

"Piacere Molise" promuove il meglio del territorio

Il logo, voluto dalle Camere di Commercio di Campobasso e Isernia, si è trasformato in "marchio collettivo"

In un marchio, tutta la tradizione e l'eccellenza di un territorio straordinario. Si tratta di "Piacere Molise", logo nato nel 1993 per volere delle Camere di Commercio di Campobasso e Isernia, allo scopo di promuovere e supportare quanto di buono e interessante sia in grado di offrire la regione.

Dal 2002 il progetto "Piacere Molise" si è evoluto allo scopo di valorizzare il marchio e, con esso, il sistema produttivo di qualità del territorio. Tale evoluzione è avvenuta in primo

luogo, con la trasformazione di "Piacere Molise" da "marchio di impresa" a "marchio collettivo".

Ciò ha comportato la realizzazione di una serie di disciplinari di produzione per i prodotti di nicchia, quelli maggiormente rappresentativi del Molise, per i quali vengono realizzate apposite campagne promozionali a livello locale, nazionale ed internazionale, nella consapevolezza che tali produzioni possano rappresentare il vero motore per un rilancio complessivo del terri-

torio. La realtà economica del Molise è costellata di piccole e medie imprese, e caratterizzata dalla forte impronta rurale che ben si coniuga con un certo tipo di turismo: quello interessato alle piccole comunità ricche di gioielli architettonici, ai piaceri della tavola e al patrimonio culturale.

L'obiettivo del marchio "Piacere Molise" è quello di rispondere alla domanda sempre crescente del consumatore italiano e straniero, di unire alla qualità delle bellezze paesaggistiche e delle ricchezze

ambientali, le tradizioni culturali e popolari, la storia, il legame con antiche civiltà, i prodotti dell'agricoltura, l'eccellenza dell'enogastronomia e la particolarità dell'artigianato. Inoltre lo straordinario patrimonio artistico e culturale della nostra penisola non poteva non avere testimonianze anche in questa piccola, ma importante regione: sono tante, e tutte da scoprire, le opere che il turista può visitare e ammirare. E tante sono le soluzioni che il territorio offre in materia di accoglienza, come

gli agriturismo, luoghi privilegiati per quell'incontro tra cultura rurale tipica della zona e turismo rurale. Ma l'offerta turistica non si limita a questo: il Molise è una terra ancora incontaminata, caratterizzata dal verde della montagna e dal blu cristallino del mare.

Un ambiente perfetto per gli amanti dello sport all'aria aperta e della natura, ma anche per gli appassionati di archeologia e storia vista la grande concentrazione di siti archeologici, borghi medievali e castelli. Il Molise è tutto que-

sto, e il marchio "Piacere Molise" raccoglie tante realtà di questa splendida terra, le rappresenta e le promuove, per renderle visibili al resto della Penisola ma anche all'estero.

Una sorta di biglietto da visita che testimonia accoglienza, qualità dell'offerta e cultura imprenditoriale e che per l'appunto nasce con l'idea di "piacere" quale atto di presentazione, momento iniziale del processo di relazione ed espressione di un sentire positivo.

L'intento del marchio è sintetizzato nel logo stesso, un mirabile puzzle di natura, cultura, economia i cui tasselli trovano felice rappresentazione e unità nelle ali di una farfalla, a un tempo elemento allegorico e proiezione grafica di un profilo territoriale.

Un arcobaleno colora le ali della farfalla, con risultato rappresentativo di alcuni tra i punti forti del territorio, con le sfumature del verde che indicano i campi, i prati, i boschi, l'azzurro che ricorda il mare, i fiumi e le sorgenti, mentre il giallo dell'olio e del grano s'incontra con i toni del rosso, cuore pulsante dei due capoluoghi e dei borghi ricchi di storia e di vita. "Piacere Molise" è come il logo che lo rappresenta: una sintesi di azione e di reazione, principio stesso del comunicare; rapporto diretto, personale, rassicurante tra un territorio piccolo ma ricco di risorse e i suoi visitatori. Maggiori informazioni su www.mol.camcom.it



La Tintilia e la Mela Limoncella



Oggetti in rame



■ **AGIRE** / Acronimo di AGroalimentare Industria Ricerca Ecostenibilità

Imprese unite per fare sistema

Il Polo di Innovazione rappresenta uno strumento in grado di fornire una marcia in più alle 90 aziende aderenti

