

THE COMBINED INTERESTS OF ITALY AND AUSTRIA

forest absorbs
 $240 \text{ kg CO}_2 / \text{d}$

breathe

breathing
 $0,95 \text{ kg CO}_2 / \text{d}$
 $0,5 - 2 \text{ kg O}_2 / \text{d}$



Die Kanzleigründer
Gabriel Lansky und Gerald Ganzger
*I fondatori dello Studio Legale
Gabriel Lansky e Gerald Ganzger*

RECHTSBERATUNG „ON-DEMAND“. Mit 140 Mitarbeitern und Juristen aus rund 20 Ländern zählt Lansky, Ganzger + partner (LGP) zu den größten Wirtschaftskanzleien Österreichs. Der Italian Desk ist im Set-up der Sozietät ein zentrales Element und gleichzeitig die Plattform für die Österreich-Vertretung der Italienischen Handelskammer (ITKAM Austrian Desk). Sein Kernteam bilden Rechtsanwalt Dr. Gerald Ganzger, der Rechts- und Wirtschaftsexperte aus Südtirol Dott.Mag. Thomas Wanker, die in Italien aufgewachsene Spezialistin für italienisches Recht Tatiana Urdaneta-Wittekk sowie Rechtsanwalt Doz. DDr. Alexander Egger und in Rom Rechtsanwältin Dr. Corinna Marzi.

LGP hat in den letzten beiden Jahrzehnten ein international engmaschiges Beraternetzwerk aufgebaut. Muttersprachliche Juristen aus den Zielregionen unterstützen am Standort Wien die Kooperationen in weltweit mehr als 50 Ländern. Österreichische Mandanten finden in dieser Konstellation individuelle und pragmatische Rechtsberatung für ihre Aktivitäten in Italien. Speziell in Fragen zum Gesellschaftsrecht, Arbeitsrecht, Immobilienrecht, Urheberrecht und weiteren für den wirtschaftlichen Erfolg wesentlichen Rechtsgebieten.

LGP ITALIAN DESK: JURISTISCHE EXPERTISE AUS EINER HAND

- Unternehmensgründung und M&A
- Aufbau von Vertriebsstrukturen
- Arbeitsrechtliche Beratung
- Markteinführung von Dienstleistungen und Produkten
- Internationales Privatrecht
- Interessensvertretung bei nationalen und internationalen Institutionen
- Europarecht, Förderungen und Wettbewerbsrecht
- Laufende Betreuung als outgesourcte Rechtsabteilung

ÜBERZEUGT IN ALLEN SPRACHEN: LANSKY, GANZGER + PARTNER

CONVINCE IN TUTTE LE LINGUE: LANSKY, GANZGER + PARTNER



LGP Italian Desk: Alexander Egger, Thomas Wanker, Tatiana Urdaneta-Wittekk, Corinna Marzi, Gerald Ganzger

CONSULENZA LEGALE “ON-DEMAND“. Con 140 giuristi e collaboratori provenienti da circa 20 Paesi, Lansky, Ganzger + partner (LGP) è tra i maggiori studi legali commerciali austriaci. L’Italian Desk di LGP è un elemento chiave della struttura ed è al contempo la sede austriaca della Camera di commercio italiana ITKAM: l’avvocato e partner dello Studio Dr. Gerald Ganzger, l’esperto consulente legale economico Dott.Mag. Thomas Wanker, originario del Sudtirolo, Tatiana Urdaneta-Wittekk, cresciuta e specializzata in Italia, il docente universitario Doz. DDr. Alexander Egger ed infine l’avvocatessa del foro di Roma Avv. Corinna Marzi sono le figure chiave dell’Italian Desk.

Nell’ultimo ventennio, LGP ha sviluppato un network internazionale straordinario. Giuristi bilingui assistono i clienti nello sviluppo di progetti e cooperazioni internazionali in oltre 50 Paesi dalla sede centrale di Vienna. I clienti italiani sono supportati con consulenze individuali, personalizzate e pragmatiche, al fine di realizzare con successo i propri obiettivi in Austria. Lo Studio è in particolar modo specializzato in diritto commerciale e societario, diritto del lavoro, diritto immobiliare, diritto d’autore, copyright ed offre qualsiasi altro servizio legale che garantisca il successo economico.

LGP- ITALIAN DESK: CONSULENZA COMPLETA

- Fondazione di società, fusioni ed acquisizioni
- Sviluppo di strutture di produzione e distribuzione
- Consulenza nel diritto del lavoro
- Sviluppo e promozione sul mercato di prodotti e servizi
- Risoluzione di ogni problematica legata al diritto
- Rappresentanza presso istituzioni nazionali ed internazionali
- Diritto dell’Unione Europea, aiuti di Stato e diritto della concorrenza
- Supporto legale completo ed esternalizzazione delle attività legali alla clientela

LANSKY, GANZGER + partner

Rechtsanwälte | Studio legale associato
Attorneys at law

Biberstrasse 5, A-1010 Vienna
Tel: +43 01 533 33 30
Email: office@lansky.at

www.lansky.at



INHALT // INDICE

VORWORT

Dr. Giorgio Marrapodi, Botschafter der Republik Italien in Österreich

04

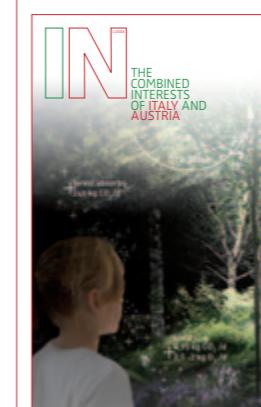
Dr. Christoph Leitl, Präsident der Wirtschaftskammer Österreich

05

REISELAND ITALIEN

ENIT macht 360 Grad Werbung in Österreich

06



1/2016

ABSATZFÖRDERUNG & MARKTERSCHLIESSUNG

ITKAM Österreich als bilateraler Dienstleister und Marketspezialist

10

EXPORT & AUSENHANDEL

ICE fördert italienische Handelsbeziehungen im Ausland

14

IN-Interview mit ICE-Direktor Dr. Antonio Ventresca

17

WIRTSCHAFT & HANDEL

Bilateraler Außenhandel zwischen Österreich und Italien

18

CIAO AUSTRIA

Italienische Urlauber lieben Natur, Kultur und Gastfreundschaft

24

FERRARI & VESPA

Stolze Botschafter des italienischen Designs

28

ESSEN & TRINKEN

Willkommen im Land des guten Geschmacks

32

MADE IN ITALY

Internationales Markenzeichen für italienische Produkte

36

EXPO 2015

Österreich-Pavillon macht Luft als Nahrungsmittel erlebbar

40

MODE & DESIGN

Symbol für zeitlosen Stil und klassische Eleganz

44

SERVICE & VERNETZUNG

Institutionelle Unterstützung in Italien und Österreich

48

PREMESSA

Dr. Giorgio Marrapodi, Ambasciatore della Repubblica Italiana in Austria

04

Dr. Christoph Leitl, Presidente della Camera dell’Economia austriaca

05

ITALIA META DI TURISMO

L’ENIT fa pubblicità a 360 gradi in Austria

06

PROMOZIONE DELLE VENDITE & APERTURA DEI MERCATI

ITKAM Austria come fornitore di servizi bilaterale e specialista di mercato

10

EXPORT & COMMERCIO ESTERO

L’ICE promuove i rapporti commerciali italiani all'estero

14

Intervista con il Direttore dell’ICE Dr. Antonio Ventresca

17

ECONOMIA & COMMERCIO

Commercio estero bilaterale tra Austria e Italia

18

CIAO AUSTRIA

I turisti italiani amano natura, cultura e ospitalità

24

FERRARI & VESPA

Fieri ambasciatori del design italiano

28

MANGIARE & BERE

Benvenuti nel Paese del Buon Gusto

32

MADE IN ITALY

Marchi internazionali per i prodotti italiani

36

EXPO 2015

Il Padiglione dell’Austria propone l’aria come alimento indispensabile

40

MODA & DESIGN

Simbolo di stile intramontabile ed eleganza classica

44

ASSISTENZA & INTERCONNESSIONE

Supporto istituzionale in Italia e in Austria

48



VORWORT // PREMESSA

Dr. Giorgio MARRAPODI

Botschafter der Republik Italien in Österreich
Ambasciatore della Repubblica d'Italia in Austria

Die Intensität und Vielfältigkeit der wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Italien und Österreich ist derart ausgeprägt, dass es manchmal kein Leichtes ist, sie in wenigen Worten zu beschreiben. Oft stellen uns italienische Delegationen (aus der Politik, Wirtschaft, Kultur oder den Regionen), welche wir in der Botschaft empfangen, um ihnen einen informativen Überblick über Österreich und seine Beziehungen zu unserem Land zu geben, Fragen zur Präsenz italienischer Unternehmen und ihrer Rolle in der österreichischen Wirtschaft. Obgleich das allgemeine Bild, sowohl was die Datenlage als auch die Tendenzen betrifft, klar erscheint, stellt es sich auch für uns – die wir Zugang zu zahlreichen Informationsquellen haben – als schwierig dar, weiterführende Details zu liefern, vor allem, was die hier tätigen italienischen Klein- und Mittelbetriebe betrifft. Dies ist auch die Folge einer typisch italienischen Besonderheit, nämlich der sehr bedeutsamen Rolle, welche den KMUs unseres Landes zukommt und welche in Österreich angesichts der Nähe und der engen kulturellen und gesellschaftlichen Beziehungen zwischen unseren beiden Ländern vielleicht noch stärker zum Ausdruck kommt.

Die Initiative der ITKAM und von STUDIO 3089 ist aus diesem Grund besonders begrüßenswert und nützlich, da sie einen möglichst umfassen-den – gleichzeitig synthetischen – Überblick über die Präsenz und Tätigkeit italienischer Unternehmen in Österreich geben soll. Die Zeitschrift ermöglicht darüberhinaus, die oft nur wahrgenommene, jedoch der Realität entsprechende Bedeutung der Präsenz italienischer Unternehmen für die österreichische Wirtschaft und deren Beitrag zu Österreichs Handelsbeziehungen mit Italien noch zu verdeutlichen. In der Schwer- und der chemischen Industrie, im Energie- und Verkehrssektor, im Handel und der Agrarindustrie, im Bereich der Finanz und des Tourismus spielt unser Land eine zentrale Rolle auf dem österreichischen Markt, welcher einer der wettbewerbsorientiertesten Europas ist und eine bestimmte Eigenheit besitzt. Diese Rolle möchte Italien auch in der Zukunft spielen. Ein Beitrag wie die vorliegende Zeitschrift hilft, die „Quantität“ und die hohe „Qualität“ der italienischen Präsenz in Österreich in ihrer Gesamtheit aufzuzeigen, ist deshalb äußerst begrüßenswert und verdient die besondere Beachtung durch Wirtschaftstreibende und Konsumenten.

L'intensità e la varietà delle relazioni economiche tra Italia ed Austria è tale che talvolta risulta difficile riuscire a sintetizzarle. Spesso le delegazioni in vista dall'Italia (politiche, economiche, culturali, regionali, etc.) che riceviamo in Ambasciata per fornire un quadro informativo dell'Austria e dei suoi rapporti con il nostro Paese pongono varie domande sulla presenza delle nostre imprese e sul ruolo che esse giocano nell'economia locale. Mentre il quadro generale, sia in termini di dati che di tendenze appare chiaro, più complesso risulta anche per noi, che pure abbiamo accesso ad un buon numero di fonti di informazione, entrare nel dettaglio, in particolar modo per quanto riguarda le PMI italiane qui attive. E' questa anche la conseguenza di una specificità tutta italiana, ossia il ruolo assai rilevante delle PMI del nostro Paese, che in Austria si manifesta forse con ancor più forza per la vicinanza ed i forti legami culturali e sociali tra i nostri due Paesi.

L'iniziativa di ITKAM e dello STUDIO 3089 è quindi apprezzabile e utile in quanto volta a fornire un quadro per quanto possibile esaustivo, pur rimanendo sintetico, della presenza ed attività delle aziende italiane in Austria. La rivista consente poi di dare ulteriore concretezza a quella che spesso è solo una percezione, per quanto corrispondente alla realtà, della rilevanza della presenza delle imprese italiane per l'economia austriaca e per il sostegno dell'interscambio con il nostro Paese. Dall'industria pesante a quella chimica, dall'energia ai trasporti, dal commercio all'agroindustria, dalla finanza al turismo, il nostro Paese gioca e intende giocare anche in futuro un ruolo di primo piano su questo mercato, tra i più concorrenziali d'Europa e con una sua individualità ben specifica. Uno strumento come la presente rivista che aiuta a mostrare nella sua globalità la "quantità" e l'alta "qualità" della presenza italiana in Austria è certamente benvenuto e merita la più grande attenzione da parte di operatori e consumatori.

VORWORT // PREMESSA

Dr. Christoph LEITL

Präsident der Wirtschaftskammer Österreich
Presidente della Camera di Comercio in Austria



Italien ist mit einem gegenseitigen Austausch von Waren und Dienstleistungen in Höhe von nahezu 22 Milliarden Euro Österreichs zweitwichtigster Wirtschaftspartner nach Deutschland und vor den USA. Die gegenseitige Verflechtung der beiden Volkswirtschaften hat sich seit dem Beitritt Österreichs zur Europäischen Union vor nunmehr 20 Jahren praktisch verdreifacht. Trotz der Krisensituation der letzten Jahre und diversen Rückschlägen in manchen Sektoren konnten traditionelle Geschäftsbeziehungen weitergeführt und neue Geschäftsfelder und Aktivitäten in beide Richtungen entwickelt werden.

Die Wirtschaftskammer Österreich steht seit über 65 Jahren den österreichischen und italienischen Geschäftsleuten mit über 20 Mitarbeitern in 4 Außenwirtschafts-Centern in Mailand, Padua, Rom und Bozen für Auskünfte, Beratungen, Marktinformationen, Kontaktherstellung und Organisation von Veranstaltungen zur Verfügung.

Als Präsident der Wirtschaftskammer Österreich habe ich Italien mehrmals besucht und stehe in regelmäßiger Kontakt zu zahlreichen hochrangigen Vertretern aus Wirtschaft und Politik. Zuletzt habe ich am österreichischen Nationentag bei der EXPO 2015 in Mailand teilgenommen und konnte mir dort ein persönliches Bild dieser erfolgreichen Veranstaltung und den zahlreichen damit verbundenen Initiativen machen. Es war spürbar, dass Italien durch die jüngsten Reformen wieder an neuer Dynamik gewinnen und die tiefgehende Rezession überwinden wird.

Österreich und Italien verbinden viele gemeinsame Interessen in der Europäischen Union. Die Struktur beider Volkswirtschaften wird in erster Linie von kleinen und mittleren Unternehmen (im Familienbesitz) getragen. Für diese gilt es optimale Rahmenbedingungen für eine nachhaltige und gesunde Entwicklung zu gestalten. Ich begrüße daher die Schaffung dieses neuen Mediums, welches den Informationsfluss vertiefen und die Möglichkeiten für neue Geschäftskontakte zwischen den Unternehmen unserer beider Länder fördern soll und wünsche den Verantwortlichen viel Erfolg.

Con un reciproco scambio di beni e servizi di circa 22 miliardi di Euro, l'Italia è il secondo partner economico per l'Austria, dopo la Germania e prima degli Stati Uniti. Dall'ingresso dell'Austria nell'Unione Europea, il reciproco intreccio delle due economie è triplicato nel giro di 20 anni. A dispetto della situazione di crisi degli ultimi anni, e nonostante l'arretramento in alcuni settori, le tradizionali relazioni economiche sono state conservative, e nuovi compatti e attività sono stati sviluppati in entrambe le direzioni.

La Camera Federale per l'Economia Austriaca è a disposizione, da oltre 65 anni, delle aziende e degli imprenditori austriaci e italiani. In Italia abbiamo circa 20 collaboratori suddivisi in 4 sedi: Milano, Padova, Roma e Bolzano. Le nostre attività sono fra le altre cose: consulenze, ricerche di mercato, raccolta d'informazioni e organizzazione eventi.

In quanto presidente della Camera Federale per l'Economia Austriaca ho visitato spesso l'Italia e mantengo regolari contatti con importanti esponenti dell'economia e della politica. Infine ho recentemente partecipato al National Day of Austria presso EXPO Milano 2015, e mi sono potuto fare un quadro personale di questa eccezionale manifestazione e delle numerose iniziative ad essa collegate. Era tangibile il fatto che l'Italia, grazie alle più recenti riforme, sta tornando dinamica e supererà definitivamente la recessione economica.

Austria e Italia hanno numerosi interessi comuni nell'ambito dell'Unione Europea. La struttura di entrambe le economie nazionali è retta principalmente da piccole e medie imprese, spesso a conduzione familiare. Per queste aziende è importante mantenere delle condizioni generali ottimali, al fine di assicurare un positivo e costante sviluppo economico. Perciò sono lieto di salutare la creazione di questo nuovo medium, che approfondirà il flusso d'informazioni e aumenterà le occasioni di relazioni economiche fra aziende dei nostri due paesi, e auguro ai responsabili il massimo successo.

REISELAND ITALIEN ITALIA META DI TURISMO



ENIT MACHT 360 GRAD WERBUNG IN ÖSTERREICH

Österreich und Italien stehen seit jeher – nicht zuletzt durch den geschichtlichen Hintergrund der beiden Länder – in enger Verbindung. Kein Wunder, dass knapp ein Viertel der österreichischen Bevölkerung die schönste Zeit des Jahres am liebsten bei ihrem südlichen Nachbarn verbringt.

Das „Bel Paese“ ist seit Jahren das beliebteste Auslandsurlaubsreiseziel der Österreicherinnen und Österreicher, die neben dem touristischen Angebot auch all das zu schätzen wissen, was Italien in der Welt berühmt gemacht hat – angefangen von der Gastronomie bis zur Mode und vom Design bis zur Welt der Motoren. Die Marke Italien verkörpert handwerkliche Qualität und guten Lebensstil und ist damit zu einer unverzichtbaren Inspirationsquelle für alle Österreicher geworden, die Italien in seiner Gesamtheit schätzen. Die Wertschätzung Italiens spiegelt sich auch in den österreichischen Medien wieder, in deren Berichterstattung besonders die Themen Reise, Kultur, Kulinarik und Natur einen großen Stellenwert einnehmen. Die offiziellen Zahlen des Nationalen Italienischen Statistikinstitutes ISTAT verzeichnen für das Jahr 2014 in Italien über 2,2 Millionen Ankünfte und 8,6 Millionen Nächtigungen aus Österreich. Dies ist ein hervorragendes Ergebnis, das natürlich nicht zuletzt durch die geografische Nähe der beiden Länder begünstigt wird. Wenn man in Betracht zieht, dass Österreich insgesamt ca. 8,5 Millionen Einwohner zählt, bedeutet dies, dass ca. ein Viertel der österreichischen Bevölkerung Italien als Urlaubsziel wählt.

