

GIORNALISTI PER UN GIORNO INTERVISTA AL DIRETTORE DELL'ICE

Come si promuove l'Italia a New York?

“Sono preoccupato, è la prima volta che incontro giornalisti così giovani. Essere intervistato da ragazzi è sempre delicato. So che le domande saranno dirette e puntuali. Possono mettere in difficoltà più di quelle di un giornalista professionista”. Esordisce così il Dr. Aniello Musella direttore dell'ICE di New York (Istituto Nazionale per il Commercio con l'Estero).

Ha davanti pochissimi adulti, Alfio Russo dirigente dell'Ufficio Scolastico del Consolato, Berarado Paradiso Presidente dello IACE, Ilaria Costa che ha ancora una volta tenuto le fila organizzative, e gli insegnanti che hanno accompagnato gli studenti, Josephine A. Maietta della “Baylis Elementary School” e Mario Costa della “Fiorello La Guardia HS, NY”.

E loro i giornalisti hanno tra i sei e gli otto anni, tra i quindici ed i diciassette anni. Due fasce d'età molto diverse questa volta per l'intervista della serie “giornalisti per un giorno”.

I giovani studenti sono arrivati preparatissimi ad intervistare il direttore dell'ICE. L'argomento questa volta era un po' complesso, parlare di economia e di mercato non è facile.

Comincia Neal, fra i più piccoli. “Piacere di conoscerla, cosa è l'ICE?”

“Un'istituzione pubblica italiana, collegata al Ministero dello sviluppo economico, con lo scopo di promuovere prodotti e servizi delle imprese italiane. Abbiamo 115 uffici nel mondo e 17 uffici in Italia.”

Nathan: Siete in contatto l'uno con l'altro?

a cura di
Letizia Airos Soria

“Siamo in contatto quotidiano tra di noi, l'ufficio di New York è l'ufficio di coordinamento e ha la funzione di creare proprio i contatti”

Christine - Dottore, la nostra maestra dice che dobbiamo comprare il marchio Made in Italy. Ma come possiamo essere sicuri?

“E' difficile da individuare. Spesso i prodotti vi sembrano italiani, hanno il nome italiano, anche la nostra bandiera, ma non sono italiani. Non sono realizzati in Italia ed esportati negli USA. Cosa fare? Lavorare su una conoscenza diretta. Con le persone che conoscono il prodotto autentico e fare un confronto. Paragonare per esempio un formaggio autentico e non, il sapore, il colore, l'odore assicurache hanno caratteristiche diverse. E' un lavoro che va fatto poco alla volta. L'ICE cerca di far capire ai consumatori quali sono le caratteristiche del prodotto autentico italiano.”

Uma - Come ci si difende dai prodotti stranieri a basso costo. Per esempio le scarpe cinesi?

“E' un problema. L'Italia produce le piu belle scarpe al mondo. Sono vendute nei posti più importanti e di lusso. A volte però quelle italiane, non avendo un marchio conosciuto, si trovano un difficoltà, perchè alter produzioni hanno un costo più basso e si presentano bene. Questo

Nelle foto in pagina alcuni momenti dell'intervista ad Direttore dell'ICE Nord America, Aniello Musella. Il progetto nasce da un partenariato tra Consolato Italiano di New York, l'Italian American Committee of Education (IACE), Digitalians Corp e America Oggi. Nell'ultima foto in basso una schermata del sito www.progettoscuole.info dove vengono pubblicati gli articoli degli studenti



prodotto allora ha difficoltà. Negli USA noi abbiamo una grossa presenza italiana nelle calzature di lusso ma se scendiamo sul livello più basso dobbiamo fare conti con i cinesi. Sì, c'è tanto lavoro da fare”

Camryn - Quale è la comunità italiana più attiva nel Nord America?

“Non ci sono dubbi quella di New York. Poi quella di Toronto. Sono due aree imprtanti che danno un grosso contributo all'economia italiana”

Frankie - Si è incontrato i giovani imprenditori della Sicilia di Trapani. Cosa ha pensato di loro?

“Ho apprezzato molto i progetti dei giovani legati all'alta tecnologia. La Sicilia dunque non produce solo prodotti tradizionali...”

Willy - Secondo lei quale è il prodotto che più rappresenta l'Italia oggi?

“La moda, ma pochi sanno che il settore più importante in termini di esportazione è la meccanica. Fattura qui più della moda”

Aerielle - Secondo lei è ancora valida la frase “Italians do it better”?

“Rispetta la realtà della presenza italiana qui negli USA”

Gina - Chi sono le persone che lavorano con lei qui?

