



set 15 2013

Made in Italy di identità, gioielli, moda e giovani. “Una sfida ideale per Renzo Rosso e Only the Brave”

Pubblicato da [Chiara Di Martino](#) PREZIOSA MAGAZINE
www.preziosamagazine.com

La vicepresidente della sezione Industrie e Servizi Vari di Confindustria Vicenza Maria De Toni chiede al patron di Diesel di coordinare il progetto di pool di aziende venete unbranded



RENZO ROSSO ritratto ad olio e foglia d'oro by Maria Loretta De Toni

La **rinascita del Made in Italy** in chiave contemporanea passa attraverso l'apporto di tutti coloro che contribuiscono a portarlo nel mondo come sinonimo di qualità e di eccellenza in ogni settore merceologico, **moda e gioiello** in primis: **ecco perché Maria Loretta De Toni, designer orafa e vicepresidente della sezione Industrie e Servizi Vari di Confindustria Vicenza, vorrebbe un incontro esplorativo con il patron di Diesel Renzo Rosso** per coinvolgerlo nella proposta di un eventuale convegno dal tema **“Made in Italy in Vicenza & Internazionalizzazione”**, che potrebbe svolgersi tra dicembre e gennaio.

Lo spunto per un possibile “incontro di intenti” con Renzo Rosso proviene da molteplici premesse: **la Fondazione no profit da lui istituita, OTB – Only The Brave (“Solo i coraggiosi”), sarebbe il soggetto ideale per fare da volano a un pool di aziende venete unbranded di vari settori**, con la possibilità di avvalersi anche del lavoro già svolto dalla De Toni nel progetto “Il lusso con l’Occhio dell’Oriente 1000-2000”, con una diretta ricaduta economica e di prestigio per OTB



Gioiello fashion flower collection argento smalto e velluto

L'incontro potrebbe essere anche occasione per presentare il **dvd sull'evento di Dubai (6 dicembre 2011)** con l'**Ambasciatore Starace** e il sostegno del governo degli **Emirati Arabi Uniti** e un'anteprima del **progetto aperto a esperti, giovani designer e talenti internazionali**: al convegno in calendario a Vicenza, su coordinamento del team di OTB e con la disponibilità già confermata dell'Ambasciata italiana negli EAU, **i protagonisti sarebbero le aziende ma soprattutto i giovani, vero motore della rinascita di un Made in Italy di identità nel mondo.**



Il giovane team di Maria De Toni

OTB potrebbe anche dirigere la proposta di “Rare Fancy Color Diamonds” di Jean Michel Floch, China Based Investment Banker e dei suoi investitori per un pool di aziende orafe venete unbranded per un progetto retail in Cina. L'intera programmazione andrebbe poi sottoposta al vice presidente di Confindustria Vicenza con delega all'internazionalizzazione **Walter Fortuna** e ai rappresentanti dei vari settori merceologici.



Maria De Toni e il figlio Piero Speggorin, assistente eventi internazionali

Produzione di qualità, made in Italy e giovani: questi dunque i punti chiave dell'ambizioso progetto di Maria Loretta De Toni, che parte dalle eccellenze venete per essere allargato all'intero paese Italia: un forte contributo potrebbe così arrivare dalla **genialità, dal successo e dal coraggio di Renzo Rosso e del suo gruppo**, a partire dal suo visionario progetto **C.A.S.H.** (credito a condizioni agevolate per piccole e medie imprese virtuose, che rientrano nel circuito della società in qualità di fornitori ad ogni livello) e dal nuovo concetto **REBOOT**. **La sfida è imponente e l'obiettivo è un'identità di prodotti e servizi tra Oriente e Occidente**, seguendo gli illustri esempi della Serenissima. Un'occasione che proprio oggi, **nel giorno del compleanno del patron di Diesel**, assume un significato ancora più simbolico. **Auguri Renzo Rosso.**