Kultur, Kulinarik, Baden und Mehr. Das Ranking der meistbesuchten italienischen Regionen wird von Veneto und Friaul-Julisch Venetien angeführt, welche leicht mit dem Auto zu erreichen sind und die meisten Ankünfte aus Österreich verbuchen. Vor allem die klassischen Badedestinationen der Oberen Adria wie Grado, Lignano, Bibione, Caorle und Jesolo gehören seit Generationen zu den Urlaubsklassikern für Familien mit kleinen Kindern. Aber auch weniger bekannte Ziele sowie die Regionen Südaloniens gewinnen Jahr für Jahr an Beliebtheit, nicht zuletzt dank des ständig erweiterten Angebotes von Flugverbindungen und Pauschalreisen seitens der Reiseveranstalter. Der Reisegast aus Österreich liebt aber natürlich auch die Kultur Italiens: Weltberühmte Kunststädte wie Rom, Venedig, Florenz und Neapel erfreuen sich ungebrochener Beliebtheit wie auch das reiche kulturelle und landschaftliche Erbe Italiens, das mit 51 Nennungen die UNESCO-Weltkulturerbeliste anführt. Besonders beliebt in der Gunst der österreichischen Urlauber sind auch Italiens Seen, allen voran der Gardasee, Lago Maggiore oder Comer See, aber auch das italienische Hinterland, das nicht selten zu

Austria e Italia sono da sempre in stretto rapporto, anche per i precedenti storici dei due Paesi. Non c'è quindi da meravigliarsi che circa un quarto della popolazione austriaca preferisca trascorrere il periodo più bello dell'anno nel Paese del suo vicino meridionale.

Il Paese Austria ha da sempre un forte legame con l'Italia, tenuto conto anche dei trascorsi storici tra i due Paesi. L'Italia continua, da anni, ad essere la prima destinazione per una vacanza all'estero per gli austriaci, che apprezzano non solo le nostre mete turistiche ma anche tutto quello che ha reso l'Italia famosa nel mondo, dalla gastronomia alla moda, dal design ai motori. Il brand Italia continua ad avere un particolare appeal per gli austriaci, che apprezzano l'Italia in maniera globale, e rappresenta un sinonimo di qualità e di buon vivere. Nell'immaginario collettivo degli austriaci il brand Italia è un punto di riferimento e una fonte d'ispirazione. L'ammirazione per l'Italia si rispecchia ovviamente anche nei media austriaci, che trattano argomenti riferiti al nostro Paese in maniera massiccia. I quotidiani e le riviste specializzate sono piene di articoli che trattano i più disparati argomenti, anche se i temi principali riguardano sempre gli stessi: vacanza, cultura, gastronomia e natura. Le statistiche ufficiali di ISTAT (riferite al 2013) accreditano il nostro Paese di oltre 2,1 milioni di arrivi e di 8,3 milioni di presenze dall'Austria. Numeri eccezionali, certamente favoriti anche dalla vicinanza geografica dei due Paesi, ove si ponga mente che la popolazione austriaca conta circa 8,5 milioni di abitanti. Ciò significa che circa un abitante su quattro, o il ca. il 25% della popolazione austriaca ogni anno raggiunge l'Italia per la sua vacanza. Ciò significa che circa un abitante su quattro, o il ca. il 25% della popolazione austriaca per la sua vacanza.

Cultura, gastronomia, turismo balneare e più. Le regioni più visitate sono ovviamente le regioni più facilmente raggiungibili con la macchina. Veneto e Friuli Venezia Giulia con il maggior numero di arrivi dall'Austria. Soprattutto le destinazioni balneari classiche, come Grado, Lignano, Bibione e Jesolo sono mete considerate da generazioni un must soprattutto per le famiglie con bambini piccoli. Tuttavia gli austriaci fortunatamente stanno scoprendo sempre di più, anno dopo anno, destinazioni meno conosciute, soprattutto le regioni del Sud Italia, grazie al sempre maggiore numero

einem Aufenthalt im Zeichen der kulinarischen Köstlichkeiten einlädt.

ENIT ist Hauptpromotor für das Reiseland Italien. Seit 60 Jahren ist die Italienische Zentrale für Tourismus (ENIT) bereits mit einem Büro in Wien vertreten mit dem primären Ziel, das Reiseland Italien in Österreich zu bewerben und den Tourismus nach Italien zu fördern. Angesichts der guten Beziehungen der beiden Länder und der Liebe der Österreicherinnen und Österreicher zu Italien, scheint dies nicht allzu schwierig. Und dennoch handelt es sich um eine anspruchsvolle und wichtige Aufgabe, nicht zuletzt, weil viele Mitbewerberländer wie Kroatien, Deutschland, Griechenland und die Türkei ihrerseits versuchen, die österreichischen Reisenden für ihre Destinationen zu begeistern und somit am Marktanteil Italiens zu nagen.

Die Tätigkeit ENITs in Österreich ist daher entsprechend vielfältig: Sie reicht von der Umsetzung von Werbekampagnen (im Rahmen der letzten Kampagne "Piazze d'Italia" wurden TV-Spots, Print-, Outdoor- sowie Onlinewerbung realisiert) und der Teilnahme an touristischen Messen, über die Organisation von Educational Tours in verschiedene italienischen Regionen für Vertreter der Presse, Tour Operators und Reisebüros bis hin zu Co-Marketingaktionen mit wichtigen Reiseveranstaltern. Eine zentrale Aufgabe ist zudem die Arbeit unseres Informationsbüros, das potenziellen Italienreisenden mit Auskünften, Informationen und touristischen Unterlagen zum Reiseland Italien zur Verfügung steht.

360 Grad Werbung gemeinsam mit dem Sistema Italia. Die italienische Zentrale für Tourismus ist aber nicht die einzige italienische Institution, die in Österreich tätig ist. Im sogenannten „Sistema Italia“ unterhält ENIT konstante Beziehungen zu den ebenfalls in Österreich vertretenen Institutionen: An der Spitze die Botschaft Italiens, weiters das Italienische Kulturinstitut sowie das Italienische Institut für Außenhandel ICE. Dies dient einem wichtigen Zweck: Italien zu 360 Grad bestmöglich zu bewerben, sowohl von touristischer, wirtschaftlicher als auch kultureller Seite.

Im Verbund mit dem Sistema Italia organisiert ENIT zahlreiche Veranstaltungen und Events zur Präsentation und Bewerbung italienischer Regionen vor österreichischem Publikum, um potenzielle Italienreisende die interessantesten Aspekte der Destinationen zu präsentieren. ●

KONTAKT // CONTATTO

Italienische Zentrale für Tourismus ENIT
ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo

Mariahilferstraße 1b/XVI
A-1060 Wien

T: + 43 (0) 1 505 16 39
F: + 43 (0) 1 505 02 48

vienna@enit.it
www.enit.at

di pacchetti turistici offerti dai tour operator. Ovviamente il turista austriaco ama anche l'aspetto culturale dell'Italia: città d'arte di fama mondiale come Roma, Venezia, Firenze, Napoli, solo per citarne alcune, vengono visitate in maniera massiccia, così come oggetto di visita è tutto il patrimonio artistico, culturale e paesaggistico italiano che vanta ben 51 siti, riconosciuti patrimonio mondiale della cultura dall'UNESCO. Un apprezzamento particolare viene riconosciuto dal turista austriaco anche ai nostri laghi, soprattutto il Lago di Garda, il Lago Maggiore e il Lago di Como, così come al nostro entroterra dove spesso viene consumata una vacanza all'insegna dell'enogastronomia.

L'ENIT è il promotore principale del turismo in Italia. In questo contesto positivo si pone la presenza dell'ENIT, Agenzia Nazionale del Turismo, in Austria ed esattamente a Vienna. L'ufficio ENIT opera sul territorio da oltre 60 anni ed ha come missione quella di favorire i flussi turistici dall'Austria verso l'Italia. Tenuto conto dei buoni rapporti tra i due Paesi e dell'amore degli austriaci per l'Italia, il compito sembra non essere così difficile. Eppure il lavoro è molto impegnativo, anche perché ci sono tantissimi altri Paesi concorrenti, tra tutti la Croazia, la Germania, la Grecia e la Turchia, in competizione con ENIT e tra di loro, che cercano di attrarre i turisti austriaci verso le loro mete turistiche, rosicchiando quote di mercato all'Italia.

L'attività che ENIT svolge sul territorio austriaco è un'attività ad ampio raggio: dalle campagne pubblicitarie (l'ultima denominata Piazze d'Italia è stata proposta al pubblico austriaco tramite spot televisivi, "big boards" stradali, inserzionistica nei più grandi quotidiani austriaci e nei siti web austriaci più visitati dal pubblico), alla partecipazione alle fiere del turismo, dall'organizzazione di educational tour nelle diverse regioni italiane per stampa, operatori turistici e agenti di viaggio alle azioni di co-marketing con i più importanti tour operator austriaci senza trascurare il cliente finale per il quale il nostro ufficio informazioni è sempre pronto a mandare prospetti e a rispondere alle domande dei potenziali viaggiatori.

Pubblicità comune a 360 gradi con il Sistema Italia. L'ENIT non è l'unica istituzione che opera in Austria. Esiste un cosiddetto Sistema Italia, con il quale l'ufficio ENIT intrattiene rapporti costanti, al capo del quale c'è l'Ambasciata d'Italia e del quale fanno parte anche l'Istituto Italiano di Cultura e ICE, l'Istituto per il Commercio Estero. Ciò serve a creare sinergie che hanno un solo scopo: promuovere l'Italia a 360°, sia dal punto di vista turistico, che dal punto di vista commerciale e culturale. Insieme al Sistema Italia l'ENIT organizza tantissime manifestazioni ed eventi a favore di Regioni e di altre entità pubbliche o private italiane allo scopo di mettere in risalto gli aspetti più interessanti per i potenziali turisti austriaci. Il Sistema Italia funziona molto bene e sta dando frutti molto positivi.

Spesso viene dato ampio risalto dai media austriaci alle manifestazioni organizzate dal Sistema Italia e ciò contribuisce da una parte a rafforzare i rapporti tra le varie Istituzioni Italiane e i rappresentanti del mondo turistico austriaco e dall'altra ad incentivare i flussi turistici verso il nostro Paese. ●



ABSATZFÖRDERUNG & MARKTERSCHLIESSUNG

PROMOZIONE DELLE VENDITE & APERTURA DEI MERCATI



ITKAM ÖSTERREICH ALS BILATERALER DIENSTLEISTER UND MARKTSPEZIALIST

Mit der Gründung der offiziellen Vertretung der Italienischen Handelskammer ITKAM am Wiener Standort der Rechtsanwaltskanzlei Lansky, Ganzger + partner wurde im Jahr 2013 eine Lücke in den Wirtschaftsbeziehungen zwischen Italien und Österreich geschlossen. Die Delegierten des Austrian Desks der ITKAM, Rechtsanwalt Gerald Ganzger und der Südtiroler Jurist und Ökonom Thomas Wanker, über Hintergründe und Ziele der Initiative.

Wie ist es zur Gründung des Austrian Desks der ITKAM gekommen?

Gerald Ganzger: Italien ist aus österreichischer Perspektive der zweitwichtigste Handelspartner nach Deutschland. Uns verbindet eine ausgewogene Handelsbilanz: Einem Exportvolumen von etwa 8,2 Milliarden Euro stehen Importe im Wert von 8 Milliarden gegenüber. Motor des Erfolgs sind der Maschinenbau, die Lebensmittelproduktion, die Hochtechnologie sowie der Finanz- und Bankensektor. Aber auch zahlreiche mittelständische Produzenten leisten ihren Beitrag, etwa in der Modeindustrie. Nach der Schließung der Italienischen Handelskammer in Wien im Jahr 2011 gab es allerdings eine Lücke. Diese haben wir zwei Jahre später, dank der Initiative der Rechtsanwältin Tatjana Urdaneta-Wittekk, mit der Gründung des Austrian Desks der ITKAM geschlossen. Organisatorisch ist die ITKAM-Repräsentanz am Wiener Standort unserer Kanzlei das österreichische Vertretungsbüro der in Frankfurt am Main ansässigen Italienischen Handelskammer für Deutschland.

Warum haben Sie einen Austrian Desk der ITKAM Deutschland etabliert?

Gerald Ganzger: Meist haben deutsch-italienische Handelsbeziehungen ihren Ursprung in Österreich. Viele italienische Unternehmen erschließen den deutschen Markt über ihre österreichischen Filialen, umgekehrt nützen deutsche Unternehmen Österreich als Sprungbrett für den Markteintritt in Italien. Es war also naheliegend, dass wir die Vertretung in Österreich in das internationale Netzwerk der Italienischen Handelskammer „Assocamere“ eingegliedert haben. Unsere Mitgliedsunternehmen greifen in dieser Struktur auf ein Netzwerk von 80 Auslandshandelskammern weltweit zu und nützen die Markterfahrung und Verlässlichkeit einer Organisation, die seit über 100 Jahren besteht.

Mit welchen Anliegen wenden sich interessierte Unternehmen an Sie?

Thomas Wanker: Ein Unternehmen führt natürlich die Suche nach neuen Märkten und Geschäftsfeldern zu uns.



Gerald Ganzger

**ITKAM AUSTRIA COME FORNITORE DI SERVIZI
BILATERALE E SPECIALISTA DI MERCATO**

Con la nascita della rappresentanza ufficiale della Camera di Commercio Italiana (ITKAM), istituita nel 2013 nella sede di Vienna dello studio legale Lansky, Ganzger + partner, è stata colmata una lacuna nei rapporti commerciali tra Italia e Austria. I delegati dell'Austrian Desk dell'ITKAM, l'avvocato Gerald Ganzger e il giurista ed economista altoatesino Thomas Wanker, illustrano retroscena e obiettivi dell'iniziativa.

Come si è giunti alla nascita dell'Austrian Desk dell'ITKAM?

***Gerald Ganzger:** l'Italia è per l'Austria il secondo partner commerciale dopo la Germania. Siamo uniti da una bilancia commerciale equilibrata: a un volume di esportazione di circa 8,2 miliardi di euro si contrappongono importazioni per un valore di 8 miliardi. I motori del successo sono la metalmeccanica, la produzione alimentare, l'alta tecnologia e il settore finanziario e bancario, ma anche numerosi produttori di medie imprese offrono il loro contributo, precisamente nell'industria della moda. Tuttavia nel 2011 si era creata una lacuna in seguito alla chiusura della Camera di Commercio Italiana a Vienna. Dopo circa due anni, grazie all'iniziativa dell'Avv.ssa Tatjana Urdaneta Wittek, siamo riusciti a colmare questa lacuna creando l'Austrian Desk dell'ITKAM. A livello organizzativo la rappresentanza dell'ITKAM nella sede di Vienna del nostro studio legale è l'ufficio di rappresentanza austriaco della Camera di Commercio italiana per la Germania con sede a Francoforte sul Meno.*

Perché avete istituito un'Austrian Desk dell'ITKAM Germania?

***Gerald Ganzger:** la maggior parte dei rapporti com-*

Damit Geschäftschancen auch optimal genützt werden können, setzen wir darüber hinaus auf unkomplizierte und pragmatische Unterstützung beim Daily Business: Sei es die gezielte Adressrecherche für die Neukundengewinnung, oder die Suche von Handelsvertretern und Geschäftspartnern. Wir bereiten aber auch Messeauftritte vor und beraten in steuerlichen und rechtlichen Fragen. Der Austrian Desk der ITKAM fungiert zudem als Plattform für den Austausch zwischen österreichischen und italienischen Unternehmen. Im ITKAM Club treffen einander Maschinenbauer, Lebensmittelproduzenten und Handwerker genauso wie Versicherer, Banker und Steuerberater, um gemeinsame Projekte in Angriff zu nehmen.

Welchen Mehrwert bringt die Einrichtung des ITKAM Austrian Desks am Standort einer Wirtschaftskanzlei?

Gerald Ganzger: Wir sind als Rechtsberater unseren Mandanten schon immer in die Zielmärkte gefolgt und haben daher eine starke internationale Ausrichtung. Der ITKAM Austrian Desk ist eng mit dem Italian Desk von Lansky, Ganzger + partner verbunden und damit in das Set-up einer der größten Wirtschaftskanzleien Österreichs integriert. Sein Kernteam bilden neben Thomas Wanker und mir die in Italien aufgewachsene Spezialistin für italienisches Recht Tatiana Urdaneta-Wittek sowie Rechtsanwalt Alexander Egger und die römische Rechtsanwältin Corinna Marzi. Dieses Modell hat wohl auch die Italienische Handelskammer überzeugt, uns mit der ITKAM-Repräsentanz in Österreich zu „mandatieren“.

Ihr Ausblick auf das Jahr 2016?

Thomas Wanker: Im Jahr 2016 setzen wir unsere Aktivitäten verstärkt fort. Zentrales Element wird der ITKAM Club bleiben, dem Unternehmer aus Österreich und Italien kostenlos beitreten, um sich über Branchen hinweg auszutauschen und neue Geschäfte zu entwickeln. Zudem informieren wir mit unseren Partnern über Neuerungen in steuerlichen, rechtlichen und wirtschaftlichen Sektoren, sodass unsere Mitglieder sich den Gegebenheiten schnell und effizient anpassen können. Für eine noch persönlichere Unterstützung organisieren wir in Italien und Österreich Seminare und Workshops. Wir sind in Wien, Budapest, Prag und Bratislava seit 2002 zu Hause. Wir helfen italienischen Unternehmen, internationalen Tochtergesellschaften oder auch Freiberuflern beim Markteintritt in Österreich. ●

KONTAKT // CONTATTO

ITKAM Austrian Desk

Delegierte // Delegati:

Dr. Gerald Ganzger, Dott. Mag. Thomas Wanker

c/o Lansky, Ganzger + partner GmbH
Biberstraße 5, 1010 Wien
T: +43 1533 33 30 5950

wanker@itkam-austria.org
www.itkamaustria.org

merciali italo-tedeschi hanno origine in Austria. Molte aziende italiane si fanno strada nel mercato tedesco attraverso le loro filiali austriache, viceversa le aziende tedesche utilizzano l'Austria come trampolino di lancio per entrare nel mercato italiano. Era quindi ovvio integrare la rappresentanza in Austria nella rete internazionale della Camera di Comercio Italiana "Assocamere". Con questa struttura le nostre aziende associate possono accedere a una rete di 80 rappresentanze di commercio estero in tutto il mondo e sfruttare l'esperienza del mercato e l'affidabilità di un'organizzazione che esiste da più di 100 anni.



Thomas Wanker

Con quali richieste si rivolgono a voi gli associati dell'ITKAM?

Thomas Wanker: naturalmente un'azienda arriva da noi mossa dall'esigenza di trovare nuovi mercati e settori commerciali. Per sfruttare al meglio le opportunità commerciali puntiamo inoltre su un supporto semplice e pragmatico nel daily business, sia per la ricerca mirata di nominativi per l'acquisizione di nuovi clienti sia per la ricerca di partner commerciali e d'affari. Prepariamo anche le partecipazioni in fiera e offriamo consulenza in questioni fiscali e giuridiche. L'Austrian Desk dell'ITKAM funge inoltre da piattaforma per l'interscambio tra aziende austriache e italiane. Nell'ITKAM Club si incontrano imprese metalmeccaniche, produttori di generi alimentari e artigiani nonché assicuratori, banchieri e consulenti fiscali per intraprendere progetti comuni.

Qual è il valore aggiunto che apporta l'istituzione dell'ITKAM Austrian Desk nella sede di uno studio legale commerciale?

Gerald Ganzger: in veste di consulenti legali dei nostri mandanti operiamo da sempre nei mercati target e pertanto abbiamo un forte orientamento internazionale. L'ITKAM Austrian Desk opera in stretto contatto con l'Italian Desk di Lansky, Ganzger + partner ed è pertanto integrata nel set up di uno dei maggiori studi legali commerciali austriaci. Il suo team centrale è formato, oltre che da Thomas Wanker e dal sottoscritto, dalla specialista in diritto italiano formatasi in Italia, Tatiana Urdaneta-Wittek, dall'Avv. Alexander Egger e dall'Avv. ssa romana Corinna Marzi. Questo modello ha convinto anche la Camera di Comercio Italiana a "conferirci il mandato" di rappresentanza dell'ITKAM in Austria.

