

il Giornale.it **cronache**

[Home](#)

[Interni](#)

[Esteri](#)

[Cronache](#)

[Blog](#)

[Economia](#)

[Sport](#)

[Cultura](#)

[Tech](#)

[Mila](#)

Made in Italy di scena al Festival dell'economia creativa in Brasile

Dal 5 al 7 novembre a San Paolo incontri e dibattiti, case history di aziende italiane di successo a confronto con quelle brasiliane. Come realizzare valore attraverso cultura, design, innovazione e saper fare. Igv Group: il caso di successo internazionale dell'azienda milanese che produce ascensori "su misura" come oggetti di design e tecnologia

Redazione - Lun, 04/11/2013 - 08:03

Economia creativa, innovazione, storie di successo e giovani alla ribalta con lo sguardo rivolto al **made in Italy** e alle esperienze di altri Paesi che sono legati al nostro come il **Brasile**, al centro del **Festival dell'Economia Creativa - Italia S/A** che si svolge a **San Paolo** dal 5 al 7 novembre "per offrire testimonianze di come sia possibile creare valore attraverso la creatività e tradurre la cultura di un luogo, di un mestiere, di una persona, in progetti e prodotti capaci di conciliare senso estetico e saper fare".

Tema di grande attualità che viene declinato in diversi momenti di dibattito aperti, il 5 novembre, dal summit **La creatività giovane: come si produce l'innovazione**, un confronto sulle modalità di produzione dell'innovazione in rapporto alla creatività e al giovane innovatore.



Tematiche attuali, se si considera che, nelle economie moderne, il 60% dei lavoratori svolge attività intellettuali, ovvero lavori che non coinvolgono direttamente il fisico ma soltanto la mente e la creatività. Ne discuteranno il designer Giulio Iacchetti, Francesca Molteni, autore e regista di MUSE Factory of Projects e Giorgio Giuseppe Ferone, architetto di Ideiafactory.

Il 6 novembre va in scena il summit **La cultura che aggrega valore** nel quale vengono approfondite le dinamiche che si innescano quando creatività, cultura e produzione si incontrano per generare un valore culturale e immateriale in relazione a un prodotto. Fenomeno trasversale a molti settori economici: dalla moda al design, dal cibo all'arte, dall'architettura al cinema. Il dibattito si svilupperà sul presupposto che la creatività si fonda profondamente con la cultura di un luogo, con l'identità e il senso di appartenenza di una persona, per offrire agli individui, alle imprese, ai territori e alle nazioni una grande potenzialità economica attraverso la creazione di progetti e prodotti unici e originali. Ne discuteranno l'architetto Flavio Albanese, che racconterà la cultura italiana, l'architetto Marcio Kogan, che parlerà della cultura brasiliana e Cristiana Colli, ricercatrice socio-economica, che presenterà le esperienze delle imprese e dei territori italiani.

Il summit tematico del 7 novembre, **La relazione tra l'uomo e lo spazio: nella città, nell'impresa, nel retail**, è dedicato alla relazione tra il valore e il luogo in cui i prodotti creativi sono realizzati, consumati. Nell'economia creativa, lo spazio non è soltanto un "luogo", ma una vera e propria fabbrica di valore. Interverrà l'architetto e designer Aldo Cibic che descriverà l'impatto dello spazio nell'economia creativa, identificando gli elementi che rendono i luoghi capaci di conferire un surplus immateriale ai prodotti e al lavoro delle persone; attraverso la voce di Enrico Cietta, economista esperto in economia creativa, si racconteranno le esperienze fatte dalle aziende nei luoghi di lavoro per rendere le attività più creative; Marcio Manoel Dos Santos, international marketing consultant, spiegherà che cosa rende un negozio capace di generare un'esperienza positiva nel cliente.

Fra le aziende italiane che partecipano al Festival dell'Economia Creativa - Italia S/A, c'è **IGV Group spa**, che rappresenta un caso di eccellenza italiana legata alla creatività e all'innovazione. Fondata a Milano nel 1966, IGV Group è leader europea nella progettazione e produzione di **homelift**, piattaforme elevatrici e ascensori con fossa e testata ridotte che ha come punto di forza e di successo è la capacità di realizzare prodotti su misura esportati per il 65% all'estero. I suoi homelift e ascensori, dal design elegante e originale, sono stati installati in case, ville, negozi, hotel, musei e teatri in 70 Paesi e sono considerati espressione dell'eccellenza made in Italy all'estero. Tra le carte vincenti, il design e lo studio e l'impiego di nuovi materiali.



Il prodotto di punta dell'azienda è DomusLift®, un homelift dalla linea snella e compatta, proposto in un'ampia gamma di dimensioni: flessibilità, ridotto consumo energetico (funziona con una normale presa elettrica) e facilità di installazione e manutenzione sono le qualità che hanno portato a un record di vendite sul mercato europeo. E grande successo hanno le versioni speciali come DomusLift® Made with Swarovsky elements, Art Line, Luxury Collection con i mosaici Bisazza, il super accessorio Light Touch firmato Giugiaro Architettura. Case history di successo quella dell'azienda milanese con i suoi prodotti creati ad hoc, come quello per i **Rolling Stones**: nel recente tour mondiale, tra stadi e palazzetti, la band avevano bisogno di un piccolo elevatore sul palco poco ingombrante, non troppo pesante, facile da montare e smontare. Altra richiesta è quella arrivata dal Sudafrica: il presidente **Nelson Mandela** aveva bisogno di una piccolissima piattaforma elevatrice nella sua casa a Johannesburg. Anche quando l'ex Spice girl **Victoria Adams**, moglie del calciatore David Beckham, decise di arredare in modo elegante e glamour, una villa in Gran Bretagna, chiese consiglio a molti architetti e la scelta cadde su un Domus, pensato come un vero oggetto di design made in Italy. Design e originalità hanno conquistato anche il mondo della moda: e **Dolce & Gabbana, Chanel, Diesel, Roberto Cavalli, Paciotti** hanno voluto un Domus nei loro atelier. Dolce & Gabbana a Mosca, Chanel a Venezia, Diesel a Milano e Londra, Cavalli a Madrid, Paciotti a Milano. Altri esempi di successo dell'azienda italiana? Lo spettacolare centro residenziale **Palma Jumerah Dubai**, con le sue maxi-ville e ancora la concessionaria **Ferrari** in Malesia, il **Teatro dell'Opera di Sydney**: avveniristico, un esempio di architettura famoso nel mondo dove l'eleganza si sposa alla tecnologia. A proposito di tecnologia ora IGV consente ai propri clienti di controllare gli impianti mediante tablet o smartphone anche a migliaia di chilometri di distanza.

Il progetto Festival dell'Economia Creativa - Italia S/A è curato da Diomedea, società italiana di ricerca e comunicazione che lavora con istituzioni e aziende europee e brasiliane nel mondo della moda e del design, e da Brazil S/A, società che ormai da quattro anni realizza, durante la design week di Milano un grande evento - mostra sulla cultura e le tendenze del design brasiliano.

Tag: Festival economia creativa Italia sa Brazil SA Igv group Diomeda made in Italy