In Abruzzo gli imprenditori del settore agroalimentare hanno voglia di mettersi in gioco, di puntare all'innovazione e alla ricerca per essere sempre più competitivi. Hanno desiderio di "Agire": il verbo non è usato a caso, dato che proprio in questo modo si chiama il Polo di Innovazione, Agire (acronimo di AGroalimentare Industria Ricerca Ecostenibilità), istituito in seguito al bando regionale Por Fesr 2007-2013. Specie in una regione composta per numero di imprese e per dimensione - dalla grandissima alla micro - era sentita la necessità di muoversi e fare sistema in modo del tutto nuovo rispetto al passato; puntando sulla forza dell'imprenditoria, e cercando di adottare strumenti efficaci per dare nuovo respiro, anche internazionale, alle imprese. Agire è il primo polo abruzzese a nascere. Le sue aree di intervento riguardano l'innovazione, la ricerca, l'internazionalizzazione, i servizi alle imprese.

Il Polo parte con le carte in regola per avere successo: non



Salvatore Di Paolo, presidente di Agire

è solo la sua struttura, unitamente agli obiettivi, a renderlo un soggetto vivace, sono anche i suoi protagonisti, le imprese. "Al Polo - spiega il presidente, Salvatore Di Paolo - hanno aderito i più importanti player del settore presenti in Abruzzo, tra cui De Cecco, Delverde, Amadori, Rolli, Gelco, Covalpa, Citra Vini, solo per citarne alcuni. L'adesione di queste realtà ha rappresentato

un efficace effetto-traino, che ha coinvolto anche le imprese di dimensioni minori. Attualmente sono 90 le aziende aderenti, e molte altre stanno chiedendo di poter entrare". Oltre alle aziende, il Polo comprende anche le associazioni di categoria (Confindustria Teramo, Cna Teramo, Concooperative Abruzzo, Api Pescara-Chieti, Cia Abruzzo, Coldiretti Abruzzo), le Università di Teramo e Università dell'Aquila e alcuni centri di ricerca (Istituto Zooprofilattico "Caporale", Crab-Consorzio di ricerche applicate alla biotecnologia, Cotir-Consorzio per la divulgazione e la sperimentazione delle tecniche irrigue). Va ricordato che l'impegno delle imprese che fanno parte di Agire non è prettamente simbolico. Spiega infatti Di Paolo: "Partecipare ad Agire significa cofinanziare i progetti, per il 50%. Il restante 50% proviene invece dai fondi europei. Il Polo parte con una dote finanziaria di 2 milioni e 600 mila euro". In un momento di difficoltà complessiva dell'economia ita-



Un momento della conferenza stampa

Il Polo parte con le carte in regola per avere successo: non è solo la sua struttura, unitamente agli obiettivi, a renderlo un soggetto vivace, sono anche i suoi protagonisti, le imprese

liana, con ricadute pesanti su tutti i settori, il sistema dell'agroalimentare abruzzese non è rimasto a guardare, e ha scelto di cambiare prospettiva, abbinando l'innovazione all'aggregazione, per arrivare a una migliore competitività. Come da vocazione dei poli dell'innovazione voluti

dall'Unione Europea - raggruppamenti di imprese indipendenti, attive in un particolare settore o in una regione e destinate a stimolare l'attività innovativa attraverso varie azioni - Agire sta muovendo i primi passi con serietà e autonomia. Commenta il presidente: "Il fatto stesso che si sia riusciti a creare un Polo, dunque ad aggregare le imprese, è un grande successo. Il numero molto elevato di aziende che hanno deciso di aderire conferma che vi era un bisogno latente di uno strumento del genere, agile ma efficace, capace di raccogliere a sé sia le imprese di grande dimensione, che le realtà più micronizzate. Specie in questi tempi di difficoltà, il Polo costituisce non solo lo stimolo, ma lo strumento in

grado di fornire una marcia in più alle aziende aderenti. Un esempio su tutti: all'interno di Agire è già stata costituita una sezione che prevede, senza spese per le aziende, la possibilità di verificare la capacità di certificarsi delle imprese. Ciò significa mettersi nelle condizioni di elevare la qualità dei propri prodotti, e possedere una migliore reputazione sul mercato". Il Polo, conclude il presidente Di Paolo "nasce con i migliori auspici. E nasce con la giusta forma, da noi voluta, ossia con la presenza e la gestione solo delle imprese e dei loro rappresentanti. In questo modo, saremo noi gli unici artefici del successo dell'iniziativa, e la responsabilità sarà nostra anche in caso di obiettivi mancati".