poi contattate per un colloquio individuale che dovrà svolgersi con i consulenti del progetto per valutare il tipo di iniziativa nella quale potranno essere coinvolte.

I seminari Come di consueto, il Prato Italian Excellence è accompagnato da alcuni seminari che nascono per approfondire le tematiche del progetto e per fornire alle imprese gli strumenti per poter utilizzare al meglio le opportunità messe a disposizione dal progetto. Questi gli appuntamenti fissati ad oggi, ma altri potrebbero aggiungersi nelle prossime settimane:

→ **27 aprile ore 15:** Arigato! Come presentarsi al cliente giapponese – *Tomoko Kuroda*

→ **7 maggio ore 10:** Esportare in Giappone – *Avv. Andrea Gattamorta*

→ **11 maggio ore 15:** I processi aziendali come strumento di promozione della creatività – *Philip Taylor*

La partecipazione è libera e gratuita.

I NUMERI DELLA MISSIONE 2008 A HONG KONG

51 imprese aderenti (27 per il settore arredo/design e 24 per la moda)

La mostra

2710 i visitatori della mostra "Rethinking the product" organizzata all'Innocenter di Hong Kong

16 i prototipi realizzati per la mostra

350 le presenze all'anteprima della mostra al Centro Pecci

La sfilata

115 capi indossati

35 minuti la durata

280 partecipanti (in maggioranza buyer e importatori)

200 i partecipanti alla festa di fine progetto a Officina Giovani

n. 29 del 02/04/09