

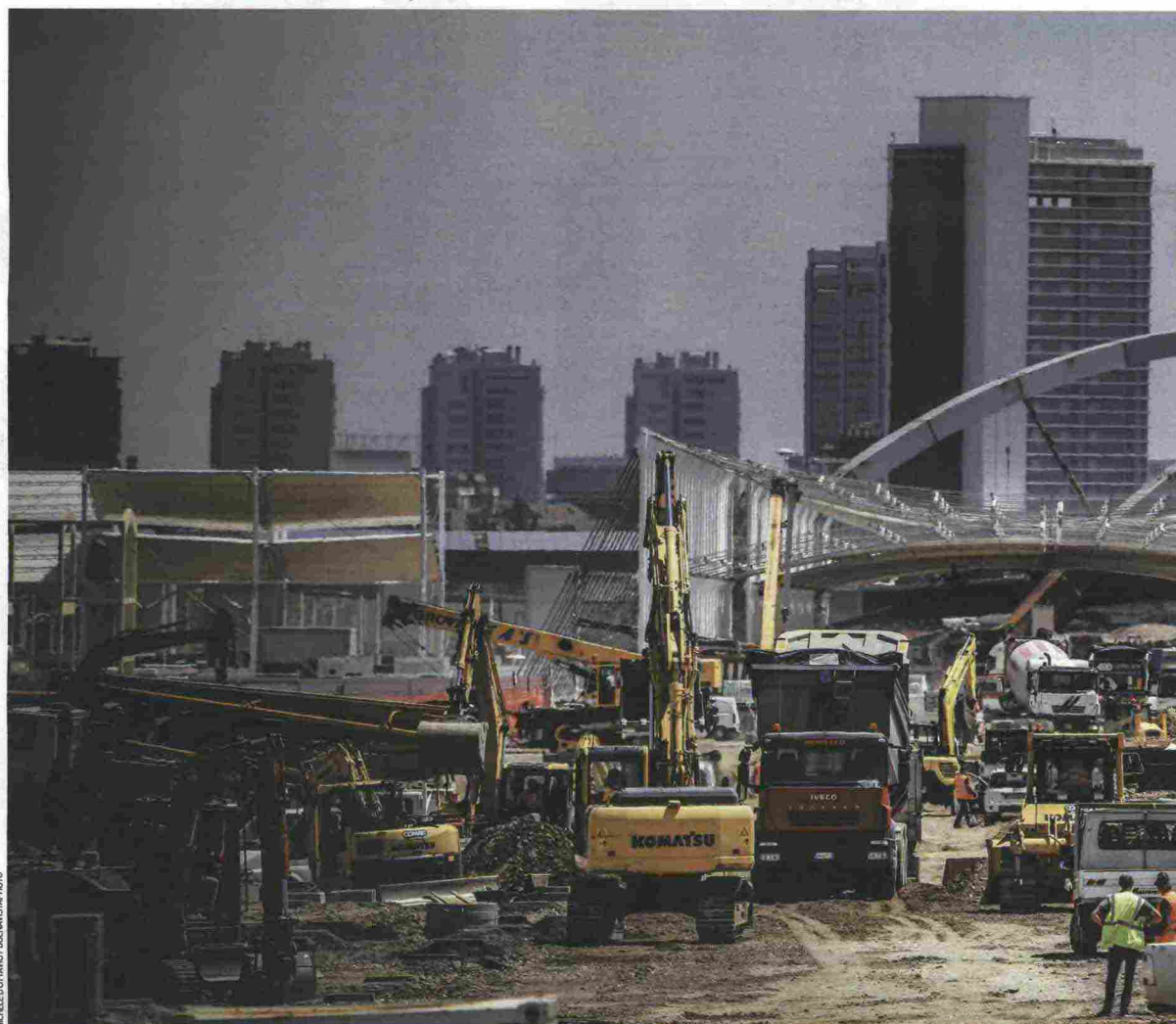
2 **L'ITALIA CHE VINCE LOMBARDIA**

STUPIREMO IL MONDO

I primi numeri su sponsor e biglietti consegnano all'Expo di Milano il primato di maggiore manifestazione del genere. Ma l'obiettivo della regione è non disperdere gli investimenti nell'iniziativa.

