

# IVG

## Confartigianato e la sfida del 4.0: “Fornire alle imprese gli strumenti per aumentare l’export”

di **Redazione**

12 Febbraio 2018 - 10:24



**Liguria.** Rivisitare il concetto del made in Italy e offrire alle imprese strumenti innovativi per valorizzarsi e crescere in competitività sui mercati esteri. Sono i principali obiettivi dell’incontro formativo realizzato da Ice-Agenzia per la promozione all’estero e l’internazionalizzazione delle imprese italiane, in collaborazione con Confartigianato Nazionale e Liguria, in corso a Genova nella sede dell’associazione e dedicato a una trentina di imprese del settore manifatturiero ligure. Relatore della giornata è Alberto Peretti, consulente e filosofo del lavoro, fondatore di Genius Faber (società di consulenza strategica specializzata nella valorizzazione del made in Italy).

Nell’ottica di migliorare le competenze aziendali per l’export, valorizzare e rendere più competitiva l’impresa, sfruttando le opportunità offerte dal mondo digitale, il seminario offre ai partecipanti l’opportunità di approfondire le conoscenze sui temi della comunicazione e della promozione dei loro prodotti sul web, partendo da un approccio strategico e innovativo. Inoltre, le imprese presenti ricevono una formazione specifica sul made in Italy e su come questo elemento, nella sua duplice componente lavoro-prodotto finito, rappresenti un decisivo fattore di differenziazione anche nel mercato digitale.

“Per essere sempre più competitive, le nostre imprese devono saper fare leva sulla forza del prodotto italiano, proponendolo sui mercati globali con tutta la sua identità ed espressione di uno straordinario stile di vita - commenta Luca Costi, segretario regionale di Confartigianato Liguria - Per farlo in modo strategico ed efficace, non si può fare a meno di cogliere le sfide lanciate dal mondo digitale. Questo dunque l’obiettivo che ci poniamo con l’incontro di oggi: fornire alle imprese gli strumenti adeguati a sfruttare le opportunità offerte dal 4.0, nella consapevolezza che il prodotto finito e il suo brand, ma anche il lavoro e il know how rivestono un importantissimo valore sui mercati esteri”.

La seconda parte del seminario, nel pomeriggio, è dedicata all’analisi dei casi di successo di imprese italiane fondati sul lavoro made in Italy. Segue un workshop durante il quale i partecipanti possono esercitarsi a calare la prospettiva teorica del lavoro made in Italy in

---

un concreto scenario di mercato.