La vostra previsione per il 2016?

Thomas Wanker: nel 2016 continueremo a potenziare le nostre attività. L'elemento centrale resterà l'ITKAM Club, l'adesione gratuita di imprese austriache e italiane per favorire gli scambi intersezionali e sviluppare nuovi affari. Inoltre con i nostri partner ci terremo informati sulle novità nei settori fiscali, giuridici ed economici, in modo che i nostri associati possano adeguarsi alle circostanze con rapidità ed efficienza. Per un supporto ancora più personalizzato organizziamo seminari e workshop in Italia e in Austria. ●



ITKAM – AUSTRIAN DESK

Der **Austrian Desk** der Italienischen Handelskammer in Deutschland („ITKAM Austrian Desk“) ist eine im Jahr 2013 von führenden Wirtschaftstreibenden in Wien gegründete Plattform zur Intensivierung der Wirtschaftsbeziehungen zwischen Italien und Österreich. Die Hauptaufgabe der offiziellen ITKAM-Repräsentanz in Österreich besteht in der Unterstützung der Mitglieder bei der Geschäftsanbahnung und Projektumsetzung in beiden Ländern. Die Mitgliedsunternehmen greifen auf ein Netzwerk von 80 Auslandshandelskammern weltweit zu. Der ITKAM Austrian Desk ist in das Set-up der Wiener Rechtsanwaltskanzlei Lansky, Ganzger + partner integriert und kann damit die Ressourcen einer der größten Wirtschaftskanzleien Österreichs nutzen.

- **Rechts- und Steuerberatung:** Unternehmensgründungen, Rechts- und Steuerberatung, Inkasso
- **Absatzförderung und Handelsvermittlung:** Marktanalyse, Geschäftspartnerrecherche und B2B-Workshops, Personaldienstleistungen, Vermarktung des „Made in Italy“
- **Pressearbeit und Kommunikation:** Firmenbesuche und Produktvorstellungen, Promotionsveranstaltungen und Pressekonferenzen, Roadshows und Messeauftritte
- **Österreichisch-Italienisches Netzwerk:** Networking Events mit Unternehmen und Institutionen beider Länder, Diskussionen mit Gastrednern aus Wirtschaft und Politik, Vernetzung über die Zeitschrift „IN“

L'**Austrian Desk** della Camera di Comercio Italiana in Germania („ITKAM Austrian Desk“) è una piattaforma creata a Vienna nel 2013 da operatori economici di spicco, per intensificare i rapporti economici tra Italia e Austria. Il compito principale della rappresentanza ufficiale dell'ITKAM in Austria consiste nel fornire supporto agli associati per l'avvio di attività commerciali e la realizzazione di progetti in entrambi i Paesi. Le aziende associate possono accedere a una rete di 80 rappresentanze commerciali estere distribuite in tutto il mondo. L'ITKAM Austrian Desk è integrata nel set up dello studio legale viennese Lansky, Ganzger + partner e pertanto può sfruttare le risorse di uno dei maggiori studi legali commerciali presenti in Austria.

- **Consulenza legale e fiscale:** Costituzioni di aziende, Consulenza legale e fiscale, Incasso
- **Promozione delle vendite e mediazione commerciale:** Analisi di mercato, ricerche di partner commerciali e workshop B2B, Servizi personalizzati, Commercializzazione del „Made in Italy“
- **Agenzia di stampa e comunicazione:** Visite aziendali e presentazioni di prodotti, Eventi promozionali e conferenze stampa, Road show e partecipazioni in fiera
- **Rete italo-austriaca :** Networking Event con aziende e istituzioni di entrambi i Paesi, Dibattiti con oratori ospiti del mondo della politica e dell'economia, Interconnessione tramite la rivista “IN”

EXPORT & AUSSENHANDEL

EXPORT & COMMERCIO ESTERO



ICE FÖRDERT ITALIENISCHE HANDELSBEZIEHUNGEN IM AUSLAND

Die Italienische Agentur für Außenhandel ICE ist die staatliche Wirtschaftsvertretung zur Förderung des Exports und der Internationalisierung italienischer Unternehmen. Sie hat die Aufgabe, die italienischen Wirtschafts- und Handelsbeziehungen mit dem Ausland zu unterstützen, zu entwickeln und zu fördern – unter besonderer Berücksichtigung der Bedürfnisse der Klein- und Mittelbetriebe.

Dadurch soll die Internationalisierung der italienischen Unternehmen sowie der Absatz italienischer Güter und Dienstleistungen auf den internationalen Märkten weiter ausgebaut werden. ICE hat den Hauptsitz in Rom und verfügt über ein Büro in Mailand und ein umfassendes Netz von ca. 80 Auslandsbüros auf der ganzen Welt. Neben der Unterstützung bei der Vermarktung italienischer Güter betreibt die Agentur Informations- und Ausbildungskampagnen für Unternehmen und Jungakademiker. Im Ausland ist ICE Teil der diplomatischen Vertretung, mit dem Ziel, das Image der italienischen Produkte weltweit zu fördern sowie Italien als Zielland für Auslandsinvestitionen zu promoten. Das Büro in Wien besteht seit 1961 und war im Laufe der Jahre immer eine zentrale Anlaufstelle: Für italienische Firmen, die am österreichischen Markt interessiert sind, als auch für österreichische Firmen, die neue Kontakte, Produkte, Dienstleistungen oder Absatzmärkte in Italien suchen. Die geografische Lage und die Geschichte der beiden Länder schaffen eine gewisse Nähe, wobei Firmen bei ihren Handelsbeziehungen jedoch gelegentlich auf unerwartete Hürden stoßen. Immer wieder ist die Sprache eine gewisse Barriere, aber auch die von Handelsriesen dominierten Distributionskanäle und ein System von komplexen, schwer zu durchschauenden Vorschriften erleichtern nicht gerade die Bemühungen der Unternehmen, um auf den unterschiedlichen Märkten zu rückspringen. Dennoch ist Italien Österreichs zweitwichtigster Handelspartner mit einem Handelsvolumen von ca. 17 Milliarden Euro – Tendenz steigend.

ICE-Büro als bilaterale Drehscheibe für Handelspartner. Angesichts dieser Schwierigkeiten und Erwartungen ist die Rolle des ICE-Büros komplex und befindet sich in einem ständigen Wandel. Zurückzuführen ist dies nicht zuletzt auf die stetigen Veränderungen der unter Druck der Globalisierung stehenden Unternehmen. Die Vielschichtigkeit der Handels- und Dienstleistungsströme verlangen spezifische Maßnahmen und innovative Wege, traditionelle Methoden des Exports haben ausgedient. Unser Büro in Wien steht seit vielen Jahren nicht nur den italienischen Firmen zur Verfügung, sondern versucht ebenso ein verlässlicher Partner für österreichische Firmen zu sein – ein solider Bezugspunkt bei der Suche nach verlässlichen und strukturierten Handelspartnern für die Internationalisierung. Meiner Meinung nach ist dies der einzige Weg, wodurch die Bedürfnisse und Wünsche der österreichischen Kunden herausgefunden werden



ICE PROMUOVE I RAPPORTI ECONOMICI E COMMERCIALI ITALIANI CON L'ESTERO

L'ICE-Agenzia è l'ente governativo per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. Ha il compito di agevolare, sviluppare e promuovere i rapporti economici e commerciali italiani con l'estero – con particolare attenzione alle esigenze delle piccole e medie imprese – e opera al fine di sviluppare l'internazionalizzazione delle imprese italiane e la commercializzazione dei beni e servizi italiani nei mercati internazionali.

L'ICE-Agenzia ha la propria sede centrale a Roma, un ufficio a Milano e una vasta rete di ca 80 sedi operative nel mondo. Oltre al sostegno alla commercializzazione di beni e prodotti, l'Agenzia svolge attività di informazione e di formazione a imprese e a giovani laureati. All'estero l'ICE-Agenzia opera nell'ambito delle Rappresentanze diplomatiche italiane con l'obiettivo di promuovere l'immagine del prodotto italiano nel mondo e l'Italia quale destinazione degli investimenti esteri. L'Ufficio di Vienna dell'Agenzia esiste dal 1961 e nel corso degli anni ha sempre rappresentato un punto di riferimento sia per le aziende italiane interessate al mercato austriaco, che per quelle austriache alla ricerca di contatti e sbocchi in Italia o in cerca di nuovi prodotti e servizi. La situazione geografica e la storia dei due Paesi crea una vicinanza che, tuttavia, quando si parla di scambi commerciali riserva sorprese, a volte non aspettate. Ci si trova di fronte, in effetti, a barriere commerciali improprie come ad esempio la lingua, la distribuzione dominata dalle grandi imprese, un sistema di standard alle volte complessi e di difficile assimilazione ecc. Ciononostante l'Italia è il secondo partner commerciale dell'Austria con ca 17 miliardi complessivi di interscambio con una recente tendenza al rialzo.

L'Ufficio ICE è un centro bilaterale per i partner commerciali. Di fronte a queste difficoltà e aspettative il ruolo dell'ufficio ICE è complesso ed in continua evoluzione,

können. Angesichts der unterschiedlichsten Entwicklungen und Problemstellungen ist es wichtig, für jeden Sektor eine individuelle Strategie zu entwickeln, das jeweils geeignete Marketinginstrument zu verwenden und mit den Fachexperten eng zu kooperieren. Wesentlich dabei ist die Kenntnis des Potenzials italienischer Qualitätsprodukte, die die Kriterien für einen erfolgreichen Vertrieb in Österreich erfüllen. Schlüssel des Erfolgs bei der Suche nach Kunden ist aber der richtige Zeitpunkt, um diese hochwertigen Waren an österreichische Unternehmen anzubieten. Dabei muss auf die Charakteristika der wichtigsten italienischen Unternehmen hingewiesen werden, die sich im Laufe der Jahre dadurch ausgezeichnet haben, dass sie sowohl eine hohe Fähigkeit hinsichtlich Kundenumorientierung und Flexibilität aufweisen, als auch jenen Mehrwert besitzen, der als „Italian Style“ bezeichnet werden kann.

Italian Style hat großes Potenzial. ICE bedient sich einer breiten Palette an unterschiedlichsten Werkzeugen. Die einzelnen Maßnahmen werden auf den spezifischen Kunden unter Berücksichtigung der jeweiligen Marktsituation abgestimmt. Ein besonderer Schatz ist die langjährige Erfahrung der österreichischen Mitarbeiter, die quasi als Schnittstelle zweier Produktionswelten fungieren, denn Struktur und Mentalität sind doch auch unterschiedlich. Ebenso wichtig und von großer Bedeutung ist die Beziehung zu allen anderen Partnern auf dem Markt. Nur so kann das Hauptziel erreicht werden, nämlich die Analyse des bestehenden Potenzials und die wert- und mengenmäßige Steigerung der Flüsse von Gütern und Dienstleistungen zwischen den beiden Ländern. In diese Richtung geht auch unsere Zusammenarbeit mit ITKAM in Frankfurt, welche wir besonders begrüßen. Mit der Veröffentlichung dieser Publikation (basierend auf einem von ICE regelmäßig aktualisierten Monitoring der italienischen Unternehmen mit Niederlassung in Österreich) verfügen wir nunmehr über ein weiteres Instrument, welches als Schaufenster für die italienische Produktrichtheit dient und das Qualitätssiegel „Italian Style“ unterstreicht. ●

KONTAKT // CONTATTO

**ICE – Italienische Agentur für Außenhandel
Abt. für Handelsförderung der Italienischen Botschaft**

**ICE – Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane**

Direktor // Direttore: Dr. Antonio Ventresca

Rennweg 27, 1030 Wien
T: +43-1-5039080
F: +43-1-503908020

vienna@ice.it
www.icewien.at



Antonio
Ventresca



anche alla luce di un paesaggio delle imprese in continua trasformazione, sotto la spinta di una sempre maggiore globalizzazione, che suggerisce di fare molta attenzione alla multidirezionalità dei flussi di scambi di beni e servizi e di non restare legati a metodologie superate del modo di fare export. In effetti l'ufficio di Vienna, in questi ultimi anni, oltre ad essere a disposizione delle aziende italiane, ha mirato molto ad essere anche un partner affidabile per gli operatori austriaci, un terminale di fiducia per l'individuazione di partner commerciali affidabili e strutturati per l'internazionalizzazione. Solo in questo modo si riescono ad intercettare, a mio modesto avviso, le necessità e i bisogni del cliente austriaco. In considerazione delle differenti dinamiche e problematiche è altrettanto importante muoversi, per ogni settore, con metodologie diverse, mettendo in campo strumenti raffinati e spingendo al massimo la conoscenza dei diversi mercati settoriali. Il lavoro di matching avrà successo solo conoscendo bene la potenziale offerta italiana di qualità – o comunque idonea a operare con potenziale successo in Austria – e riuscendo ad offrirla, nei momenti e modi più adeguati ai player austriaci. In questo occorre sempre mettere in evidenza le caratteristiche più importanti delle nostre aziende che, negli anni, si sono contraddistinte per capacità di massimo orientamento al cliente, flessibilità e contenuto di quel valore aggiunto che si può racchiudere nel termine "italian style".

L'Italian style ha un grande potenziale. Così l'ufficio ICE di Vienna opera con strumenti ogni volta diversi, personalizzando necessariamente, e come scelta di metodo, ogni tipo di intervento, perché sono ogni volta diversi i player e i settori coinvolti. In questo fa tesoro del bagaglio di esperienze dei propri collaboratori austriaci che fungono, in un certo senso, da interfaccia tra due mondi produttivi con impostazioni e mentalità talvolta molto differenti tra loro. Altrettanto importante, al fine di non operare slegati dall'ambiente, è il legame con tutti gli altri player sul mercato, cercando di condividere l'obiettivo primario, che è quello di aumentare la conoscenza delle potenzialità esistenti e di arricchire, in termini di valore e intensità, i flussi commerciali di beni e servizi tra i due Paesi. In questo senso va anche la nostra collaborazione a questo progetto della ITKAM di Francoforte, che salutiamo con molta soddisfazione. Infatti, da anni, al fine di cogliere appieno anche questo aspetto, che è una delle tante possibilità di affrontare un mercato, l'ICE di Vienna conduce un monitoraggio delle aziende italiane che si sono stabilite in Austria, aggiornando con cadenza regolare un database molto esaustivo che ora dispone, con questa pubblicazione, di un nuovo strumento per trasformarsi in una vetrina con lo scopo di mettere in evidenza il fil rouge dell'italian style che attraversa, come venatura e sigillo di qualità, i prodotti italiani di alto livello. ●

INTERVIEW MIT // INTERVISTA CON DOTT. ANTONIO VENTRESCA

von // di Luca PASCHINI

Antonio Ventresca arbeitet seit mehreren Jahren in Wien und leitet dort die Zweigstelle der Italienischen Agentur für Außenhandel (ICE). Wir haben ihn gebeten, uns von seinen Erfahrungen zu berichten und einige Erfolgsgeschichten der in Österreich tätigen italienischen Unternehmen zu verraten.

Antonio Ventresca da diversi anni lavora a Vienna e dirige la sede dell'ICE. Abbiamo voluto chiedergli di raccontarci di alcune esperienze e di rivelarci qualche segreto del successo degli operatori italiani presenti in Austria.

Herr Ventresca, welche Handelsbranchen sind für die italienischen Unternehmen die erfolgreichsten in Österreich?

Das sind mit Sicherheit die Mechanik-, Konsumgüter- und die Lebensmittelbranche. Dabei ist interessant anzumerken, dass Italien dieses Jahr Produkte der Agrar- und Lebensmittelindustrie für über eine Milliarde Euro exportieren wird. In dieser Branche hat es dank eines strukturellen Wachstums eine deutliche Steigerung des gesamten Bereichs gegeben, die teilweise auch durch die Mailänder Expo gestützt wurde, welche das Thema der Ernährung beworben hat.

In welchen Branchen sind die besten neuen Chancen zu finden?

Zum jetzigen Zeitpunkt sind erneuerbare Energien besonders interessant und es gibt verschiedene Chancen für innovative Startup-Unternehmen, die nicht nur einen fruchtbaren kulturellen Zusammenhang finden, sondern auch durch örtliche und österreichische Förderprogramme unterstützt werden. Auch in der Lebensmittelbranche und im Bereich Mechanik und Landmaschinen gibt es ständig ein großes Interesse an italienischen Produkten.

Welche neuen Projekte haben in Österreich den größten Erfolg gehabt?

Zu den von unserer Zweigstelle umgesetzten Projekten zählt das Programm, das mit der Region Emilia-Romagna ausgearbeitet wurde und dank dessen in Österreich die Linie Deliziando bekannt gemacht wurde. Hierbei handelt es sich um eine Marke für kleine und mittlere Unternehmen, die Wein und Produkte von geprüfter Qualität (DOP, DOC, etc.) herstellen. In 4-5 Jahren haben wir weitreichend auf unterschiedlichen Niveaus gearbeitet: von der Öffentlichkeitsarbeit, über Initiativen und Schulungen für Angestellte und Fachschulen, bis hin zum Vertrieb. Dieser Prozess hat zu einer beträchtlichen Steigerung der Anzahl und Vielfalt an emilianischen Produkten sowohl im Einzel- als auch im Großhandel in Österreich geführt. So konnte auch eine optimale Zusammenarbeit mit der Handelskammer von Udine und mit den Abruzzen und den Marken geschaffen werden.

Welche italienischen Produkte gewinnen derzeit Marktanteile in Österreich?

Derzeit verzeichnen wir beispielsweise ein großes Interesse an Nahrungsergänzungsmitteln, Spitzentechnologie (hochwertige Maschinen und Systeme wie Drohnen, etc.), mechanischen Systemen für die Industrie (Verpackungs- und Abfüllungssysteme für die Lebensmittelbranche) und schlüsselfertigen Ausstattungen und Einrichtungen, vor allem in der Hotelbranche. Doch die Bandbreite ist noch viel differenzierter und weiter gefasst: Jedes Jahr betreuen wir für Werbe- und Privataktionen über 300 Unternehmen sowie Regionen und andere Einrichtungen. ●

Dott. Ventresca, quali sono i settori commerciali in cui in Austria si evidenziano maggiori risultati per le imprese italiane?

Certamente meccanica, beni di consumo e food; c'è da segnalare che quest'anno supereremo il miliardo di euro di export dall'Italia nel settore agroalimentare. In questo settore c'è stato un incremento notevole grazie ad una crescita strutturale di tutto il comparto, in parte sostenuto anche dall'Expo di Milano, che ha promosso il tema della nutrizione.

In quali settori ci sono maggiori nuove opportunità?

In questo periodo è di grande interesse il settore delle energie rinnovabili, e ci sono diverse opportunità per start up nel settore dell'innovazione, che, oltre a trovare un vivace e fertile contesto culturale, sono sostenute da programmi istituzionali locali e nazionali. Anche nel settore del food e della meccanica e delle macchine (nello specifico macchine agricole) c'è sempre un grande interesse verso i prodotti italiani.

Quali nuove attività hanno avuto maggiore successo in Austria?

Tra i progetti realizzati da questo ufficio c'è da segnalare il programma elaborato con la Regione Emilia Romagna, con il quale in Austria è stata promossa la linea Deliziando, il brand delle piccole e medie imprese che producono vini e prodotti a qualità regolamentata (dop, doc, etc.). In 4/5 anni siamo intervenuti in modo ampio a diversi livelli: dalla comunicazione, ad iniziative e corsi di formazione per addetti e per scuole specializzate, sino nella distribuzione. Il processo ha portato a dei risultati notevoli con un incremento significativo nel numero e nell'assortimento di prodotti emiliani in Austria, sia nella piccola che nella grande distribuzione. Un ottimo rapporto di collaborazione si è creato anche con la Camera di Commercio di Udine e con le Marche e l'Abruzzo.

