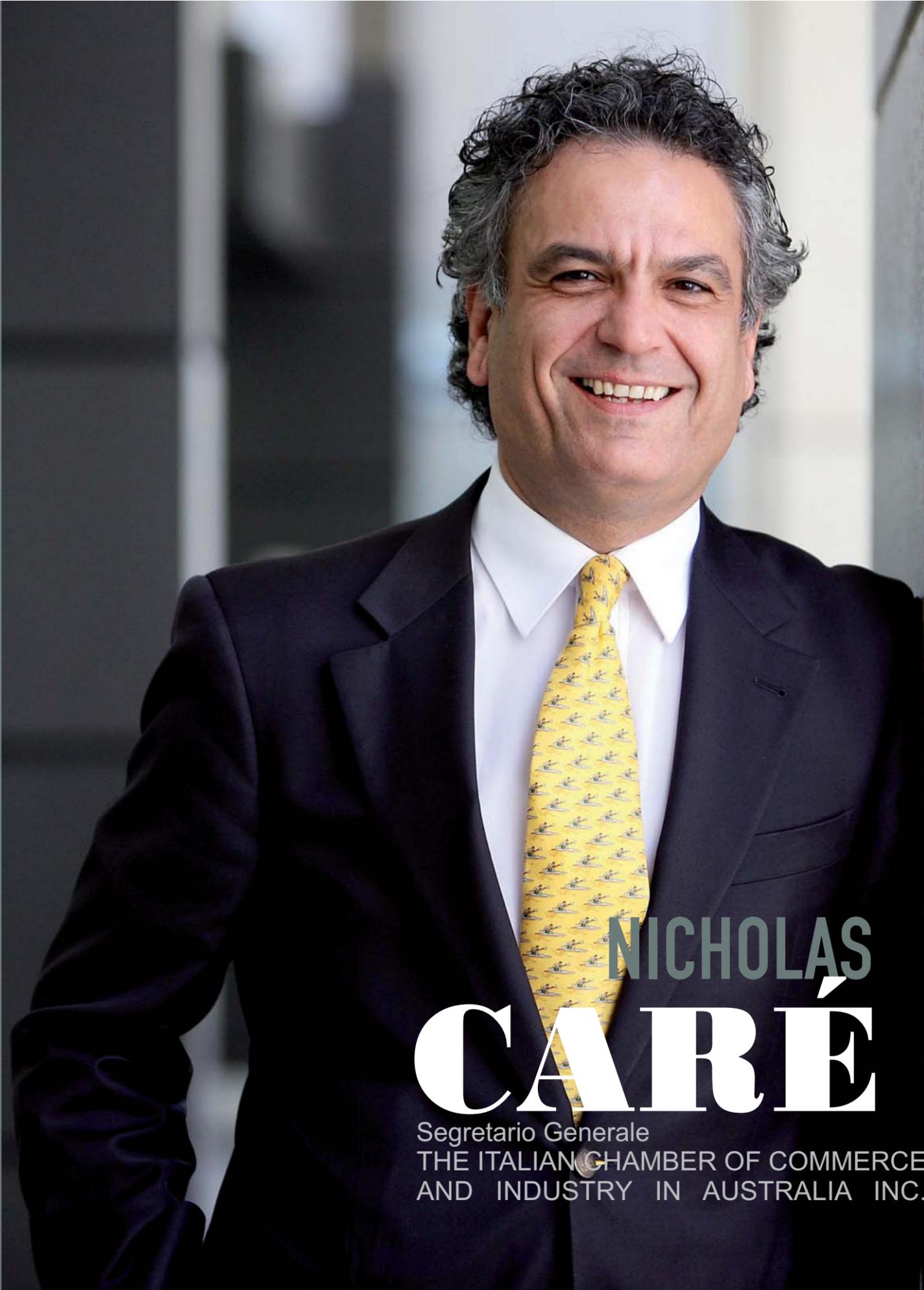


**Nel distretto affaristico di Sydney batte un cuore italiano. Level 20, 44 Market Street: qui si trova il quartier generale della Camera di Commercio e Industria Italiana a Sydney, un ufficio composto da oltre dieci persone che lavorano instancabilmente per avvicinare il piú possibile Italia e Australia.**