Expo 2015 e le contraddizioni italiane: a sette mesi dal via manca ancora un terzo dei lavori ed è stato speso solo il 43 per cento dei fondi. Eppure, già si parla di manifestazione da record con 370 milioni di sponsorizzazioni raccolte e i 6 milioni di biglietti già venduti. Nessuna Expo ha fatto meglio e su questi dati si giocano le speranze per risolvere export, produzione e l'immagine dell'Italia.

Attorno a questa sfida è riunita non soltan-



MICHELE POTTINO / BURNINGSTUDIO

to Milano, ma l'intera Lombardia: comune, regione, camera di commercio, associazioni, le confindustrie territoriali, sono tutti al lavoro per Expo ma anche per il dopo Expo, perché gli investimenti di oggi non si perdano con la chiusura della manifestazione. Cosa c'è sul tavolo? In primis, c'è il rilancio del turismo e del suo indotto, «visto che sono attesi 20 milioni di visitatori che vogliamo fidelizzare per i prossimi sei anni alle bellezze lombarde, che contano ben sette siti patrimonio Unesco» dice il presidente della regione Roberto Maroni. Poi la grande vetrina per le imprese legate al food e ai temi alimentari. Quindi la scommessa per rilanciare l'occupazione. «Abbiamo investito 20 milioni di euro per stabilizzare i giovani che lavoreranno nei sei mesi di Expo» continua Maroni. E a questo scopo è stato anche sottoscritto un accordo che riunisce Confindustria, amministrazione territoriale e associazioni di categoria. «È un'intesa che tiene conto delle ragioni di tutti, della necessità di valorizzare l'apprendistato, di sgravare le imprese da alcuni oneri. Insomma, un accordo che è anche un laboratorio di come si potrebbe migliorare il mercato del lavoro in Italia» sottolinea il presidente della Confindustria lombarda, Alberto Ribolla.

I numeri e le previsioni che si accompagnano a Expo 2015 sono tali da mettere d'accordo tutti: 1,3 miliardi di investimenti pubblici, 400 milioni di investimenti privati, 1 miliardo di investimenti da parte dei partecipanti. Una media di 130 mila visitatori al giorno e tante occasioni di incontro, scambio, iniziative collaterali.

Da un punto di vista confindustriale, l'occasione è ghiotta per spingere le esportazioni e creare rapporti duraturi tra le imprese nazionali ed estere, aiutare le piccole e medie imprese a organizzarsi in reti che rappresentino non solo un prodotto ma anche forniture e subforniture. E far sì che questo non valga soltanto per le imprese la cui attività è legata al tema Expo «Nutrire il Pianeta. Energia per la vita», ma anche per quei settori apparentemente estranei, come la meccanica o come la chimica, un campo quest'ultimo che vede la Lombardia prima regione d'Italia con 1.300