Quali prodotti italiani stanno acquisendo nuovi spazi di mercato in Austria?

In questo periodo stiamo notando, solo a titolo di esempio, una buona attenzione sugli integratori alimentari, l'alta tecnologia (macchine e sistemi sofisticati come droni etc.), i sistemi meccanici industriali (sistemi di imballaggi e imbottigliamenti nel settore alimentare) e contract chiavi in mano per l'arredo, soprattutto alberghiero. Ma la gamma è molto più ampia e diversificata: ogni anno seguiamo, per azioni promozionali e privatistiche, oltre 300 imprese, oltre a Regioni e altri enti.

WIRTSCHAFT & HANDEL

ECONOMIA & COMMERCIO



BILATERALER AUSSENHANDEL ZWISCHEN ÖSTERREICH UND ITALIEN

Italien blieb auch 2014 mit einem Handelsvolumen von 16,2 Milliarden Euro sowohl ein- als auch ausfuhrseitig Österreichs zweitwichtigster Handelspartner. Diese Top-Positionierung nach Deutschland (EUR 86,9 Mrd.), vor der Schweiz (EUR 13,2 Mrd.) und den USA (EUR 11,4 Mrd.) konnte trotz der teils turbulenten wirtschaftlichen Situation Italiens erfolgreich verteidigt werden.

Italien war und ist aufgrund der rezessionsbedingt schwachen Inlandsnachfrage, der hohen Arbeitslosigkeit und der fehlenden Liquidität der Unternehmen von der weltweiten Wirtschaftskrise besonders betroffen. In den Jahren 2008-2014 ist der Privatkonsument in der drittgrößten Volkswirtschaft der Eurozone laut einer Studie von Coop um 75 Milliarden Euro gesunken. Doch seit Mitte 2015 mehren sich die Anzeichen, dass die italienische Wirtschaft langsam wieder in Schwung kommt: So berichtet etwa der Unternehmerverband „Confcommercio“ von einem Anstieg des Privatkonssums im Juli um 2,1% auf Jahresbasis sowie um 0,4% gegenüber dem Vormonat Juni, der höchste Zuwachs innerhalb der letzten 5 Jahre. Positive Entwicklungen vermeldet angesichts der aktuellen Gesetzesänderungen („Jobs Act“) auch der Arbeitsmarkt: die Zahl der unbefristeten Arbeitsverträge nahm in der ersten Hälfte des Jahres 2015 zu, das Sozialversicherungsinstitut INPS berichtet von einer Steigerung um 35,4%. Ein kleiner Hoffnungsschimmer nicht nur für Regierungschef Matteo Renzi, der die Wirtschaft nach drei Jahren Rezession mit verschiedenen Reformen zur Sanierung des Staatshaushaltes wieder fit machen will. Auch die OECD erhöhte bereits ihre Wachstumsprognose 2015 für Italien auf 0,7%, 2016 soll das Wirtschaftswachstum sogar auf 1,3% ansteigen.

Intensive Handelsbeziehungen mit Norditalien. Italien ist nach Deutschland Österreichs zweitwichtigster Handelspartner – sowohl export- als auch importseitig. Im Jahr 2014 machte das bilaterale Handelsvolumen über 16 Milliarden Euro aus. Davon entfielen 8,22 Milliarden Euro auf österreichische Warenexporte nach Italien und 7,99 Milliarden Euro auf Importe aus Italien. „Die Intensität der Handelsbeziehungen ist mit den Regionen Norditaliens besonders hoch. Rund 85% des Warenaustausches erfolgt mit den sechs wirtschaftlich starken norditalienischen Regionen Lombardei, Venetien, Trentino-Südtirol, Emilia Romagna, Piemont und Friaul-Julisch Venetien. Auch der Großteil der rund 330 Tochterunternehmen österreichischer Firmen in Italien befindet sich in Norditalien“, berichtet Michael Berger, österreichischer Wirtschaftsdelegierter in Mailand. Dennoch bieten auch die Regionen in Mittel- und Südalien

COMMERCIO ESTERO BILATERALE TRA AUSTRIA E ITALIA

Con un volume di scambi di 16,2 miliardi di euro, anche nel 2014 l'Italia è stata il secondo partner commerciale dell'Austria sia in termini di importazioni che di esportazioni. L'ottimo posizionamento dopo la Germania (86,9 miliardi di euro), prima della Svizzera (13,2 miliardi di euro) e degli USA (11,4 miliardi di Euro) è stato difeso egregiamente malgrado la situazione economica alquanto turbolenta in Italia.

A causa degli effetti della recessione, con una scarsa domanda interna, una forte disoccupazione e la mancanza di liquidità delle aziende, l'Italia continua a essere colpita in modo particolare dalla crisi economica mondiale. Secondo uno studio di Coop, il consumo privato nella terza potenza economica dell'Eurozona è calato di 75 miliardi di euro negli anni 2008-2014. Tuttavia dalla metà del 2015 sono in aumento i segni di una lenta ripresa dell'economia italiana: l'associazione commercianti "Confcommercio" parla di un incremento del consumo privato del 2,1% in luglio su base annuale e dello 0,4% rispetto al mese precedente di giugno, quindi la crescita più alta negli ultimi 5 anni. Segni di andamento positivo arrivano anche dal mercato del lavoro a seguito delle recenti modifiche di legge ("Jobs Act"): nella prima metà del 2015 è aumentato il numero dei contratti di lavoro a tempo indeterminato, l'Istituto di Previdenza Sociale INPS rileva un aumento del 35,4%. Un piccolo barlume di speranza non solo per il capo del governo Matteo Renzi, che, dopo tre anni di recessione, con diverse riforme mirate a risanare il bilancio dello Stato cerca di rimettere in sesto l'economia italiana. Anche l'OECD ha aumentato già a 0,7% la sua previsione di crescita 2015 per l'Italia, nel 2016 la crescita economica dovrebbe salire addirittura all'1,3%.

Intensi rapporti commerciali con il Nord Italia. Dopo la Germania, l'Italia è il secondo partner commerciale dell'Austria, sia in termini di importazioni che di esportazioni. Nel 2014 il volume degli scambi commerciali bilaterali ha superato i 16 miliardi di euro, di cui 8,22 miliardi di euro di esportazioni di prodotti austriaci in Italia e 7,99 miliardi di euro di importazioni dall'Italia. „I rapporti commerciali sono



für österreichische Produkte und Dienstleistungen einen interessanten Absatzmarkt. Zu den wichtigsten Exporten „Made in Austria“ gehören Maschinenbauerzeugnisse und Fahrzeuge, Holz und Holzwaren sowie Lebensmittel. Die Gruppe der Einfuhrgüter aus Italien wird zu fast einem Drittel von Maschinenbauerzeugnissen und Fahrzeugen dominiert. Das traditionelle Markenzeichen „Made in Italy“ bleibt beim Import von Nahrungsmitteln, Kleidung und Schuhen weiterhin unangefochtener Spatenreiter in Sachen Qualität. Dass Österreich als interessanter Wirtschaftsstandort bei Italienern zunehmend beliebter wird, beweist der neue Rekord von 43 Ansiedlungen italienischer Betriebe im vergangenen Jahr. Laut der österreichischen Betriebsansiedlungsgesellschaft ABA-Invest in Austria waren das 23% mehr Unternehmen als 2013 und damit fünfmal so viele wie vor 10 Jahren. „Größere Effizienz, weniger Bürokratie sowie finanzielle Anreize zählen sicher zu den wichtigsten Faktoren, die italienische Unternehmen nach Österreich bringen“, so Berger.

Gute Chancen für österreichische Unternehmen. Italien zählt nach wie vor zu den größten Volkswirtschaften der Welt und verfügt auch bei konjunkturbedingt schwacher Nachfrage über einen kaufkräftigen Binnenmarkt mit 61 Millionen Einwohnern. Dank der geographischen Nähe, des guten heimischen Qualitätsimages und der stark differenzierten Waren- und Dienstleistungspalette bestehen nach wie vor gute Aussichten für österreichische Lieferungen, besonders in den Bereichen Umwelttechnik, Chemie, Transport und Müllverwertung, Bau und Infrastruktur, Gesundheit und Wellness, Hotelzulieferungen, IKT und Lebensmittel. Immer mehr an Bedeutung gewinnt auch der Dienstleistungsverkehr zwischen Österreich und Italien. Anders als bei den Warenlieferungen konnten die Dienstleistungsexporte österreichischer Unternehmen nach Italien 2014 um 4% zulegen und erreichten 2,54 Milliarden Euro.

molto intensi in particolare con le regioni del Nord Italia. Circa l'85% dello scambio di merci interessa le sei regioni settentrionali con l'economia più forte: Lombardia, Veneto, Trentino Alto Adige, Emilia Romagna, Piemonte e Friuli Venezia Giulia. Anche la maggior parte delle circa 330 filiali di aziende austriache in Italia è insediata nel Nord Italia”, riferisce Michael Berger, delegato commerciale austriaco a Milano. Eppure anche le regioni centro-meridionali d'Italia rappresentano un interessante mercato di sbocco per prodotti e servizi austriaci. Tra le principali esportazioni „Made in Austria” rientrano le forniture di macchinari, impianti e veicoli, legname e articoli in legno nonché generi alimentari. Nelle importazioni dall'Italia predominano macchinari, impianti e veicoli, che hanno raggiunto quasi un terzo del totale. Il tradizionale marchio “Made in Italy” continua a essere un indiscusso cavallo di battaglia in fatto di qualità nell'import di generi alimentari, calzature e abbigliamento. Che l'Austria sia sempre più preferita dagli italiani come interessante sede di attività commerciali è dimostrato dal nuovo record raggiunto lo scorso anno, con 43 insediamenti di aziende italiane. Secondo l'ABA Invest, società austriaca per la promozione degli insediamenti aziendali in Austria, è stato registrato il 23% di aziende in più rispetto al 2013, quindi il quintuplo rispetto a 10 anni fa. “Maggior efficienza, meno burocrazia e incentivi finanziari sono tra i principali fattori che spingono le aziende italiane a venire in Austria”, afferma Berger.

Buone opportunità per le aziende austriache. L'Italia continua a essere una delle più grandi potenze economiche del mondo e, anche con una scarsa domanda dovuta alla congiuntura, può contare sul potere d'acquisto di un mercato interno con 61 milioni di abitanti. Grazie alla vicinanza geografica, all'immagine positiva della qualità nazionale e alla gamma di prodotti e servizi ampiamente differenziata persistono buone prospettive per le forniture austriache, in particolare nei settori tecnologia ambientale, chimica, trasporto e riciclaggio di rifiuti, edilizia e infrastrutture, sanità e benessere, forniture alberghiere, TIC e prodotti alimentari. Lo scambio di servizi

Umgekehrt wurden Dienstleistungen im Wert von 2,08 Milliarden Euro (+1,5%) aus Italien importiert. Damit hat Österreich im Dienstleistungsverkehr ebenfalls einen Bilanzüberschuss erzielt. In beiden Richtungen sind die Transportleistungen und der Reiseverkehr besonders wichtige Quellen. Was den letzten Punkt betrifft, kann sich Italien auf seine traditionelle Stärke als beliebte Urlaubsdestination weiterhin verlassen: Der Umsatz im Tourismus machte im Jahr 2014 stolze 163 Milliarden Euro aus – das ist immerhin ein Zehntel des italienischen BIP. Aber auch der Rückenwind der erfolgreichen EXPO 2015 in Mailand wird den bilateralen Wirtschaftsbeziehungen zusätzlichen Schwung verleihen. Somit besteht eine hohe Wahrscheinlichkeit, dass sich der positive Trend der Dienstleistungsexporte in beide Richtungen fortsetzen wird. ●

tra Austria e Italia acquisisce sempre maggiore importanza. A differenza delle forniture di merci, le esportazioni di servizi di aziende austriache verso l'Italia sono aumentate del 4%, attestandosi su 2,54 miliardi di euro. Viceversa dall'Italia sono stati importati servizi per 2,08 miliardi di euro (+1,5%), per cui nello scambio di servizi l'Austria ha conseguito un'eccedenza di bilancio. In entrambe le direzioni i servizi di trasporti e il turismo sono fonti di particolare rilievo. Per quanto concerne il turismo l'Italia potrà continuare a contare sulla sua consueta forza come meta preferita per le vacanze. Nel 2014 il volume d'affari nel turismo ha raggiunto la considerevole cifra di 163 miliardi di euro, pari a un decimo del PIL italiano, e ora anche il vento in poppa dell'EXPO 2015 di Milano darà maggior slancio ai rapporti economici bilaterali. È quindi molto probabile che il trend positivo delle esportazioni di servizi continuerà in entrambe le direzioni. ●

MADE IN AUSTRIA

Erfolgsbeispiele österreichischer Unternehmen in Italien // Esempi eccellenti di aziende austriache in Italia

- Die **Hasslacher-Gruppe** aus Kärnten zählte bei der großen Weltausstellung EXPO 2015 in Mailand zu einem der wichtigsten Holzlieferanten für die zahlreichen Holzbauten auf dem EXPO-Gelände.
- Das Unternehmen **Swarco** aus Tirol verhalf Verona dazu, eine „Smart City“ zu werden. Dank intelligenter Verkehrstechnologie kann nun die städtische Verkehrsinfrastruktur direkt mit den Fahrzeugen kommunizieren.
- Die Firma **Zumtobel** aus Vorarlberg lieferte substanziale Lichtteile für die Bauten im neuen Mailänder Stadtviertel „City Life“ sowie große Teile des Lichtkonzepts für das neue Mailänder Domuseum.
- Ein Baukonsortium rund um die **Strabag AG** erhielt den Zuschlag für das Hauptbaulos Tulfes-Pfons des Brennerbasistunnels.
- Il gruppo **Hasslacher** in Carinzia è stato uno dei principali fornitori di legno della grande esposizione mondiale EXPO 2015 di Milano per le numerose costruzioni in legno presenti nell'area espositiva.
- L'azienda **Swarco** del Tirolo ha contribuito a trasformare Verona in una „Smart City“. Grazie a una tecnologia dei trasporti intelligenti, le infrastrutture della mobilità cittadina possono dialogare direttamente con gli autoveicoli.
- La ditta **Zumtobel** di Vorarlberg ha fornito parti sostanziali delle luci per le costruzioni nel nuovo quartiere milanese „City Life“ e grandi componenti del sistema d'illuminazione del nuovo Museo del Duomo milanese.
- Un consorzio edile riunito intorno a **Strabag AG** si è aggiudicato l'appalto per il lotto principale Tulfes-Pfons della Galleria di Base del Brennero.





Mag. Andreas Maitzen
FALCON Partner / FALCON Socio



Mag. Andreas Maitzen
Partner
Socio

INTERVIEW MIT // INTERVISTA CON ANDREAS MAITZEN

In welchen Geschäftsfeldern und in welchen Ländern ist die FALCON Group derzeit aktiv tätig?

Wir sind in Wien, Budapest, Prag und Bratislava seit 2002 zu Hause. Wir helfen italienischen Unternehmen, internationalen Tochtergesellschaften oder auch Freiberuflern beim Markteintritt in Österreich.

Welche Rolle spielt eine grenzen- und branchen-übergreifende Vernetzung für Ihr Unternehmen bzw. für die Kundenakquisition?

Internationale Beratung bedeutet Kommunikation und Vernetzung: Zusammen mit unseren Kunden erarbeiten wir mit ausländischen Kollegen und Profis aus anderen Branchen wie z.B. Rechtsanwälten an einer Lösung aus einer Hand. Damit wir dies weltweit umsetzen können, sind wir heuer TGS Global beigetreten.

Welches interne Qualitätsmanagement braucht es heute zur Aufrechterhaltung einer stabilen und nachhaltigen Kundenbeziehung?

Ihr Berater soll mehr bringen als er Sie kostet? Verständliche Antworten auf klare Fragen, Planbarkeit der Kosten, Risikoabschätzung und Rechtssicherheit im 4-Augen-Prinzip sind für uns Voraussetzung einer nachhaltigen Kundenbeziehung. ●

In quali campi e in quali paesi è attiva la FALCON Group?

Dal 2002 siamo presenti a Vienna, Budapest, Praga e Bratislava. Aiutiamo aziende italiane come la Sua, filiali estere o liberi professionisti ad insediarsi sul mercato austriaco.

Quanto è importante interfacciarsi con professionisti di altri settori e paesi nell'acquisizione di nuovi clienti?

Consulenza internazionale è sinonimo di comunicazione e collaborazione e scambio con altri professionisti. Con i nostri clienti, elaboriamo soluzioni personalizzate, con il supporto di colleghi esteri e specialisti di altri settori (ad es. avvocati) offrendo soluzioni chiavi-in-mano. Per una migliore realizzazione dei progetti a livello internazionale, da quest'anno ci siamo affiliati alla rete TGS Global.

Che tipo di gestione di qualità interna è necessaria per una relazione stabile e duratura con il cliente?

Il consulente deve portare le più vantaggi che costi? Risposte inequivocabili a domande chiare, costi pianificabili, valutazione dei rischi d'impresa ed interpretazione univoca del diritto grazie al principio del doppio controllo interno sono condizioni necessarie e sufficienti per una relazione stabile e duratura con ciascun cliente. ●

SIE WOLLEN MIT IHREM UNTERNEHMEN IN ÖSTERREICH FUSS FASSEN und suchen jemanden, der Sie bei diesem Prozess in allen steuerlichen und rechtlichen Fragen begleitet und Sie sich somit auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren können? FALCON bietet seinen Kunden Lösungen aus einer Hand in italienischer Sprache. Wir unterstützen Sie bei der Unternehmensgründung, stellen Kontakte zu italienisch sprechenden Anwälten sowie Banken her und erledigen Ihre Buchhaltung und Steuererklärungen. Wir verstehen uns als Generalisten, mit unseren besonderen Spezialgebieten. Für Fachbereiche, die wir nicht mit unserem Team abdecken und für Fachwissen aus anderen Branchen kaufen wir Spezial-Know-how zu und übergeben dem Kunden abgestimmte Lösungspakete.

FALCON Group

Wien Budapest Bratislava Praha
seit // dal 2002

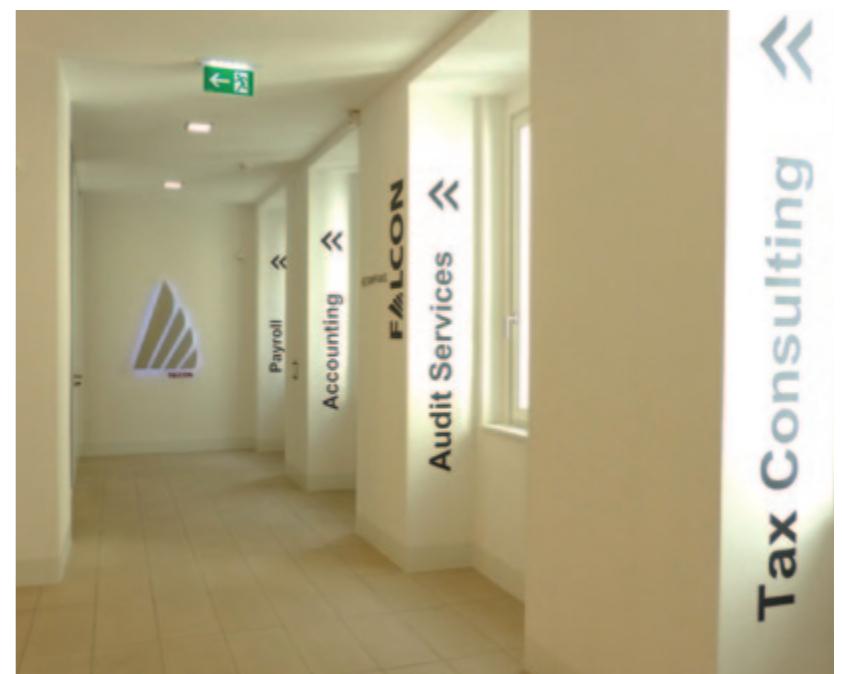
- Steuerberatung // Consulenza fiscale
 - Rechnungswesen // Contabilità
 - Lohnverrechnung // Busta paga
 - Wirtschaftsprüfung // Revisione
- office@fal-con.eu
Tel +43-1-503 74 47-0
Fax +43-1-503 74 47-399

www.fal-con.eu



Lo studio FALCON HOLDING GmbH Steuerberatungsgesellschaft è membro indipendente della tgs global network limited una rete mondiale di società di revisione contabile e di consulenza indipendenti. FALCON HOLDING GmbH Steuerberatungsgesellschaft ist ein unabhängiges Mitglied von tgs global network limited, einem weltweiten Netzwerk unabhängiger Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaften.

