

Made in Italy

A New York, Washington e Los Angeles i marchi dell'alimentare. E gli artigiani di Cremona sbarcano a Manhattan

Dal vino ai liutai lombardi

Le missioni americane dei Piccoli

Road show senza sponsor e apparati per battere la crisi dei consumi

1,47 miliardi di dollari è il valore dell'export di vino italiano negli Usa

Ai tempi dell'altra crisi, quella del '29, si partiva con la valigia di cartone in cerca di fortuna negli Stati Uniti (che di lì a poco sarebbero ripartiti). Adesso sono i piccoli imprenditori a partire convinti che dall'altra parte dell'Atlantico ci siano opportunità anche per piccole realtà del manifatturiero italiano. A inizio secolo chi tentava l'avventura americana doveva passare da Ellis Island per essere registrato e anche oggi i nostri piccoli imprenditori che inseguono «il sogno americano» passano da New York, perché la grande mela rappresenta ancora l'approdo ideale per chi cerca un trampolino per tuffarsi nel mercato Usa.

Da quando la crisi ha gelato i consumi interni in Italia, sono sempre di più le aziende che (da sole o in gruppo) si presentano a New York per conquistare il mercato a stelle e strisce. Qualche giorno fa sono state sette eccellenze dell'enogastronomia italiana a presentarsi nella Grande Mela. Il 2013 infatti è l'anno della Cultura Italiana negli Stati Uniti. Nei prossimi 12 mesi, alcune tra le più importanti istituzioni politiche, culturali e scientifiche dei due Paesi ospiteranno oltre 180 eventi volti a presentare le eccellenze italiane in tutte le aree che caratterizzano, ieri come oggi, la tradizione nazionale: arte, musica, teatro, architettura, cinema, letteratura, scienza, design, moda e cultura enogastronomica. Ed è per questo che marchi come S. Pellegrino, Frescobaldi, Donnafugata, Masi, Berlucchi, Alma non si sono fatti sfuggire l'occasione, si sono inventati un road show dal nome «Taste of Italy» che, partito proprio da New

York, raggiungerà anche Washington e Los Angeles. Del resto le recenti stime di Federalimentare, diffuse a gennaio 2013 sull'export del comparto,

indicano una crescita nel 2012 di circa l'8% rispetto all'anno precedente, con un valore economico pari a 25 miliardi di euro. L'Italia è inoltre il primo fornitore di vino degli Usa, con oltre 1,47 miliardi di dollari di esportazioni nel 2012.

Ma non sono solo i marchi a cercare fortuna negli Usa: dal 15 al 17 marzo, un gruppo di liutai di Cremona presenterà «Mondomusica New York», un'esposizione-evento organizzata da CremonaFiere, che debutterà al Metropolitan Pavilion e all'Altman Building, nel cuore di Manhattan. Nel mondo lavorano circa 1.900 artigiani liutai, di cui ben 156 a Cremona, una concentrazione che non si trova in nessun'altra città del mondo. Il mercato americano è quello che fa più gola, quello più consistente al mondo visto che gli Usa sono i maggiori importatori di strumenti ad arco, con 34 milioni di dollari nel 2011. Da qui la scelta degli artigiani lombardi di sbarcare per la prima volta nella Grande Mela con Mondomusica, l'evento dove si sono dati appuntamento addetti ai lavori in rappresentanza di 17 Stati Usa e 13 altri Paesi.

Proprio gli artigiani rappresentano una delle voci importanti dello sbarco italiano a New York: ormai da tempo sono capaci di organizzarsi e di agganciare le potenti catene di distribuzione che fanno la differenza nel mercato a stelle e stri-

sce. Gli artigiani di Cna segnalano diverse piccole realtà dei distretti della pelletteria e degli accessori moda capaci di raggiungere le vie più prestigiose dello shopping newyorkese con prodotti a marchio proprio oppure lavorando per marchi americani. Realtà come la fratelli Peroni, artigiani fiorentini della pelletteria che a New York si sono presentati qualche anno fa e che adesso fanno campagna per commercializzare prodotti per i marchi Usa.

Ad accogliere i piccoli imprenditori italiani in trasferta ci sono strutture istituzionali come l'Ice o la Sace, ma anche piccole strutture quasi artigianali capaci di fornire assistenza e consulenze a piccoli imprenditori al primo impatto con Manhattan. Storie di piccoli per i piccoli come quella di Tonyc, una società italiana con sede nel cuore di New York, fondata 10 anni fa da due quarantenni italiane per offrire servizi «su misura» sia nell'ambito immobiliare, sia nell'avvio di un'attività commerciale o imprenditoriale. Anche loro da qualche tempo hanno visto aumentare gli italiani che bussano alla loro porta per avere consulenze legali, amministrative e commerciali. No, non sono più come i vecchi paisà con la valigia di cartone ma come loro i piccoli imprenditori di oggi sognano ancora l'America.

Isidoro Trovato

