

Il «made in Italy» a Mosca
Oltre 50 aziende in una mostra kolossal
Nuovi spazi nel clima della perestrojka

Enorme mercato da conquistare
Benetton appare sinora in pole position
In primo piano la scienza e la tecnologia

Brava gente, l'Urss ci aspetta

ROMA. Sono oltre 50 le aziende italiane private e pubbliche, grandi e grandissime - Fiat in testa - che si preparano a calare sul suolo sovietico sotto forma di sponsor e ambasciatori del made in Italy, al seguito di «Italia 2000», la mostra kolossal che l'Ice sta allestendo a Mosca per ottobre.

Sotto il puro profilo affari (che, come si sa, anche loro, come il denaro, non hanno odore), soprattutto con Gorbaciov l'Urss ha cominciato a balenare davanti al cupido sguardo occidentale come una specie di nuova Grande Mela: 280 milioni di persone, un paese immenso dotato di enormi risorse di materie prime, un mercato «vergine» dove è teoricamente possibile piazzare di tutto, dai jeans all'alta tecnologia.

La stessa mostra dell'Ice rappresenta appunto questo: un balzo verso gli orizzonti del mercato falce e martello, sul quale peraltro non siamo primi, ma bensì quarti, preceduti da Germania Occidentale (il cui governo ha concesso all'Urss una linea di credito di 5 miliardi di marchi per l'acquisto di beni di largo consumo), dal Giappone e dalla Finlandia.

C'è di nuovo, in realtà, che con la perestrojka l'Urss sta diventando un grande e appetibile mercato aperto, nel quale va prendendo piede il sistema delle joint venture, della compartecipazione agli utili, delle società miste; e diventando di moda il semplice ma vitale concetto che una azienda deve bastare a se stessa, produrre, guadagnare e stare sul mercato a costi competitivi, magari con il convincente argomento della qualità del prodotto. Dal canto suo, l'economista Smelev, uno dei più ascoltati e importanti del nuovo corso, afferma senza mezzi termini che la perestrojka si misura anche sui «negozi pieni e ben forniti». Così i nostri big degli affari aspettano fremendo come tante Belle Addormentate che il ru-

blo si risvegli e magari diventi convertibile.

«Italia 2000» ha proprio il preciso compito di far girare la testa ai sovietici, di lasciarli sbalorditi davanti al nostro prodotto Italia, alla nostra immagine Italia, alla nostra azienda Italia. In lizza, tanto per citare, Bra officine meccaniche, Brescia Export, Ferruzzi, Eni, Fininvest, Fiat, Olivetti, Fata, Centro Fruiano C.E., Coe Clerici, Europa Metalli, Cogolo concerie, Merloni, Philco, Unimac, Falck, Merloni progetti, Cosmob, Delta, Enea, Enit, Farmindustria, Reggiani illuminazione, Giza zootecnie, Gori e Zucchi, Ucinu, ecc. ecc.

Per quanto da noi non esistano lungimiranti Hammer, l'Urss non è affatto un pianeta sconosciuto, sotto il profilo import-export. Da tempo, le più grandi aziende italiane (la Fiat, ma anche Eni, Iri, ecc.) hanno un ufficio particolare che studia e tiene d'occhio il mercato dell'Est e molte di esse vantano proprie rappresentanze a Mosca e dintorni; solo che oggi le speranze aperte dalla perestrojka fanno correre la vecchia.

Benetton è ad esempio in pole position, da molto tempo tesse una paziente tela: aspetta da un momento all'altro di poter attuare una joint venture, di aprire il primo negozio a Mosca e di portare lassù almeno 270 milioni di jeans marca Sisley. In attesa, la sua nuova campagna pubblicitaria - dieci miliardi di budget - è tutta impostata in chiave russa, Cremlino, pionieri, Piazza Rossa, Gorky Park, la Moscova e le Chaikhe nere.

Su una superficie di 16mila mq dentro i grandi spazi della moderna Fiera di Mosca, su un percorso longitudinale delimitato alle estremità da due enormi specchi, tra un prato verde che vuol significare un giardino all'italiana, una piazza e una città e 2000 piante di limoni mescolati a tutti i profumi e odori d'Italia, l'esposizione (a cura dell'architetto

Con la perestrojka l'Urss sta diventando un grande mercato, assai appetibile. Da ottobre oltre cinquanta aziende italiane, private e pubbliche, daranno vita ad una mostra kolossal a Mosca. Sarà una rassegna del «made in Italy», dalla Fiat a Ferruzzi, dall'Eni all'Olivetti, dalla Fininvest all'Enea. Da tempo, del resto, le

maggiori imprese del nostro paese tengono d'occhio il mercato dell'Est. Adesso, con Gorbaciov, tutto si è messo in movimento. Su uno spazio di 16mila mq, nel comprensorio fieristico, si svilupperà un percorso ideale attraverso l'industria, la scienza, la ricerca, e, naturalmente, l'arte e la moda.