LÖSUNG AUS EINER HAND SERVIZIO FISCALE COMPLETO CHIAVI-IN MANO



CIAO AUSTRIA



ITALIENER LIEBEN NATUR, KULTUR UND GASTFREUNDSCHAFT

Italienische Gäste zieht es in ihrer Freizeit jetzt wieder verstärkt nach Österreich. Neben ihrer Vorliebe für Kultur- und Städtereisen genießen unsere südlichen Nachbarn zunehmend auch erholsame Naturerlebnisse in den Bergen und die Gastfreundlichkeit der Österreicher.

Italien war mit über 1 Million Ankünften und rund 2,8 Millionen Nächtigungen im Jahr 2014 der viertwichtigste ausländische Herkunftsmarkt für Österreich. Und auch die bislang vorliegenden Ergebnisse für 2015 (Jänner bis Mai) lassen mit einem Plus von 4% die heimischen Tourismusverantwortlichen optimistisch in die Zukunft blicken.

„Laut Wirtschaftszeitung „Il sole 24 Ore“ befindet sich Österreich heuer wieder unter den Top 10 der touristischen Lieblingsdestinationen der Italiener, nämlich an 6. Stelle“, freut sich Michael Strasser, der bei der Österreich-Werbung (ÖW) den italienischen Markt betreut. Er hofft, dass sich neben dem derzeit leicht spürbaren Wirtschaftsaufschwung in unserem Nachbarland auch der erfolgreiche Österreich-Auftritt im Rahmen der EXPO 2015 in Mailand touristisch nachhaltig auswirken wird. Was für viele italienischen Gäste während ihres Aufenthaltes in Österreich zum Pflichtprogramm gehört, erklärt Strasser so: „Sie bilden sich gerne im Rahmen von Stadt-

CIAO AUSTRIA – I TURISTI ITALIANI AMANO NATURA, CULTURA E OSPITALITÀ.

I turisti italiani sono di nuovo fortemente attratti dall’Austria per le loro vacanze. Oltre a prediligere i viaggi culturali e nelle grandi città, i nostri vicini meridionali apprezzano sempre più anche i momenti di relax nella natura in montagna e l’ospitalità degli austriaci.

Con più di 1 milione di arrivi e circa 2,8 milioni di pernottamenti, nel 2014 l’Italia è stata il quarto mercato per le presenze straniere in Austria. Anche i risultati del 2015 finora (da gennaio a marzo) disponibili, con un incremento del 4%, permettono ai responsabili del turismo nazionale di guardare al futuro con ottimismo. “Secondo il quotidiano economico e finanziario „Il Sole 24 Ore“, l’Austria è tornata a essere tra le Top 10 delle destinazioni turistiche preferite dagli italiani, precisamente è al 6°



führungen weiter und haben ein Faible für historische Sehenswürdigkeiten. Dabei beschränken sie sich jedoch nicht nur auf Kunst- und Kulturangebote wie Museen, Ausstellungen, Theater und Festivals. Für Italiener mindestens genauso wichtig sind das Kennenlernen von Tradition und Brauchtum, kulinarischen Spezialitäten sowie die Begegnung mit den Einheimischen und der Mentalität unseres Landes.“

Neuer Trend: Entspannen und Erholen in der Natur. Mit gebündelten Marketingaktivitäten will die ÖW deshalb auf dem heiß umkämpften Tourismusmarkt gemeinsam mit ihren österreichischen Partnern noch mehr Bewohner der Apenninen-Halbinsel als Gäste gewinnen. Denn die als klassische Kulturfans bekannten Italiener signalisieren jetzt auch zunehmend Interesse an einem aktiven Erholungsurlaub in den Bergen und den daraus resultierenden positiven Auswirkungen auf ihr Wohlbefinden. So wünschen sich laut einer aktuellen Umfrage sieben von zehn Italienern im Einklang mit der Natur zu leben und diese als Kulisse für gemeinsame Aktivitäten mit Freunden, Partnern und Kindern zu nutzen.

„Vor allem Österreichs Vielzahl an geschützten Naturräumen sowie die Fülle an entsprechenden Angeboten begeistern die Italiener“, erläutert Strasser. Neben dem schönen Landschaftsbild werden aber auch Ruhe, Entschleunigungsmöglichkeit sowie die Gastfreundlichkeit der Österreicher über alle Maßen geschätzt. ●

DER ITALIENISCHE GAST // IL TURISTA ITALIANO

- **55% der Gäste sind zwischen 30 und 49 Jahre alt.** 76% der Österreich-Urauber haben einen höheren Bildungsabschluss (Matura, Uni). 34% der Gäste sind selbstständig oder in leitenden Funktionen tätig. Der Stammgästeanteil liegt bei 38%, der Anteil an Intervallgästen (alle paar Jahre) beträgt 38%.

- **Die Mehrheit der Gäste stammt aus dem Norden Italiens:** Lombardei, Friaul-Venetien und Trentino-Südtirol, aus dem Ballungsraum Rom und vereinzelt aus der Emilia Romagna. Über 90% sind Individualtouristen, die als Paare (40%) oder mit der Familie (34 %) mehrheitlich im Sommer nach Österreich kommen.

- **Tirol, Wien und Kärnten zählten im Vorjahr zu den beliebtesten Urlaubs-Destinationen** der südlichen Nachbarn. Mit vergleichsweise hohen Tagesausgaben (158€) liegen die Italiener im Spitzensfeld der ausgabefreudigen Gäste. Über 41% nächtigen in der 5 und 4-Sterne-Hotellerie, gefolgt von der 3 Sterne-Hotellerie (ca. 27%).

- **In der Regel erfolgt die Reiseentscheidung 2 bis 4 Monate vor Abreise,** wobei der Trend zu kurzfristigeren Buchungen leicht zurückgeht. Gründe für die Destinationsentscheidung Österreich sind vor allem die schöne Landschaft/Natur, die Berge, gefolgt von der Ruhe und der Gastfreundschaft.

- **Über 70% aller italienischen Gäste reisen mit dem eigenen PKW nach Österreich an.** Der Rest verteilt sich auf Bahn- und Flugreisen, sowie Wohnwagen/-mobil.

posto”, si compiace Michael Strasser, che in Austria Turismo segue il mercato italiano ed è fiducioso che oltre alla ripresa economica, della quale si intravedono i primi segni nel Paese dei nostri vicini, a livello turistico si continueranno a sentire anche gli effetti positivi dell’efficace presenza dell’Austria all’EXPO 2015 di Milano. Strasser descrive le tappe obbligate del soggiorno in Austria di molti turisti italiani: “Amano aggiornarsi partecipando a visite guidate e hanno un debole per i monumenti d’importanza storica ma non si limitano solo alle offerte di arte e cultura, ad es. musei, mostre, teatro e festival. Per gli italiani è molto importante anche conoscere le tradizioni, le usanze e le specialità gastronomiche, incontrare la gente del posto e capire la mentalità del nostro Paese.”

Il nuovo trend: riposo e relax nella natura. Con iniziative di marketing congiunte nel contestissimo mercato del turismo, Austria Turismo insieme ai partner austriaci mira ad acquisire ancora più turisti provenienti dalla penisola appenninica. Gli italiani infatti, noti per la loro passione per la cultura, cominciano a manifestare un crescente interesse per una vacanza attiva in montagna e per i conseguenti effetti positivi sul loro benessere. Secondo un recente sondaggio, sette italiani su dieci desiderano vivere in sintonia con la natura e sfruttarla come cornice per le attività da praticare insieme ad amici, partner e figli. “Gli italiani sono entusiasti principalmente dell’infinità di luoghi con natura protetta e dell’abbondanza di offerte in Austria”, spiega Strasser. Oltre al bel paesaggio apprezzano molto anche la quiete, la possibilità di rallentare i ritmi e l’ospitalità degli austriaci. ●



UNSERE VIER THERMALBECKEN UND DIE SAUNAWELT

bieten Ihnen eine unberührte Oase der Entspannung. Die beliebte **Fango-Thermal-Badekur** eignet sich für jedes Alter und unterstützt die effiziente Behandlung von vielen körperlichen Symptomen, wie Gelenkschmerzen, Schmerzen des Bewegungsapparates und der Muskeln.

La Maison B.B. ist unser 360° Schmuckkästchen des Wohlbefindens. Hier erleben Sie die ganze Erfahrung aus zwanzig Jahren leidenschaftlicher Praxis: Mit entspannenden Massagen und ganzheitlichen Behandlungen westlicher oder asiatischer Prägung. Dazu bringen wir Ihren Body mit unseren Fitnessprogrammen in Form – das steigert Ihr Wohlbefinden und die Harmonie von Körper und Geist.

In unserem Haus wird auch leidenschaftlich gerne Golf gespielt. Wir haben Verträge mit drei Golfplätzen in unmittelbarer Umgebung (alle innerhalb von zehn Minuten mit dem Auto erreichbar), die Ihnen Ermäßigungen auf die Greenfee-Gebühr bieten.

Im Hotel Bristol Buja gilt der Spruch „mens sana in corpore sano“ nicht nur für das physische Wohlbefinden, sondern vor allem auch für die Kulinarik.

Genießen Sie z.B. das Menü B.Well, ein gesundes und ernährungsbe-wusstes Angebot das alle Ihre Sinne garantiert begeistern wird.

Im Hotel Bristol Buja wird eine Übernachtung (Doppelzimmer Basic mit Halbpension) schon ab € 100,- pro Person angeboten. Sie können aus insgesamt fünf Zimmerkategorien wählen, gerne erstellen wir für Sie ein persönliches Angebot: info@bristolbuja.it.

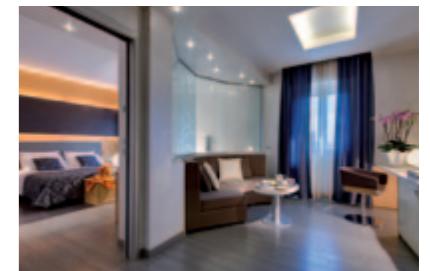
HOTEL BRISTOL BUJA

Via Monteortone, 2
35031 ABANO TERME
Tel. +39 498669390
Fax +39 049667910
info@bristolbuja.it

www.bristolbuja.it

Quelle // Fonte: Österreich-Werbung // Austria Turismo

**WILLKOMMEN ZU HAUSE,
WILLKOMMEN IM HOTEL BRISTOL BUJA**
**BENVENUTI A CASA,
BENVENUTI ALL’HOTEL BRISTOL BUJA**



FERRARI & VESPA



STOLZE BOTSCAFTER DES ITALIENISCHEN DESIGNS

Eleganz, Einzigartigkeit und Tradition kennzeichnen auch das unvergleichliche Design der italienischen Sportwagen und legendären Zweirad-Klassiker, die das Konzept der individuellen Mobilität buchstäblich verändert haben.

Emilia Romagna ist das Land der Motoren, denn hier erblickte der rote Mythos Ferrari als Inbegriff des italienischen Sportwagens das Licht der Welt. Ende der 20er Jahre gründete der 1898 in Modena geborene Enzo Ferrari – ein gelernter Schlosser und erfolgreicher Autorennfahrer – seinen eigenen Rennstall und nannte ihn fortan Scuderia Ferrari. Sein weltberühmtes Markenzeichen, ein sich aufbäumendes schwarzes Pferd auf gelbem Grund, ist bis heute beinahe unverändert geblieben. 1940 gab Enzo Ferrari seinem Unternehmen den Namen „Auto Avio Costruzioni Ferrari“ und zog drei Jahre später von Modena nach Maranello um. Hier konstruierte er 1946 den ersten eigenen Rennwagen, einen Ferrari 125 C Sport und in der Folge auch exklusive Straßenfahrzeuge, die durch ihr außergewöhnliches Design schnell zum begehrten Objekt für betuchte Kunden wurden. Um der steigenden Nachfrage gerecht zu werden, verkaufte Enzo Ferrari 1969 die Hälfte seines Unternehmens an die Fiat-Gruppe. 1988 wurde deren Anteil auf 90% erhöht. Die restlichen 10% gehören bis heute Enzos Sohn Piero Ferrari. Als Enzo Ferrari 1988 starb, erlebte die Marke einen neuen Aufschwung und auch die Erfolge in der Formel 1 führten zu einem regelrechten Boom. Inzwischen gehört Ferrari zu den gewinnbringenden Automobilherstellern des Luxussegments. Pro Jahr werden in Maranello etwa 7.000 Fahrzeuge gefertigt. Die aktuellen Ferrari-Modelle sind der F12 Berlinetta, der 4-Sitzer FF, der 458 Italia, 458 Speciale und 458 Spider,

FIERI AMBASCIATORI DEL DESIGN ITALIANO

Eleganza, unicità e tradizione contraddistinguono anche l'ineguagliabile design delle auto sportive italiane e dei leggendari motocicli classici, che hanno letteralmente trasformato il concetto di mobilità individuale.

L'Emilia Romagna è il regno dei motori ed è proprio qui, infatti, che il mito della rossa Ferrari ha visto la luce come quintessenza dell'auto sportiva italiana. Enzo Ferrari, figlio di carpentiere e provetto pilota automobilistico nato a Modena nel 1898, alla fine degli Anni '20 diede vita alla propria scuderia di auto da corsa che prese il nome poi di Scuderia Ferrari. Il suo marchio famoso in tutto il mondo, il cavallino rampante nero in campo giallo, è ancora praticamente uguale. Nel 1940 Enzo Ferrari diede alla sua azienda il nome di "Auto Avio Costruzioni Ferrari" e tre anni dopo si spostò da Modena a Maranello. Qui, nel 1946, costruì la prima auto da corsa propria, una Ferrari 125 C Sport, e in seguito anche vetture esclusive da strada che grazie allo straordinario design divennero in breve oggetti molto ambiti da una clientela facoltosa. Nel 1969, per soddisfare la crescente domanda Enzo Ferrari vendette la metà della propria azienda al Gruppo Fiat, la cui quota nel 1988 salì al 90%. Il restante 10% appartiene tutto oggi a Piero Ferrari, figlio di Enzo. Alla morte di Enzo Ferrari avvenuta nel 1988 il marchio ha



der California T sowie die limitierten Modelle 458 Speciale A und La Ferrari. Hauptabsatzmarkt für Ferrari ist die USA, gefolgt von China. In Europa werden die meisten Fahrzeuge nach Großbritannien verkauft. Seit Ende 2010 gibt es in Abu Dhabi sogar einen eigenen Themenpark – die Ferrari World – in dem sich alles um die faszinierende italienische Sportwagenmarke dreht.

Ein Kult-Motorroller aus Italien erobert die Welt. Auch die Vespa (ital. „Wespe“) verkörpert seit nunmehr fast 70 Jahren als legendäre Ikone des „Dolce Vita“ den italienischen Traum von individueller Freiheit und des puren italienischen Designs. Der ehemalige Kriegsflugzeugproduzent Piaggio Air überlegte nach dem Krieg, wie man die freigewordenen Ressourcen nutzen könnte. Was die Menschen, die unter den Entbehrungen des Krieges zu leiden hatten, vor allem brauchten, war ein preiswertes Transportmittel, dem das Fahren auf beschädigten Straßen nichts ausmachte.

So entstand ein geniales wie einfaches Zweiradkonzept, das von Enrico Piaggio und dem Luftfahrtkonstrukteur Corradino D’Ascanio gemeinsam entwickelt wurde. Nachdem der Name Vespa 1946 zum Patent angemeldet worden war, startete die Erstproduktion mit 15 Vespas, 1949 waren es schon 35.000 und bis heute sind es über 16 Millionen Stück. Mit der Kupplung-Drehschaltung am Lenker, dem über dem Hinterrad angebrachten Direktantriebmotor, der an das Fahrwerk eines Flugzeugs erinnernden Gabel, dem Gepäckträger, dem Reserverad und vielen anderen Details ist die Ur-Vespa von 1946 bis heute nahezu unverändert geblieben. Es gab lediglich modische Angleichungen der Karosserie.

Der feminine Touch war beim Design des populären Zweirades übrigens durchaus gewollt. Es war der erste Roller, der sich wie ein Damenfahrrad besteigen ließ und kam deshalb auch bei der Frauenwelt besonders gut an. Aufgrund der vielen Vespafans gibt es heute unzählige Vespaclubs rund um den Erdball. Die ersten davon wurden bereits Ende der 1940er Jahre gegründet. Da braucht sich niemand wundern, dass dieser außergewöhnliche Kultroller sogar im Museum für Moderne Kunst in New York einen Ehrenplatz erhalten hat. ●



avuto una rinascita e ha vissuto un boom in piena regola grazie anche i successi in formula 1. Da allora la Ferrari è una delle case automobilistiche più redditizie della fascia di lusso. Ogni anno nella fabbrica di Maranello vengono prodotte circa 7.000 vetture. Gli ultimi modelli della Ferrari sono la F12 Berlinetta, la FF quattro posti, la 458 Italia, 458 Speciale e 458 Spider, la California T e le serie limitate 458 Speciale A e LaFerrari. Il principale mercato di sbocco del prestigioso brand automobilistico è quello degli USA, seguito dalla Cina. In Europa la maggior parte delle vetture viene venduta in Gran Bretagna. Dalla fine del 2010 è stato realizzato ad Abu Dhabi addirittura un proprio parco tematico – Ferrari World – nel quale tutto ruota intorno all'affascinante marchio italiano di auto sportive.

