

# INFO ITALIE

Magazine trimestriel d'information - Driemaandelijks Tijdschrift - Chambre de Commerce Belgo-Italienne - Camera di Commercio Italo-Lussemburghese

Juillet - Juli 2014

2

## SPECIALE LE 10 VERITÀ SULLA COMPETITIVITÀ ITALIANA

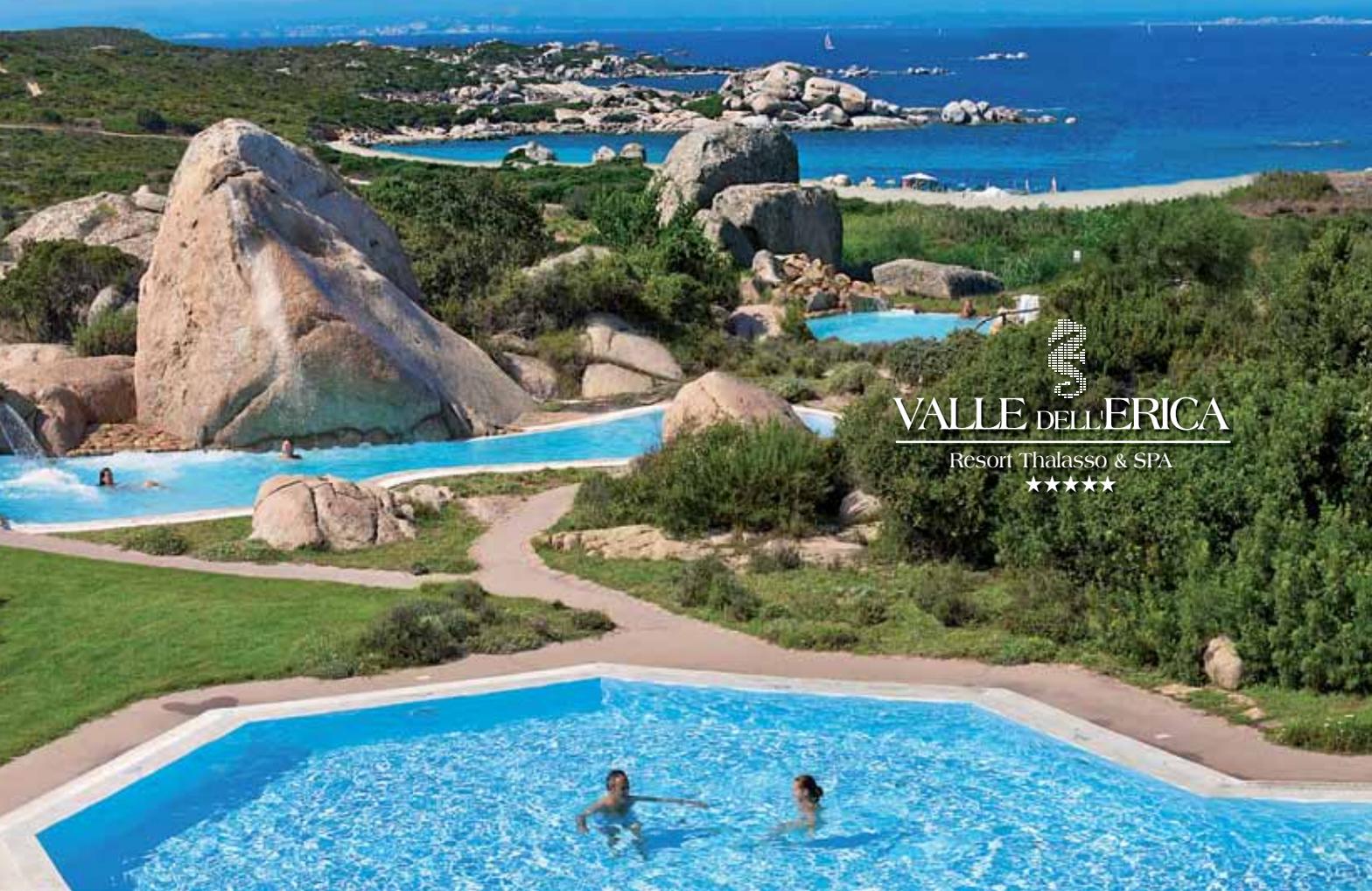
**BELGIQUE**

**TASTES OF TRAPPISTS:  
A SLOW TOURISM EXPERIENCE**

**LUXEMBOURG**

**26-28 SEPTEMBRE: RENDEZ-VOUS  
AVEC "ITALIA DIMENSIONE 2000"**

# La Sardaigne, à deux pas de chez vous



  
**VALLE DELL'ERICA**  
 Resort Thalasso & SPA  
 ★★★★★



hotels & resorts  
**DELPHINA**  
 un Amico in Sardegna  
[www.delphina.it](http://www.delphina.it)

Delphina Hotels & Resorts  
 Sardaigne – Italie  
 Aéroport dans les environs:  
 Olbia (CostaSmeralda)  
 Alghero (Fertilia)  
[www.delphina.it](http://www.delphina.it)  
[reservations@delphina.it](mailto:reservations@delphina.it)  
 + 39 0789 790018



**CAPO D'ORSO**  
 Hotel Thalasso & SPA  
 ★★★★★



**VALLE DELL'ERICA**  
 Resort Thalasso & SPA  
 ★★★★★



**MARINEDDA**  
 Hotel Thalasso & SPA  
 ★★★★★



**CALA DI FALCO**  
 Resort  
 ★★★★★



**CALA DI LEPRE**  
 Park Hotel & SPA  
 ★★★★★



**TORRERUJA**  
 Hotel Relax Thalasso & SPA  
 ★★★★★



**LE DUNE**  
 Resort & SPA  
 ★★★★★



**IL MIRTO**  
 Residence  
 ★★★★★

## BELGIQUE



6

- 04 Prendere il volo in Europa: a scuola di europrogettazione
- 06 Tastes of Trappists: a slow tourism experience
- 09 The International Master in European Studies celebrates its 10<sup>th</sup> birthday!
- 10 M-HOUSE: il gusto di essere manager!
- 12 Nuove prospettive per la cooperazione allo sviluppo dell'Unione europea



15

## 15 SPECIALE : LE 10 VERITÀ SULLA COMPETITIVITÀ ITALIANA

## LUXEMBOURG

- 20 Italia Dimensione 2000 »: un week-end tout italien au Luxembourg
- 22 Global trends in the Private Equity market. How do these global trends reflect in the Luxembourg market.
- 24 L'olio extravergine d'oliva D.O.P., un'eccellenza del Made in Italy
- 27 L'arte di servire il vino
- 28 "Autopolis Classic Cars", la passion pour les amateurs des voitures classiques italiennes



20

### INFOITALIE - N.2 - 2014 - IMPRIMÉ EN JUILLET 2014

Magazine trimestriel d'information sous la direction de:  
Fabio Morvilli Président de la Chambre de Commerce Belgo-Italienne a.s.b.l.  
et de la Camera di Commercio Italo-Lussemburghese a.s.b.l.

#### Rédaction en Belgique

**Direction :**  
Matteo Lazzarini - Secrétaire général  
Chambre de Commerce Belgo-Italienne  
Avenue Henri Jaspar 113  
1060 Bruxelles  
T : 0032 2 230 27 30 - info@ccitabel.com  
www.ccitabel.com

**Coordination  
et mise au point rédactionnelles:**  
Stéphanie Pagano - pagano@ccitabel.com

#### Rédaction au Luxembourg

**Direction :**  
Luisa Castelli - Secrétaire général  
Camera di Commercio Italo-Lussemburghese  
45, Boulevard G.-D. Charlotte  
1331 Luxembourg  
T: 00352 45 50 83-1 - info@ccil.lu  
www.ccil.lu

**Coordination  
et mise au point rédactionnelles :**  
Federica Pacifico  
comunicazione@ccil.lu

# PRENDERE IL VOLO IN EUROPA: A SCUOLA DI EUROPROGETTAZIONE

**L'**europrogettazione, i finanziamenti europei e l'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese sono ambiti ai quali guardare per creare prospettive future per i giovani. Ma poiché questi argomenti non sono presi in considerazione sui banchi di scuola, come far conoscere queste figure professionali? Come introdurre i giovani a una conoscenza più approfondita dell'UE? In questa ottica, la Camera di Commercio Belgo-Italiana ha ospitato in primavera diverse delegazioni di studenti italiani, giovani pieni di aspettative pronti a mettersi in gioco per scoprire le opportunità offerte dall'Unione europea in generale e la figura dell'europrogettista e dell'event manager in particolare. Alcuni studenti del

Liceo Publio Virgilio Marone di Meta di Sorrento e dell'Istituto Riccardo Lotti di Andria hanno partecipato a degli stage formativi nell'ambito dei fondi PON C5. Il loro soggiorno è stato caratterizzato da un workshop europeo, uno tecnico-commerciale e uno concentrato sullo sviluppo di competenze linguistiche in Business English. Gli studenti hanno avuto l'opportunità

di visitare le istituzioni europee, di sviluppare dei progetti europei sotto la guida di un esperto europrogettista, di capire i meccanismi di internazionalizzazione di un'impresa e di organizzazione di fiere ed eventi. Oltre a lezioni frontali in aula è stato proposto un metodo partecipativo e coinvolgente, come sottolinea il dott. Iacuitto, responsabile dei progetti con le scuole presso la Camera di Commercio Belgo-Italiana: *"La struttura del progetto è stata creata in modo da coinvolgere i ragazzi in situazioni reali riguardanti ambiti lavorativi specifici. In questo modo, attraverso role play, lavori di gruppo, simulazioni reali, hanno sviluppato competenze comunicative e gestionali indispensabili per approcciarsi in modo competitivo al mondo del lavoro."* Prosegue il dott. Iacuitto: *"Siamo fermamente convinti che concentrarsi su progetti riguardanti scuole e giovani sia il contributo migliore per far fiorire una nuova consapevol-*

*za europea e imprenditoriale a chi si sta per affacciare al mondo del lavoro. Nel nostro piccolo, trasmettiamo un know how pratico che aiuterà i ragazzi ad individuare e sfruttare opportunità di crescita internazionali, indispensabili oggi-giorno."* Dal canto loro, i partecipanti si sono ritenuti molto soddisfatti del tempo investito all'estero, apprezzando particolarmente le simulazioni e le visite alle imprese del territorio. Si sono anche calati nei panni degli europarlamentari e hanno messo in atto il loro potere contrattuale e di negoziazione. Michelina Pertoso, tutor del progetto per l'Istituto Lotti di Andria, si è detta entusiasta dell'opportunità offerta ai ragazzi: *"La validità del progetto è confermata dal notevole interesse dimostrato dai ragazzi che*

*si sono cimentati in attività nuove e impegnative utili per una crescita anche a livello umano. Da anni il nostro istituto si propone di promuovere esperienze all'estero per gli alunni più meritevoli, ma mi sento di dire che quella svolta a Bruxelles è stata una delle più rilevanti. Stiamo infatti parlando di settori come l'europrogettazione nei quali si riscontrano carenze*

*di persone specializzate visto che, come spesso i media sottolineano, non sempre i fondi europei vengono utilizzati in modo adeguato."*

La Camera di Commercio Belgo-Italiana ospiterà durante l'estate e il mese di settembre altre delegazioni di studenti a Bruxelles. In bocca al lupo ai ragazzi del Liceo Campanella di Reggio Calabria che attualmente si stanno cimentando nelle attività di europrogettazione e a tutti gli studenti futuri!