Numeri da record

1,3 miliardi

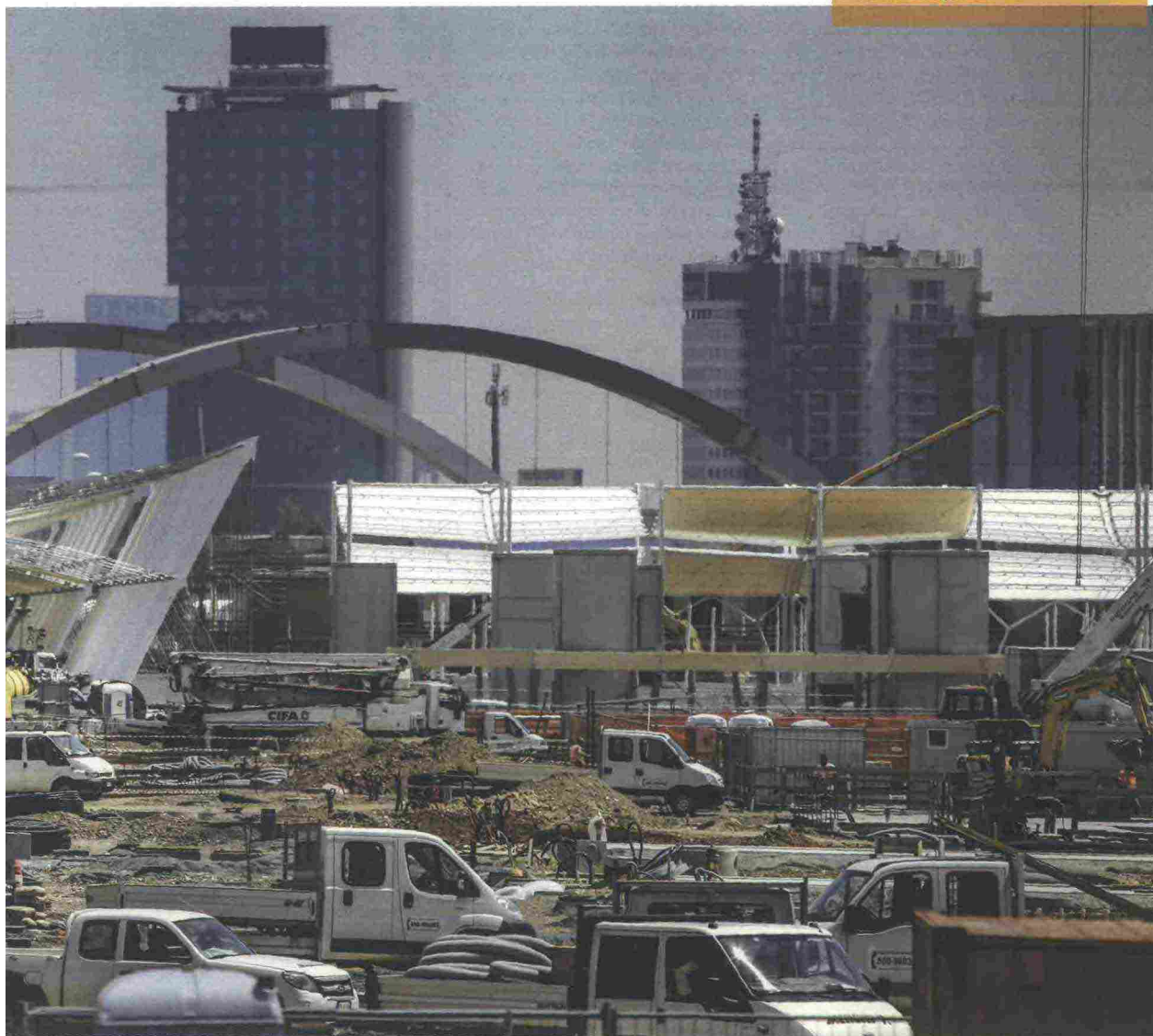
di euro in investimenti pubblici

400 milioni

di investimenti privati

Contraddizioni

Manca ancora un terzo dei lavori ma intanto sono stati venduti 6 milioni di biglietti.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

4 L'ITALIA CHE VINCE LOMBARDIA

investimento dei partecipanti
1.000.000.000

di euro. 600 milioni per infrastrutture, 400 per servizi di gestione

RICAVI
circa 1 miliardo

di euro stimati

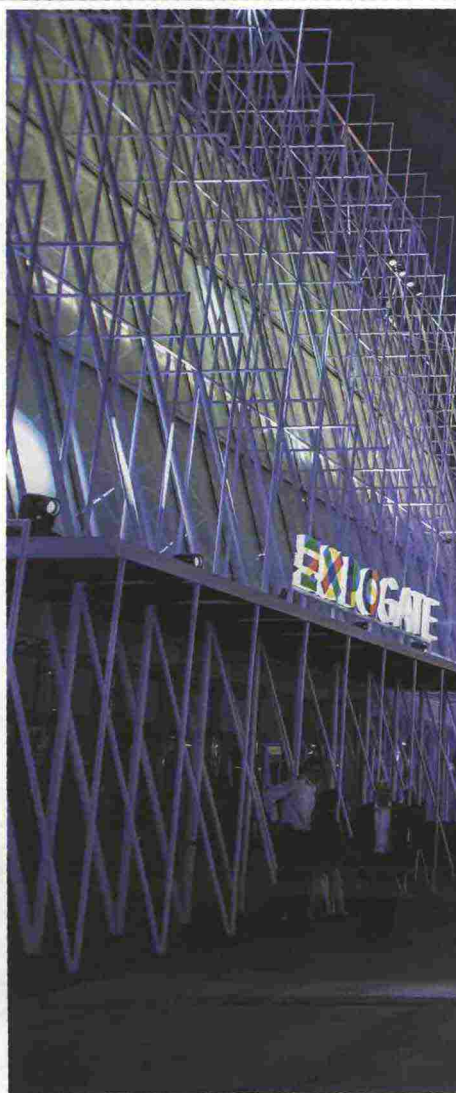
imprese. Possibile? Sì, possibile. La prima a battersi per Expo a Milano fu infatti, e non a caso, Diana Bracco, amministratore delegato dell'omonimo gruppo farmaceutico, all'epoca presidente di Assolombarda e oggi alla guida del Padiglione Italia. «L'obiettivo è incrementare le quote di export di tutte le nostre imprese, una rete di distretti e di eccellenze che spesso non riusciamo a portare all'estero come dovremmo» è il suo commento. «Mentre per quanto riguarda il turismo, la sfida è quella di far salire il contributo del comparto italiano dai 161 miliardi del 2012 (11 per cento del Pil nazionale) a 180 nel 2015, scalando in modo stabile e duraturo la classifica della World tourism organization».