di Luigi Mariani

La Chamber of Commerce é una societá no profit operativa dal 1922, che, oltre a offrire servizi commerciali alle aziende italiane e australiane, organizza eventi promozionali e anima un network che incorpora non solo la business community locale, ma anche i media e le autoritá politiche. La pubblicazione camerale, *Voi Tutti* (trimestrale in lingua inglese), da semplice bollettino per i soci é divenuta la prima rivista di lifestyle italiano in Australia, tanto che si appresta ad uscire presso edicole selezionate in allegato al popolare magazine *Vogue Living*. Con un fatturato di cinque milioni di dollari australiani, la Camera di Sydney si é confermata per il quarto anno consecutivo la prima nel suo circuito. Un successo che non si basa solo sui numeri, naturalmente, ma su un'idea, su una vision alternativa del ruolo di Camera di Commercio all'estero. E dietro un'idea vincente, come avviene nella maggior parte dei casi, c'è un uomo ispirato, sostenuto da un team affiatato. Nicola "Nicholas" Caré, 49 anni, ingegnere, nel 1983 si é trasferito a Sydney, dopo aver trascorso la sua infanzia tra Catanzaro e Roma, e dal 1999 é Segretario Generale della Camera. La bontá del suo lavoro gli é valsa un posto nel Consiglio di Amministrazione di Assocamerestero, in rappresentanza di tutti i segretari generali, e negli organi di altre aziende australiane, pubbliche e private, oltre al titolo di Cavaliere al Merito della Repubblica Italiana.



**NICHOLAS  
CARÉ**

Segretario Generale  
THE ITALIAN CHAMBER OF COMMERCE  
AND INDUSTRY IN AUSTRALIA INC.

**PUBBLICO&PRIVATO  
A TU PER TU CON**



“Da italiano, poi, non posso non citare la mamma: è lei che mi ha educato, è lei la persona alla quale devo quel che sono. Non scordiamoci che essere una buona madre, in fondo, è l’impresa delle imprese”.

**Era un ragazzo quando si trasferì in Australia: cosa la spinse a dare questa svolta radicale alla sua vita?**

La prima volta venni in vacanza e rimasi immediatamente colpito dalla semplicità dello stile di vita australiano. Ai tempi realizzai subito che l’Australia era la Valle dell’Eden dove avrei voluto spendere il resto della mia vita; oggi, a distanza di venticinque anni, devo dire che è rimasto un paese a misura d’uomo, in cui si vive bene. Qui le differenze di classe non si avvertono, a differenza di quanto accade in altre società più antiche e tradizionali, come quelle europee; le opportunità di lavoro sono numerose e soprattutto c’è la possibilità di crescere professionalmente in qualsiasi campo. Io fui fortunato, quando arrivai, a inizio anni ottanta, perché anche le ultime forme di discriminazione nei confronti degli italiani stavano svanendo: la popolazione cominciava finalmente ad apprezzare il contributo dei migranti italiani allo sviluppo del paese. Ricordo ancora il mio primo lavoro, per ripagarmi gli studi di ingegneria: ero addetto alla filatura in un’azienda che produceva tappeti. Ai tempi non parlavo quasi una parola d’inglese, ma quando il manager, durante il colloquio d’assunzione, mi chiese se conoscessi la lingua, io risposi solamente “yes!” e così ottenni il posto. Non ho mai lavorato tanto duramente come in quel periodo, ma la considero ancora come una delle esperienze più intense e formative della mia vita: ho imparato a condividere le gioie e i sacrifici quotidiani degli emigrati, non solo italiani, che lavoravano insieme a me, e coi quali comunicavo attraverso un idioma del tutto particolare, un misto tra calabrese, inglese, croato e lingue di altre comunità rappresentate in fabbrica. Fuori dal lavoro preferivo frequentare australiani, per questioni di adattamento, anche se questo significava rimpinzarsi di hamburger e patatine e rinunciare alla pasta.