CONTACT



**MARCO IACUITTO**

☎ 0032 2 230 20 13

iacuitto@ccitabel.com

## PASSIE VOOR ITALIË

**T**ijdens het Italiaans voorzitterschap van de Raad van Europa kunt u in het Paleis voor Schone Kunsten genieten van Italië doorheen al zijn artistieke disciplines. Bovenaan de aantrekkelijke lijst activiteiten staat een tentoonstelling met uitzonderlijke schilderijen uit Siena en we verwelkomen de diva Cecilia Bartoli.

De Italiaanse cultuur is een van de invloedrijkste van Europa en vormde een niet aflatende bron van inspiratie voor de andere tradities op het continent. Dat bewijst ook de opmerkelijke tentoonstelling over de schilderkunst in Siena tussen de 13<sup>e</sup> en de 15<sup>e</sup> eeuw (**10.09.2014 > 18.01.2015**). In *Schilderijen uit Siena. Ars narrandi in de Europese gotiek* ontdekt u de wortels van de Italiaanse renaissance. Tijdens deze prestigieuze tentoonstelling



*Giovanni di Paolo di Grazia (Sienna, ca 1400-1482) La Vierge d'Humilité Tempera sur bois Sienna, Pinacoteca Nazionale*

organiseren we nocturnes voor u, uw collega's en uw gasten. Naast een geleid bezoek door een van onze bevoegen gidsen, beschikt u over een receptieruimte en een vip-parking.

We ontvangen ook de grootste Italiaanse diva van het ogenblik. Cecilia Bartoli komt op 13.11.2014 naar het Paleis. We hebben twee formules met business seats zodat u ten volle van dit evenement kunt genieten. BOZAR biedt plaatsen in rang 1 aan, een parkeerplaats, uw logo in het programmaboekje en een receptie tijdens de pauze.

Voor meer info kunt u contact opnemen met Lydia Vandam ([corp@bozar.be](mailto:corp@bozar.be) of **02 507 82 77**).

## PASSION À L'ITALIENNE

**L**e Palais des Beaux-Arts célèbre la Présidence italienne du Conseil de l'Union européenne à travers toutes les disciplines artistiques. En tête d'affiche, une exposition exceptionnelle sur la peinture de Sienna et le retour de Cecilia Bartoli.

La culture italienne occupe une place centrale en Europe car elle n'a cessé d'influencer les autres traditions du continent. C'est donc tout naturellement que nous accueillons cette année une remarquable exposition consacrée à la peinture de Sienna du XIII<sup>e</sup> au XV<sup>e</sup> siècle pour fêter l'accès italien à la Présidence du Conseil de l'Union européenne. *Peinture de Sienna. Ars narrandi dans l'Europe gothique* (**10.09.2014 > 18.01.2015**) révèle en effet une dimension peu connue des origines de la Renaissance italienne. Nous avons le plaisir d'organiser dans le cadre de ce projet prestigieux des nocturnes privées pour vous, vos collègues ou vos proches. Elles comprennent la visite de l'exposition encadrée par des guides passionnés, l'utilisation d'un espace de réception et un parking VIP. Par ailleurs, la diva des divas, Cecilia Bartoli,



*Bartoli Cecilia © Decca-Uli Weber*

sera également présente pour un concert-événement (13.11.2014). Afin de vous permettre de vivre pleinement cette expérience, BOZAR propose deux formules Business Seats incluant un ticket en première catégorie, une place de parking, le logo de votre société dans le programme de concert et l'accès à une réception durant l'entracte.

Pour plus d'infos, n'hésitez pas à contacter Lydia Vandam ([corp@bozar.be](mailto:corp@bozar.be) ou **02 507 82 77**).

# TASTES OF TRAPPISTS: A SLOW TOURISM EXPERIENCE

An innovative EU project on sustainable tourism and Trappists beers

**H**iking and cycling routes related to Trappists products: this is the core of the new EU project of the Belgian-Italian Chamber of Commerce. “TATRA - Tastes of Trappists: a slow tourism experience” is a 15-month project co-funded by the European Programme for Competitiveness and Innovation and realized by an international consortium of 7 partners in 4 countries. The project aims to promote the development and recognition of a sustainable tourism strategy within the Trappists’ sites area.



A “slow” approach to tourism, related to cycling and hiking activities, is becoming always more popular among holidaymakers. This new kind of tourism is based on the involvement and interaction among travellers and local communities, in order to promote new tourist destinations and to contribute to the protection of the territory, the natural resources and the heritage of the communities.

In Northern Europe this type of tourism includes very often some visits to Trappists abbeys and breweries in order to discover taste and buy typical products, such as beer and cheese. Since the creation of the International Trappists Association in 1997 the interest for these types of goods, produced inside the abbeys following the traditional methods, has brought many tourists to these rural areas, contributing to the development of the local economy and to the preservation of the historical sites. Tasting the Trappists beers, buying the local goods, and enjoying the nature biking or hiking are the main reasons for tourists to discover the Trappists areas and their surroundings.

Therefore the TATRA project aims to combine these two aspects: the increasing demand for touristic “green” experiences and the large interest for traditional Trappists beers. Are the abbeys open to tourists? Where can I buy typical local products? How can I reach the abbey by bike? Which are the main attrac-

tions in the surroundings? What is the history of the Trappists settlement in Europe? Is it possible to go hiking nearby the abbey? Are there any other touristic services available (accommodation, tourist offices, bike rentals, etc.)?

Through the creation of a web-platform the TATRA project will answer to these questions, offering to tourists a detailed map of hiking and cycling routes among the abbeys and different vacation packages, which could be easily personalized according to the time and destination. The involvement of local stakeholders is important for the realization of the project, as they can provide a direct feedback about the services already offered and the possibilities for a further development, respecting the religious rules and ethics of the abbeys.

The stakeholders, such as tourist offices, restaurants, shops, hotels, hostels, camping, B&Bs, tourism agencies, etc., will be gathered together in 5 thematic workshops in Tilburg (NL), Po-

<b>TITLE</b>	TATRA - Tastes of Trappists: a slow tourism experience
<b>DURATION</b>	15 months (starting 1 <sup>st</sup> April 2014)
<b>BUDGET</b>	322.367,63 euro
<b>EC CO-FUNDING</b>	241.500,00 euro (74,91%)
<b>EU PROGRAMME</b>	CIP Competitiveness and Innovation Programme
<b>PARTNERS</b>	Belgian-Italian Chamber of Commerce (BEL)
	Toerisme Vlaanderen (BEL)
	Toerisme Provincie Antwerpen (BEL)
	Regio Hart van Brabant (NED)
	Bierevents (NED)
	Italienische Handelskammer für Deutschland (GER)
	Fondazione per le Scienze religiose Giovanni XXIII (ITA)

peringe (BE), Charleroi (BE), Köln (GE) and Rome (IT), focusing on three main topics: environmental sustainability, communication and marketing strategies, product/service development enhancing the vicinity to the Trappist abbeys.

After the first opening conference held in Brussels last May, other two open public events are planned in Rome in November 2014 and in Brussels in June 2015. They will be an opportunity to present the project results and to exchange opinions and experiences among stakeholders of the tourism and beer sector.



## SUSTAINABLE TOURISM AS DRIVING FORCE FOR PROMOTION OF LOCAL PRODUCTS

The link between Trappists beers and sustainable tourism was at the centre of opening conference for the EU project TATRA “Tastes of Trappists: a slow tourism experience”, which took place on 12<sup>th</sup> May 2014 at De Markten in Brussels. Experts from European associations, tourism agencies and other stakeholders had the opportunity to exchange ideas and visions during the presentation of TATRA project and to taste some real Trappists beers and cheeses during the final cocktail.

The two main presentations were given by Ms. Griet Geudens, from Visit Flanders, and by Ms. Cinzia De Marzo from the European Commission, offering to the audience two different perspectives about sustainable tourism in Europe.

Ms. **Griet Geudens**, the Tourism consultant Quality-Sustainability at Visit Flanders, underlined the link between sustainable tourism and local products. In fact the local communities can certainly benefit from the promotion and the valorisation of traditional products, as it can attract many tourists to these rural areas.

This strong link between local products and sustainable tourism can contribute to the creation of jobs, stimulate entrepreneurship and promote a short supply chain with direct sell and efficient cooperation between local farmers and producers. Considered the use of bikes and public transport, the lower CO<sub>2</sub> emissions, can positively affect the environment.

From a socio-cultural point of view, the promotion of local productions helps the development of new relationships between local stakeholders, people and institutions and allows the strengthening of a local identity and authenticity, cultivating the tangible and intangible local heritage.

Moreover, given the interest of foreigners for this product, the promotion of beer in Flanders is very important because it represents an unique opportunity to launch new commercial products with international potential, gives the possibility to promote destination Flanders from different perspectives and is

considered an optimal possibility for cooperation between public and private partners.

Ms. **Cinzia de Marzo**, from the Unit Tourism Policy - DG Enterprise and Industry, explained the importance of tourism for the EU economy, one of the main sectors not affected by the recent economic crisis. She showed the main policies and actions promoted by the European Union in the tourism sector, such as the European tourism indicator system (ETIS) launched in 2013 and designed to help stakeholders to measure and monitor their sustainability management processes.

Among the other pilot initiatives launched by the European Commission, Calypso aims at facilitating low-season transnational tourism exchanges between Member States, Regions and other stakeholders, addressing to pensioners, youth, disabled people and families facing difficult social circumstances. Other actions were taken in the field of sustainable tourism (financing Euro-Velo and TATRA projects) and in favour of EU gastronomy (with an online platform).

The current COSME programme for the Competitiveness of Small and Medium Enterprises foresees €108.9 million to tourism-related actions for the period 2014-2020. The purpose is to increase the flow of tourists during the low/medium season, to foster transnational public and private partnership and to contribute to the creation of a European domestic market for seniors and youths.

A good place to visit, is a good place to live in.

CONTACT



**LUCIA SINIGAGLIA**

☎ 0032 2 609 00 81

lucia@ccitabel.com

/



IT'S A  
**MOST**  
EXCITING  
STORY

**M**

INTERNATIONAL  
**MASTER**  
EUROPEAN  
STUDIES

**E**  
**S**



## *POLICY ADVISOR* **AND PROJECT CONSULTANT**

During the master programme I had my first contact with EU project management, which gave me the proper expertise and skills to deal with the Brussels "EU" market, particularly the real-life of demanding EU projects and tenders. The high added value of the Master is the provision of the right techniques to transform every student in a future lobbyist or project manager. *Master Alumni*

**International Master in European Studies Belgian-Italian Chamber of Commerce**  
with the **Institute of European Studies of the Université Catholique de Louvain** for the academic part

Avenue Henri Jaspar 113 - 1060 BRUSSELS - Belgium  
tel 0032 2 534 45 79 - fax 0032 2 230 21 72 - info@europeanmaster.net

*EUROPEANMASTER.NET*

# THE INTERNATIONAL MASTER IN EUROPEAN STUDIES CELEBRATES ITS 10<sup>TH</sup> BIRTHDAY!

**D**uring these ten years, hundreds of students have been trained to become project managers and policy advisors and are now working as experts in Brussels' arena.

Our greatest success is the success of our Alumni and here you can read about two enthusiastic testimonies.

## Amina, 18<sup>th</sup> edition

"During my Master Degree in Cooperation and Development at the University of Trieste, we went to Brussels to visit the European Parliament. The idea came from our professor, a former MEP. It was fascinating. After that I realised two important things: if you want to succeed in your career you have to go abroad, where there are more opportunities, and you must be proficient in English. So the fight started - not without difficulties as my English level was A2 and I had no money!!!

Many of my colleagues, before me, decided to apply for this Master and I saw that they were employed just months after. Moreover, I realized that here in Brussels you have also the opportunity to learn French, which is a relevant language in the field of the European Union. Four months after completing the Master, and I am work-



ing as a Project Consultant and European Funds Consultant at the ULAC (Union des Locataires d'Anderlecht Cureghem). The position allows me to put into practice all the tools and knowledge that I learnt during the Master. Moreover, I know that Brussels is a city full of opportunities for people like me with an international background.

