

A NEW YORK BRUNO CILIO SOSTIENE LE AZIENDE TOP DELLA REGIONE

«Così il made in Naples sfonda negli Stati Uniti»

di Alessandra Farkas

«Non ci avellinesi siamo i cugini più riservati e meno invasivi dei napoletani», scherza il 43enne Bruno Cilio, socio fondatore e titolare della Cilio & Partners PC, lo studio internazionale di Diritto statunitense e italiano che attraverso i suoi uffici a New York e Roma si prodiga per esportare in Usa eccellenze italiane e campane quali la nota catena di pizzerie Fratelli la Bufala, la pasta De Cecco, l'azienda di alta sartoria Kito e il cachemire Cruciani. «La mia missione è aiutare il made in Campania, qui già mito, a sfondare in America», spiega Cilio, sposato con una texana e padre di 4 figli. Ha tutte le carte in regola per riuscirci. Figlio di un muratore e di una cassalinga, Cilio è l'ultimo di sei figli, l'unico della

sua famiglia a essersi laureato, (prima in Giurisprudenza a Napoli, e poi in Diritto Comparato alla Pace University). Il suo primo viaggio negli Stati Uniti avvenne all'età di 23 anni per far visita al fratello maggiore, meccanico, trasferitosi in Usa nel 1972. Il resto è storia. «Oggi in America esiste una nuova lobby napoletana di imprenditori di successo», afferma Cilio, «al di là degli storici marchi, vi sono tante altre realtà partenopee poco conosciute che potrebbero avere altrettanta fama. Penso alle industrie conserviere del pomodoro del nocerino sarnese, all'azienda di moda Marinella oppure al consorzio orafa del Tari, all'altezza di quello di Arezzo».

Come far conoscere all'America queste realtà manifatturiere? «Non certo inviando cataloghi o delegazioni italiane in Usa», ribatte, «ma piuttosto invitando gli addetti ai lavori in Campania. Per entrare in contatto con le nostre tradizioni e specialità». «Il passo successivo», incalza, «è creare partnership con chi ha il monopolio nel mercato di un prodotto, invece di cer-

«L'oro? Ci vuole un Consorzio tra gli orafi del Tari e gli ebrei della 47a strada»

care senza esito di scardinare la loro leadership». Nel caso dell'oro, Cilio ipotizza «la creazione di un consorzio tra gli orafi del Tari e quelli ebrei americani della 47ª strada». «Lo stesso vale per il settore della pasta, coinvolgendo pastifici di Gragnano e agricoltori americani, dato che la farina di qualità oggi è tutta made in Usa». «Che si venga da Belluno oppure da Napoli, la chiave per sfondare in America è dotarsi di un team di professionisti di fiducia tra cui un avvocato», puntualizza, «Gli italiani giudicano erroneamente gli americani come sprovveduti. Ma davanti agli affari questi non muovono un passo senza consultare il loro legale». Gli Usa sono un mercato pieno di re-

gole che, se ignorate, possono rivelarsi fatali. «Basta pensare alle coperture assicurative», continua Cilio, «che è sempre meglio stipulare direttamente qui e non in Italia». Ma in un mercato dove il made in Italy «sfonda ogni porta», è possibile affermarsi «soltanto se si è uniti, come i francesi, e non irrimediabilmente individualisti». «Dobbiamo creare delle joint-venture per preservare i nostri prodotti, soprattutto quelli made in Naples come la pizza, facendone conoscere la tradizione antichissima e le specificità che li distinguono dai sempre più numerosi tentativi d'imitazione». Il modello da emulare? «Quello delle 11 imprese agroalimentari del sud che recentemente si sono messe insieme



Da Avellino Cilio, 43 anni, negli Usa da 20

creando il consorzio Tradizione Italiana per promuovere i loro prodotti negli Stati Uniti». La gastronomia, dopotutto, è nel suo cuore. Oltre all'attività di avvocato d'affari, Cilio è un imprenditore di successo nel settore della ristorazione: nel luglio 2011, con il socio e manager Dario Cipollaro de l'Ero, ha inaugurato il ristorante «PizzArte», primo concept di pizzeria napoletana-galleria d'arte a New York, nel cuore di Manhattan, sulla 55ma strada.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

UN NETWORK DI SPECIALISTI NEL RECUPERO DI FILE DANNEGGIATI

Il pronto soccorso che resuscita gli hard disk

di Umberto Torelli

C'è il marito che dopo un violento litigio con la moglie ha scagliato dal settimo piano il suo notebook, mandandolo in mille pezzi. Ma troviamo anche il fotografo frettoloso che ha memorizzato migliaia di scatti di matrimonio sull'hard-disk, senza farne copie. Peccato che il disco per un improvviso urto si sia rotto, azzerando i momenti del giorno più felice. E poi tante aziende che per incuria e guasti tecnici, perdono i dati di ordini e fatture, archiviati in memoria. Uno solo il problema: recuperare i byte quando i supporti elettronici si guastano. A risolvere il problema è Search di Casalnuovo di Napoli, alle porte della città partenopea. Un'azienda fondata nel 2005 da Pa-



Sos dati
Tecnici al lavoro nella Search di Casalnuovo di Napoli. L'azienda fondata nel 2005 ha lanciato «Sos recupero dati», un pool di tecnici che conta 200 partner che si prevede lieviteranno a mille nel 2013

olo Oliveri del Castillo e Vincenzo Monteforte, con un'ambiziosa idea per il Sud. Racconta a proposito Oliveri: «I consulenti continuavano a ripeterci che quest'idea bisognava realizzarla a Milano, non a Napoli.

Invece noi eravamo certi che la sfida era partire da Napoli per arrivare a Milano». Così i due soci sono andati avanti. E proprio nel capoluogo lombardo hanno presentato allo Smau dello

scorso ottobre il progetto «SOS recupero dati». Si tratta di un network di tecnici, specializzati nella «ricerca dei dati perduti», che oggi conta già duecento partner. Dovrebbero diventare, secondo i piani aziendali, oltre mille nel 2013. Esperti elettronici e informatici in grado di coprire, sull'intero territorio nazionale, le esigenze di recupero degli archivi digitali di aziende, pubblica amministrazione e privati. Nella sede Search si opera in «camera bianca», un ambiente di lavoro sterile come una sala operatoria, perché anche la più piccola particella di polvere può graffiare e compromettere la superficie magnetica del disco. «Spiegare queste situazioni a partner e aziende fa parte del no-

stro lavoro — continua Oliveri —. Per Search risulta prioritario investire in formazione per insegnare che cosa va fatto e cosa evitare in fase di recupero». Nei laboratori campani di Search spesso arrivano casi disperati. «Come quello di un tecnico che ha sferrato una martellata sull'hard disk del cliente — conclude Oliveri — pensando che lo shock avrebbe riavviato il motorino di rotazione del disco». Dunque, le procedure da seguire risultano essenziali in questo delicato settore dell'informatica. Spesso le informazioni presenti sui dischi interessano aspetti forensi, legati a indagini processuali.

@autorelli
© RIPRODUZIONE RISERVATA

