

Summit Sole 24 Ore

Exit strategy cercasi per il «made in Italy»

Operazione rilancio dopo la crisi più selettiva per le imprese italiane e del mondo intero. Con attenzione ai trend emergenti. Così anche i consumi delle nuove generazioni della globalizzazione (cui dedichiamo il Focus di questa settimana) saranno al centro dei lavori del 5° Summit del Made in Italy organizzato dal Sole 24 Ore il 30 e 31 marzo, in collaborazione con Poste Italiane, Simest, Metroconsult e Prysmian.

L'ormai tradizionale appuntamento per imprenditori, rappresentanti delle istituzioni, analisti ed esperti di internazionalizzazione acquista quest'anno ancor maggiore valenza proprio per i fronti caldi aperti dalla tempesta economica: dalla difesa del made in Italy nei confronti di una concorrenza sempre più agguerrita in arrivo da competitor vecchi e nuovi all'analisi dei mercati più effervescenti (in Asia e non solo); dai nuovi consumatori al posizionamento nel settore cui è affidata una parte della exit strategy di economie più o meno in difficoltà: quella *green economy* cui sarà dedicato l'Executive workshop della seconda giornata.

La prima giornata sarà invece aperta dagli scenari con cui deve fare i conti il Sistema Italia, al centro dell'intervento dell'economista Marco Fortis. Di particolare interesse anche la parte dedicata al dossier dell'etichettatura "Made in". Nel pomeriggio, Focus sulla Corea del Sud, quest'anno alla presidenza del G-20, economia che esce più che rafforzata dalla crisi e guarda al mondo anche per investire i propri capitali.