I am happy with my current work because I know the importance of grass-roots organisations in development, and having the opportunity to support one makes me proud. Now we are working on the European Social Fund, which was the same fund that allowed me to attend the International Master in European Studies. In conclusion, attending this Master changed drastically my professional future and launched me into a new world full of stimuli, opportunities and culture."

## Ana, 17<sup>th</sup> edition

"I was particularly keen on taken part in this interesting and innovative program on EU Studies, the program and its multi-functioning environments helped me understand the impact, challenges and opportunities in the future development of the region.

Much focus was set on three core pillars of the EU: Knowledge, Inclusive Societies and Greener Competitive Economy. The course provided me with an updated and broader vision of European Politics, Foreign Affairs and International Development, which very well complemented my knowledge and background education in the field of Agricultural Economics. Not only the stimulating working environment with international students but also the experience to live in the centre of Europe provided me with a new and different perspective on the global and EU affairs. During my training



I have taken a great interest in working on identifying and analyzing policies, business environments and market opportunities related to Food, International Trading and applied Renewable Energies in rural areas.

Lectures, discussions with experts in the different fields and visits to the European institutions provided me with extensive exposure to the complex issues in the regional, international and rural environment. Furthermore, I enjoyed working in a multicultural environment and interdisciplinary groups. I am positive this program has enhanced my understanding on EU project funding whilst provided me with good insides of how the European Union and its institutions operate. It was a great pleasure for me to have been part of 17th edition of this prestigious and highly regarded program."

# M-HOUSE: IL GUSTO DI ESSERE MANAGER!

**L**a Camera di Commercio Belgo-Italiana è capofila del progetto europeo M-HOUSE volto a favorire l'inserimento/reinserimento lavorativo degli adulti, accrescendo la loro consapevolezza di possedere abilità e competenze che se ben valorizzate possono essere utilizzate nel mondo imprenditoriale. Identificate le "situazioni chiave di apprendimento" gli 8 partner progettuali stanno ora lavorando insieme per sviluppare i moduli formativi in cui i partecipanti dovranno confrontarsi con diverse situazioni prese dalla quotidianità della vita familiare da risolvere attingendo alle loro capacità imprenditoriali.



show-cooking fino a realizzare uno stage in un'importante società di catering che mi ha permesso di fare il salto di qualità. Ho, quindi, iniziato a lavorare in proprio. Grazie al passaparola sono passata dall'organizzazione di qualche evento ad un impegno a tempo pieno. Ora gestisco un mio sito web e pagina facebook per la promozione dei miei eventi.

► **Ora lei è un'affermata chef d'alta cucina a domicilio, quali sono secondo lei le abilità e le competenze imprenditoriali che bisogna sviluppare per poter intraprendere un'attività di successo?**

La forte motivazione è alla base di tutto, ritengo poi bisogna possedere

buone capacità di pianificazione e organizzative, avere abilità comunicative e capacità di problem solving. La creatività ha sicuramente un ruolo essenziale, come pure importante è la capacità di saper analizzare le esigenze del cliente per essere in grado di soddisfare le sue richieste.

Ai prossimi partecipanti vogliamo portare la testimonianza di Kaba Maria Corapi, 37 anni, laurea in Giurisprudenza, avvocato, moglie e madre con una grande passione per la cucina. Passione che ad un certo punto della sua vita trasforma nel suo lavoro aprendo un'attività in proprio.

► **Kaba, di cosa si occupa esattamente?**

Sono personal chef, preparo pranzi, cene, colazioni di lavoro o altri eventi direttamente a casa di coloro che apprezzano la convivialità derivante dall'assaporare un piatto preparato con cura, attenzione ai particolari e qualità dei prodotti. Organizzo attività di team building per le aziende e collaboro con ristoranti e wine-bar oltre che insegnare in una scuola di cucina.

► **Ci racconti di più, come è nata la sua passione? Cosa l'ha spinto a mettersi in proprio?**

Il mio amore per la buona cucina è nata da ragazza, nel corso del tempo l'ho coltivata a livello amatoriale mentre proseguivo gli studi in Giurisprudenza. Nel momento in cui nel redigere gli atti mi sono accorta che utilizzavo più una terminologia legata al mondo della cucina che giuridica, ho capito che la mia passione non poteva rimanere relegata a semplice hobby e dopo un'attenta analisi del mercato e valutazione personale ho deciso di investire in questo settore.

► **Che percorso ha seguito per prepararsi al meglio ad affrontare questa nuova sfida?**

Ho studiato! Ho seguito dei corsi di cucina prima a livello amatoriale, poi professionale; ho partecipato ad eventi di

► **Quali consigli darebbe a chi vorrebbe trasformare una propria passione in un lavoro?**

Consiglio di studiare e aggiornarsi sempre, di approfondire e confrontarsi con umiltà e di lavorare con correttezza, qualità e professionalità, carte vincenti per un'attività di successo.

Maggiori informazioni: [www.m-house.eu](http://www.m-house.eu)



MOBILE LEARNING TO UNLEASH  
HOUSEHOLDS BUSINESS POTENTIAL

CONTACT



**MARTA BRONZO**

☎ 0032 2 230 57 97

[bronzo@ccitabel.com](mailto:bronzo@ccitabel.com)

# VALORIZZARE LA RISTORAZIONE ITALIANA NEL MONDO

**P**rosegue l'impegno della Camera di Commercio Belgo-Italiana nella direzione della difesa dell'enogastronomia italiana di qualità in Belgio. Il progetto, promosso da Unioncamere con il supporto operativo dell'Istituto Nazionale Ricerche Turistiche (ISNART) si propone di certificare la ristorazione italiana di qualità, conferendo il "Marchio Ospitalità Italiana" ai ristoranti che si contraddistinguono per il rispetto delle dieci regole d'oro dell'italianità, le cosiddette "10Q": varietà e qualità dei prodotti naturalmente, ma anche mise en place, esperienza e competenza del personale, accoglienza... Solo così si può infatti contribuire a proseguire la lotta ai fenomeni di *Italian Sounding*, orientando i consumatori finali rispetto ai ristoranti che garantiscono adeguati standard di servizio e offerta enogastronomica. Per segnalare un ristorante interessato alla certificazione (che non comporta alcun costo) contattare la dott.ssa Isabella Pellegrino ([pellegrino@ccitabel.com](mailto:pellegrino@ccitabel.com)), che provvederà a raccogliere le candidature e a sottoporle alla giuria competente per il rilascio del Marchio.

Opportunités pour nos membres :  
Tech Agrifood à Parmes et Sicurezza 2014 à Milan

La Chambre de Commerce Belgo-Italienne offre à ses membres la possibilité de visiter deux importants salons en Italie : *Tech AgriFood* qui se tiendra à Parme les 29 et 30 octobre et *Sicurezza*, biennale internationale dédiée à la sécurité et à la prévention des incendies, qui se tiendra du 12 au 14 novembre à Milan.

Les membres sélectionnés pourront bénéficier, selon les cas, du voyage et du logement. Pour plus de renseignements, veuillez contacter Mlle Isabella Pellegrino ([pellegrino@ccitabel.com](mailto:pellegrino@ccitabel.com)).

CONTACT



**ISABELLA PELLEGRINO**

☎ 0032 2 431 23 18

[pellegrino@ccitabel.com](mailto:pellegrino@ccitabel.com)

## SERVIZI DI TRADUZIONE - STEFANO SPADEA

TRADUTTORE GIURATO

- Testi legali e notarili
- Documentazione tecnica e normativa
- Corrispondenza
- Testi di tipo bancario e finanziario
- Siti web
- Materiale turistico

Olandese - Italiano  
Francese - Italiano  
Inglese - Italiano  
Spagnolo - Italiano



Stefano Spadea  
Naamssesteenweg 39 ■ 3052 Blanden  
Tel. 0032 16 43 50 92 ■ Gsm. 0032 487 65 40 01  
[info@stefanospadea.com](mailto:info@stefanospadea.com)  
[www.stefanospadea.com](http://www.stefanospadea.com)

Ottima qualità, rispetto delle scadenze e prezzi ragionevoli.

# NUOVE PROSPETTIVE PER LA COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO DELL'UNIONE EUROPEA

**L**a nuova programmazione, il ruolo dell'Italia, il rapporto con il settore privato sono i temi principali affrontati nel nuovo libro della Regione Veneto e dell'Università di Padova.

Quali risorse finanziarie l'Unione europea mette a disposizione per la cooperazione internazionale nel periodo 2014-2020? Quali sono i nuovi orientamenti politici e strategici dell'UE nella cooperazione allo sviluppo? A quale ruolo è chiamata l'Italia durante il Semestre di Presidenza dell'Unione europea? Quali progetti regionali di cooperazione verranno attuati nei prossimi anni? A queste domande rispondono diversi esperti nel libro "Nuove prospettive per la cooperazione allo sviluppo dell'Unione europea" edito dalla Regione Veneto e dall'Università di Padova e a cura di Matteo Lazzarini.

Il 2014 è un anno chiave per l'Europa. A gennaio è stata avviata ufficialmente la nuova programmazione 2014-2020 ed è entrata in vigore la nuova politica agricola comune (PAC). A fine maggio si sono tenute le elezioni per il rinnovo del Parlamento europeo e il 26 e 27 giugno si è riunito a Bruxelles il Consiglio europeo per la designazione dei nuovi presidenti dello stesso Consiglio e della Commissione europea. Il 30 novembre scade invece il mandato del presidente del Consiglio europeo, Herman Van Rompuy. Verrà inoltre scelto il nuovo Alto Rappresentante per la politica estera e di sicurezza comune. Tutto proprio durante il Semestre di Presidenza italiano. Dal 1° luglio al 31 dicembre 2014 spetta infatti all'Italia la Presidenza di turno del Consiglio dell'Unione europea. Si tratta di un periodo di sei mesi durante i quali il nostro Paese ha il compito di gestire e coordinare il funzionamento del Consiglio dell'Unione europea, definendo l'agenda, dando l'impulso alle decisioni legislative e negoziando compromessi tra gli Stati membri.

Nel libro si affronta il tema delle nuove prospettive della cooperazione allo sviluppo dell'Unione europea da diversi punti di vista. Prima di tutto quello **istituzionale** con l'articolo della dott.ssa Daniela Tonon, Consigliere per la Co-

operazione allo Sviluppo della Rappresentanza Permanente d'Italia presso l'Unione europea, nel quale si evidenzia che l'Italia, membro fondatore e terzo contributore al bilancio dell'UE dovrà continuare a mantenere un ruolo proattivo

nella definizione e nel continuo adeguamento degli orientamenti strategici della politica di sviluppo dell'Unione, nonché nel monitoraggio dell'impatto e dei risultati della sua azione. Il ruolo di facilitatore dei lavori del Consiglio che l'Italia sarà chiamata a svolgere durante il Semestre di Presidenza - sottolinea Tonon - rafforzerà la percezione della sempre più stretta interrelazione tra la cooperazione bilaterale e la nostra azione in seno all'UE, in un quadro in cui la nozione di complementarità andrà consolidandosi sempre più attraverso le esperienze tanto del negoziato multilaterale che della programmazione congiunta, facendo della ricerca dell'interesse comune dell'Unione e della capacità di esprimersi con un'unica voce la misura del suo successo come attore globale. Nel secondo articolo, la dott.ssa Marta Bronzo, responsabile dell'Ufficio Europa della Camera di Commercio Belgo-Italiana, presenta le risorse finanziarie dell'Unione europea per

la cooperazione internazionale nel periodo 2014-2020. La **nuova programmazione** è caratterizzata da una generale armonizzazione delle procedure, da un allineamento delle tempistiche e da una maggiore *ownership*. Ne è esempio il fatto - scrive Bronzo - che le linee guida per la programmazione del nuovo Strumento per la cooperazione allo sviluppo (DCI) e dell'11° Fondo europeo per lo sviluppo sono state standardizzate, arrivando in questo modo ad una situazione dove Delegazioni dell'Unione europea in più di 100 paesi programmano sulla base di istruzioni armonizzate, definite da Bruxelles.