**Come è cambiata l’Australia, da allora?**

E’ cambiata in maniera considerevole. Negli anni ottanta il paese era ancora isolato dal resto del mondo, poi è arrivata la globalizzazione dei mercati e delle comunicazioni, l’evoluzione dei mezzi di trasporto e la maggior facilità negli spostamenti, che hanno avvicinato l’Australia agli altri paesi industrializzati. Il fatto di essere una nazione relativamente giovane, dal punto di vista storico, e quindi particolarmente aperta al confronto con altre realtà, ha fatto sì che s’integrasse efficacemente con culture diverse da quella anglosassone, dando vita a quello che ritengo essere un modello di società multiculturale vincente e senza eguali al mondo.

**Dall’ingegneria al commercio: cosa ha ispirato la sua carriera professionale?**

Il passaggio dagli studi di ingegneria al network delle Camere di Commercio all’estero è profondamente legato alla mia personalità. Dopo più di dieci anni di vita trascorsi a Sydney, durante i quali l’unico legame con l’Italia era la mia famiglia, ho sentito l’esigenza di realizzare qualcosa di utile per gli italiani residenti in Australia. Grazie al mio carattere estroverso, all’esperienza e alle conoscenze maturate sino ad allora, ho cominciato a porre le basi per realizzare un ponte che mettesse in contatto la business community australiana con la società d’affari italiana.

**Quando fu nominato Segretario Generale della Camera, aveva già una un’idea dell’impronta personale che avrebbe dato alla società?**

La mia intenzione era quella di creare non solo un soggetto a cui tutti coloro che interagivano con l’Italia per motivi d’affari potessero rivolgersi per un sostegno, ma un punto di riferimento per rafforzare l’immagine dell’Italia e del Made in Italy, che, come sappiamo, costituisce la marcia in più dell’italiano rispetto al resto del mondo. Sono stati anni duri, ma con l’aiuto della Provvidenza e la collaborazione di quanti, intorno a me, hanno creduto in questo progetto, abbiamo dato vita a un ufficio che oggi promuove con successo l’italianità non solo presso la comunità d’affari italo-australiana, ma anche la grande industria australiana, e che si propone sul mercato come una vera e propria azienda. Sotto altro aspetto, ho cercato di costruire un ambiente di lavoro nel quale le persone potessero esprimere il meglio di se stesse, dove passione per la vita e professione s’integrassero fra loro. Dal punto di vista istituzionale, invece, ho sempre creduto nel confronto e nella collaborazione con gli altri soggetti del Sistema Italia, in particolare con l’ICE: questa strada, finora, ha sempre dato ottimi risultati.

**La sua idea di Camera di Commercio dunque sembra andare oltre l’offerta di servizi commerciali e la promozione degli scambi tra Italia e Australia.**

Promuovere il made in Italy, a mio modo di vedere, non consiste solamente nel promuovere dei prodotti di derivazione italiana. Significa promuovere un’idea, un concetto, una cultura che appartiene alla storia di un popolo. Allo stesso tempo, però, occorre farlo in maniera sempre nuova, con un taglio avvincente e giovanile. Da qui sono nati l’*Aperitivo Club* e *Voi Tutti*. Il primo è un evento importantissimo, perché mira ad aggregare il meglio della gioventù imprenditoriale locale, che si ritrova per parlare, per scambiarsi idee, per fare network. All’italiana, naturalmente, davanti a un cocktail e a delle tartine. Davvero un successo eccezionale, di cui sono orgoglioso. Attraverso *Voi Tutti*, il nostro magazine camerale, vogliamo invece diffondere la passione e l’amore per la vita che da sempre contraddistinguono gli italiani, dar voce a quei personaggi che tanto hanno fatto e continuano a fare per la business community locale, sotto il profilo del sostegno all’italianità. Sono convinto che uno dei compiti principali delle camere di commercio italiane all’estero sia proprio quello di creare un legame forte tra il paese di riferimento e l’Italia: la cultura e le tradizioni viaggiano anche attraverso il commercio. In fondo è questo che ci distingue dalle altre 73 camere nel mondo e che ci ha reso leader del network: la capacità di investire nei giovani e di saperci adeguare al continuo, repentino cambiamento della società. Basti pensare che il nostro staff si compone di ragazzi al di sotto dei trentacinque anni e lo stesso Consiglio di Amministrazione non supera la media dei cinquanta. Inoltre ospitiamo periodicamente stagisti di alto profilo, selezionati sulla base di una convezione con il CRUI (Conferenza dei Rettori delle Università Italiane) e l’Università Bocconi.