MARIA R. CALDERONI



Costantino Dardi), vuol mostrare «come si fa». Un percorso ideale attraverso l'industria, ma anche la scienza e la ricerca; un moderno «viaggio in Italia», dice Guglielmo Galli, funzionario Ice delegato alla mostra, dove il meravigliato visitatore sovietico verrà messo al corrente di tutti i nostri segreti industrial-creativi.

Enormi monitor e diorami giganti di 50 mq l'uno illustreranno in continuazione l'immagine Italia, «le cento Italie», il nostro know how di successo nonché slogan che potrebbero suonare molto dolci ad orecchie sovietiche, ad esempio «meno materia e più intelligenza», «meno fatica e più flessibilità».

Sul grande prato verde all'italiana saranno in movimento le macchine di Leonardo e, nella parte dedicata alla ricerca tecnologica, funzioneranno teatrini di tipo cinquecentesco con esperimenti in tempi reali, odoscopi che catturano i raggi cosmici, anche il traforo del Gran Sasso; e poi anche scienza per l'uomo - la salute - con video disco sul cervello; scienza per l'arte - il restauro - con video disco per la Divina Commedia e Tac per le opere d'arte (a cura dell'Enea).

Tra convegni e spettacoli (l'Opera al Bolscoio), anche una sfilata di moda nell'atelier di Slava Zaitsev, il sarto di Raissa, il quale atelier - dice Vittona Cappelli, curatrice di questa parte dell'esposizione - è «preciso identico al teatrino di Armani». Addebbato con sete italiane offerte da Comodea, nel teatrino si porterà ai sovietici l'immagine persuasiva del vestire italiano, con presentazione di molte collezioni cui parteciperanno da Soprani a Trussardi, da Ferragamo a Fiorella, da Gherardini a Marzotto, Mila Schoen, Pucci. Insomma, «Bravo Italia».

Pubblicità cercasi, ovviamente. Da entrambi i versanti. Alla interazione, azienda che da molti anni lavora con l'Urss, hanno costituito

già due anni fa Reklama, una società di servizio - pubblicità e marketing - in previsione della Grande Mela targata Cepp che si profila all'orizzonte.

Per fortuna, dicono i ben informati, la Fininvest non ha affatto la esclusiva della pubblicità in Urss, anzi, aggiungono, quello di Berlusconi è solo un piccolo contratto stilito con una piccolissima società unghero-sovietica, la Tussa. Sipra e Rai sono perciò ben in agguato.

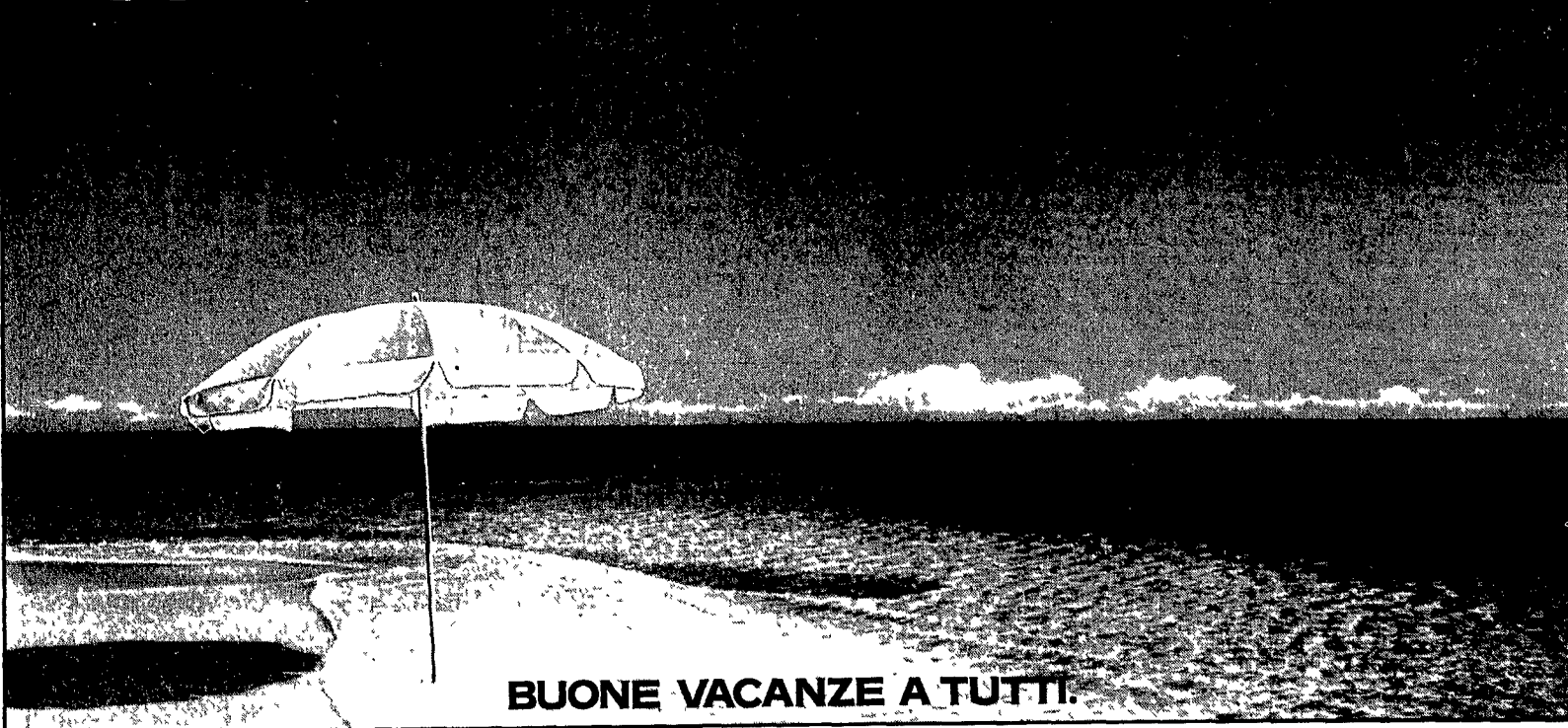
Noi - dicono alla Reklama - già portiamo in Urss ogni anno, per mostre e fiere, da 800 a 1000 aziende, ma questo è un momento propizio. Ci sono ormai 70 imprese sovietiche con facoltà di rapporti commerciali diretti con l'Italia, 70 aziende che hanno bisogno di servizi, pubblicità, marketing: l'Urss deve cominciare ad essere considerata un mercato aperto a tutti gli effetti.