I Paesi oggi costituenti l'Unione europea rinforzati dall'azione delle istituzioni comunitarie - ricorda nel suo articolo il prof. Leonardo Asta, docente dell'Università di Padova - hanno contribuito allo sforzo dell'aiuto pubblico internazionale allo sviluppo in senso significativo. Forse inizialmente su spinta del "rimorso" coloniale. Asta tuttavia "azzarda"



*Nuove prospettive per la cooperazione allo sviluppo dell'Unione europea, a cura di Matteo Lazzarini, Cleup, Padova, luglio 2014, 120 pp.*



una sua opinione, e definisce la cooperazione allo sviluppo come una **“politica mista”**: d’un lato, umanitaria e di sostegno alla sopravvivenza di popolazioni povere o in difficoltà e, dall’altro, di promozione dell’influenza politico-economico-culturale europeo-occidentale, esercitata prevalentemente nei riguardi delle nazioni vicine geograficamente e/o segnate storicamente dalla dominazione coloniale europea. Nell’ambito dei principi e degli obiettivi dell’azione esterna dell’Unione europea, la **promozione dei diritti umani** costituisce uno dei pilastri della politica di sviluppo dell’Unione. Nella prima parte del suo articolo, Eleonora Martinello, esperta di progettazione europea e di cooperazione allo sviluppo, propone una visione d’insieme su come si può operare su questa tematica attraverso i nuovi programmi ed in particolare attraverso lo strumento finanziario per la promozione della democrazia e dei diritti umani nel mondo (EIDHR). Nella seconda parte, utilizzando il *case study* della Palestina, analizza gli interventi dell’Unione europea in materia di diritti umani nella strategia di cooperazione con un paese partner.

Il rapporto tra le **ONG**, l’Unione europea e il **settore privato** è analizzato dalla dott.ssa Valentina Cavinato, consulente in progettazione sociale ed europrogettazione. La sfida per i prossimi anni sarà quella di favorire una politica internazionale di sviluppo che parta da maggiori risorse pubbliche che diano modo di catalizzare investitori privati e che siano centrate sul coinvolgimento reale di tutti gli stakeholder, a partire dalle comunità locali che troppo spesso sono considerate come beneficiari finali di “aiuti”.

Per quanto riguarda le **imprese** e il loro coinvolgimento attivo nella cooperazione allo sviluppo dell’Unione europea, la dott.ssa Pina Costa e la dott.ssa Camilla Sala di Assocamerestero, ricordano il ruolo, quello delle Camere italiane all’estero, che risulta strategico nel momento in cui - a livello internazionale ed europeo - le istituzioni incoraggiano e auspicano un più diretto coinvolgimento del mondo del privato nell’ambito della cooperazione, affinché gli obiettivi di crescita delle economie dei PVS si coniughino e risultino più facilmente raggiungibili promuovendo un’ “internazionalizzazione sostenibile” delle PMI italiane in questi mercati.

La Cooperazione allo sviluppo non è un “privilegio” delle istituzioni internazionali o degli Stati. Il prof. Mario Volpe, docente all’Università Cà Foscari di Venezia, sottolinea come le Regioni italiane abbiano iniziato processi autonomi di cooperazione allo sviluppo, affiancando lo Stato in progetti e assistenza nel campo della cooperazione internazionale. La **Regione del Veneto**, in particolare, è caratterizzata da un’attività intensa nel campo della cooperazione. Promuove azioni di solidarietà internazionale, con interventi di aiuto umanitario nei casi di calamità naturali o di crisi di vario tipo.



Gian Angelo Bellati, direttore dell’Unioncamere Veneto presenta il progetto “MILD HOME”, una **best practice** dell’Unione Regionale delle Camere di Commercio del Veneto nel settore dell’edilizia sostenibile ad alta performance energetica. Unioncamere Veneto è capofila del partenariato di questo progetto, composto da comuni ed altri enti locali, università, centri di ricerca sull’energia e l’edilizia sostenibile, Camere di Commercio provenienti da paesi europei (oltre all’Italia, Austria, Ungheria, Romania, Bulgaria e Grecia) e da un paese impegnato nel processo di pre-adesione (Serbia).

A conclusione, il dott. Alberto Toso, consulente ed esperto in legislazione europea, presenta l’estratto di alcuni documenti che supportano e completano la lettura degli articoli precedenti, tra i quali il Regolamento europeo che istituisce uno strumento per il finanziamento della cooperazione allo sviluppo per il periodo 2014-2020 e la Comunicazione della Commissione “*A Stronger Role of the Private Sector in Achieving Inclusive and Sustainable Growth in Developing Countries*”.

I soci della Camera di Commercio Belgo-Italiana possono richiedere una copia gratuita della pubblicazione scrivendo a [mertens@ccitabel.com](mailto:mertens@ccitabel.com).

CONTACT



**MATTEO LAZZARINI**  
 lazzarini@ccitabel.com  
 0032 2 230 27 30

# COURS D'ITALIEN À CHARLEROI

## GRATUIT POUR LES MEMBRES

La Chambre de Commerce Belgo-Italienne, qui organise des cours d'italien, français et néerlandais à Bruxelles deux fois par an (une session de printemps et une session d'automne), propose également des cours du soir d'italien à Charleroi.

La prochaine session de cours se déroulera du 22 septembre au 9 décembre dans les bureaux du Business Center de Charleroi Airport (quatrième rue numéro 33 à Jumet, parking gratuit).

Organisés dans une ambiance conviviale, les cours sont principalement axés sur la conversation et les exercices pratiques. Ils sont agrémentés de quatre dégustations de produits typiques. Deux niveaux sont proposés: un niveau pour débutants les lundis soirs (de 18h30 à 20h30) et un niveau intermédiaire les mardis soirs (de 18h30



[www.ccitabel.com](http://www.ccitabel.com)

à 20h30). Pour faciliter la prise de parole, les groupes sont composés de 12 personnes maximum. En fin de module, un certificat est délivré aux participants.

Ces cours du soir sont entièrement gratuits pour les membres de la Chambre de Commerce Belgo-Italienne.

Pour plus de renseignements, n'hésitez pas à téléphoner au 02/230 27 30 ou à envoyer un e-mail à [mertens@ccitabel.com](mailto:mertens@ccitabel.com).

CONTACT



**IRENE MERTENS**

☎ 0032 2 230 27 30

[mertens@ccitabel.com](mailto:mertens@ccitabel.com)



# BUSINESS CENTER CHARLEROI AIRPORT

[www.business-airport-charleroi.be](http://www.business-airport-charleroi.be)

## NOUVEAU A CHARLEROI

Location de bureaux équipés

Mobile : +32 499 621 076

E-mail : [info@business-airport-charleroi.be](mailto:info@business-airport-charleroi.be)

Z.I 4ème Rue n°33 - 6040 Jumet



# OLTRE LA CRISI. L'ITALIA DEVE FARE L'ITALIA

PRESENTATO IL MANIFESTO DI FONDAZIONE EDISON,  
UNIONCAMERE E SYMBOLA



**L**o scorso 7 maggio, Fondazione Symbola, Unioncamere e Fondazione Edison hanno presentato alla stampa, nazionale ed internazionale, il manifesto "Oltre la Crisi. L'Italia deve fare l'Italia" dove hanno evidenziato le proprie 10 verità sulla competitività italiana.

Una risposta a tanti luoghi comuni che - secondo Marco Fortis, Vicepresidente Fondazione Edison, e Ermete Realacci, Presidente di Symbola - "non rendono giustizia al nostro Paese e rischiano di distogliere l'attenzione dai suoi reali problemi".

Riportiamo integralmente il comunicato dell'Ufficio stampa della Fondazione Symbola e di Unioncamere.

Solo 5 paesi al mondo possono vantare un surplus commerciale manifatturiero superiore a 100 miliardi di dollari. L'Italia è uno di questi. C'è un paese in Europa che attira più turisti cinesi, statunitensi, canadesi, australiani e brasiliani di ogni altro. È l'Italia. C'è un paese che primeggia in quanto ad efficienza ambientale - meno CO<sub>2</sub> e meno rifiuti - delle proprie imprese: è l'Italia. E c'è un Paese che durante la crisi globale ha visto il proprio fatturato estero manifatturiero crescere più di quello tedesco. Questo paese è l'Italia.

L'Italia, spiegano, "è certamente in crisi, una crisi profonda nonostante i timidi segnali di ripresa del Pil. Ma non è un Paese senza futuro". Deve affrontare problemi "che vengono da lontano, e che vanno ben oltre il pesante debito pubblico: le disuguaglianze sociali, l'economia in nero, quella criminale, il ritardo del Sud, una burocrazia spesso persecutoria e inefficace". Ma ha anche energie e potenzialità enormi: "Talenti invidiabili e invidiati che, nonostante tutto, ne fanno uno dei Paesi più competitivi al mondo".

Lo stato di salute del Made in Italy e del Paese è migliore di quello che appare.

Basta guardare il Paese con occhi nuovi, a cominciare da queste 10 verità sulla competitività.

## LE 10 VERITÀ SULLA COMPETITIVITÀ ITALIANA

### Verità 1

**L'ITALIA È UNO DEI SOLI CINQUE PAESI AL MONDO CHE VANTA UN SURPLUS MANIFATTURIERO SOPRA I 100 MILIARDI DI DOLLARI**

Con un surplus commerciale manifatturiero con l'estero di 113 miliardi di dollari nel 2012, si conferma il ruolo di punta del nostro paese nell'industria mondiale. Non si può dire lo stesso di altri paesi come Francia (-34 mld), Regno Unito (-99 mld) e USA (-610 mld).

### Verità 2

**LE IMPRESE ITALIANE SONO TRA LE PIÙ COMPETITIVE AL MONDO**

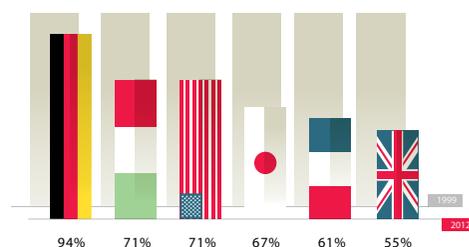
Su un totale di 5.117 prodotti- il massimo livello di disaggregazione statistica del commercio mondiale- nel 2012 l'Italia si è piazzata prima, seconda o terza al mondo per attivo commerciale con l'estero in ben 935 (indice Fortis-Corradini, Fondazione Edison).



### Verità 3

**L'ITALIA È TRA I PAESI AVANZATI CHE, NELLA GLOBALIZZAZIONE, HA CONSERVATO MAGGIORI QUOTE DI MERCATO MONDIALE**

L'Italia ha conservato una quota dell'export mondiale di prodotti manifatturieri pari al 71% di quella detenuta nel 1999 (dati 2012), prima che paesi come la Cina rivoluzionassero il commercio globale. Performance non paragonabile a quella tedesca (94%), ma migliore di quella di Giappone (67%), Francia (61%), Regno Unito (55%).



QUOTE DI EXPORT MONDIALE DEI PRODOTTI MANIFATTURIERI, 2012 VS 1999

### Verità 4

**IL MODELLO PRODUTTIVO ITALIANO È TRA I PIÙ INNOVATIVI IN CAMPO AMBIENTALE**

L'Italia è tra i primi paesi dell'Unione europea per eco-efficienza del sistema produttivo, con 104 tonnellate di anidride carbonica ogni milione di euro di prodotto (la Germania ne immette in atmosfera 143, il Regno Unito 130) e 41 di rifiuti (65 la Germania e il Regno Unito, 93 la Francia).

