

Articoli Selezionati

			Capital		
01/04/15	CONFARTIGIANATO	40	Più business per tutti, settore per settore	Spampinato Antonio	1
			Corriere del Veneto Edizione di Venezia e Mestre		
23/04/15	STAMPA LOCALE	8	Expo, la mappa on line per scoprire l' «altra» Venezia	Cargasacchi Margherita	4
			Corriere di Viterbo		
22/04/15	STAMPA LOCALE	8	Confartigianato e Slow food in piazza del Gesù per il mini Expo viterbese	...	5
			Eco di Bergamo		
17/04/15	STAMPA LOCALE	11	Artigiani a Fuori Expo C'è il bando regionale	...	6
23/04/15	STAMPA LOCALE	15	Expo, la carica delle «piccole» alla kermesse	...	7
			Famiglia Cristiana		
19/04/15	CONFARTIGIANATO	103	"Per noi l'Expo di Milano dura tre anni"	Sanfrancesco Antonio	9
			Gazzettino Belluno		
23/04/15	STAMPA LOCALE	7	La produzione bellunese unita nel nome dell'Expo	Dt	10
			Giornale di Vicenza		
23/04/15	STAMPA LOCALE	8	L'artigianato sposa il turismo E punta all'Expo	Giacomuzzo Cristina	11
			Giornale Milano		
15/04/15	STAMPA LOCALE	12	«Di Donne»: il bon ton di una cuccia e un cappello di rame alla Fabbrica	Gaiardoni Elena	13
			Giorno Lodi Crema Pavia		
23/04/15	STAMPA LOCALE	4	Expo, il Lodigiano dà il meglio	De Benedetti Laura	14
			Giorno Sondrio		
17/04/15	STAMPA LOCALE	7	Una delegazione a Milano per risolvere il giallo Expo	Balzarotti Luca	15
			Nuova del Sud		
21/04/15	CONFARTIGIANATO	15	L'eccellenza artigiana in vetrina all'Italian Mayers Village a Milano	...	16
			Nuova Venezia-Mattino di Padova-Tribuna di Treviso		
23/04/15	STAMPA LOCALE	16	Botteghe venete sul web in vetrina per Expo 2015	Codognato Gianluca	17
			Prealpina		
15/04/15	STAMPA LOCALE	10	I piccoli artigiani guardano a Rho	e.p.	18
			Provincia - Cremona		
15/04/15	STAMPA LOCALE	18	Artigiani ed Expo Incontri con operatori esteri	...	19
			Provincia di Lecco		
15/04/15	STAMPA LOCALE	9	Le iniziative di Fuori Expo Aiuto regionale agli artigiani	...	20
			Provincia Sondrio		
16/04/15	STAMPA LOCALE	9	La Valtellina sarà all'Expo Con i suoi prodotti tipici	S.Bar.	21
			Provincia Varese		
15/04/15	STAMPA LOCALE	11	Expo-rt...iamoci nel mondo «C'è un mercato per tutti»	Bottelli Silvia	22
18/04/15	STAMPA LOCALE	12	Fattore B2B determinante Le occasioni sono al Village	...	24
			Voce di Mantova		
21/04/15	STAMPA LOCALE	2	Lettere - Confartigianato: il futuro si chiama Expo-rt	...	25

Inchiesta

Enormi opportunità nei sei mesi dell'evento e in futuro. *Capital* ha raccolto **le stime degli esperti.**

Ecco le cifre che sta muovendo e muoverà la grande macchina internazionale di Expo | **Antonio Spampinato**

Più business per tutti, settore per settore

LO STUDIO DELLA BOCCONI che prevede un ritorno di molti miliardi dall'Expo, fino al 2020, individua i settori che più di altri ne beneficiano. Nella fase di preparazione (2013-2014) è stato il comparto **costruzioni** ad aver fatto il pieno (1,4 miliardi), seguono **servizi alle imprese** (850 milioni), **industria** (721 milioni) e **turismo-ristorazione** (307 milioni). Il totale, che comprende anche altri settori, è di 4,1 miliardi. Durante l'evento gli equilibri cambieranno (totale 7,8 miliardi): turismo e ristorazione balzeranno in testa (2,7 miliardi), poi industria (1,5), servizi alle imprese (1,4), servizi alle persone (711 milioni) e commercio (620 milioni). Nella fase post evento (fino al 2020 per un totale di 11,7 miliardi) sarà l'industria a fare la parte del leone (3,7 miliardi), seguiranno i servizi alle imprese (2,5) e il commercio (1,5 miliardi).

