



**Veneto**  
Promozione



Unioncamere  
Veneto



**“IL VENETO ALLA CONQUISTA DEI MERCATI PIU’ DINAMICI”**  
**In programma dal 2 al 5 ottobre il Progetto “Buy Made in Veneto 3”**

Tutti uniti per sostenere la straordinaria vocazione all'export delle imprese venete del *Sistema Casa* e del *Sistema Moda*. Nasce con queste premesse “Buy Made in Veneto 3”, in programma dal 2 al 5 ottobre, un progetto di promozione delle eccellenze venete ad ampio raggio che coinvolge mercati maturi ed emergenti come India, Cina, Russia, Azerbaijan, Kazakhstan, Ucraina, Polonia, Svizzera e Germania.

Ideato e realizzato da *Veneto Promozione* su incarico di Unioncamere del Veneto per il tramite di tutte le Camere di Commercio e Aziende Speciali del Veneto, “Buy Made in Veneto” rappresenta un'iniziativa di grande impatto unica nel suo genere, finalizzata alla valorizzazione di comparti estremamente significativi per la nostra regione: arredamento, illuminazione, oggettistica, abbigliamento e calzature.

*Sistema Casa* e *Sistema Moda*, rigorosamente *made in Italy*, sono stati promossi presso una selezionata platea di 33 buyers esteri, impegnati il 2 e 3 ottobre in una intensa due giorni di incontri d'affari con oltre 110 imprenditori veneti, nella splendida cornice di Villa Contarini (Piazzola sul Brenta, Padova). Nel complesso gli incontri in programma sono 500.

Nelle due giornate successive, gli operatori esteri potranno toccare con mano il sistema produttivo veneto attraverso un programma articolato di “*educational tour*” che interesserà le città di Verona, Treviso e Vicenza, nonché i distretti del vetro di Murano e del calzaturiero nella Riviera del Brenta.

“Buy Made in Veneto” è un'occasione importante per l'imprenditoria veneta e per i soggetti istituzionali coinvolti. L'iniziativa è un evento di sistema che si propone di avvicinare il Veneto alle aree economiche più dinamiche e ricettive del mondo. Si va infatti a sensibilizzare – attualizzando un modello già sperimentato con successo – l'area BRICS, i Paesi CSI, il mercato germanofono e la Polonia, la “tigre” dell'Europa centro-orientale.

Sono molti i Paesi che crescono a un ritmo superiore al 5% l'anno, contribuendo alla crescita della loro classe media: decine e decine di milioni di persone che hanno sempre migliori capacità di spesa e una spiccata attenzione verso il gusto e la qualità. Sulla base di questa premessa fondamentale, il *Sistema Casa* e il *Sistema Moda* della nostra regione possono vincere le sfide della competitività globale grazie anche ad alcuni punti di forza caratteristici del “modello veneto”: produzione diversificata, flessibilità e pragmatismo.

Venezia, 3 ottobre 2012