Non solo, siamo campioni europei nell'industria del riciclo: a fronte di un avvio a recupero industriale di 163 milioni di tonnellate di rifiuti su scala europea, nel nostro Paese ne sono stati recuperati 24,1 milioni di tonnellate, il valore assoluto più elevato tra tutti i paesi europei (in Germania 22,4 milioni). Il sistema produttivo italiano, inoltre, è anche quello che guida la "riconversione verde" dell'occupazione europea: entro la fine del 2014, il 51% delle PMI italiane avrà almeno un green job, più del Regno Unito (37%), della Francia (32%) e della Germania (29%).



**Verità 5****L'ITALIA È, NELL'EUROZONA, LA META PREFERITA DEI TURISTI EXTRAEUROPEI**

L'Italia è il primo paese dell'Eurozona per numero di pernottamenti di turisti extra-UE, con 54 milioni di notti nel 2012 (+14 milioni rispetto alla Spagna). Siamo il primo Paese europeo per numero di pernottamenti di turisti cinesi (2,5 mln), giapponesi (2,8ml), coreani del sud (680 mila), brasiliani (1,8 mln), australiani (2,2 mln), statunitensi (11mln) e canadesi (2mln).

**Verità 6****LA ZAVORRA DEL PIL ITALIANO NON È CERTO LA COMPETITIVITÀ DELL'INDUSTRIA**

Dal fallimento della Lehman Brothers (inizio della crisi mondiale) a novembre 2013, il fatturato manifatturiero italiano per il mercato domestico è crollato (-15,9%) rispetto a quanto accaduto in Francia e Germania (+4,6%, -0,3% rispettivamente). Il fatturato italiano per il mercato estero, invece è cresciuto (+16,5%) di più di quello tedesco (+11,6%) e francese (+5,9%).



ANDAMENTO FATTURATO MANIFATTURIERO (2012=100)  
MERCATO INTERNO: CONFRONTO OTT. 2008 | NOV. 2013 | MERCATO ESTERO: CONFRONTO NOV. 2008 | OTT. 2013

**Verità 7****LA CRESCITA DEGLI ALTRI PAESI NON È FATTA DI SOLA COMPETITIVITÀ, MA ANCHE DI DEBITO**

A sostenere le altre economie ha contribuito un aumento del debito, sia pubblico che privato, molto maggiore che in Italia: da noi, dal 1995 il debito aggregato (quello pubblico più quello delle aziende e delle famiglie) è cresciuto di una quota pari al 61% del PIL, in Spagna del 141%, nel Regno Unito del 93% e in Francia dell'81%.

**Verità 8****DAGLI INIZI DEGLI ANNI '90 AD OGGI LA 'QUOTA DI MERCATO' DELL'ITALIA NEL DEBITO PUBBLICO TOTALE DELL'EUROZONA È COSTANTEMENTE CALATA**

Non siamo il malato d'Europa: la Responsabilità italiana nel debito pubblico complessivo dell'Eurozona si è ridotta in modo importante dagli anni '90 (28,7% nel 1995) ad oggi (22,1% nel 2013).

**Verità 9****CONSIDERANDO IL DEBITO AGGREGATO (STATO, FAMIGLIE, IMPRESE) L'ITALIA È UNO DEI PAESI MENO INDEBITATI AL MONDO**

Se invece del pesante debito pubblico guardiamo la situazione debitoria complessiva del Paese (quindi il debito dello Stato assieme a quello privato) l'Italia nonostante la crisi sta erodendo la grande ricchezza privata degli italiani - è più virtuosa (col 261% del PIL) di Stati Uniti (264%), Regno Unito (284%), Spagna (305%), Giappone (412%).

**Verità 10****DAL 1996 AD OGGI L'ITALIA HA PRODOTTO IL PIÙ ALTO AVANZO PRIMARIO STATALE CUMULATO DELLA STORIA MODERNA**

Si tratta di 591 miliardi di euro correnti, 220 in più della Germania (371 miliardi). Per non parlare dei disavanzi di Spagna (-192), Francia (-311 miliardi) e Regno Unito (-364 miliardi di £).

► “All'estero, ma anche e soprattutto in Italia, dove persiste la pessima abitudine di piangersi addosso, resta una percezione sbagliata del reale stato di salute del Made in Italy e del Paese”, spiega Marco Fortis, vicepresidente di Fondazione Edison. “Si pensa, sbagliando, che la bassa crescita dipenda da una perdita di competitività. Niente di più falso: la competitività negli ultimi anni ha avuto ben poco a che fare con la crescita del Pil, che in molti paesi è stata drogata dai debiti pubblici e privati. Si dimentica, invece, che l'Italia ha il più basso debito delle famiglie del mondo avanzato, che è tra i paesi leader nella manifattura, nel turismo, nell'agricoltura. Il Made in Italy è qualcosa di straordinario di cui dovremmo tutti essere orgogliosi”.

► “L’analisi non superficiale dei numeri dell’Italia - commenta Claudio Gagliardi, Segretario Generale Unioncamere - dimostra la straordinaria capacità delle nostre imprese di essere competitive sui mercati internazionali. La forza dell’Italia non è nella standardizzazione dei grandi numeri ma nella qualità di un’offerta altamente specializzata, che troviamo soprattutto nelle filiere e nei distretti che ci fanno grandi nel mondo: il saldo attivo commerciale italiano si concentra quasi interamente nelle province distrettuali. È da qui, da questo modello di sviluppo tutto italiano che si è affermato anche grazie al ruolo di istituzioni economiche territoriali come le Camere di commercio, che bisogna ripartire per ragionare di ripresa e di nuova politica industriale”.

► “In queste 10 verità - sottolinea Ermete Realacci, presidente di Fondazione Symbola - c’è ben più che una replica a tanti falsi luoghi comuni. C’è un’idea di futuro per il nostro Paese e per l’Europa. Esperienze che possono diventare l’avanguardia di un nuovo modello di sviluppo: più sapere e innovazione, anche in settori tradizionali, meno risorse consumate e meno inquinamento, con ambiente e green economy che diventano driver del cambiamento. Su questo terreno l’Italia è in campo ed è forte se asseconda la propria vocazione a produrre bellezza e qualità, se riconosce i propri talenti e li accompagna con la ricerca e le nuove tecnologie. Non è affatto una sfida facile né scontata: per farcela, l’Italia deve fare l’Italia”.

La stampa italiana, qualche settimana fa ha pubblicato la mappa delle regioni e delle località preferite dai turisti stranieri nel 2012. Sono stati quasi 49 milioni gli arrivi per un totale di 180 milioni di presenze.

Il Veneto, con le città di Venezia e Verona è la regione più visitata. Seguono la Toscana (Firenze, Pisa e Siena), Lazio, Lombardia e Trentino. Molti meno turisti al sud (Campania, Puglia, Calabria, Sicilia e Basilicata) ma anche in Piemonte, Sardegna e Friuli Venezia Giulia.

*La presse italienne a publié, il y a quelques semaines, une carte des régions et des localités italiennes préférées des touristes étrangers en 2012. Il y a eu 49 millions d’arrivées pour un total de 180 millions de présences.*

*La Vénétie, avec les villes de Venise et de Vérone, est la région la plus visitée. Suivent la Toscane (Florence, Pise et Sienne), le Latium, la Lombardie et le Trentin - Haut Adige. Nettement moins de touristes sont recensés au sud (Campanie, Pouilles, Calabre, Sicile et Basilicate) mais aussi au Piémont, en Sardaigne et dans le Frioul-Vénétie Julienne.*



# THE KEY TO AN EXTRAORDINARY LIFE IS QUITE LITERALLY A KEY.

THE ABSOLUTE OPPOSITE OF ORDINARY | INTRODUCING THE NEW GHIBLI | [GHIBLI.MASERATI.COM](http://GHIBLI.MASERATI.COM) |



THE NEW MASERATI GHIBLI IS POWERED BY A RANGE OF ADVANCED 3.0 LITRE V6 ENGINES WITH 8-SPEED ZF AUTO, INCLUDING A V6 TURBODIESEL ENGINE, AND IS AVAILABLE WITH MASERATI'S Q4 INTELLIGENT ALL WHEEL DRIVE SYSTEM.



DIESEL ENGINE: V6 60° 2987 CC - MAXX POWER: 275 HP AT 4000 RPM - MAX TORQUE: 570 NM AT 2000/2600 RPM - MAX SPEED: 250 KM/H - ACCELERATION 0-100 KM/H: 6.3 SECS FUEL CONSUMPTION (COMBINED): < 6 L/100 KM - CO<sub>2</sub> EMISSIONS: 158 G/KM.



GARAGE  
**INTINI**  
DE 1914

ROUTE DE LONGWY 8B, L-8080 BERTRANGE  
Phone: 00352 45 00 47 38 - 00352 45 00 47 21  
[www.intini.lu](http://www.intini.lu)

# ITALIA DIMENSIONE 2000 : UN WEEK-END TOUT ITALIEN AU LUXEMBOURG

**D**u 26 au 28 septembre la "Camera di Commercio Italo-Lussemburghese" vous attend avec la XI<sup>ème</sup> édition du Salon dédié au *Made in Italy*.

Italia Dimensione 2000, le salon entièrement organisé par la "Camera di Commercio Italo-Lussemburghese", sous le patronage de l'Ambassade d'Italie à Luxembourg, revient au Grand-Duché du 26 au 28 septembre 2014 auprès des pavillons de la Foire de Luxexpo.



Un rendez-vous biennal inscrit dans la tradition des foires du Luxembourg et de la Grande Région et qui offre une vitrine de prestige aux différentes particularités du pays: de l'excellence des entrepreneurs aux PME artisanales, de la beauté des paysages à l'architecture, de l'art à la créativité, de la passion à la vitalité. Tant d'aspects qui ont rendu le *Made in Italy* un brand de succès dans le monde entier.

Pendant les trois jours de la manifestation, organisée sur une surface d'environ 4.500 m<sup>2</sup>, les secteurs de l'agroalimentaire, de l'ameublement, du design, de l'automobile, de l'artisanat artistique et du tourisme seront présentés afin de promouvoir l'excellence des entreprises italiennes.

## L'ŒNOGASTRONOMIE ET LE TOURISME

Cette année, l'œnogastronomie occupera une place considérable à l'intérieur du Salon. En effet, nombreux seront les distributeurs de produits italiens au Luxembourg et les entreprises du secteur vitivinicole et de la gastronomie provenant de plusieurs Régions d'Italie.

Le public aura l'occasion de découvrir et de goûter les plats traditionnels de la Vénétie, de l'Ombrie, de la Sicile, des Pouilles, de la Toscane et de la Sardaigne à travers des dégustations de produits typiques, tout en découvrant également les nombreuses propositions touristiques que les différents régions offrent.

De plus, la «Camera di Commercio Italo-Lussemburghese» représentera le label «Ospitalità Italiana-Ristoranti italiani nel mondo», afin de valoriser la culture gastronomique italienne et l'image des restaurants italiens à l'étranger, qui garantissent le respect des normes de qualité de cette hospitalité italienne.

La compagnie aérienne Luxair et Luxairtours présenteront leurs offres en termes de liens aériens sur l'Italie ainsi que les packs touristiques vers la Péninsule.

## LES VOITURES DE REVE

De l'automobile dite "classique" des années 50 à 70 aux voitures de luxe et de classe pour les passionnés de moteurs : les marques Alfa Romeo, Fiat, Lancia et Abarth seront présentées par Autopolis, les Maserati proposées par le Garage Intini et des Ferrari présentées par Francorchamps Motors Luxembourg.