Milano

Per le imprese milanesi la crisi sembra ormai un ricordo. Non ancora nei conti ma almeno per quanto riguarda le aspettative.

Secondo un'indagine condotta dalla Camera di commercio del capoluogo lombardo e da Ipsos, le aziende del territorio stanno tornando a investire: una su due in pubblicità e comunicazione, poche di più nel miglioramento del processo produttivo. Questo perché, per la prima volta dal 2008, il numero di ottimisti supera quello dei pessimisti riguardo ai prossimi 12 mesi. Torna la fiducia e si riprende ad assumere: l'11% ha nuovi dipendenti, in media quasi due persone a impresa. La città di Milano dunque trarrà i maggiori vantaggi dagli investimenti per l'esposizione e il comparto della ricezione turistica è il più stimolato: l'impatto totale stimato fino al 2020 è di 12,7 miliardi, con 6 miliardi di valore aggiunto. A gennaio il *New York Times* ha inserito la città al primo posto tra le mete turistiche da visitare nel 2015. Una pubblicità aggiuntiva per l'indotto cittadino.

Alberghi

L'Associazione albergatori Confcommercio Milano (Apam), Assolombarda ed Explora (cura la promozione turistica lega-

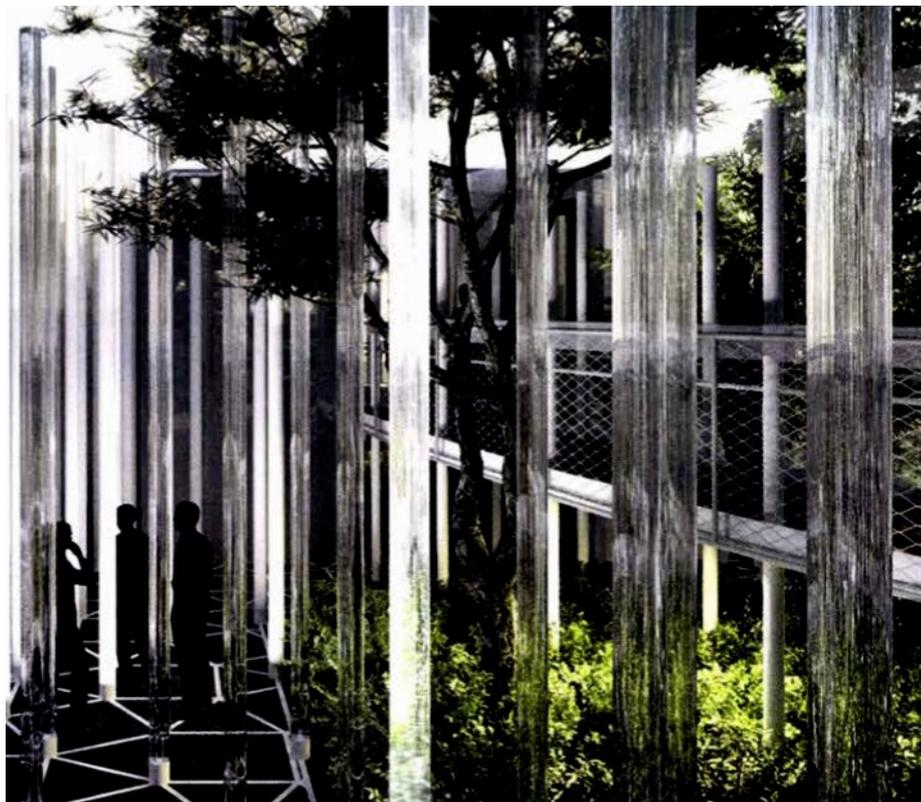


Nelle foto, il progetto del padiglione Enel.

ta a Expo) hanno firmato un protocollo d'intesa per promuovere e commercializzare in Italia e all'estero l'offerta milanese e lombarda. L'attesa è di 3,4 milioni di pernottamenti aggiuntivi negli hotel. Poi ci sono gli affittacamere privati e gli appartamenti locati a settimane. Federalberghi li critica: «Molti di loro sono low cost improvvisati o fuori norma, eppure al momento stanno raccogliendo il grosso della domanda. Questo grazie a una regolamentazione non all'altezza di un paese a vocazione turistica», lamenta il presidente della federazione, **Bernabò Bocca**. Che però ha motivo per essere ottimista: «Su l'Expo l'Italia è partita in ritardo e ora, come nostra abitudine, c'è la corsa per recuperare terreno. Maggio sarà un mese di transizione, ma ritengo che da giugno gli alberghi milanesi di qualità possano fare buoni affari». Non a caso due hotel di lusso hanno aperto circa un mese prima dell'inizio di Expo: il Gallia, accanto alla Stazione centrale, dopo una ristrutturazione, e il Mandarin in via Andegari.