Nei sei mesi di Expo, dunque, Ice, ministero degli Esteri, Confindustria e sistema camerale organizzeranno all'interno di Palazzo Italia un ricchissimo programma di scambi e incontri business to business «senza mai perdere di vista l'occasione di presentarsi finalmente ai mercati esteri come un sistema organizzato, efficiente, che non procede in ordine sparso» aggiunge Ribolla «per poi ot-

timizzare strutture, contatti e servizi avviati anche per il futuro». Un esempio di questo è la partita sulla destinazione futura del sito di Expo, per la quale è stato avviato un bando da 315 milioni che scade il 14 novembre. «Assolombarda ha proposto lo sviluppo di un polo tecnologico di eccellenza a livello europeo, che dia un'identità polarizzata ad alcune filiere» racconta Fabio Benasso, amministratore delegato di Accenture e responsabile Expo per Assolombarda «Sarebbe il primo polo specializzato d'avanguardia ed esteso di Milano: stiamo già raccogliendo l'interesse di una serie di soggetti, in particolare del terziario, magari cercando di finalizzare qui alcuni investimenti dell'Agenda digitale».

Ma non sarebbe comunque questa, l'unica eredità che Expo potrebbe lasciare a imprese e città. «Tra i contributi che Assolombarda sta dando per lo sviluppo di Milano come Smartcity c'è il progetto E015» continua Benasso «attraverso il quale stiamo creando un ecosistema digitale condiviso, uniformando tutti gli standard tecnologici per un rapido scambio di informazioni digitali tra imprese, enti, associazioni». Un esempio della sua applicazione è nella mobilità urbana: standardizzando i protocolli dei siti di aeroporti, Atm, ferrovie, metropolitane e autostrade, infatti, i cittadini e i turisti potranno definire gli itinerari integrando voli, informazioni sulla circolazione stradale e percorsi Atm attraverso una sola app. «Si tratta di applicazioni che resteranno anche in futuro, per la comodità di tutti» aggiunge Benasso. «E che aprono a interessanti utilizzi come per esempio la biglietteria elettronica intermodale, magari utilizzabile anche da servizi di trasporto privato».

Uno studio dell'Università Bocconi stima che Expo produrrà effetti di crescita sull'indotto sino al 2020, portando in dote 200 mila posti di lavoro, 25 miliardi di produzione in più dell'indotto, un valore aggiunto di 10,5 miliardi e un aumento del 10 per cento del fatturato turistico. Expo creerà nuove imprese, nuovi servizi, nuove opportunità che impatteranno soprattutto sull'area milanese (2 miliardi di produzione aggiuntiva e 20 mila occupati) ma non solo. «C'è infatti da promuovere l'intero brand Italia» sottolinea Stefano Agostini, amministratore delegato di San Pellegrino (gruppo Nestlé), sponsor di Expo