De plus, Sun Lux proposera des scooters d'une qualité exceptionnelle qui ont fait le bonheur de tout amateur de deux roues pendant plus de 60 ans: les scooters Vespa, une ligne de scooters brevetée en 1946 par la société Piaggio.

## LE DESIGN ET L'AMEUBLEMENT

Le design et l'ameublement secteurs incontournables de l'économie italienne auront également une section très significative dans le salon. Plusieurs marques du Made in Italy seront présentés aussi bien par des entreprises basées en Italie que par les distributeurs présents au Luxembourg.

## L'ARTISANAT ARTISTIQUE ET LES CREATIONS SUR MESURE

Le voyage au cœur du Made in Italy à l'intérieur de la foire emmènera aussi les visiteurs à la découverte de la tradition, de la créativité, de la maîtrise et de la beauté à travers les excellences de l'artisanat artistique et des créations sur mesure.

Parmi les entreprises présentes, il y aura le "Consortium Promovetro Murano" et le "Consortium Maestri Calzaturieri del Brenta" qui valoriseront la production des produits typiques et traditionnels vénitiens, en particulier les objets manufacturés en verre produits sur l'île de Murano aussi bien que les chaussures de luxe ou fines, pour femmes et hommes, produites par des artisans de la Riviera du Brenta. Nous citons également la participation du "Consortium Filiera Legno" de la Vénétie qui contribue au développement du secteur des travaux en bois, en encourageant les initiatives innovantes des entrepreneurs locaux, en augmentant l'efficacité et la productivité.

# LA REGION DE LA VENETIE, HOTE D'HONNEUR DE LA XI<sup>ÈME</sup> EDITION

La Région de la Vénétie sera l'hôte d'honneur de l'édition 2014 de "Italia Dimensione 2000".

Représentée également par Unioncamere Veneto - Eurosportello Veneto, cette région promouvra les secteurs du tourisme, de l'oéno-gastronomie et du design.

et Trévise et d'autres petites villes également riches en histoire, en culture et traditions œnogastronomiques.

La Vénétie représente aussi la destination idéale pour un séjour dédié au bien-être et au repos grâce à la présence de ses eaux thermales aux précieuses propriétés thérapeutiques.



De montagnes extraordinaires comme les Dolomites et les Alpes, un large éventail de collines, la rive orientale du lac de Garde, le Canal Grande, le fascinant Delta du Pô, la lagune de Venise et de longues plages de sable: ceux-ci sont les trésors qui rendent la région de la Vénétie l'une des régions les plus riches et les plus visitées d'Italie.

Venise est sûrement la ville la plus connue de la Vénétie avec sa lagune, ses îles et ses canaux parcourus par ses gondoles et caractérisés par ses ponts typiques, ses monuments, ses places, ses ruelles étroites et l'eau qui glisse silencieusement à ses pieds.

La région a, bien naturellement, d'autres surprises à offrir à ses visiteurs: Vérone, Belluno, Padoue, Rovigo, Vicence

Et pour ne pas révéler toutes les surprises qui seront dévoilées à « Italia Dimensione 2000 », la "Camera di Commercio Italo-Lussemburghese" vous attend nombreux à :

**ITALIA**  
Dimensione 2000

Salon du MADE IN ITALY

26-28 SEPTEMBRE 2014 - LUXEXPO

Horaires: •Vendredi 26 de 16h15 à 21h00

•Samedi 27 et dimanche 28 de 10h00 à 19h00

ENTREE GRATUITE

# Global trends in the Private Equity market. How do these global trends reflect in the Luxembourg market.

David Garcelan – Tax Director Private Equity  
PwC Luxembourg

**T**he global private equity market performed quite well in 2013. Especially, in terms of fundraising. According to Bain & Company, the global amount of commitments to private equity funds in 2013 increased by 21% compared to 2012. The trend continues in 2014, with a 14% increase to date.



In Europe, a more optimistic outlook on the sovereign debt crisis and the Euro crisis has restored the appetite of private equity investors in Western European funds. Some sources quote an increase of 46% in the monies committed to Western European private equity funds in 2013 compared to the previous year.

An interesting phenomenon that we are witnessing is that even if the amount of global fundraising is increasing, the actual amount of new funds is decreasing. It means that fewer funds are being set up – but these funds are larger in size.

In terms of exit from private equity investment, the year 2013 was a very good year. According to Bain & Company, the global exit value in 2013 jumped by a staggering 14% compared to the previous year. Interestingly, what made 2013 such a great year for exits made it a difficult year for private equity investments: high prices.

A number of different factors are driving equity prices up.

To begin with, the public markets are at historic heights. While many private equity houses have benefited from high public markets prices to exit their investments via IPO, private equity buyers were at times not in a position to compete with the high prices paid by the public.

Another factor has been the availability of cheap credit and the amount of liquidity in the markets (both corporate buyers and financial investors are sitting on large amounts of cash).

Finally, a perceived degree of “economic stability” (as the European sovereign debt crisis subsides and the US economy shows symptoms of recovery) is also playing a role in the raising values of equities.

The appetite of global investors for private equity investments largely relates to the performance of the asset class. As at June 2013, the average return for long term buy-out funds was 14.4% (source: Bain & Company). In a context of very low interest rates, this is very good value for money. Of course, the high liquidity in the financial markets is also contributing to the fact that more capital is injected into alternative investment funds.

There is a correlation between the global trends and the trends in the Luxembourg market. This is logical, as Luxembourg is an international financial centre and a key hub for international private equity investments.

As such, in 2013 the assets under management of Luxembourg SIFs and Part II Funds has raised to € 23.8 billion (35% increase by contrast to 2012).

By contrast to this, the asset managed by Luxembourg SICARs have decreased to € 25.4 billion (this is 4% less than 2012).

In addition to that, an increasing amount of Luxembourg limited partnership (namely the SCS and the new SCSp) that have been set up over the last few years. By the end of May 2014, 100 SCS and 176 SCSp had been set up in Luxembourg- this is quite an impressive amount.

Luxembourg has followed the same trends in terms of investments and exits that have occurred globally. The number of private equity-sponsored buy outs has not been spectacular over the last 18 months – and is still very far away from pre-crisis levels.

The exit activity has been certainly very intense, with many of IPOs and dividend recapitalisations (i.e. portfolio companies borrowing cheap money from banks with a view to return capital to investors).

For the next few months, there is a general expectation that equity prices will continue to be high. This will be a challenge for private equity funds that will be seeking to deploy capital. Under these circumstances, private equity houses will have to become more imaginative and innovative in the way they do deals. “Unorthodox” investments like minority stakes, partnerships, investments in small companies, amalgamations, etc. could become increasingly relevant.

Macro-economic conditions will also be a major force to consider. It is needless to say how the “Great Recession” has impacted the industry since 2007. We need to remind ourselves that the situation in the global financial markets

is far away from being “normal”. We are witnessing events at a global scale that are historically unprecedented e.g. a tremendous expansion of the money supply, massive asset purchases by Central Banks, low or even negative interest rates, etc. The long-term effect of these policies is uncertain.

Last but not least, regulations and taxation will continue to be a major disruptive force in the private equity “world”. Undoubtedly, the regulatory and tax landscape will continue to shift; the AIFMD (Alternative Investment Fund Managers Directive), FATCA (Foreign Account Tax Compliance Act), the BEPS (Base Erosion and Profit Shifting) action plan, tax developments at the EU level, to name a few. Private equity sponsors and investors will strive to keep pace with the changes.

All in all, there are challenges ahead, but there are many reasons to be optimistic. At PwC, we certainly are. No doubt that we are living times of change. But we are confident that private equity will continue to play a key and much needed role in the global economy.



**PricewaterhouseCoopers,  
Société coopérative**  
400, route d'Esch B.P. 1413 L  
1014 Luxembourg  
Tél: +352 49 48 48-1  
[www.pwc.com/lu](http://www.pwc.com/lu)

# MASTER Private Equity and Investment Funds

*Professional Post-graduate Course*

VII EDITION

[www.masterinfinance.eu](http://www.masterinfinance.eu)

LUXEMBOURG, 13<sup>TH</sup> OCTOBER – 12<sup>TH</sup> DICEMBER 2014

SCHOLARSHIP



**POLCEVERA S.A.**  
Società Anonima



MAIN PARTNERS



EurizonCapital s.a. **FERRERO**



 **Société Européenne de Banque**  
Gruppo Intesa

PARTNERS



 **Banca popolare dell'Emilia Romagna**  
(Europe) international società anonima

# L'OLIO EXTRAVERGINE D'OLIVA D.O.P, UN'ECCELLENZA DEL MADE IN ITALY

**N**ell'ambito del progetto "Ospitalità Italiana-Ristoranti Italiani nel Mondo" per la promozione, la valorizzazione delle tradizioni e della qualità dei prodotti agro-alimentari italiani all'estero, la Camera di Commercio Italo-Lussemburghese, in collaborazione con l'Accademia Italiana della Cucina, ha organizzato, il 5 giugno scorso, presso il Ristorante "Roma", storico ristorante italiano nel centro della città di Lussemburgo, una cena dedicata all'olio extravergine d'oliva italiano D.O.P.

Relatrice della serata Oretta Zanini De Vita, storica della gastronomia italiana e Presidente del Centro Studi Gastronomici "Archestrato", che ci ha introdotto nel mondo dell'olio insegnandoci a riconoscere il vero olio italiano, già leggendo l'etichetta riportata sulla bottiglia, e ad abbinarlo con cura ai piatti della nostra tradizione mediterranea.

Gli olii, presentati ed utilizzati sapientemente in cucina per la realizzazione del menù, erano di diverse tipologie: da quello extravergine a quelli agrumati (al bergamotto, al tarluffo bianco e alle rose - solo per citarne alcuni-) ed hanno riscontrato un grande successo. L'azienda produttrice, pluripremiata in Italia e all'estero, è quella di Marina Colonna, che dal 1996 è alla guida dell'azienda agricola ereditata dal padre, don Francesco Colonna, in Molise.



## OLIO EXTRAVERGINE D'OLIVA, ATTENZIONE ALL'ETICHETTA

*di Oretta Zanini de Vita*

**S**imbolo di sacralità e di pace, l'olivo ha accompagnato in questa veste la storia dell'uomo dagli albori della civiltà fino ai nostri giorni, nel bacino del Mediterraneo. Il suo frutto, sapido, fruttato, dalla forma sensuale quando spilla morbidamente dal torchio a freddo, è l'ultima irrinunciabile esigenza del gourmet Doc in cucina.

L'olio di oliva conosce oggi, finalmente, un boom che è difficile spiegare anche con i crismi della scienza della moderna alimentazione. E non è solo moda: il personaggio vip che, di qua e di là dell'Oceano, ama farsi fotografare in cucina, ha sempre sullo scaffale una bottiglia di olio italiano, perché ha imparato ad apprezzarne il sapore discreto e crede nelle sue qualità nutrizionali e salutistiche. I nostri avi di questo ignoravano tutto, ma ne avevano fatto il condimento base della loro alimentazione, forse povera, ma certamente più sana di quella che nutre oggi i popoli ricchi del mondo.

In particolare oggi sappiamo che uno degli acidi contenuti nell'olio di oliva aiuta ad eliminare i depositi di grasso dal fegato e dai reni, mentre protegge le persone anziane dall'osteoporosi, favorendo l'assorbimento del calcio. L'olio ha inoltre un'azione protettiva sul circolo arterioso per le sue capacità antiossidanti, come a dire che le persone nella cui alimentazione si fa uso di olio di oliva, sono meno esposte alle malattie cardiovascolari. Queste stesse capacità antiossidanti del nostro meraviglioso olio, limitando i processi di degenerazione durante la cottura, come nel caso dei fritti, rendono i cibi cotti o fritti molto più digeribili di quelli preparati con altri oli vegetali. La digeribilità è la carta vincente dell'olio spremuto dalle olive! Esso è infatti digeribile al 100%, contro un modesto 36% del meno denso e più trasparente olio di mais. In parole povere, per digerire un cucchiaino di olio di semi il nostro stomaco deve fare uno sforzo triplo rispetto a quello richiesto per un egual quantitativo di olio di oliva.