Uno scooter cult italiano conquista il mondo. Anche la Vespa, leggendaria icona della “Dolce Vita”, da ormai quasi 70 anni rappresenta il sogno italiano della libertà individuale e del puro design italiano. Dopo la guerra, l'ex produttore di aerei bellici Piaggio Air ha cercato di capire come si potessero sfruttare le risorse che si erano liberate. Ciò di cui la gente soffriva a causa delle privazioni della guerra aveva principalmente bisogno era un mezzo di trasporto di qualità, che potesse marciare su strade sconnesse senza danneggiarsi. Nacque così un concetto di motociclo, geniale quanto semplice, creato da Enrico Piaggio insieme al costruttore aeronautico Corradino D’Ascanio. Dopo che nel 1946 fu depositata la domanda di brevetto per il nome Vespa ebbe inizio la prima produzione di 15 scooter Vespa, che nel 1949 erano già 35.000 e oggi sono più di 16 milioni di pezzi. Con cambio e frizione sul manubrio, il motore a trazione diretta montato sulla ruota posteriore, la forcella che ricorda il carrello degli aerei, il portapacchi, la ruota di scorta e tanti altri dettagli la Vespa originale del 1946 è rimasta quasi invariata fino ai nostri giorni. Solo la carrozzeria ha subito qualche piccola modifica per essere al passo con la moda. Il tocco femminile nel design del popolare scooter era del tutto voluto. Era il primo motociclo che poteva essere cavalcato come una bici da donna e per questo guadagnò ampi consensi anche nel mondo femminile. I tanti fan della Vespa hanno fondato innumerevoli Vespa Club in tutto il mondo, i primi dei quali sono nati già verso la fine degli Anni ‘40. Non c’è da meravigliarsi che a questo straordinario scooter cult sia riservato addirittura un posto d’onore nel Museo d’Arte Moderna di New York. ●



Josef Faber
CEO Faber GmbH

SEIT 1964 SORGT DIE FABER GMBH ALS PIAGGIO-GENERAL-IMPORTEUR FÜR ITALIENISCHES LEBENSGEFÜHL IN ÖSTERREICH.

In diesem Jahr legte Josef Faber sen. die Basis für eine Erfolgsgeschichte in den Handelsbeziehungen zwischen Österreich und Italien. Die Traditionsmarken Vespa, Piaggio und Moto Guzzi sowie die Faszination für Zweiräder ist geblieben – kein anderes Verkehrsmittel schenkt uns mehr Freiheit und Individualität. Heute leitet Josef Faber das Familienunternehmen in zweiter Generation und bedient als Zweirad-Marktführer mit 60 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern über 170 Vertriebspartner. Der engen Verbundenheit zu Italien wurde 2015 durch die Verleihung des „Ordine della stella d’Italia“ an Josef Faber auch offiziell Ausdruck verliehen – die höchste Ehre, die ein Nicht-Italiener von Italien erhalten kann.

Die FABER GmbH

sorgt mit den Marken Vespa, Piaggio, Moto Guzzi, Derbi, Scarabeo und Gilera für italienisches Flair auf Österreichs Straßen. Mit der Traditionsmarke PUCH ist das Unternehmen auch am Fahrradmarkt aktiv.

Con i marchi Vespa, Piaggio, Moto Guzzi, Derbi, Scarabeo e Gilera, Faber GmbH garantisce lo stile italiano sulle strade austriache. Attraverso il marchio storico PUCH l’azienda è attiva anche sul mercato delle biciclette.

Weitere Infos auf /Per maggiori informazioni consultare il sito www.faber.at

faber
FASZINATION ZWEIRAD.

FASZINATION ZWEIRAD AUF ÖSTERREICHS STRASSEN

FASCINO DELLE DUE RUOTE SULLE STRADE AUSTRIACHE





ESSEN & TRINKEN MANGIARE & BERE

MAHLZEIT UND PROST – WILLKOMMEN IM LAND DES GUTEN GESCHMACKS!

Die vielfältigen kulinarischen Genüsse des Bel Paese bestimmen seit jeher das Bild und den Charakter Italiens. Die exzellente Qualität der Weine, des Öls, des Fleisches, des Kaffees sowie die gekonnte Zubereitung der Speisen nach alten traditionellen Rezepten sind Synonym des italienischen Lifestyles.

Beim Geruch von italienischen Aromen, Gewürzen und Düften in der Nase könnte man doch glatt meinen, in einem Schlaraffenland gelandet zu sein: Eine faszinierende Welt des guten Geschmacks, die Gaumen, Auge und Herz erfreut und in der alles im Überfluss vorhanden scheint. Fast so wie in diesem sagenumwobenen Märchenland, wo in den Flüssen Milch, Honig und Wein fließen, alle Tiere bereits als Würste mundfertig durch die Luft fliegen, die Häuser aus Kuchen bestehen und statt Steinen überall Käse herumliegt. Was ist nun das Geheimnis der weltberühmten italienischen Küche? Vielleicht liegt es ja daran, dass in Italien jede einzelne Gemeinde, Provinz und Region eine unglaubliche Vielfalt unterschiedlicher Gerichte und Rezepte anzubieten hat. Oder auch daran, dass die gastronomische Kultur Italiens auf der Suche nach alten Rezepten, unverfälschten Produkten und einfachen Gerichten sich sowohl an der klassischen als auch an der innovativen Küche orientiert. Eines steht zumindest fest: Ohne Pasta, Pizza, Parmigiano Reggiano, Prosciutto aus Parma oder San Daniele, Balsamico-Essig aus Modena, ligurisches Pesto, Büffelmozzarella aus Kampanien, Trüffel aus Alba oder den vielen landestypischen Wurstspezialitäten wie Salami oder Mortadella wäre unser aller Leben ein echtes kulinarisches „Jammertal“. Aber auch die enorme Vielfalt italienischer Weine, von denen über 300 Rebsorten im mediterranen Klima zur Spitzengüte reifen, machen eine Verkostung in ihrer natürlichen

BUON APPETITO E SALUTE – BENVENUTI NEL PAESE DEL BUON GUSTO!

Le svariate delizie gastronomiche del Bel Paese caratterizzano da sempre l'immagine e il carattere dell'Italia. L'eccellente qualità dei vini, dell'olio, della carne, del caffè e l'abile preparazione delle pietanze secondo antiche ricette tradizionali sono sinonimo dello stile di vita italiano.

Sentendo il profumo di aromi, spezie ed essenze italiane si fa presto a pensare di essere atterrati nel Paese di Cuccagna: un mondo affascinante del Buon Gusto, una vera e propria gioia per il palato, per gli occhi e per il cuore, nel quale tutto sembra nuotare nell'abbondanza. Quasi proprio come nel leggendario paese della favola, nel quale scorrono fiumi di latte, miele e vino, tutti gli animali volano per aria già trasformati in insaccati pronti per essere mangiati, le case sono dolciumi e tutt'intorno sono circondate da formaggio al posto delle pietre. Qual è quindi il segreto della cucina italiana famosa in tutto il mondo? Forse il fatto che in Italia ogni singolo comune, ogni provincia e regione può offrire un'incredibile molteplicità di pietanze e ricette diverse. Oppure anche che la cultura gastronomica dell'Italia, alla ricerca di vecchie ricette, di prodotti non sofisticati e di pietanze semplici, segue sia i dettami della cucina classica che di quella innovativa. Una cosa almeno è certa: senza pasta, pizza, Parmigiano Reggiano, prosciutto di Parma o San Daniele, aceto balsamico di Modena, pesto li-



MAKE YOUR EVENT SHINE



Umgebung zu einem nachhaltigen Erlebnis. Wie wäre es zum Beispiel mit einem Glas Chianti oder Brunello di Montalcino in der Toskana, Barbera oder Barolo im Piemont, Prosecco di Valdobbiadene in Venetien, Lambrusco in der Emilia Romagna oder einem Nero d'Avola in Sizilien?

Kleine Kaffeekunde für angehende „Baristas“. Haben Sie auch gewusst, dass über den Freihafen von Triest schon seit dem 18. Jahrhundert Kaffee importiert wird? So konnten hier so bedeutende Röstereien wie Illycaffè und viele wunderschöne historische Kaffeehäuser im Stile der Wiener Sezession entstehen, darunter das Caffè degli Specchi, das Tommaseo, das Torinese und das San Marco. Wer aber in der Hauptstadt der Region Friaul Julisch Venetien einen Kaffee bestellt, kann sich auf eine durchaus „abwechslungsreiche“ Erfahrung einstellen. Denn genau wie im nicht einmal 500 Kilometer entfernten Wien gibt es dafür ein unendliches Meer an Möglichkeiten und eine Flut von verschiedenen Namen. Die traditionelle Kaffeekultur ist in Triest so tief mit der Stadt verflochten, dass diese sogar eine eigene komplizierte Sprache hervorgebracht hat. „Nero“ heißt z.B. ein Espresso in der kleinen Tasse, „Nero in B“ ein ebensolcher Espresso im Glas, „Capo“ ein Espresso mit einem Schuss Milch in einer kleinen Tasse, „Capo in B“ dasselbe im Glas, „Deca“ ein koffeinfreier Espresso in der Tasse und „Deca in B“ das gleiche im Glas. „Capo Deca“ bedeutet koffeinfreier Espresso mit einem Schuss Milch in der Tasse serviert und „Capo Deca in B“ dasselbe im Glas. „Goccia“ meint eine Variante mit einem Tupfer Milchschaum auf dem Espresso. Das gleiche System kann auf „Nero“, „Nero in B“ und die beiden Arten „Deca“ angewandt werden. „Capo in B tanta“ würde dann folgerichtig viel Milchschaum auf dem mit einem Schuss Milch gereichten Espresso bedeuten. Alles klar? ●

gure, mozzarella di bufala della Campania, tartufo d'Alba o le tante altre specialità di salumi tipici locali, come il salame o la mortadella, la vita di tutti noi sarebbe una vera "valle di lacrime" sotto l'aspetto culinario. Ma anche l'enorme varietà di vini italiani, dei quali più di 300 vitigni raggiungono la qualità eccellente maturando nel clima mediterraneo, fa sì che una degustazione nel proprio ambiente naturale diventi un evento indimenticabile. Che ne direste per esempio di assaporare un bicchiere di Chianti o di Brunello di Montalcino in Toscana, di Barbera o Barolo in Piemonte, di Prosecco di Valdobbiadene nel Veneto, di Lambrusco in Emilia Romagna o di un Nero d'Avola in Sicilia?

Piccolo corso di caffè per "baristi" in erba. Lo sapevate che già dal 18esimo secolo il caffè viene importato attraverso il porto franco di Trieste? Per questo motivo la città è piena di importanti torrefazioni come Illycaffè e di caffè storici in stile Secessione viennese, tra cui il Caffè degli Specchi, il Tommaseo, il Torinese e il San Marco. Tuttavia chi vuole ordinare un caffè nel capoluogo del Friuli Venezia Giulia deve prepararsi a un'esperienza "alternativa". Infatti, proprio come a Vienna, distante non più di 500 km, per il caffè esistono una marea di possibilità e una miriade di nomi diversi. La tradizionale cultura del caffè a Trieste è talmente intrecciata con la città da aver creato addirittura una complicata lingua propria. "Nero" significa per esempio caffè espresso in tazzina, "Nero in B" caffè espresso identico ma servito in un bicchiere di vetro, "Capo" caffè espresso macchiato con latte servito in tazzina, "Capo in B" lo stesso ma nel bicchiere, "Deca" caffè espresso decaffeinato in tazzina e "Deca in B" lo stesso ma nel bicchiere. "Capo Deca" significa espresso decaffeinato macchiato con latte servito in tazzina e "Capo Deca in B" lo stesso ma nel bicchiere. "Goccia" indica una variante con una goccia di schiuma di latte sul caffè espresso. Lo stesso sistema può essere applicato al "Nero", al "Nero in B" e ai due tipi di "Deca". "Capo in B tanta" dovrebbe indicare tanta schiuma di latte sull'espresso macchiato con latte. Tutto chiaro? ●



SOME EVENTS REFLECT LIGHT. WE MAKE YOURS SHINE ON THEIR OWN.

AIM Group hat es sich zur Aufgabe gemacht lösungsorientierte Gesamtkonzepte zu erstellen. Besonderes Augenmerk legen wir bei der Organisation einer Veranstaltung auf das Einbringen der persönlichen Note des Kunden, diese in einem einzigartigen Erlebnis zu verwirklichen, vom Event, Firmenmeeting, der Incentive-Reise bis hin zum internationalen Kongress. Lassen Sie uns gemeinsam unter und mit der Sonne der AIM Group Ihre Veranstaltung zum Strahlen bringen.

Gli eventi organizzati da AIM Group valorizzeranno sempre i vostri obiettivi coinvolgendo l'audience in modo diverso ed innovativo, offrendovi soluzioni organizzative e creative personalizzate. Dal congresso all'evento corporate, dall'incentive al meeting formativo, renderemo unica ogni vostra iniziativa. Sotto il sole di AIM Group il futuro dei vostri eventi sarà davvero luminoso.

Prague Rome Munich Brussels
Vienna Paris Florence Milan
Sofia New York Philadelphia
Madrid Budapest Berlin



AIM GROUP INTERNATIONAL
VIENNA OFFICE
t +43 1 402 77 55-0
f +43 1 402 77 31
vienna@aimgroup.eu
www.aimgroupinternational.com





INTERNATIONALES MARKENZEICHEN FÜR ITALIENISCHE PRODUKTE

WAS MACHT ECHTE ITALIENISCHE SCHUHE, MODE, FAHRRÄDER, AUTOS ODER GASTRONOMIEPRODUKTE SO EINZIGARTIG, DASS SIE VOR SCHLECHTEN KOPIEN UND NACHAHMUNGEN GESCHÜTZT WERDEN MÜSSEN?
EINE SPURENSUCHE.

Hängt das Stilgefühl von der Vielfalt der Farben in Italiens Natur ab oder werden die Südländer von den unzähligen Kunstwerken in ihrem Land inspiriert? Frei nach dem Motto: Wer schon als kleines Kind in Florenz an Michelangelo's David, der bekanntesten Skulptur der Kunstgeschichte, empor geschaut hat, muss ganz einfach später Sinn für Ästhetik entwickeln. Diesen Zusammenhang hat übrigens schon der deutsche Dichterfürst Johann Wolfgang von Goethe auf seiner berühmten Italienreise 1786 vermutet: „Der Italiener hat überhaupt ein tieferes Gefühl für die hohe Würde der Kunst als andere Nationen. Jeder, der nur irgend etwas treibt, will Künstler, Meister und Professor heißen.“ Vielleicht hat es ja auch etwas mit dem sprichwörtlichen „Fare una bella figura“ zu tun, die in ganz Italien zum fundamentalen Baustein im menschlichen Miteinander geworden ist. Speziell im Süden des Landes werden Bräute heutzutage noch immer zu wahren Prinzessinnen herausgeputzt, fahren mit ihren frisch angetrauten Märchenprinzen im geliehenen Rolls-Royce zum edlen Hochzeitstanz, wo sie von Kellner-Kolonnen mit unzähligen Köstlichkeiten versorgt werden. Der Brautvater, der für die irrsinnigen Kosten aufkommt und dafür auf Jahrzehnte Kredite bei der Bank aufgenommen hat, muss eine gute Figur abgeben – ob er nun will oder nicht.

Ein Garant für italienische Qualität. Wie auch immer: „Made in Italy“ ist heute längst zum internationalen Markenzeichen italienischer Produkte mutiert, das ihre Herkunft und Authentizität im Ausland sofort erkennbar macht. Diese einfache Bezeichnung wurde im Laufe der Jahrzehnte von der nachhaltigen Exzellenz der italienischen Handwerks- und Industrieprodukte geprägt und setzte sich schließlich als eigenständige Brandmarke erfolgreich durch. So werden speziell Schuhe, Bekleidung, Möbel, Fahrräder, Roller,

UN MARCHIO INTERNAZIONALE PER PRODOTTI ITALIANI.

Per quale motivo articoli come calzature, moda, biciclette, auto o prodotti gastronomici sono così unici da dover essere protetti da brutte copie o contraffazioni? A caccia di tracce.

Il senso dello stile è dovuto alla varietà di colori della natura in Italia oppure il popolo mediterraneo è ispirato dalle innumerevoli opere d'arte del suo Paese? All'insegna del motto: chi già da bambino a Firenze ha sollevato lo sguardo sul David di Michelangelo - la scultura più famosa della storia dell'arte -, in futuro dovrà necessariamente sviluppare un senso estetico. Questo nesso era già stato ipotizzato nel 1876 dal principe dei poeti, Johann Wolfgang von Goethe, nel suo famosissimo viaggio in Italia: "L'italiano ha in genere un senso più profondo dell'alta dignità dell'arte rispetto ad altre nazioni. Colui il quale si dedichi totalmente solo a praticare una cosa, vuole essere definito artista, maestro e professore." Forse questo ha qualcosa a che fare anche con l'espressione "Fare una bella figura", che in tutta Italia è diventata un elemento fondamentale nei rapporti interpersonali. Specialmente nel sud del Paese, anche ai giorni d'oggi le spose vestite come vere e proprie principesse, a bordo di Rolls Royce noleggiate insieme al loro principe fiabesco fresco sposo nel vengono trasportate nel locale allestito per il sontuoso pranzo di nozze, dove squadre di camerieri servono infinite prelibatezze. Il padre della sposa, che si fa carico di queste spese pazzesche e per decenni dovrà rimborsare alla banca il mutuo contratto per sostenerle, deve fare bella figura, volente o nolente.

Un garante per la qualità italiana. A ogni modo, da tempo "Made in Italy" si è ormai trasformato in un marchio internazionale di prodotti italiani, che all'estero ne rende subito riconoscibile provenienza e autenticità. Questa semplice denominazione è stata coniata nel corso dei decenni a seguito



Autos und natürlich auch die exzellenten Gastronomieprodukte „Made in Italy“ auf allen internationalen Märkten für ihre Qualität, Zuverlässigkeit, Kreativität, Formgebung, Sicherheit sowie für ihren unverfälschten Geschmack hochgeschätzt. Zur Bekanntmachung und Förderung der im Bel Paese original hergestellten Waren finden jährlich zahlreiche Messen, Märkte, Veranstaltungen und Treffen im In- und Ausland statt. Viele dieser landestypischen Handwerks- und Industrieprodukte tragen auch noch andere internationale anerkannte Gütesiegel – z.B. DOC Weine und DOP Käsesorten –, die ihre Ursprungsbezeichnung schützen und ihre Einzigartigkeit garantieren. Die Herkunft und Authentizität der „Made in Italy“-Produkte wird von Genossenschaften aber auch von einzelnen Produzenten streng kontrolliert, während unabhängige Agenturen ihre Qualität prüfen und sie vor Nachahmungen schützen. Wer möchte, kann auch die kleinen Ortschaften der „Made in Italy“-Produkte persönlich entdecken, ihre Produktion verfolgen und jahrhundertealte Traditionen sowie Herstellungsmethoden hautnah mit erleben: Den meisten Gästen fällt es dann allerdings oft schwer, das Land ohne ein kleines Mitbringsel zu verlassen. ●



KAMPF GEGEN »ITALIAN SOUNDING« // LOTTA ALL »ITALIAN SOUNDING«

Die Italienische Handelskammer für Deutschland e.V. (ITKAM), die Italienische Handelskammer München-Stuttgart und der italienische Landwirtschaftsverband Confagricoltura haben am 24. Februar 2015 in Rom den Verein „Italian Sounding“ gegründet, um echte „Made in Italy“-Produkte auf dem deutschen Markt zu schützen.

Als Grund für die Vereinsgründung werden der Druck und die Verdrängung von original italienischen Produkten durch Nachahmer-Produkte genannt: Die italienische Fahne, italienische oder pseudo-italienische Worte würden immer öfter dazu benutzt, um nicht-italienische Produkte zu vertreiben. Dieses Phänomen, bekannt als „Italian Sounding“, betrifft die renommiertesten italienischen Produkte insbesondere in der Lebensmittelbranche, aber auch im Mode- und Designsektor. In Deutschland wird der Missbrauch des „Italian Sounding“ als zivilrechtliches Vergehen betrachtet: Verbraucherbetrug einerseits und unlauterer Wettbewerb gegenüber dem italienischen Hersteller andererseits. Das deutsche Recht erlaubt nur bestimmten Einrichtungen eine Klagebefugnis wie etwa Handelskammern, öffentlichen oder privaten Verbraucherschutzvereinen, die die Interessen einer beträchtlichen Anzahl von Unternehmen vertreten.