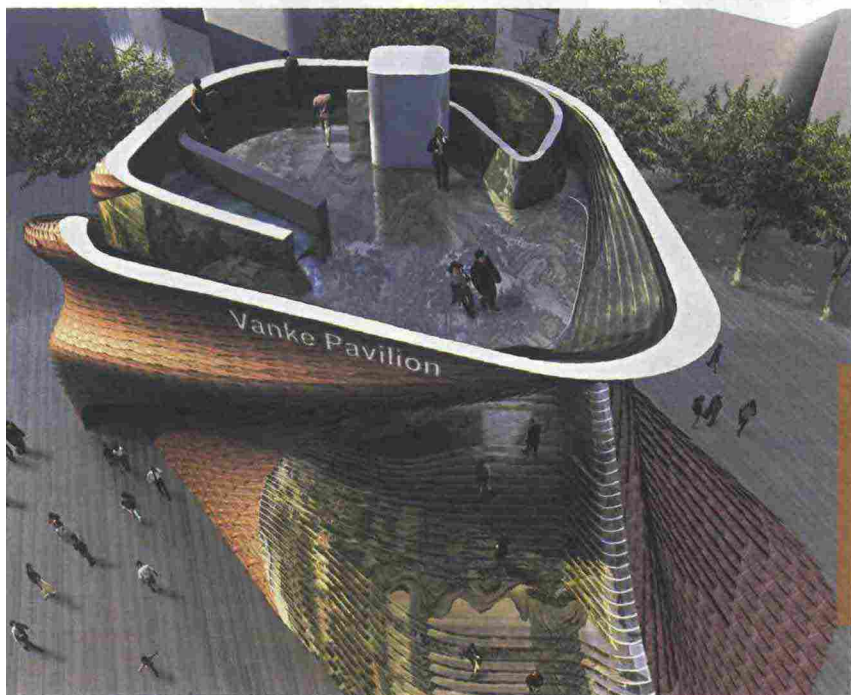
2015. «Che poi coincide con l'eccellenza della manifattura e dello stile di vita nel suo insieme, nel gusto per la bellezza e il buon cibo, quello di cui San Pellegrino si è sempre fatta ambasciatrice nel mondo. Ed in questo ci impegneremo ancora, con eventi che coinvolgeranno il mondo della moda e del design. Se riusciremo a valorizzare tutto questo dando allo stesso tempo l'immagine di un Paese organizzato, produttivo ed efficiente si vince la partita. Con Expo tutto è importante: la puntualità negli aeroporti, la pulizia, la conoscenza delle lingue, l'accoglienza negli alberghi e negli infopoint».

Se il brand Italia viene rilanciato, ne beneficerà infatti tutta l'industria. E nessuno vuole perdere il treno. Qualcuno sa che la Lombardia è la maggiore produttrice di valvole nel mondo? Pochi. E allora è chiaro perché Assolombarda organizzerà anche un help desk per medie e piccole imprese, che va al di là del settore di business. «Si sarebbe potuto osare anche di più» ammette Alberto Bombassei, presidente e primo azionista di Brembo, eccellenza mondiale nel settore dei dispositivi frenanti. «A Bergamo abbiamo provato a portare negli spazi del polo tecnologico del Kilometro Rosso le tante aziende meccaniche di eccellenza legate al settore alimentare (packa-





NICOLA S. TARANTINO



XINHUA NEWS AGENCY / EYEFINE

Ricadute per la città

Il centro di accoglienza dell'Expo in centro a Milano. La Bocconi stima un aumento dell'occupazione di 20 mila persone nell'area metropolitana.

Aiuto finanziario

Il Vanke Pavilion di Daniel Libeskind: per la prima volta, in 163 anni di storia delle Expo, un'impresa cinese, la Vanke, dispone di un padiglione tutto suo.

6 L'ITALIA CHE VINCE LOMBARDIA

MA IL MOTORE BATTE IN TESTA

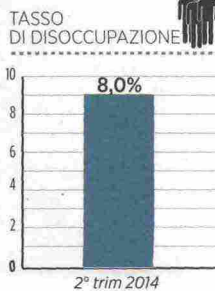
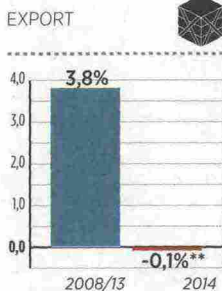
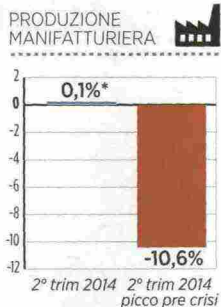
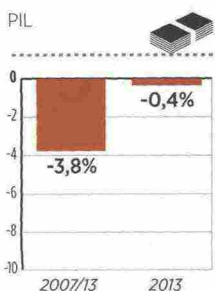
Calano ancora lievemente produzione, ordini interni ed esteri, il fatturato. La discesa è questione di decimali per fortuna, ma dopo anni di crisi fanno molto male anche quelli. L'analisi periodica dei dati economici delle associazioni degli industriali ormai dà un po' ovunque la stessa sentenza: dopo un primo trimestre incoraggiante, una nuova doccia gelata. L'economia rallenta di nuovo. La Lombardia, cuore economico d'Italia, non fa eccezione.

