

| MARCHIO UNICO |

Ascoli capitale del made in Italy Nuove speranze per 500 giovani

Ascoli diventa capitale del "made in Italy" con il "Polo centralizzato promozione Italia". Finanziato dal Mise nel bando Industria 2015 per 9 milioni di euro, il progetto si classifica al primo posto della sua categoria (utilizzo delle nuove tecnologie per la protezione e la promozione del made in Italy) e quindicesimo su 104 a livello nazionale. Secondo per importanza di finanziamento dopo quello della "Elettrolux". Sconfitto stavolta il detto "nemo profeta in patria". L'idea infatti è partorita da ascolani che per il territorio piceno vogliono la massima ricaduta economica e occupazionale. Umberto Trenta è il riconosciuto facilitatore dell'iter ministeriale (nota la sua vicinanza al ministro Claudio Scajola) ma, parola dello stesso Trenta, senza qualità nel progetto la sua azione sarebbe stata vana, quindi plaude gli imprenditori Pino Di Teodoro, presidente di Polo Italia, suo figlio Carlo, per la forza di volontà e il rischio economico assunti con oltre 1 milione e 200 mila euro investiti in 5 anni di lavoro sul progetto e una capitalizzazione di 600 mila euro nella società, e Tecnomarche che ha coordinato la progettualità. C'è di più: questo progetto per Trenta restituisce garanzia di commesse per 56 aziende del Piceno, che costituiscono l'indotto dell'Itr (con i marchi Ferrè, Malo ed Extè), che potranno avere commesse, prima prodotte all'estero, grazie al "Marchio unico nazionale" pensato da Polo Italia. «Sono orgoglioso di aver fatto qualcosa per Ascoli grazie a Trenta, al conforto di Provincia e Comune - dice Pino Di Teodoro - e alla grande competenza di Tecnomarche». Per circa 500 giovani, gran parte laureati, si apre un nuovo scenario. Dodici stanno già facendo formazione e saranno assunti a metà aprile. «Il marchio unico nazionale consentirà alle aziende - dice Roberto Laurenzi - di raggiungere elevati target di mercato con garanzia anticontraffazione. Questo per la prima volta è un progetto di sistema. Ad Ascoli risiede la governance». Per Umberto Alesi, Ad di Tecnomarche, non è prevalso il solito provincialismo. «Abbiamo insistito in questa scommessa - dice Alesi - e questo ci fa sperare che per altri progetti ambiziosi come la Sgl Carbon la sfida possa essere vinta».



Il "manifesto" del Polo Centralizzato Promozione Italia idea degli imprenditori ascolani Pino e Carlo Di Teodoro

G. Am.

© RIPRODUZIONE RISERVATA