La Camera di Commercio Italiana per la Germania (ITKAM), la Camera di Commercio Italiana di Monaco-Stoccarda e la Confederazione Generale dell'Agricoltura Italiana, Confagricoltura, il 24 febbraio 2015 hanno costituito a Roma l'associazione "Italian Sounding", per proteggere i prodotti "Made in Italy" autentici nel mercato tedesco.

L'associazione nasce dall'esigenza di contrastare la falsificazione e la contraffazione di prodotti italiani originali: la bandiera italiana e le parole italiane o pseudo-italiane verrebbero utilizzate sempre più per commercializzare prodotti non italiani. Questo fenomeno, noto come "Italian Sounding", riguarda i prodotti italiani più rinomati principalmente nel settore alimentare ma anche in quello della moda e del design. In Germania l'abuso di "Italian Sounding" viene considerato un illecito civile: truffa a danno del consumatore e concorrenza sleale a danno del produttore italiano. Il diritto tedesco consente un diritto all'azione solo a determinati istituti, ad es. Camere di Commercio e associazioni pubbliche o private per la tutela dei consumatori, che rappresentano gli interessi di un cospicuo numero di aziende.

della persistente eccellenza dei prodotti artigianali e industriali italiani e si è imposta infine con successo come marchio di fabbrica a sé stante. Quindi, specialmente gli articoli quali calzature, abbigliamento, mobili, biciclette, motocicli, automobili e naturalmente anche gli eccellenti prodotti gastronomici "Made in Italy" sono molto apprezzati in tutti i mercati internazionali per la loro qualità, affidabilità, creatività, configurazione, sicurezza e per il loro gusto genuino. Per pubblicizzare e promuovere gli articoli originali prodotti nel Bel Paese ogni anno hanno luogo infinità di fiere, mercati, eventi e incontri in territorio nazionale e all'estero. Molti di questi prodotti industriali e artigianali tipici del Paese vengono contrassegnati con altri marchi di qualità riconosciuti a livello internazionale – ad es. vini DOC e formaggi DOP -, che ne proteggono la denominazione di origine e ne garantiscono l'unicità. Provenienza e autenticità dei prodotti "Made in Italy" vengono rigorosamente controllate sia dai consorzi che dai produttori, mentre agenzie indipendenti controllano la qualità dei prodotti proteggendoli da contraffazioni. Chi lo desidera può anche andare alla scoperta delle piccole località degli articoli "Made in Italy", seguirne la produzione e assistere da vicino alle tradizioni secolari e ai metodi di produzione: senza dubbio alla maggior parte dei turisti riesce difficile lasciare il Paese senza portare con sé un piccolo souvenir. ●



Franco Macoratti

Partner – Steuerberater
Socio – Commercialista e revisore contabile

GUTE BERATUNG BRINGT ITALIENISCHE FIRMEN AUF ERFOLGSKURS

PARTNER PER IL SUCCESSO DELLE IMPRESE ITALIANE



CONTAX WIRTSCHAFTSTREUHANDGMBH DIENST ALS ERSTE ANLAUFSTELLE FÜR ITALIENISCHE UNTERNEHMEN, die sich in Österreich niederlassen möchten. Dank ihres Italian Desk verfügt die CONTAX über ein Team, das grenzübergreifend die Unternehmenskultur beider Länder, Italien und Österreich, bestens beherrscht. Sie bildet somit eine optimale Brücke zwischen zwei unterschiedlichen Unternehmensmentalitäten, was zu einem rascheren und nachhaltigeren Erfolg für das in Österreich angesiedelte Unternehmen führt. Durch ihr internationales Netzwerk bietet CONTAX als One-Stop-Shop die bestmögliche Unterstützung italienischer Firmen. Italienische Konzerne, die die Dienstleistungen der CONTAX in Anspruch genommen haben, durften von einer maßgeschneiderten Betreuung profitieren. Von der Fiskalvertretung bis hin zur Gründung einer Produktionsstätte mit ausländischen Niederlassungen stellt CONTAX einen verlässlichen und kompetenten Partner dar.

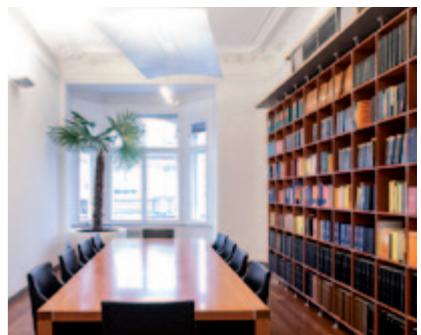
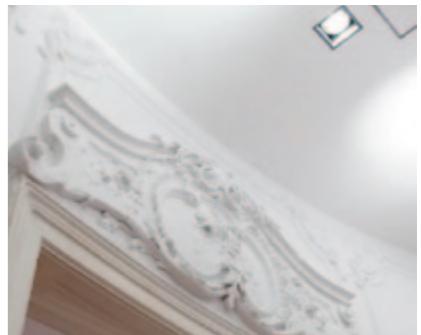
CONTAX WIRTSCHAFTSTREUHANDGMBH È STUDIO DI COMMERCIALISTI E REVISORI CONTABILI E RAPPRESENTA UN PUNTO DI RIFERIMENTO PER LE IMPRESE ITALIANE che si vogliono insediare in Austria.

Grazie al suo Italian desk ha la capacità di comprendere il modo di fare impresa in Italia e in Austria. CONTAX è in grado di creare un ponte tra le due mentalità imprenditoriali, per garantire che il successo dell'investimento in Austria sia celere ed immediato.

La sua rete di professionisti ed enti pubblici e governativi è a servizio delle imprese che vogliono espandersi all'estero, permette di essere un one-stop-shop per le aziende italiane. Le multinazionali italiane che hanno dato fiducia allo studio, hanno trovato un servizio personalizzato e tagliato su misura per le proprie esigenze. Dalla rappresentanza fiscale ai fini IVA alla creazione di un insediamento produttivo con affiliate nei paesi dell'est, CONTAX può essere un partner affidabile e competente.

CONTAX

WIRTSCHAFTSTREUHANDGMBH
Wirtschaftsprüfung und
Steuerberatung
1010 Wien, Seilerstraße 16
Besteht seit // Anno di costituzione 1989
47 Mitarbeiter // collaboratori
Tel +43 1 51603
office@contax.at
www.contax.at



EXPO 2015



ÖSTERREICH-PAVILLON MACHT LUFT ALS NAHRUNGSMITTEL ERLEBBAR

Über 145 Länder präsentierten bei der EXPO-Weltausstellung in Mailand vom 1. Mai bis zum 31. Oktober 2015 ihre Visionen für die Zukunft unseres Planeten. Unter dem Motto „breathe.austria“ begeisterte Österreich rund 2,4 Millionen Besucher mit einer mehrfach prämierten Waldlandschaft, die heimische Qualitäten rund um nachhaltiges Wirtschaften, Öko-Innovationen und naturverbundenem Tourismus eindrucksvoll inszenierte.



sterreich war bei der EXPO Milano 2015 mit einem überaus originellen wie mutigen Ausstellungskonzept präsent: Kein Pavillon im herkömmlichen Sinn, sondern ein heimischer Naturwald setzte auf insgesamt 560 Quadratmetern ein sinnlich erlebbares Zeichen für eine nachhaltige Beziehung zwischen urbanem Leben und Natur. „Die dicht wuchernde Pflanzenpracht und raffinierte Nebel-effekte sorgten für einen einzigartigen Frischekick und eine unvergleichliche Luftqualität inmitten des EXPO-Trubels. Bis zu 12 Meter hohe Bäume schufen ein einmaliges Naturerlebnis und eine angenehme Abkühlung für die rund 2,4 Millionen Besucher“, freut sich Rudolf Ruzicka, Leiter des österreichischen EXPO-Büros, über das einhellige Lob bei Publikum, Fachwelt und Medien. Am Bau des für sein nachhaltiges Architekturkonzept mehrfach prämierten Österreich-Pavillons waren über dreißig namhafte österreichische Unternehmen beteiligt. Dank des Einsatzes erneuerbarer Energien entstand eine klimaneutrale Zone zum „Durchatmen“, die gleichzeitig die hohe Luft- und Lebensqualität in Österreich wie auch das technische Know-how bei Öko-Innovationen gekonnt unter Beweis stellte.

Kontaktbörse und Transfer-Effekte für die heimische Wirtschaft. Im Zuge der EXPO nutzte Österreich auch intensiv die zahlreichen Möglichkeiten, die wirtschaftlichen Bande mit Italien weiter zu vertiefen: So knüpften



IL PADIGLIONE DELL'AUSTRIA PROPONE L'ARIA COME ALIMENTO INDISPENSABILE

Dal 1° maggio al 31 ottobre 2015 più di 145 Paesi hanno presentato all'esposizione mondiale dell'EXPO di Milano le proprie visioni per il futuro del nostro pianeta. All'insegna del motto "breathe.austria", l'Austria ha entusiasmato circa 2,4 milioni di visitatori con un paesaggio boschivo pluripremiato, nel quale venivano riprodotte con grande effetto le qualità locali di economia sostenibile, eco-innovazioni e turismo legato alla natura.

L'Austria è stata presente all'Expo Milano 2015 con un concetto espositivo del tutto originale e audace: non un padiglione nel senso comune, ma un bosco naturale austriaco esteso su un totale di 560 metri quadri, segno tangibile del rapporto sostenibile tra vita urbana e natura. "Le fitte piante lussureggianti e i sofisticati effetti nebbia trasmettevano uno straordinario senso di freschezza, offrendo una qualità dell'aria ineguagliabile nel pieno del trambusto dell'Expo. Gli alberi, di altezza fino ai 12 metri, creavano le condizioni per un'esperienza straordinaria nella natura, offrendo un piacevole refrigerio ai circa 2,4 milioni di visitatori", così Rudolf Ruzicka, responsabile dell'ufficio austriaco EXPO dell'Austria, si compiace dell'elogio unanime di pubblico, operatori e media. La realizzazione del Padiglione dell'Austria, più volte premiato per il suo concetto architettonico, è frutto del lavoro di più di trenta rinomate aziende aust-



heimische Unternehmen bei rund 170 Veranstaltungen des Austrian Pavillon neue Kontakte, insgesamt 1.900 österreichische und internationale Gruppen sowie Delegationen wurden durch die Präsentation geführt. „Unser unkonventioneller Auftritt lieferte neue Facetten zum vorhandenen Österreich-Bild im Nachbarland Italien. Nach dem Anstoß durch die EXPO wollen wir nun die Transfer-Effekte auch gezielt nutzen“, betonte Wirtschaftskammer-Präsident Christoph Leitl bei der Abschluss-Pressekonferenz in der italienischen Botschaft in Wien. Die erfolgreiche Teilnahme Österreichs an der EXPO Mailand wurde auch von Botschafter Giorgio Marrapodi hoch geschätzt: „Die Entscheidung, erhebliche Mittel in einen nationalen Pavillon zu investieren, war auch ein Zeichen des österreichischen Vertrauens gegenüber dem Veranstalterland. Die Italiener haben dies anerkannt und den österreichischen Pavillon in großer Zahl besucht. Er wurde zu einem der beliebtesten beim italienischen Publikum, für das Umweltthemen immer mehr an Bedeutung gewinnen.“

Belebung für Handel und Tourismus. Dass die vergangene EXPO 2015 auch die österreichische Außenhandelsstatistik entscheidend verbessern kann, zeigt ein kurzer Blick auf die aktuellen Zahlen: Die Waren-Exporte nach Italien stiegen von Jänner bis Juli 2015 um 1,2 Prozent auf fünf Milliarden Euro, auch die Importe aus Italien legten um 0,5 Prozent auf 4.097 Milliarden Euro leicht zu. Die Handelsströme sind gerade mit Norditalien besonders intensiv. 85 Prozent der österreichischen Ausfuhren gehen in diese Region. Auch der Großteil der 300 Tochterunternehmen heimischer Unternehmen hat dort seinen Firmensitz. Eine enge wirtschaftliche Vernetzung besteht zudem im Bereich der Dienstleistungen: Alleine im vergangenen Jahr wurden mit Italien Services im Wert von fünf Milliarden Euro ausgetauscht. Die umfangreiche EXPO-Berichterstattung in den italienischen Medien könnte aber auch für den Tourismus neue Perspektiven eröffnen: So stieg in der vergangenen Sommersaison die Zahl italienischer Gäste zwischen Mai und September 2015 um neun Prozent gegenüber dem Vorjahr auf 581.700 Ankünfte. Insgesamt wurden 1.695.200 Nächtigungen gezählt, was einem Plus von sechs Prozent entspricht. Aktuell sind Tirol, Wien und Kärnten die beliebtesten Urlaubsziele der italienischen Gäste. Beim Tagesbudget liegen sie mit rund 158 Euro im Spitzensfeld, mehr als 40 Prozent nächtigen in 5- und 4-Sterne-Hotels. Die Mehrheit der Urlauber kommt aus der Lombardei und anderen Regionen Norditaliens. ●



riache. Grazie all'impiego di energie rinnovabili è stata creata una zona con clima neutrale per "respirare a pieni polmoni", una testimonianza dell'alta qualità dell'aria e della vita in Austria e al tempo stesso anche del know-how tecnico delle innovazioni ecologiche.

Borsa contatti ed effetto trainante sull'economia interna. Nell'ambito dell'EXPO l'Austria ha anche sfruttato intensamente le numerose opportunità di consolidare ulteriormente i legami economici con l'Italia: nelle 170 manifestazioni svoltesi all'interno del padiglione, le aziende austriache hanno avuto occasione di acciappare innumerevoli contatti, accompagnando in visita 1900 gruppi austriaci e internazionali e delegazioni. "Il nostro allestimento non convenzionale ha messo in luce nuove sfaccettature dell'immagine che si ha dell'Austria nella vicina Italia. Vogliamo quindi sfruttare in modo mirato gli effetti di ricaduta prodotti dalla spinta dell'EXPO", ha sottolineato Christoph Leitl, Presidente della Camera dell'Economia, nel corso della conferenza stampa conclusiva svolta nell'ambasciata italiana a Vienna. La felice partecipazione dell'Austria all'EXPO di Milano è stata molto apprezzata anche dall'ambasciatore Giorgio Marrapodi: "La decisione di investire considerevoli mezzi in un padiglione nazionale è stata anche una testimonianza della fiducia dell'Austria nei confronti del Paese organizzatore. Gli italiani lo hanno capito e hanno visitato in gran numero il padiglione austriaco che è stato uno dei preferiti dal pubblico italiano, per il quale i temi ambientalistici acquisiscono sempre maggiore rilievo".

Ripresa di commercio e turismo. Per capire che la recente EXPO 2015 possa migliorare decisamente anche le statistiche del commercio estero austriaco basta dare una rapida occhiata alle cifre attuali: le esportazioni di merci in Italia sono aumentate dell'1,2 per cento da gennaio a giugno 2015, attestandosi su salendo a 4.097 miliardi di euro. I flussi commerciali sono particolarmente intensi proprio con il Nord Italia. L'85% delle esportazioni austriache confluisce in quest'area, nella quale è insediata anche la maggior parte delle 300 filiali di aziende austriache. La rete economica è molto fitta anche nel settore dei servizi: solo lo scorso anno sono stati scambiati con l'Italia servizi per il valore di cinque miliardi di euro. L'ampio riscontro dell'EXPO nei media italiani ha aperto nuove prospettive anche per il turismo: nella recente stagione estiva il numero dei visitatori italiani tra maggio e settembre 2015 è aumentato del nove per cento rispetto all'anno precedente, registrando 581.700 arrivi. In totale sono stati contati 1.695.200 pernottamenti, pari a un plus del sei per cento. Al momento Tirolo, Vienna e Carinzia sono le mete turistiche preferite dai visitatori italiani, i quali sono nelle prime posizioni con un budget giornaliero di circa 158 Euro e scelgono alberghi di 4 e 5 stelle in una percentuale superiore al 40%. La maggior parte dei turisti proviene dalla Lombardia e da altre regioni del Nord Italia. ●



Luca Paschini

Architetto, Geschäftsführer der Firma Architetto, Titolare della società

DAS STUDIO 3089 HAT SEINEN SITZ IN WIEN (A) UND TRIEST (I) und ist spezialisiert in der Entwicklung von Projekten im Bereich der Immobilienentwicklung, der Untersuchung und ersten Bewertung von Räumlichkeiten und Bauplätzen und der Realisierung von Projekten, vom ersten Vorentwurf bis zur Fertigstellung.

Unter den Projekten befinden sich ein Hotel in Split (1) und Venedig (2), die städtebauliche Neubewertung Bahngasse Wien (3), die Boutique Missoni (4) und der Showroom Stroili Stone (5) in Wien, sowie Projekte und Bauten im Bestand wie Neubauten für privates Wohnen. Das Büro hat zahlreiche Restrukturierungen und Restaurierungen von historischen Bauten betreut, u.a. das Palais Metternich, Sitz der Italienischen Botschaft in Österreich und das Palais Sternberg, Sitz des ITC.

STUDIO 3089

Luca Paschini hat in Venedig (I), Bath (UK) und Wien (A) Architektur studiert. Parallel zu seiner Tätigkeit als Architekt war er Lehrbeauftragter an der Universität in Venedig, Triest und Peking. Zur Zeit ist er Lehrbeauftragter an der Technischen Universität Wien.

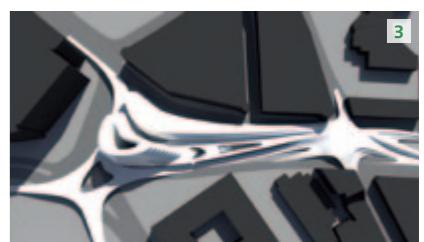
Luca Paschini ha studiato architettura a Venezia (I), Bath (UK) e a Vienna (A). Parallelamente all'attività professionale ha insegnato nelle università di Venezia IUAV, Trieste FDA e Pechino CAFA. Attualmente insegna al Politecnico di Vienna.

T: +43 699 19235222
E: luca@studio3089.com

www.studio3089.com

STUDIO 3089 – ARCHITEKTUR UND STÄDTEBAU

STUDIO 3089 – ARCHITETTURA E PROGETTAZIONE URBANA



STUDIO 3089
design & planning

MODE & DESIGN MODA & DESIGN



SYMBOL FÜR ZEITLOSEN STIL UND KLASSISCHE ELEGANZ

DIE ITALIENISCHE TEXTILINDUSTRIE – KLEIDUNG, LEDER- UND SCHUHWAREN – IST EIN WICHTIGER HANDELSSEKTOR UND UMFAST EINEN GROSSEN TEIL DER WELTWEIT EXPORTIERTEN QUALITÄTSProduktion. DIE LUXURIÖSEN FASHION BRANDS, DIE AUCH SCHUHE, TASCHEN, ACCESSOIRES UND DÜFTE PRODUZIEREN, ERLEBEN EIN STETIGES VERKAUFWACHSTUM IM INTERNATIONALEN RAUM.