Eppure ci sono forti resistenze in Italia da parte di chi frequenta i supermercati: l'atteggiamento più comune - e davvero sconsiderato - è quello di prendere dallo scaffale la prima bottiglia di olio che capita, purché sopra ci sia scritto extravergine! E nessuno sa, ovviamente, quanto extravergine è contenuto in quella bottiglia, da dove vengono quelle olive, come sono state lavorate, che trattamenti hanno ricevuto e via dicendo.

Oggi per fortuna ci aiutano le norme europee per l'etichettatura: un olio che reca la scritta: "100% italiano" ha una buona probabilità che davvero lo sia. Ma molta attenzione dovrà essere fatta alla lettura delle etichette, sulle quali deve obbligatoriamente comparire il nome del produttore, l'eventuale imbottigliatore, l'anno di produzione. Per l'olio che avesse poi ottenuto il riconoscimento della DOP deve recare il bollino rosso che lo certifica.

E' inoltre obbligatorio, se le olive non sono italiane, mettere la dicitura: "provenienza comunitaria", oppure "provenienza extracomunitaria". In altre parole, quando compero una bottiglia di olio, voglio sapere da che Stato membro o paese terzo arrivano le mie olive o il mio olio.

L'acquirente dovrà comunque oggi guardarsi dall'acquisto di oli a prezzo molto basso: una bottiglia che costi 4 o 5 euro non può contenere certo il nostro buon olio di oliva, quando tutti i produttori sostengono che, tra lavoro sulle

piante, raccolta e molitura, il prezzo vivo alla produzione di aggira intorno ai 10 euro al litro. Un olio che costasse sotto questa cifra e che portasse la dicitura "100% italiano" è sicuramente un olio rimasto dalla produzione dell'anno precedente, che la ditta avrà raccolto dai piccoli produttori e oleifici italiani, rettificato e ricostruito in laboratorio con l'ausilio di prodotti chimici (coloranti, insaporitori, ecc). Ma chi compera dovrà munirsi anche di un buon paio di occhiali graduati per baipassare il trucco dei furbetti che hanno trovato il sistema - e non solo per l'olio - di rendere leggibile l'etichetta solamente a chi possiede occhi di lince!

Due parole per la sua conservazione ottimale! Il miglior sistema per conservare il nostro olio è tenerlo in un locale buio, ad una temperatura media intorno ai 15°. Proprio come il vino, la bottiglia di olio, una volta aperta per l'uso, dovrà essere tenuta chiusa ermeticamente con un tappo metallico, poiché quello di sughero fa assorbire all'olio tutti gli odori dell'ambiente circostante. Nell'acquisto sarà inoltre importante privilegiare le bottiglie a vetro scuro.

Bello, sano, profumato, dai mille e un pregio, l'olio è ancora il frutto più prezioso di quegli alberi che per secoli hanno dipinto e dipingono le nostre colline di verdi e ordinati filari e noi, ricordiamocelo sempre quando gustiamo una fresca bruschetta di pane e olio d'oliva, stiamo assaporando un pezzo della nostra storia e delle nostre radici.

## La Tenuta "Colonna": una passione quella di Marina

Situata sulle colline ondulate di San Martino in Pensilis nel Molise, l'azienda Colonna si estende su 180 ettari coltivati a cereali, oliveti e ortaggi che guardano alle coste del mare Adriatico, ad un'altitudine di 120 metri sul livello del mare. Qui Marina, figlia del principe Francesco Colonna, si dedica alle produzioni di qualità, con un forte radicamento alla terra, ai valori più autentici.

L'oliveto con diverse cultivar, è di 55 ettari di piante tradizionali a vaso insieme a più recenti piante di varietà pregiate che entrano nel disciplinare D.O.P Molise (Gentile di Larino, Rosciola, Leccino).

L'olio extra vergine prodotto nel frantoio aziendale a ciclo continuo a freddo, viene imbottigliato e confezionato in azienda. Le bottiglie brevettate a forma di "Anfora" sono una creazione di Marina, prendendo spunto da un vetro etrusco della collezione di famiglia.



Le anfore di olio Colonna sono state distribuite nei negozi specializzati a partire dagli anni '80 e da allora la loro presenza si è affermata sempre di più e soprattutto nei mercati internazionali. Grazie ai metodi di coltivazione uniti all'esperienza dei tecnici assaggiatori che selezionano la miscela annuale, la qualità degli olii tende sempre a migliorare. Diversi ed importanti sono i riconoscimenti internazionali ottenuti negli ultimi anni.

A Lussemburgo è possibile trovare gli Olii "Colonna" presso



**"Galli & Galli"**  
18, rue Beaumont  
L-1219 Luxembourg  
Tél : +352 26 20 10 21



RISTORANTE

**C'È SEMPRE  
UN BUON MOTIVO  
PER VENIRE  
NEL MIO RISTORANTE.**

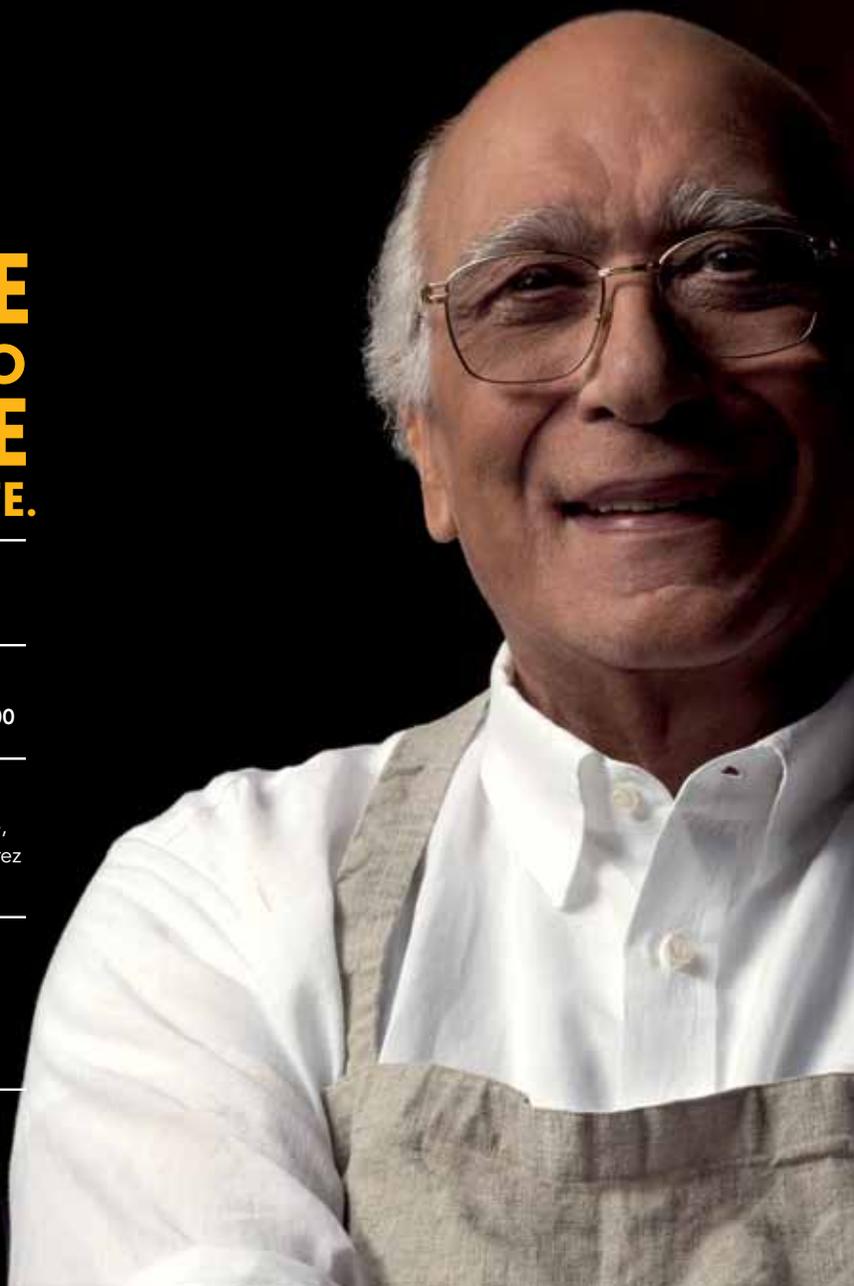
**PASTA PARTY**  
TOUS LES MARDIS SOIR

**LA DOMENICA ITALIANA**  
TOUS LES DIMANCHES entre 11h00 et 15h00

**ÉVÈNEMENT SPÉCIAL**  
Fête de fin d'année, événements d'entreprise,  
anniversaire, mariage ou communion ...découvrez  
la diversité de nos menus.

VENEZ À FOETZ ET DÉGUSTEZ LES  
MEILLEURES RECETTES DE GIOVANNI,  
DE L'ANTIPASTO JUSQU'AUX DESSERTS,  
PRÉPARÉES PAR NOTRE CHEF ITALIEN.

rue du Brill 18-22 L-3898 Foetz  
Tél. 26 55 01 91 reservation@rana.lu  
www.rana.lu facebook.com/ranafoetz  
Parking souterrain gratuit,  
accès direct via ascenseur.



**BUON APPETITO**



z.i. Scheleck 105 | L-3201 Bettembourg  
T +352 51 58 36 | info@mondialfood.lu



# L'ARTE DI SERVIRE IL VINO

**N**ell'ambito delle attività di promozione delle tradizioni enogastronomiche italiane, la Camera di Commercio Italo-Lussemburghese, in collaborazione con l'Associazione DIL-Degustatori Italiani Lussemburgo-, ha organizzato il corso "I segreti per un servizio professionale del vino", che si è concluso lo scorso 15 maggio.

Lo stage, della durata di 6 ore complessive distribuite in 4 lezioni di un'ora e mezzo ciascuna, è stato pensato e organizzato soprattutto per il personale dei Ristoranti, italiani e non, presenti in Lussemburgo.

L'obiettivo infatti è stato quello di far acquisire le nozioni di base, facili e di immediata praticabilità, a chi svolge mansioni di servizio del vino: imparare, quindi, a suggerire il vino giusto rispetto alle richieste del cliente e/o alle esigenze del piatto in abbinamento, oltre che ad apprendere la modalità più corretta per servire il vino stesso.

Questo corso risponde alle richieste, da più parti sollevate, di far acquisire maggiore professionalità al personale di sala dei Ristoranti per permettere loro di migliorare sempre più la qualità del servizio e di essere più competitivi nel mercato lussemburghese.



Del resto anche il cliente abituale del ristorante possiede, rispetto agli anni passati, una maggiore conoscenza, consapevolezza e passione verso il vino, tale da renderlo sempre più esigente anche nei confronti del servizio di questo prodotto.

A conclusione di questo ciclo di lezioni, e dopo il superamento di un esame finale, è stato conferito ai partecipanti un attestato di frequenza e competenze acquisite.



SERVICES

La plus fidèle des relations  
passionnées continue

Demain comme hier, Intini demeure concessionnaire après-vente officiel de la marque Alfa Romeo. Nous restons donc à votre entière disposition pour les entretiens, les garanties et les éventuelles réparations de votre voiture. Avec la même conscience professionnelle, la même équipe de passionnés et la même qualité de service.

C'est la plus-value d'une entreprise familiale, c'est le style Intini.