Eventi

Al momento il programma di Expo Città, il cui coordinamento è affidato a **Claudio Artusi**, conta già 20mila eventi. Il progetto, messo in piedi da Comune di Milano e Camera di commercio, coordina, incentiva e promuove l'offerta



di eventi culturali, ricreativi, sportivi e di approfondimento nell'area metropolitana dal 1° maggio al 31 ottobre. In sintesi, come recita uno slogan: dare valore aggiunto al biglietto per Expo. «È un'opportunità per chi vuole fare affari a Milano grazie alla crescita dell'attrattività della città. Questi sei mesi rappresentano una fase di investimenti, l'obiettivo è quello di avere ritorni anche di lungo periodo», precisa **Filippo Del Corno**, assessore alla Cultura del capoluogo lombardo.

Commercio e ristorazione

Per valutare quanto Expo avrà ricadute positive su turismo, commercio e sulla ristorazione nell'area milanese, la Camera di commercio ha estratto dallo studio della Bocconi i dati aggregati per questi comparti. La produzione aggiuntiva nel 2015 a Milano sarà di 1,6 miliardi e 18.300 occupati in più, mentre al commercio andranno 500 milioni e 700 unità di lavoro.

«Abbiamo grandi aspettative commerciali su Milano», riassume **Lino Stoppani**, presidente della Federazione italiana pubblici esercizi (Fipe). «Ma Expo tocca temi

quali l'etica del cibo, quindi il ruolo della ristorazione può essere di tre tipi: cibo visto come elemento di benessere e di salute, cibo e territorio, cibo e responsabilità sociale. Da questo punto di vista la ricaduta di Expo sarà certamente nazionale». L'obiettivo è attirare, anche per il futuro, un tipo di turista che sia disposto a spendere di più. Per Confurismo-Confcommercio l'Italia accoglie più stranieri rispetto ad altri paesi a vocazione turistica, come Francia e Spagna, che tuttavia si fermano meno e spendono circa 14 miliardi di euro in meno, pari a un punto del pil. Secondo **Luca Patanè**, presidente degli operatori turistici, l'Expo potrebbe costituire «una grande occasione di rilancio». Offrire al turista un paese di qualità vuol dire maggiori ritorni di lungo periodo, soprattutto nell'area commerciale e della ristorazione.

«Il cibo è il secondo motivo per cui uno straniero viene in Italia e il primo per cui ritorna», ricorda Stoppani. Più alta è la qualità dell'offerta, più il turista è disposto a spendere. Oltre ai vantaggi su bar, ristoranti e negozi tradizionali, ci sarà un commercio temporaneo che approfitterà dell'im-

ponente afflusso turistico. Al Fuori Expo, in via Tortona 32, **Confartigianato Imprese** contribuisce per esempio con **Italian makers village**, un progetto che permetterà alle imprese di promuovere e commercializzare i propri prodotti d'eccellenza, e di interagire con visitatori, buyer e delegazioni commerciali estere. Ci sarà poi uno spazio dedicato a incontri business to business.

Moda

Di Milano la moda, con il design, è la punta di eccellenza. La Camera nazionale della moda italiana è promotrice di *Behind the scenes. The hidden side of fashion* (www.cameramoda.it), un cartellone che raccoglie e promuove le iniziative delle maison: mostre, installazioni, performance, visite alle aziende con presentazione delle collezioni. **Mario Boselli**, presidente uscente di Camera della moda: «Avremo Milano moda uomo (20-23 giugno) e donna (23-29 settembre) con un giorno in più legato alle presenze internazionali. Fin d'ora abbiamo ricevuto

delle importanti opzioni cinesi».

Per Boselli Expo, dal punto di vista delle grandi operazioni che coinvolgono il comparto, sarà un'ulteriore iniezione d'energia in una città «già attenta a questi aspetti». Il vero business legato all'evento sarà comunque il commercio al dettaglio.

