



WORLD TRADE CENTER VERONA E CONSORZIO DELLA MODA INSIEME PER PORTARE NEL MONDO L'ESPERIENZA SARTORIALE VENETA

Verona, 3 dicembre 2007 - ***“Promuovere nel mondo la cultura e l’esperienza sartoriale del territorio veneto”***: è questo l’obiettivo dell’accordo siglato tra il **World Trade Center Verona** e il **Consorzio della Moda di Verona**, a cui fanno capo oltre le 38 aziende di produzione abbigliamento associate, anche le oltre 150 imprese del Distretto produttivo veneto VeronaModa, filiera con una produttività flessibile e innovativa, che guarda al futuro per espandersi in mercati internazionali puntando su competitività, affidabilità e qualità.

L’accordo siglato con il WTC Verona mira ad agevolare il processo di internazionalizzazione delle aziende aderenti al Consorzio, attraverso iniziative che consentono a queste di fruire dei servizi di tutti i World Trade Centers nel mondo, favorendo i rapporti tra il *network* e il mercato estero, ottimizzando la partecipazione a fiere internazionali di settore, individuando possibili spazi per realizzare *show room* temporanei o permanenti per supportare la commercializzazione in mercati in espansione e facilitando la ricerca e l’inserimento di *stagisti* esteri nelle aziende locali per creare “contaminazioni” necessarie a beneficio della crescita del territorio.

“Il gusto e il design italiani rimangono in pole position nelle preferenze dei consumatori statunitensi e sono sempre più apprezzati anche da quelli russi, che sono in grado di riconoscere ai nostri prodotti qualità e bellezza”, commenta la dott.ssa Cristina Sbaizero, Business Development Advisor della World Trade Centers Association di New York.

Da alcuni anni il Consorzio accompagna le PMI associate nei processi di internazionalizzazione- spiega Roberto Rossi, vicepresidente del Consorzio con delega all’internazionalizzazione- e l’accordo con WTC rappresenta un completamento importante del servizio ai propri soci. Grazie alla competenza, all’esperienza e al *network* globale della rete WTC, sarà possibile rispondere alle diverse esigenze di business internazionale delle aziende associate, secondo tempi e modalità da loro individuati. L’accordo è stato siglato dal Consorzio affinché ne beneficino direttamente per il 2008 tutte le imprese associate.

La *partnership* prevede tra le attività l’organizzazione di incontri periodici in cui saranno illustrate le potenzialità e i punti di forza dei mercati di interesse, attraverso il contributo di esperti in commercio internazionale.

L’affiancamento del WTC Verona durante le fiere di settore permetterà al Consorzio di contare su nuovi servizi mirati quali: agende prefissate di incontri con operatori di settore (*buyers*, distributori, giornalisti, ecc), assistenza linguistica nelle trattative commerciali, sostegno legale, amministrativo e commerciale in loco e organizzazione di visite aziendali presso strutture estere. Inoltre il WTC Verona offrirà la possibilità di inserire all’interno del portale web della WTCA, strumento di commercio internazionale visitato da oltre 750.000 associati in tutto il mondo, un “*follow-up*” della presenza fieristica offerto alle aziende del Consorzio della Moda di Verona per un intero anno, al fine di fruire di una “vetrina virtuale” in uno dei maggiori portali di promozione del commercio internazionale da oltre 30 anni.

Altro interessante aspetto dell’accordo sarà la realizzazione di *show room* temporanei o permanenti che favorirà la presenza dei produttori del Consorzio in mercati in forte espansione commerciale e attenti al “Made in Italy”. Le sedi delle esposizioni potranno essere all’interno dei World Trade Centers o in strutture strategiche ad essi connesse.



Alcuni spunti di riflessione emergono dal commento della dott.ssa Cristina Sbaizero riferito alla situazione attuale dei mercati strategici per le PMI italiane, ovvero *“l’opportunità che si vuole offrire alle aziende del Consorzio della Moda di Verona è di valutare attentamente la copertura commerciale in zone “meno battute” degli Stati Uniti e della Federazione Russa, quali la Florida e la regione degli Urali. Infatti si osserva che la distribuzione di abbigliamento italiano risulta essere già di buon livello nelle grandi aree come New York, Los Angeles, Mosca ma necessita di essere migliorata in quelle città considerate “minori” ma con numeri e potenzialità di rilievo per i nostri produttori. Inoltre la presenza estesa e ramificata dei World Trade Centers nel mondo favorisce un inserimento delle aziende del Consorzio della Moda di Verona attraverso un affiancamento personalizzato, anche in aree di assenza di altri soggetti internazionali, consentendo una distribuzione più omogenea e capillare dei nostri prodotti”*.

Infine WTC Verona assisterà il Consorzio della Moda di Verona nella realizzazione di accordi e convenzioni con Università ed enti di formazione esteri al fine di selezionare ed inserire studenti stranieri per periodi di *stage* presso aziende del Consorzio e viceversa studenti locali in realtà estere.

Tutte queste iniziative, attivate nel 2007, vedranno la loro piena realizzazione nel corso del 2008.

Per informazioni:

Relazioni Esterne WTC Verona

Viale Postumia – Villafranca, Verona

Elisabetta Scalari, tel./fax 045 6300063, elisabetta@wtcverona.com

Consorzio della Moda

Villa Vecelli Cavriani – Mozzecane, Verona www.veronamoda.it

Anna Caprara, tel 045 6340821, fax 045 6340862, anna.caprara@veronamoda.it

Ufficio Stampa WTC Verona - GMPRgroup tel 051.2913911

Patrizia Semeraro, 347 6867620, patrizia.semeraro@gmpr.it

Annamaria Ientile, 349 8861726, annamaria.ientile@gmpr.it

Il World Trade Center Verona, marchio acquisito da C.I.S. - Compagnia Investimenti e Sviluppo S.p.A. e gestito da Iniziative Verona S.r.l., società attiva nel Marketing Territoriale, nasce con un duplice obiettivo: facilitare il processo di internazionalizzazione delle aziende del territorio, offrendo loro un’ampia serie di servizi, vantaggi, opportunità e strutture internazionali, ed agevolare l’attrazione di investimenti esteri e la localizzazione di aziende multinazionali sul territorio locale.

Quella di Verona è infatti una zona estremamente ricettiva e ricca di imprese, un’area geografica tra le più produttive e interessanti d’Europa, in cui si incrociano due ‘corridoi’ europei; rappresenta il terreno ideale per la crescita di un nuovo polo strategico basato sull’innovazione, ponte tra il Nord-Est, l’Italia, l’Europa e il resto del mondo.

Il WTC Verona è un catalizzatore dello sviluppo economico e una garanzia di qualità per tutti i professionisti che vogliono operare con successo in un contesto internazionale; avrà sede all’interno di Adige City, la città nella città, progettata dall’architetto Richard Rogers, premio Prizker 2007.