**Come hanno influito negli anni le congiunture**

**economiche internazionali sui suoi progetti? L'attuale crisi finanziaria globale, ad esempio, compromette in qualche modo la piena operatività della Camera, che peraltro gode di sussidi governativi?**

Quando i soldi non ci sono, non ci sono, c'è poco da fare. Di periodi difficili ce ne sono stati, in passato, ma quello attuale forse è uno dei peggiori; d'altro canto non possiamo certo strapparci i capelli e starcene a guardare. Non sono i successi, a mio modo di vedere, che formano un uomo, ma le avversità che è riuscito a superare. L'essenziale è sapersi rinnovare, rimettersi in discussione e trovare sempre vie alternative, che ci possano garantire la realizzazione dei nostri obiettivi e delle idee in cui crediamo.

**Indichi il motivo principale per il quale un'impresa italiana in cerca di fortuna in Australia dovrebbe rivolgersi alla Camera di Commercio Italiana di Sydney...**

Semplice: la profittabilità. Se un cliente investe con noi mille, noi gli garantiamo un ritorno di diecimila. Naturalmente questa garanzia poggia sulla professionalità dei servizi che forniamo: a prezzi assai competitivi sul mercato, assicuriamo alle aziende un'assistenza scrupolosa, che si tratti della ricerca di agenti e distributori, dell'organizzazione di missioni commerciali, appuntamenti B2B ed eventi promozionali. La lista di clienti che hanno sfondato nel mercato australiano grazie al nostro aiuto è lunga.

**Le donne: che posto hanno avuto e hanno tuttora nella sua vita?**

Le donne hanno avuto molta importanza nella mia vita: sono convinto che a fianco di un grande uomo ci sia sempre una grande donna. E di grandi donne, oltre alla mia attuale compagna, sono circondato ogni giorno, anche per motivi di lavoro. Penso alle tante imprenditrici e manager nostre socie, una su tutte Carla Zampatti, stilista italiana che non solo gestisce con successo la sua azienda, ma ricopre la carica di Presidente dell'SBS, la radiotelevisione di stato Australiana, e siede presso i consigli di amministrazione di società molto importanti. Da italiano, poi, non posso non citare "la mamma": è lei che mi ha educato, è lei la persona alla quale devo quel che sono. Non scordiamoci che essere una buona madre, in fondo, è l'impresa delle imprese.

The Italian Chamber of Commerce is committed to promoting and extending business relations between Australia and Italy. Since our beginnings in 1922, the Italian Chamber of Commerce has helped countless companies in both Italy and Australia succeed in business, has fostered a range of trade developments, and has helped relations between our two great countries grow.



1- Ingresso della Italian Chamber di Sydney  
2- Il team camerale in una foto scattata in occasione dell'Aperitivo Club organizzato con Barilla Australia e denominato "La cucina povera". Da sinistra: Federica Guidi (Sales and Membership Manager), Dario Privitera (Trade Coordinator), Silvia Selmo (Events & Trade Fairs Coordinator), Marco Moretti (Trade Manager), Katherine Stevenson (Communications Manager), Nicola Rossi (Trade Assistant), Elisa Costoli (Events Assistant), Vincenzo Pagano (Trade Assistant), Luigi Mariani (Media Liaison Officer);  
3- La rivista "Voi Tutti"