“L'ICE qui ha quaranta persone. Poi abbiamo collaborazioni esterne e rapporti con altre organizzazioni come Enit, la Camera di Commercio. E' importante lavorare insieme, con un sistema unico allargato e siamo più forti”

Carolina - Secondo lei perchè un americano dovrebbe comprare lo spumante italiano invece dello Champagne?

“Per vari motivi. E' un prodotti che ha un rapporto tra costo e qualità migliore dello champagne. Poi è più vario, c'è una grande varietà di spumante in diverse regioni. Poi è italiano.”

Sophia - (che inciampa simpaticamente più volte sulla parola eccellenza, che proprio non riesce a dire) Cosa è l'eccellenza italiana?

“Il meglio dell'Italia. Della produzione italiana si riconosce nella creativa innovazione, nell'inventiva e trova concretezza in alcuni settori come la moda per esempio.”

Mia - Chi sono gli stilisti italiani più importanti negli USA?

“Armani ha portato l'Italia negli Usa e non solo la moda, il vivere italiano/ Oggi: Dolce e Gabbana”.

Alexandra - Secondo lei quale è il modo migliore per pubblicizzare i prodotti italiani?

“Dipende dai prodotti. Per il vino o il formaggio: farlo assaggiare. Se parliamo di una macchina: occorre dimostrare come funziona e come facilita il lavoro degli operatori americani.”

Nick - Che progetti che ha l'ICE per l'estate?

“Cominciamo a New York con l'agroalimentare al Fancy Food. Poi abbiamo un'importante presentazione nel settore del tessile. Poi ci spostiamo a Las Vegas non per giocare, ma per esposizioni nel settore della cosmetica”.

Ancora sulla piazza italiana

Pubblichiamo altri due articoletti di studenti che hanno partecipato al progetto IACE l'Italiano in Piazza e vinto una vacanza studio in Italia. I giovani giornalisti hanno raccontato come vedono la piazza utilizzando testi, immagini e anche video. Trovate gli altri lavori su www.progettoscuole.org.

LA VITA DELL'ITALIANO, LA GIOIA DEL TURISTA

Quando la maggior parte della gente pensa alle piazza, pensa subito a grandi spazi aperti nel centro di una città italiana. La immaginano di fronte a una chiesa o con una bella fontana al centro. Tuttavia, la maggior parte delle persone non capiscono il significato di piazza e il ruolo che svolge per la vita italiana. Serve come punto di incontro, e la maggior parte delle piazze sono zone dove le persone possono godersi la vita e godersi i monumenti e l'architettura che la piazza ha intorno. A mio parere, l'Italia non sarebbe quella se non fosse per le piazza. I nomi delle piazze, variano da luogo a luogo. Certe piazze portano il nome di un evento o di un luogo di importanza storica. Per esempio a Napoli, il nome di Piazza del Plebiscito è stato messo dopo che è stata conquistata dalla Casa di Savoia e del Regno d'Italia. Una parte è dominata da un palazzo reale, l'altra dalla Basilica di San Francesco di Paola. Un altro quadrato che commemora un evento storico di Roma è Piazza Albania. Si commemora l'Italia che conquista l'Albania nel 1930. Usualmente troviamo la piazza di fronte a una chiesa come la Piazza San Marco, a Venezia, San Pietro, Città del Vaticano. Di solito nelle piazze ci sono caffè, negozi bancarelle e tanti piccioni. E' un posto per riposare e mangiare un panino a lunch time. E' un posto per meditare, osservare i tanti turisti che ti passano vicino. Un posto per dipingere o farti dipingere un ritratto. La piazza è un posto per passeggiare con gli amici e parlare di sport o vedere la partita dalla televisione del bar. Insomma la piazza piccola o grande, famosa o sconosciuta di un piccolo paesino. è la vita dell'Italiano e gioia del turista.

Micheal Kosowski, allievo di Michel Scibetta, Italian Academy, Staten Island

IL MALL DI MANHASSET ASSOMIGLIA...

L'Americana di Manhasset, anche conosciuto come il “miracle mile”, è il centro commerciale all'aperto della nostra cittadina.. In questo centro commerciale ci sono molti negozi, ristoranti, e giardini. Molte persone frequentano l'Americana di Manhasset per shopping, per mangiare, e per chiacchierare con i loro vicini o con i loro colleghi. Questo mall, aperto nell'anno 1956, ospita molti negozi di designers di marca.

Da una parte questo centro commerciale mi ricorda una piazza italiana ma è molto diverso allo stesso tempo. L'Americana di Manhasset è molto tranquilla. La piazza della fontana di Trevi, ad esempio, è piena di turisti, che fanno fotografie, esprimono desideri.

Christina George ed Elisa Petracca allieve di Gabriella Scaldaferrri, Manhasset High School