Egal ob Prada, Armani, Versace, Cavalli, Dolce&Gabbana, Bottega Veneta, Ferragamo, Gucci, Tod's, Marni, Valentino, Missoni, Ferrè, Krizia, Coveri, Trussardi, Biagiotti, Moschino, Emanuel Ungaro, Romeo Gigli oder Sergio Rossi: Diese großen italienischen Luxusmarken sind heute in fast allen internationalen Verkaufsstraßen rund um den Globus zu finden. Der weltweite Erfolg der italienischen Mode hat eine lange Vergangenheit, die sich zusammen mit den gesellschaftlichen und kulturellen Veränderungen schon seit Beginn der 50er Jahre langsam aber unaufhaltsam entwickelt hat: Sie zählt gemeinsam mit der Kunst, der Gastronomie und den Schönheiten der Natur zu den wichtigsten Attraktionen des internationalen Tourismus. Zwischen Museumsbesuchen und urbanen Sightseeing-Aktivitäten gehören deshalb ausgedehnte Shopping-Touren zum Pflichtprogramm eines jeden Italienbesuchers. Den zahlreichen Verlockungen der italienischen Mode zu widerstehen, ist wahrlich nicht einfach: An fast jeder Ecke der Halbinsel warten schließlich edle Marken-Boutiquen, riesige Flagshipstores der bekanntesten Modehäuser oder kleine charmante Designerläden, dezent versteckt im schmalen Gassenlabyrinth historischer Städte.

Hotspots der italienischen Modeindustrie. Während der mit Spannung erwarteten „Milano Moda“ werden viermal im Jahr sämtliche Neuigkeiten der etablierten Fashion-Brands auf den funkelnden Laufstegen der Stadt Mailand gezeigt. Die Millionenmetropole gilt neben Paris, New York und London als internationale Hauptstadt

SIMBOLO DI STILE INTRAMONTABILE ED ELEGANZA CLASSICA.

L'industria tessile italiana – abbigliamento, articoli in pelle e calzature – è un importante settore commerciale e comprende una gran parte della produzione di qualità esportata in tutto il mondo. I lussuosi marchi di moda, che producono anche scarpe, borse, accessori e profumi, registrano un continuo incremento delle vendite in ambito internazionale.

Prada, Armani, Versace, Cavalli, Dolce&Gabbana, Bottega Veneta, Ferragamo, Gucci, Tod's, Marni, Valentino, Missoni, Ferrè, Krizia, Coveri, Trussardi, Biagiotti, Moschino, Emanuel Ungaro, Romeo Gigli o Sergio Rossi sono marchi di lusso italiani presenti oggi in quasi tutte le vie commerciali in giro per il mondo. Il grande successo della moda italiana ha una lunga storia alle spalle, la cui lenta ma inarrestabile evoluzione ha seguito le trasformazioni sociali e culturali già a partire dagli Anni '50 e insieme all'arte, alla gastronomia e alle bellezze naturali è tra le principali attrazioni del turismo internazionale. Per questo motivo, tra visite ai musei e giri turistici nelle città, gli shopping tour sono diventati una tappa obbligata per ogni turista in Italia. Resistere alle numerose attrazioni della moda italiana è davvero difficile: in quasi ogni angolo della penisola spuntano eleganti boutique di marca, enormi flagship store delle più moderne case di moda o affascinanti negozietti di oggetti di design, discretamente nascosti nello stretto labirinto di vicoli delle città storiche.





der Mode und begeistert männliche und weibliche „Fashionistas“ gleichermaßen: Besonders attraktiv ist das Viereck zwischen Via Montenapoleone, Via Manzoni, Via Sant'Andrea und Via della Spiga, das sich als trendiges Shoppingparadies einer wachsenden Beliebtheit erfreut. In Rom wird die Mode während der jährlich stattfindenden Veranstaltung „AltaRoma“ zum vielbeachteten Hauptdarsteller für ein internationales Publikum. Exklusive Mode für jeden Geschmack bieten außerdem die zahlreichen Boutiquen rund um die Piazza di Spagna, Trinità dei Monti und Via del Corso.

Handarbeit und umweltfreundliche Herstellung dominieren. Allein das Siegel „Made in Italy“ lässt bei Touristen in aller Welt sofort den Duft von herrlichem Leder in die Nase steigen und steigert die Erwartung an eine hohe Qualität der Ware. Aber auch wenn italienisches Leder berühmt für seine Qualität ist, setzt die heutige Modeindustrie immer mehr auf Nachhaltigkeit und ökologisches Bewusstsein. Florenz als größte Stadt der Toskana ist besonders für ihre hochwertigen Lederwaren, Schuhe, Handtaschen und Accessoires bekannt. Hier findet jährlich das „Pitti immagine“ statt, eine der wichtigsten Veranstaltungen im Bereich der Männermode. In Venedig, Neapel und Genua findet man nicht nur elegante Geschäfte der großen italienischen Modenamen, sondern auch zahlreiche Boutiquen mit einer langjährigen Tradition: So ist Marinella in Neapel allseits bekannt für die hohe Qualität seiner Krawatten oder Finollo in Genua für seine exklusiven Hemden. ●



Hot spot dell'industria della moda italiana. Durante la tanto attesa "Milano Moda", quattro volte all'anno sulle sfilanti passerelle della città di Milano vengono presentate tutte le novità dei più importanti marchi della moda. La metropoli milionaria è considerata insieme a Parigi, New York e Londra la capitale internazionale della moda ed entusiasma in eguale misura i "fan della moda" di sesso maschile e femminile: un punto d'attrazione particolare è il quadrato tra Via Montenapoleone, Via Manzoni, Via Sant'Andrea e Via della Spiga, che gode di una sempre maggiore popolarità come paradiso dello shopping di tendenza. A Roma, nell'appuntamento annuale "AltaRoma", la moda diventa protagonista ed è seguita da un pubblico internazionale. Moda esclusiva per tutti i gusti viene proposta da numerose boutique distribuite intorno a Piazza di Spagna, Trinità dei Monti e Via del Corso.

Artigianato e produzione ecocompatibile hanno il sopravvento. Il solo simbolo "Made in Italy" evoca nella mente dei turisti di tutto il mondo l'odore della pelle e accresce l'aspettativa di un'elevata qualità. Ma anche se la pelle italiana è famosa per la sua qualità, l'industria della moda moderna punta sempre più su sostenibilità e consapevolezza ecologica. Firenze, capoluogo della Toscana, è nota in particolare per i suoi pregiati articoli in pelle, quali calzature, guanti e accessori. Qui ogni anno si svolge "Pitti immagine", uno dei più importanti appuntamenti nel campo della moda maschile. A Venezia, Napoli e Genova affianco a eleganti negozi dei maggiori nomi della moda italiana si trovano anche numerose boutique con un'antica tradizione: Marinella a Napoli è conosciuta ovunque per l'alta qualità delle sue cravatte oppure Finollo a Genova per le sue camicie esclusive. ●



EDILCOSTRUZIONI GROUP SRL

ist eine italienische Gesellschaft aus den Abruzzen, die seit 1978 in Italien und auch weltweit auf dem Gebiet des Industriebauwesens erfolgreich tätig ist. Zu unseren Kunden zählen namhafte Unternehmen wie OSMA, Golden Lady, Calzedonia, Intimissimi, Lormar, Longoni oder Fiat. Seit mehr als zwanzig Jahren beschäftigt sich eine unserer Abteilungen mit qualitätsvollen Restaurierungen von wertvollen Immobilien, Kulturdenkmälern und berühmten Kunstwerken wie z.B. das Grab Dante Alighieri in Ravenna. Der Wachstumsprozess in den letzten Jahren ist gekennzeichnet durch den Erwerb zahlreicher Gesellschaften in Italien und im Ausland. So wurde 2011 auch das auf Renovierung und Umbau spezialisierte Unternehmen ZABAU GmbH in Österreich übernommen. Der Einfamilienhausbau, kleinere Industriebauten, Renovierung und Instandsetzung denkmalgeschützter Fassaden und Altbauten sowie die Herstellung von Sichtziegelmauerwerk zählen bis heute zu den besonderen Stärken der traditionsreichen Baufirma.

ZABAU GmbH

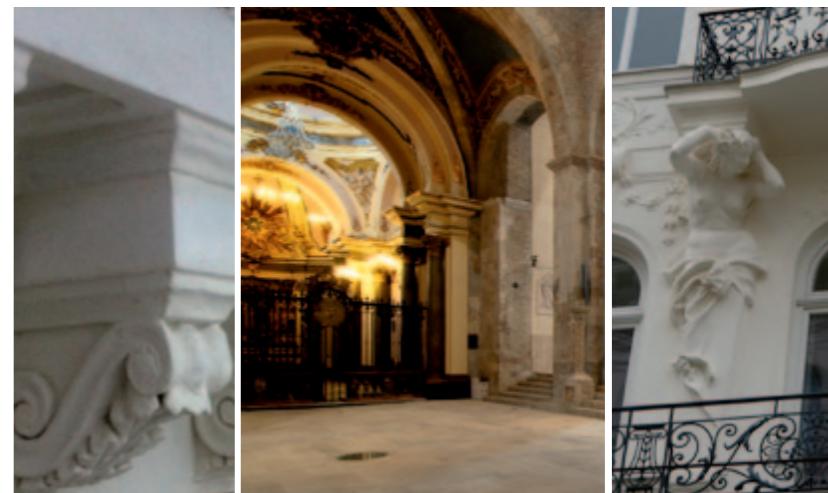
Höfleinstrasse 14
2460 Bruck/Leitha
T: +43 (0) 2162 / 21466
F: +43 (0) 2162 / 21466-19

www.zabau1897.com
www.edilcostruzionigroup.com

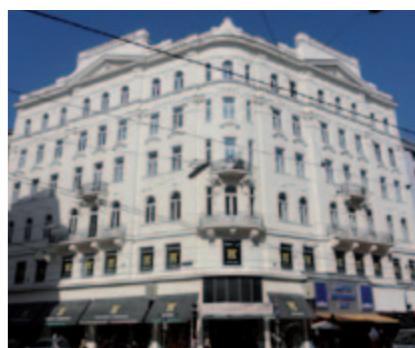


DIE KUNST DER QUALITÄTSVOLLEN STÄDTISCHEN ERNEUERUNG

L'ARTE DELLA RIQUALIFICAZIONE CITTADINA



EDILCOSTRUZIONI GROUP SRL è una società italiana con sede in Abruzzo, che dal 1978 è operativa nel settore dell'edilizia cittadina ed industriale sia in Italia sia in altri Paesi nel mondo. La nostra azienda annovera tra i propri clienti imprese come OSMA, Golden Lady, Calzedonia, Intimissimi, Lormar, Longoni, Fiat, ecc. Uno dei nostri dipartimenti si occupa da più di venti anni di restauri di alta qualità su immobili di pregio, monumenti di valore culturale, famose opere d'arte come per esempio la Tomba di Dante Alighieri a Ravenna. Il processo di crescita degli ultimi anni è stato caratterizzato dall'acquisizione di diverse società sia in Italia che all'estero. Nel 2011 è stata rilevata in Austria la ZABAU GmbH, un'azienda storica specializzata in restauri e riqualificazioni immobiliari. Forte di un'esperienza che affonda le sue radici nella tradizione fino ad oggi, l'azienda opera con successo nel settore dell'edilizia privata e delle piccole-medie industrie, della costruzione di case unifamiliari, del restauro e riqualificazione di facciate ed edifici storici sotto tutela del Ministero dei Beni Culturali, della produzione specializzata di opere murarie in mattoni a vista, ed altro ancora.





**SERVICE
& VERNETZUNG
ASSISTENZA &
INTERCONNESSIONE**

INSTITUTIONELLE UNTERSTÜTZUNG IN ITALIEN UND ÖSTERREICH

INSTITUTIONELLE UNTERSTÜZUNG IN ITALIEN // ASSISTENZA ISTITUZIONALE IN ITALIA

ÖSTERREICHISCHE BOTSCHAFT IN ITALIEN // AMBASCIATA D'AUSTRIA IN ITALIA

Botschafter // Ambasciatore: Dr. René Pollitzer
Via Pergolesi 3
I-00198 Rom
T: +39-06-8440141
F: +39-06-8543286
E: rom-ob@bmeia.gv.at
www.bmeia.gv.at/botschaft/rom.html

KONSULARABTEILUNG // CONSOLATO DELL'AMBASCIATA D'AUSTRIA A ROMA

Generalkonsul // Console generale: Dr. Leopold Unger
Viale Bruno Buozzi 113
I-00197 Roma
T: +39-06-8418212
F: +39-06-85352991
E: rom-ka@bmeia.gv.at

ÖSTERREICHISCHES GENERALKONSULAT MAILAND // CONSOLATO GENERALE D'AUSTRIA A MILANO

Piazza del Liberty 8/4
I-20121 Milano
T: +39-02-783545, +39-02-783743
F: +39-02-783625
E: mailand-gk@bmeia.gv.at

AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA MAILAND // SEZIONE COMMERCIALE MILANO

Delegierter // Delegato: Dr. Michael Berger
Piazza del Duomo 20
I-20122 Milano
T: +39-02-8790911
F: +39-02-877319
E: mailand@wko.at
www.wko.at/aussenwirtschaft/it

AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA PADUA // SEZIONE COMMERCIALE PADOVA

Delegierter // Delegato: Mag. Gregor Postl
Via Emanuele Filiberto 3
I-35122 Padova
T: +39-049-8762530
F: +39-049-8762776
E: padua@wko.at
www.wko.at/aussenwirtschaft/it

AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA ROM // SEZIONE COMMERCIALE ROMA

Delegierter // Delegato: Mag. Martin Meischl
Via G.B. Pergolesi 3
I-00198 Roma
T: +39-06-85305233
F: +39-06-8412744
E: rom@wko.org
www.wko.at/aussenwirtschaft/it

AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA BOZEN // SEZIONE COMMERCIALE BOLZANO

Dompassage 15
I-39100 Bolzano
T: +39-0471-30 05 41
F: +39-0471-30 36 64
E: bozen@wko.at
www.wko.at/aussenwirtschaft/it

ÖSTERREICHISCHE BOTSCHAFT BEIM HL. STUHL // AMBASCIATA D'AUSTRIA PRESSO LA SANTA SEDE

Botschafter // Ambasciatore: Dr. Alfons Kloss
Via Reno 9
I-00198 Roma
T: +39-06-853725
F: +39-06-8543058
E: vatikan-ob@bmeia.gv.at
www.bmeia.gv.at/oeb-heiliger-stuhl

ÖSTERREICH WERBUNG MAILAND // ENTE NAZIONALE AUSTRIACO PER IL TURISMO A MILANO

Mag. Michael Strasser
Via Boccaccio 4
I-20123 Milano
T: +39-02-46751910
F: +39-02-439901-76
E: Michael.Strasser@austria.info
www.austriatourism.com

ÖSTERREICH WERBUNG ROM //
ENTE NAZIONALE AUSTRIACO PER IL TURISMO A ROMA

Brigitte Wilhelm
Via Sallustiana 23
I-00187 Roma

Tel.: +39-06-4827387
F: +39-06-4881535
E: Brigitte.Wilhelmer@austria.info
www.austriatourism.com

ÖSTERREICHISCHES KULTURFORUM ROM //
FORUM AUSTRIACO DI CULTURA A ROMA

Dr. Elke Atzler / Dr. Leopold Unger
Viale Bruno Buozzi 113
I-00197 Rom

T: +39-06-3608371
F: +39-06-3216787
E: rom-kf@bmeia.gv.at
www.austriacult.roma.it

INSTITUTIONELLE UNTERSTÜTZUNG IN ÖSTERREICH // ASSISTENZA ISTITUZIONALE IN AUSTRIA

ITALIENISCHE BOTSCHAFT IN ÖSTERREICH //
AMBASCIATA D'ITALIA IN AUSTRIA

Botschafter // Ambasciatore: Dr. Giorgio Marrapodi
Rennweg 27
A-1030 Wien

T: +43-1-7125121
F: +43-1-7139719
E: ambasciata.vienna@esteri.it
www.ambvienna.esteri.it

ICE – ITALIENISCHE AGENTUR FÜR AUSSENHANDEL
ABTEILUNG FÜR HANDELSFÖRDERUNG DER ITALIENISCHEN
BOTSCHAFT // ICE – AGENZIA PER LA PROMOZIONE ALL'ESTERO
E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE

Direktor // Direttore: Dr. Antonio Ventresca
Rennweg 27
A-1030 Wien

T: +43-1-5039080
F: +43-1-5039080-20
E: vienna@ice.it
www.icewien.at

ITALIENISCHES KULTURINSTITUT WIEN //
ISTITUTO ITALIANO DI CULTURA DI VIENNA

Palais Sternberg
Ungargasse 43
A-1030 Wien

Tel.: +43-1-7133454
F: +43-1-7133454-10
E: iicvienna@esteri.it

ITKAM-AUSTRIAN DESK

Delegierte // Delegati:
Dr. Gerald Ganzger / Dott.Mag. Thomas Wanker
c/o Lansky, Ganzger & partner Rechtsanwälte GmbH
Biberstraße 5
A-1010 Wien

T: +43-1-5333330-5950
F: +43-1-5328483
E: wanker@itkam-austria.org
www.itkamaustria.org

IMPRESSUM // NOTE LEGALI

Herausgeber: Lansky, Ganzger + partner Rechtsanwälte GmbH als Repräsentanz von ITKAM
Medieninhaber und Hersteller: Verlagsgruppe News GmbH, VGN – Content Marketing / Corporate Editing, Mag. Erich Schönberg (Managing Direktor), Martin Moser (Verlagsleitung)
Idee und Kurator: Dott. Arch. Luca Paschini / STUDIO 3089
Rедакция и Графический дизайн: BAROCC e.u. / Mag. Tony Bayer
Koordination: CPA / Jutta Armstark
Produktion: Sabine Stumvoll (Leitung), Martina Höttlinger (Koordination)
Vermarktung: Martin Moser, Mag. Michael Brugger
Fotos: AIM, Bristol Buja, CONTAX, ENIT, EXPO Austria, Faber, FALCON, flickr/Paul Nicholson, Hasslacher, ICE, ITKAM, LGP, Österreich Werbung (Burgstaller, Nadrlachal, J.Nottebrock + C.Sattler, Popp, Hackner), Pixabay, Pixelio, Schwarz, SOCIETY/Preiss, Strabag, STUDIO 3089, Swarco, WKO, ZABAU, Zumtobel
Stampa: Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., A-3580 Horn

Danke:
AIM Group, Bristol Buja, CONTAX, ENIT, Faber, Falcon Group, ICE, Italienische Botschaft, ITKAM, Keusch, LGP, STUDIO 3089, WKO, ZABAU



**DER KOPF SAGT JA.
DAS HERZ SOWIESO.**

JETZT AUCH MIT DEM INTELLIGENTEN ALLRADSYSTEM **Q4**.

MASERATI GHIBLI DIESEL. AB 75.891,56 €*

3 JAHRE • HERSTELLERGARANTIE • ROAD ASSISTANCE

KEUSCH
DAS AUTOHAUS | **PREMIUM**

HELGOLANDGASSE 13-15 | A-1200 WIEN
TEL.: +43 699 15 33 55 01
EMAIL: CHRISTIAN.LAMPRECHT@KEUSCH.COM
WWW.MASERATI-WIEN.AT

KRAFTSTOFFVERBRAUCH (L/100 KM): INNERORTS 7,6/AUSSERORTS 5,0/KOMBINIERT 5,9 –
CO₂-EMISSION: KOMBINIERT 158 G/KM EFFIZIENZKLASSE B
*UNVERBINDLICHE PREISEMPFEHLUNG DES HERSTELLERS. INKL. 14% NOVA UND 20% MWST.



MASERATI
Ghibli

MAKE YOUR EVENT SHINE

Gli eventi organizzati da AIM Group valorizzeranno sempre i vostri obiettivi coinvolgendo l'audience in modo diverso ed innovativo, offrendovi soluzioni organizzative e creative personalizzate. Dal congresso all'evento corporate, dall'incentive al meeting formativo, renderemo unica ogni vostra iniziativa. Sotto il sole di AIM Group il futuro dei vostri eventi sarà davvero luminoso.