GARAGE  
**INTINI**  
DEPUIS 1971

L-8080 Bertrange / Tél.: 45 00 47 30 / [www.intini.lu](http://www.intini.lu)

## "AUTOPOLIS CLASSIC CARS", LA PASSION POUR LES AMATEURS DES VOITURES CLASSIQUES ITALIENNES



Le 14 mai dernier «Autopolis Classic Cars», centre dédié à l'automobile dite "classique" des années 50 à 70, a ouvert ses portes au centre-ville du Grand-Duché de Luxembourg, au carrefour de l'avenue Monterey et du Boulevard Joseph II.

Les marques mises en vente appartiennent exclusivement au groupe Fiat: Abarth, Alfa Romeo, Fiat, Lancia. La création et la mise en place de ce salon est un rêve de longue date pour Ed Goedert, CEO Autopolis.

Lorsque l'opportunité de créer un centre réservé à l'automobile ancienne s'est présentée à lui, il n'a pas hésité une seconde pour concrétiser le projet. «Nous souhaitons que cette adresse devienne le nouveau point de ralliement des amateurs des véhicules classiques, un lieu d'échange et de partage», souligne Ed Goedert.

«Autopolis Classic Cars», en effet, ne se limite pas à une belle vitrine de véhicules anciens, bien d'autres services se cachent derrière ce centre. Certes, «Autopolis Classic Cars»,

propose la vente de véhicules mais également toute une panoplie de services tels que de la carrosserie, de la mécanique, un service de gardiennage (3€/jour) et une garantie moteur-pont-boîte. Ed Goedert précise: «Notre activité principale nous permet de prendre en charge tout type de voitures classiques, que ce soit pour l'entretien, les réparations ou la recherche de véhicules pour l'achat. Grâce à notre expérience et expertise, nous pouvons offrir un grand nombre de garanties». Il sera également possible de louer certains véhicules et profiter d'une journée au volant de ces derniers. «Autopolis Classic Cars» a pour but de créer une ambiance autour de l'Italie et son patrimoine automobile. Mais également être un endroit de détente et de ressource pour tous les amoureux de l'automobile classique.

### Autopolis Classic Cars

Avenue Monterey Luxembourg-Ville

Tél : +352 43 96 96 3333

Ouvert du mardi au samedi de 11h à 19h

Contact: Monsieur Marc Gualtieri

## ASSEMBLEA GENERALE ORDINARIA DEI SOCI

Ospite d'onore Dario Scannapieco, Vicepresidente della Banca Europea degli Investimenti

**I 24 Aprile scorso, in presenza di S.E.M. Stefano Maria Cacciaguerra Ranghieri, Ambasciatore d'Italia a Lussemburgo, i soci della Camera di Commercio Italo-Lussemburghese si sono riuniti, presso il Cercle Munster, per partecipare all' Assemblea Generale Annuale della nostra Camera di Commercio.**

A dare il benvenuto ai soci, il **Presidente Fabio Morvilli**, il quale ha illustrato il rapporto delle attività svolte dalla Camera di Commercio durante il 2013 e quelle previste per l'anno in corso. Un continuo impegno quello della nostra Associazione che abbraccia molteplici settori: dalla promozione all'organizzazione di eventi di networking, dalla pubblicazione alla formazione e dall'erogazione di servizi alle imprese alle attività di rete delle Camere di Commercio italiane all'estero. L'assemblea ha ratificato la nomina di due nuovi Amministratori: **Carlo Thelen, Direttore Generale della "Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg"** e **Matteo Lazzarini, Segretario Generale della Camera di Commercio Belgo-Italiana.**

Quest'ultima è avvenuta in considerazione delle sinergie tra la nostra Camera di Commercio e la Camera di Commercio Belgo-Italiana. Dal 2012 infatti Luisa Castelli, Segretario Generale della Camera di Commercio Italo-Lussemburghese è anche Amministratore della Camera di Commercio Belgo-Italiana.

All'Assemblea è seguita una cena alla quale ha preso parte,

in qualità di ospite d'onore, **Dario Scannapieco, Vicepresidente della Banca Europea degli Investimenti (BEI)**, affrontando il tema **"Sfide e opportunità: i punti di sviluppo per il Lussemburgo"**.

Il Dottor Scannapieco, partendo da un'analisi del contesto economico europeo, ha messo in evidenza le sfide che la stessa Unione Europea sta affrontando per rispondere e per



uscire dalla crisi economica. Ha, pertanto, illustrato, ai presenti, in che modo la BEI sostiene gli obiettivi dell'Unione Europea fornendo finanziamenti a lungo termine per specifici progetti di investimento, contribuendo in tal modo ad una maggiore intergrazione e coesione socio-economica dei Paesi membri.



# I "SOLISTI VENETI" INAUGURANO IL SEMESTRE ITALIANO DI PRESIDENZA DELL'UNIONE EUROPEA

**M**artedì 1 luglio 2014 alle ore 20.00 il Conservatorio di Lussemburgo ha accolto l'orchestra da camera I SOLISTI VENETI, "ENSEMBLE VIVALDI", fondata e diretta da Claudio Scimone. Questa manifestazione, organizzata dall'Istituto Italiano di Cultura con il sostegno della Fondazione Cavour e di Telecom Italia Finance, ha rappresentato l'inaugurazione ufficiale del semestre italiano di presidenza dell'Unione Europea alla presenza dell'Ambasciatore d'Italia e di numerose autorità locali e comunitarie.

I Solisti Veneti nascono nel 1959 nello spirito di rivitalizzare la tradizionale interpretazione della musica italiana del XVIII secolo (Vivaldi, Rossini, Albinoni, Tartini). L'orchestra vanta un repertorio considerevole che va dalla musica strumentale del XVIII secolo ai grandi capolavori sinfonici e per corali di tutte le epoche, come la *Missa Solemnis* di Beethoven, il *Requiem* e la *Messa in do minore* di Mozart e lo *Stabat Mater* di Rossini.

La formazione si è esibita, fino ad oggi, in più di 5000 concerti in tutto il mondo. Partecipa regolarmente ai più grandi festival internazionali ed è presente, senza interruzione, dal 1965, al prestigioso festival di Salisburgo. Anche la produzione discografica

segna dei record con più di 350 titoli incisi con le più importanti case discografiche nel mondo (Erato-WEA, Philips, PMG-RCA, etc.). Le registrazioni comprendono un numero importante d'opere di Rossini come il *Mosé in Egitto* con Ruggero Raimondi, l'integrale dell'opera d'Antonio Vivaldi, tutti i concerti di Albinoni oltre a importanti cicli dedicati a Tartini, Geminiani, Mercadante, Galuppi, Boccherini, etc.

Numerosi e prestigiosi i riconoscimenti ricevuti da I Solisti Veneti, come il Primo Grammy di Los Angeles, il Gran Premio del Disco dell'Académie Charles Cros di Parigi (più volte), quello dell'Académie Lyrique di Parigi, l'Elisabeth Memorial Medal di Londra. Da tanti anni Claudio Scimone e la sua formazione organizzano, in collaborazione con varie istituzioni della Regione Veneto e il *Veneto Festival*, varie manifestazioni per diffondere il valore artistico e culturale del Veneto.

Per il concerto del primo luglio il programma ha previsto l'esecuzione di opere di Vivaldi, Albinoni, Locatelli, Rossini per proporre al pubblico la melodia e il virtuosismo della grande tradizione classica italiana.

**ISTITUTO ITALIANO DI CULTURA**

7, rue Marie Adelaide - L-2128 Lussemburgo

Tel : +(352) 25 22 741 fax : 25 22 79



## QUALITE MAXIMALE DANS UN MINIMUM D'ESPACE

**LAVAZZA**  
ESPRESSO POINT



LB910



**199€**  
la machine  
+ 1 assortiment de  
100 cafés\*



EP951



**EURO POINT**  
COFFEE SYSTEM

71, Montée Krakelshaff  
L-3235 BETTEMBOURG  
N° Vert 800 250 60



**Nouveau ! e-shop sur [www.lavazza.lu](http://www.lavazza.lu)**

## NOUVEAUX ASSOCIÉS

DE LA "CAMERA DI COMMERCIO ITALO-LUSSEMBURGHESI"

### Sociétés :

#### ■ CO.ME.A Società Cooperativa di Lavoro

🏠 Viale Toscana, 35/A I-53041 Asciano (Siena) - Località Arbia

☎ Tél: + 39 0577 36 43 44

Fax: +39 0577 36 44 73

**M. Mauro FABBRINI**, Président

**M. Lorenzo VESSICHELLI**, Administration  
*Métallurgie*

#### ■ D.E. SECURITY S.R.L

🏠 Via A. Manzoni, 38 I-25020 Flero (BS)

☎ Tél-Fax: +39 030 358 1187

**M. Enzo SIENA**, Gérant

**Mme Federica GATTI**, Géomètre  
*Installation de systèmes de sécurité*

#### ■ DESQUESNES PHILIPPE

38, rue de Bragance L-1255 Luxembourg

#### ■ ELPHI S.R.L

🏠 Via Monte Santo, 6 I-20025 Legnano (MI)

☎ Tél: +39 0331 54 51 75.

Fax: +39 0031 54 26 96

**M. Mauro ZANOTTERA**,

Administrateur délégué

**M. Paolo SACCHI**

*Réalisation d'équipements électriques*

#### ■ INITIATIVE S.R.L

🏠 Via Governolo, 19 L-10128 Torino

**Mme Patrizia EBRILLE**, CEO

*Formation Managériale*

#### ■ LIBERO ACQUISITION S.A.R.L

🏠 1, boulevard de la Foire

L-1528 Luxembourg

**M. Fabio CECCARELLI**, Gérant

☎ Tél: +352 26 45 97 90

*Holding Activities*

#### ■ PULISYSTEM S.R.L

🏠 Via Nazario Sauro, 52 I-20025 Legnano (MI)

☎ Tél: +39 331 54 36 53

fax: +39 331 59 72 11

**Mme Emanuela UBOLDI**, Représentant légal

**Mme monica UBOLDI**

*Entreprise de nettoyage*

#### ■ POZZI CLAUDIO

🏠 Via E. Toti 32 I-21017 Samarate (VA)

*Electricien*

### Personnes Physiques :

#### ■ CIPRIANI CHIARA

🏠 16, rue d'Escweller L-6187 Gonderange

*Fonction Publique*

#### ■ TANCREDI ERNESTINA

🏠 21A, rue de la Libération L-7347 Steinsel

☎ Tél: +352 661 29 19 70

*Ressources Humaines*

# L'OSTERIA

*Fine cuisine italienne et vénitienne*

8 Place Guillaume II - L-1648 Luxembourg - Tél.: +352 27 47 81 25 - [www.losteria.lu](http://www.losteria.lu)



## Menu du midi

Entrée + plat: 16,90 € - Plat + dessert: 16,90 € - Entrée + plat + dessert: 20,00 €

En soirée: viandes, poissons, pâtes, risotto... à la carte

# MASTER 5

Cultura  
Territorio  
Innovazione



La Camera di Commercio Belgo-Italiana  
adotta un sistema qualità certificato a norma  
ISO 9001:2008



## Master in sviluppo internazionale d'impresa



Bruxelles

**29/09 > 18/12/2014**

[www.master5.eu](http://www.master5.eu)



# Now.

Italian classic cars have a home in Luxembourg.



**Autopolis Classic Cars**  
Résidence Monterey Palace  
11a boulevard Joseph II  
L-1840 Luxembourg

**VENTE - LOCATION - ACHAT**  
**DÉPÔT VENTE - ENTRETIEN**  
Abarth, Fiat, Alfa Romeo, Lancia.

Ouvert du lundi au samedi  
de 11h00 à 19h00  
Contact: [marc.gualtieri@autopolis.lu](mailto:marc.gualtieri@autopolis.lu)  
Téléphone : 43 96 96-3333  
[www.autopolis.lu/classic](http://www.autopolis.lu/classic)

**autopolis**  
*Classic Cars*