Oggi come oggi, tuttavia, la pubblicità come la conosciamo noi, retailiva a prodotti alimentari o di largo consumo, non esiste in terra sovietica - dice William Turci, presidente della Restital, la società di servizi e promozione all'estero targata Coop, la prima in Italia ad essere accreditata a Mosca fin dal 1966 - Ancora lavoriamo sull'impiantistica, sui progetti chiavi in mano, ma questo andava bene fino a qualche tempo fa. Ora anche là si chiede qualcosa di diverso, puntano alle società miste. Ci sono ancora chiusure e ostacoli, ma è una situazione in movimento, c'è l'effetto valanga anche sul mercato.

«Conquistatevi un poster al sole», là in Russia. La prima asta di Sotheby's a Mosca ha fatto affari sbalorditivi, battendo per 4 miliardi e 800 milioni, a ruba persino opere del vituperato periodo costruttivista; e Dalla e Morandi, imitando Benetton, hanno deciso di cominciare quest'anno la loro tournée internazionale proprio dall'Urss, un paese così di moda.

Un interno dei magazzini Gum a Mosca

SOLE SOLE. MARE MARE. FIAT FIAT.



BUONE VACANZE A TUTTI.

LUGLIO. UN MARE DI VANTAGGI PER CHI SCEGLIE FIAT.

Sentite il calore del sole, il richiamo del mare? Tra poco sentirete anche l'impulso di viaggiare. E' normale, perché siamo ormai in clima di grande vacanza. Ma soprattutto perché luglio, grazie alle tre alternative Fiat, è diventato il mese automobilistico di maggior convenienza.

500.000 LIRE DI ACCESSORI

Intendete acquistare in contanti? Perfetto: fino al 31 luglio potrete usufruire di una riduzione del prezzo di listino chiavi in mano pari a lire 500.000 da utilizzare per l'acquisto di accessori della linea Fiat presso l'organizzazione di vendita Fiat. Conoscete un modo più simpatico per dire "buone vacanze"?

25% DI RISPARMIO SUGLI INTERESSI RATEALI FIATSAVA

Volete prendervela comoda? Scegliete il pagamento rateale: risparmierete il 25% sull'ammontare degli interessi. Un pagamento che non toglie nulla alle vostre vacanze: in contanti basta versare Iva e messa in strada. La prima rata? E' possibile rimandarla fino a ottobre.

FINO AL 30% IN MENO CON SAVALEASING

Il leasing? E' una formula piena di interesse, e sino al 31 luglio è anche ricca di risparmio, grazie a una riduzione del costo del finanziamento che arriva sino al 30% sul leasing finanziario e sull'open leasing. Dalle parole ai fatti: scegliete la vostra auto e via! Divertimento e sicurezza viaggeranno con voi.

Speciale offerta valida per tutte le vetture Fiat (esclusa 126, Panda e i veicoli commerciali) disponibili per pronta consegna e che saranno ordinate e consegnate nel mese di luglio. Offerta non cumulabile con altre iniziative in corso e valida sino al 31 luglio 1988 su base ai prezzi e ai tassi in vigore all'1/7/88. Per le formule Sava e Savaleasing occorre il possesso dei normali requisiti di solvibilità richiesta.

FIAT