

Eventi. I piani del comitato di Confindustria voluto da Emma Marcegaglia - Bracco: «2015 un acceleratore per il paese»

Imprese in campo per l'Expo

Moratti: «Abbiamo bisogno di voi» - Stanca: «Successo se il sistema si mobilita»

Marco Alfieri
Nicoletta Picchio

«Abbiamo bisogno di voi, delle vostre competenze. Expo è una grande occasione per conoscere nuovi mercati, offrendo un contributo ai paesi emergenti». Il sindaco di Milano nonché commissario straordinario di Expo 2015, Letizia Moratti, collegata in videoconferenza, chiede il contributo delle imprese per il successo del grande evento espositivo.

«Le imprese sono pronte», conferma in diretta Diana Bracco, presidente del Comitato speciale Expo 2015, voluto dalla presidente di Confindustria, Emma Marcegaglia, che ne ha fatto un caposaldo del suo programma. Ieri, durante la Giunta di Confindustria, la Bracco ha presentato al sindaco di Milano, insieme all'ad della società Expo 2015, Lucio Stanca, una serie di proposte affinché la sfida 2015 sia «realmente uno sviluppo bottom up», aperto al contributo d'impresa. Lasciando alla società operativa la regia.

Cooperazione allo sviluppo. «Il mondo delle imprese - prosegue Bracco, che è anche coordinatrice del gruppo cooperazione allo sviluppo - ha capito che l'Expo rappresenta non solo un formidabile acceleratore per le infrastrutture indispensabili al Paese, ma che sarà anche un'occasione per valorizzare le eccellenze della nostra ricerca, attrarre investimenti, dare visibilità nel mondo ai prodotti made in Italy». Insomma, «un vero driver di crescita». È questo che si augurano gli industriali a capo dei sette gruppi di lavoro in cui si declina il Comitato Expo di Confindustria. «Se riusciremo a mobilitare il sistema Italia il successo sarà assicurato», ha aggiunto Stanca, annunciando a breve una campagna informativa in tutti i Paesi: «Una delegazione Expo sarà presente nel corso delle missioni di Confindustria all'estero».

Promozione internazionale. Proprio alla promozione internazionale è dedicato uno dei

gruppi di lavoro, affidato a Giuseppe Castelli, vice presidente del gruppo Perfetti Van Melle e consigliere in Assolombarda per l'internazionalizzazione. Le missioni all'estero di Confindustria, spiega Castelli, sono una ribalta preziosa: a novembre Brasile e Cile, a inizio 2010, Usa e Giappone. Poi le altre che seguiranno, fino al 2015. Ma non solo: la promozione farà perno su tutto il sistema confindustriale, dalle categorie alle territoriali, insieme alla rete delle Camere di commercio. Già è partita un'attività intensa: per esempio, dice Castelli, in Assolombarda ogni due giorni ci sono eventi internazionali. Fondamentale avere format divulgativi chiari e facilmente gestibili, che il gruppo di lavoro a già chiesto alla società Expo.

Nutrizione. Se l'idea di fondo ruota attorno all'eccellenza nella nutrizione, aumentandone la valenza scientifica, la sfida della commissione dedicata a questo tema, coordinata da Silvio Ferrari, ad di Cargill e vice presidente Federalimentare, è puntare sull'innovazione e sulla sicurezza, coinvolgendo tutta la filiera, dal mondo agricolo al packaging. Anche in questo caso, è protagonista la struttura di Confindustria, oltre a singole aziende. Ma Ferrari vuole un raccordo anche con le piattaforme tecnologiche, che stanno lavorando a progetti di ricerca per l'industria. E c'è già il progetto di costruire un Parco scientifico e tecnologico "Food for you", (incubatori, start-up, tutorship di innovazioni per le imprese) in occasione di Cibus Tec/Fiere di Parma, nel 2011. Nel food, sottolinea Ferrari, il 60% è prodotto tradizionale. Bisogna guardare oltre, guardando al 2015. Per esempio, sulla sicurezza: «È un concetto dinamico, cambia con le esigenze e lo sviluppo della ricerca».

Innovazione e sviluppo sostenibile. È strettissimo il legame con il gruppo di lavoro Innovazione e sviluppo sostenibile, coordinato da Giorgio Squinzi, presidente di Federchimica e numero uno della Mapei. In Federchimica, sottolinea Squinzi, c'è

il comparto degli agro-farmaci, degli additivi per l'industria alimentare e per gli animali, il settore Ogm. Nel gruppo di lavoro, hanno già preso il via otto task force, per individuare le eccellenze italiane su nutrizione, acqua, generazione di energia, combustibili, edilizia, trasporti, ambiente e industria manifatturiera. Il comune denominatore delle imprese dovrà essere il collegamento con lo sviluppo ecosostenibile, un forte contributo italiano, rappresentare realtà già esistenti o in fase di realizzazione entro il 2015.

Mobilità e reti. Ma Expo sarà anche un'occasione straordinaria per fare incontrare domanda e offerta. Una specie di grande laboratorio per sperimentare nuove tecnologie digitali. «Lavoreremo su quattro ambiti», spiega Pietro Guindani, presidente di Vodafone, che coordina il gruppo di lavoro sulle Reti e la mobilità. E cioè le infrastrutture fisiche con la stesura della fibra di ultima generazione; i servizi al cliente, in termini di sicurezza, rilevamento e gestione flussi; gli applicativi funzionali, cioè la tecnologia al servizio del turismo, della logistica, l'ospitalità e la cultura; le tecnologie di presentazione (reti fisse e mobili e sito espositivo attraverso strumenti interattivi). Il tutto costruendo un palinsesto digitale, aperto ma integrato, «capace di far vivere un'esperienza emozionale», passando dall'«on line all'on site», destinato ai tre macro gruppi di visitatori Expo: persone, imprese e istituzioni, cioè i paesi.