E nessuno si aspetta più una ripresa nemmeno nel 2015. «Siamo ancora la prima regione d'Italia con riferimento a Pil ed export, ma alcune regioni hanno fatto meglio di noi per quanto riguarda le esportazioni» sottolinea il presidente di Confindustria Lombardia Alberto Ribolla. «Vuol dire che stiamo perdendo un po' di brillantezza e questo la Lombardia, patria della meccanica, della chimica, della moda e di tanto altro, non può permetterselo».

I dati cui fa riferimento il presidente sono quelli relativi all'aggiornamento del 16 settembre scorso, che mostra un andamento nell'export in diminuzione dello 0,1 per cento, contro un Veneto che cresce del 3,2 nel secondo trimestre. Guardando all'intero semestre, però, si può invece parlare di una sostanziale stabilità data dal fatto che i paesi Ue sono andati a compensare il calo di quelli extra Ue. Ma certamente non è consolante. Il confronto con il Veneto poi, è sempre penalizzante per quanto riguarda la produzione manifatturiera, che vede quella industriale lombarda segnare un più

0,1 per cento nel secondo trimestre e quella artigianale scendere dello 0,4, mentre in Veneto l'attività rallenta ma si mantiene ancora su ritmi rilevanti. «Anche gli ordini interni sono in calo» continua Ribolla. «Tengono leggermente solo gli ordini esteri del comparto industria e quello che leggo dai dati è soprattutto che sono le aziende di piccole dimensioni ad avere più difficoltà: è necessario quindi lavorare sulle dimensioni d'impresa spingendo ancora sulle aggregazioni». Reti e aggregazioni, annoso problema. «Ma se prima parlarne era un esercizio accademico, adesso è diventata

una questione di sopravvivenza. Non si può rimandare, restare a discutere. Occorre agire». Il secondo punto indispensabile per la ripresa è «creare la catena del valore, aumentando il valore aggiunto dei nostri prodotti rispetto alla manifattura a basso costo dei paesi asiatici». E questo si fa soltanto creando filiere competenti, riunendo le imprese attorno a un progetto innovativo, aumentando gli sforzi nella ricerca. Per questo ci sono i cluster, le 9 aree ad alta specializzazione che riuniscono attorno a progetti specifici il meglio degli ex distretti produttivi, aziende e università.



*var. congiunturale ** var tendenziale

ging, produzione, lavori agricoli tanto per dare qualche esempio), ma alla fine non tutti hanno remato dalla stessa parte. Sarebbe stata una fantastica vetrina per la meccanica d'eccellenza al servizio dell'alimentare, ma non è stato possibile. Un'occasione persa. Cercheremo di rimediare organizzando una serie di eventi a tema, cercando di attirare quanti più operatori stranieri possibili».

Attivare la rete dunque, ma anche mantenerla. E questo è lo scopo del progetto «Urban Food Policy Pact» che sta promuovendo il sindaco di Milano Giuliano Pisapia: «Nel corso di un grande evento a chiusura di Expo, chiederò ai sindaci delle metropoli del mondo di firmare un patto per una policy alimentare sostenibile condivisa, cui stiamo lavorando all'interno della costruzione di Smart City Milano insieme con Fondazione Cariplo» spiega Pisapia. «Da Londra a New York, da Chicago ad Amsterdam, a Dakar: stiamo anche già lavorando in rete con quasi 30 città (alla fine saranno almeno 50) per costruire i contenuti del Patto mondiale sulle Food Policy, che darà vita a una filiera alimentare di qualità, una



Aiuto finanziario
Da sinistra, Fabio Benasso, responsabile Expo per Assolombarda, Alberto Bombassei e Giuliano Pisapia.

Diana Bracco guida il Padiglione Italia: «L'obiettivo è aumentare le quote di export»



nuova logistica degli approvvigionamenti, una lotta generalizzata agli sprechi».

Tutto questo, dando per scontato che Expo 2015 si confermi un successo. Ce la faremo? «Expo 2015 si farà e farà bene. Dobbiamo smetterla con l'autolesionismo italiano e piuttosto lavorare tutti insieme per offrire ai visitatori un'immagine di un'Italia seria, organizzata e laboriosa» è il commento di Piero Galli, a capo della divisione per la gestione evento di Expo 2015. «La tanto acclamata Expo di Shanghai aveva raccolto un decimo delle nostre sponsorizzazioni, Dubai 2020 appena un terzo, e questo significa che il brand Italia funziona. Nei giorni di picco attendiamo 250 mila persone, equivalente degli abitanti di Messina: una grande sfida per la nostra accoglienza. Ma che sapremo sostenere».