Reti logistiche. Altro tema decisivo è il sottogruppo reti fisiche e infrastrutturali, coordinato dal presidente di Asimpredil Ance, Claudio De Albertis, che avverte: «È necessario accelerare». Sulle infrastrutture, spiega, restano delle incertezze: il Passante ferroviario sembra essere declassato; le linee del metrò non hanno finanziamenti certi; Malpensa è malcollegata e sotto-dimensionata. «Servono garanzie dal governo sui fondi. Poi, ed è il nodo su cui stiamo lavorando, occorre coinvolgere di più le

imprese del settore: i produttori di materiali, chi li assembla, gli architetti, per dare vita davvero ad un grande Expo dell'innovazione in termini di costruzioni e edilizia sostenibile».

Turismo culturale. Anche il coordinatore del gruppo Lavoro, Turismo culturale, l'ad di Alpitour, Daniel John Winteler, manifesta alcuni dubbi: «Costruire pacchetti turistici in grado di incentivare i flussi dall'estero è la cosa più semplice». Prima occorre definire tre questioni-cardine. Numero uno: «Quale sarà il tema forte dell'evento? L'idea del microclima e della biodiversità va riempita e sostanziata. Il concept espositivo è solo una cornice che va allargata a quelle eccellenze imprenditoriali capaci di lasciare sul territorio un'eredità anche nel post evento».

Due: «Le infrastrutture, dall'Alta velocità fino a Malpensa, sono decisive per attrarre flussi di turismo incoming. Oggi, invece, per andare da Torino a Trieste ci vuole lo stesso tempo che andare a New York». Terzo: «Avere interlocutori certi: le Regioni, il Ministero, la società Expo, l'Enit. Troppa frammentazione». Inoltre, per una corretta pianificazione ricettiva va stimato in modo attendibile quanti turisti sono attesi. Premesso questo, «la nostra ambizione è di diventare il veicolo internazionale per la promozione mirata di Expo e degli eventi turistico-culturali annessi».

Expo generation. Obiettivo 2015, ma guardando anche oltre: per esempio, alle nuove professionalità che nasceranno per realizzare l'Expo, specie sui temi della Nutrizione e dell'Energia. «Dovremo impegnarci per sviluppare nuove conoscenze e capacità per oltre 4 milioni di studenti delle scuole secondarie e dell'Università», spiega Gianfranco Casati, ad di Accenture e coordinatore del gruppo di lavoro Expo-Generation e nuove professionalità. «L'Expo per il mondo imprenditoriale dovrà essere un'eredità da lasciare alla generazione 2015 per i decenni a venire».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il Comitato speciale



**PRESIDENTE
COMITATO**

Diana Bracco

Comitato Tecnico Progetto Speciale
Expo2015



**L'elenco dei gruppi di lavoro
NUTRIZIONE**



Coordinatore
Silvio Ferrari

**EXPO GENERATION E NUOVE
PROFESSIONALITÀ**



Coordinatore
Gianfranco Casati

**TURISMO CULTURALE,
ATTRATTIVITÀ E RICETTIVITÀ**



Coordinatore
Daniel John Winteler

MOBILITÀ E RETT



Coordinatore
Pietro Guindani

**INNOVAZIONE E SVILUPPO
SOSTENIBILE**



Coordinatore
Giorgio Squinzi

Infrastrutture digitali Infrastrutture logistiche



Coordinatori sottogruppi
**Pietro Guindani
e Claudio De Albertis**

PROMOZIONE INTERNAZIONALE



Coordinatore
Giuseppe Castelli

COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO



Coordinatore
Diana Bracco (ad interim)

VETRINA INTERNAZIONALE

È prevista un'intesa attività di promozione all'estero, con missioni dal Cile al Giappone per spiegare al mondo l'evento

OLTRE LA RASSEGNA

L'obiettivo finale sarà quello di organizzare una manifestazione che lasci un'eredità duratura alle generazioni a venire



Diana Bracco

L'Expo è un'occasione per valorizzare il made in Italy e per attrarre investimenti. Un vero driver di crescita



Silvio Ferrari

Puntare su innovazione e sicurezza alimentare, coinvolgendo la filiera dall'agricoltura al packaging



Daniel John Winteler

Il concept espositivo è solo una cornice: va allargata a quelle eccellenze capaci di lasciare un'eredità



Giorgio Squinzi

Valorizzare gli agro-farmaci, gli additivi per l'industria alimentare e le imprese nel campo degli Ogm



Giuseppe Castelli

È fondamentale avere format divulgativi chiari e facilmente gestibili per l'attrazione dall'estero



Gianfranco Casati

L'Expo dovrà essere un'eredità da lasciare alla generazione 2015 e per i decenni a venire



Pietro Guindani

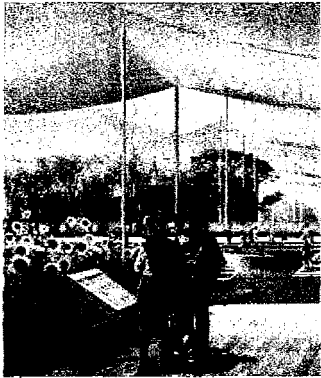
Expo 2015 sarà una specie di grande laboratorio in grado di sperimentare le nuove tecnologie digitali



Claudio De Albertis

È necessario coinvolgere le imprese del settore per valorizzare l'evento in chiave edilizia sostenibile





Il concept

Un parco botanico planetario con serre e terreni che riprodurranno i climi del mondo e le loro tipicità alimentari, circondato da un sistema di canali navigabili: così sarà l'Expo milanese del 2015