Immobiliare

Expo avrà ricadute positive anche sul mattone, soprattutto milanese, settore che sta già godendo della ripresa del mercato. «Questo vale però per gli immobili d'impresa, non per le residenze, almeno nell'immediato», puntualizza **Mario Breglia**, presidente di Scenari immobiliari. «Gli impatti si stanno già vedendo per i cosiddetti core: negozi, già trainati da un anno da un trend positivo, e uffici di alto livello. Se prendiamo come parametro i canoni, nelle zone top sono già cresciuti dal 2014 del 10%. Grandi marchi stanno facendo la corsa per aprire location nelle zone commerciali di Milano e questo spinge gli affitti». Agli occhi degli investitori internazionali c'è una nobilitazione di Milano, aggiunge Breglia. La conseguenza è, per

► esempio, l'acquisto da parte del Qatar del nuovo complesso di Porta Nuova. Poi c'è la zona di Cordusio: il progetto per farla diventare una nuova area commerciale ne sta accrescendo il valore. «Il 2014 è andato bene ma nel 2015 e 2016 per il settore andrà benissimo», prevede Breglia.

Se si prende in considerazione anche il comparto delle costruzioni, fra l'edificazione dell'area Expo e la sua futura riconversione e le operazioni di riqualificazione nella città ci sarà, oltre alle conseguenze dirette, una forte valorizzazione del patrimonio immobiliare cittadino. Il modello di analisi economica che *Capital* ha preso in considerazione stima una produzione aggiuntiva di 1 miliardo, con un valore aggiunto di 500 milioni e 8.300 unità di lavoro.

L'agroalimentare

In Italia il settore agricolo, tra coltivazioni e allevamenti, vale 48 miliardi di euro. Eurostat calcola in 392 miliardi il fatturato del comparto nell'Unione. Siamo ancora il terzo produttore europeo, dietro Francia (70,6 miliardi) e Germania (51 miliardi). Le opportunità di far conoscere il made in Italy in questo campo non si esauriscono nei singoli prodotti, per i quali comunque si avranno ricadute positive calcolate in 600 milioni. Expo è un'occasione d'incontro, di promozione, ma non è una fiera: i grandi operatori del settore hanno altri appuntamenti durante l'anno per stringere



accordi commerciali. Ci sono eccezioni, come Cibus è Italia, il padiglione Expo di Federalimentare, che insieme a Fiere di Parma organizza nella città emiliana il salone internazionale dell'alimentazione.

In Expo, Cibus è un superpadiglione corporate dedicato prevalentemente

A chi rivolgersi per partecipare all'Expo

Molte gare per partecipare come fornitore a Expo 2015 sono chiuse, ma ci sono ancora opportunità. Bisogna tener d'occhio la pagina dedicata agli appalti del sito Expo2015 (www.expo2015.org/it/opportunita-per-il-business/partecipa-alle-gare/gare-in-corso), il sito relativo al Catalogo dei fornitori visionato dalle aziende e dai paesi partecipanti all'esposizione (<https://fornitori.expo2015.org>) e quello dedicato in particolare alle imprese che vogliono proporre prodotti e materiali ecosostenibili (www.sixpo2015.it).

■ Per il **Padiglione Italia**, ci sono opportunità di sponsorizzazione di eventi giornalieri (www.padiglioneitaliaexpo2015.com/it/gare_appalti).

■ Fra i padiglioni corporate presenti nell'area c'è quello di Federalimentare, **Cibus è Italia**. A parte gli spazi già assegnati, restano svariate occasioni per sponsorizzare eventi o esporre, per periodi limitati e a rotazione, i prodotti degli associati. Contatto con gli organizzatori attraverso il sito www.cibusexpo2015.it.

■ Il **Padiglione Usa** a Expo Milano 2015 invita le aziende a candidarsi (www.feedingtheaccelerator.com) per *Feeding the accelerator*, programma attraverso il quale i leader dell'industria sostengono gli imprenditori più innovativi in ambito tecnologico e alimentare. L'acceleratore aiuterà 8-12 iniziative a esprimere tutto il loro potenziale.

■ Agganciare i buyer internazionali per molte imprese è essenziale per crescere oltreconfine. Registrandosi al sito www.expobusinessmatching.com (promosso da Expo Milano 2015 in partnership con Camera di commercio di Milano, Promos, Fiera Milano e PwC) è possibile dialogare con gli operatori stranieri durante il soggiorno in Italia. La piattaforma di **matchmaking** crea un'agenda di incontri one to one che si tengono durante i mesi dell'esposizione.

■ La piattaforma che raccoglie il palinsesto degli appuntamenti coordinati da **ExpoinCittà** resta aperta a nuove idee durante tutto il periodo di Expo. Sul sito www.expoincitta.com è possibile candidare un evento che verrà valutato e poi inserito in cartellone. Il portale fa spazio a quanti vogliono sponsorizzare eventi in aggiunta ai main sponsor Edison, Intesa Sanpaolo e Vodafone.

■ Un'altra opportunità di business: prendere contatto con le **800 start-up italiane** nate in concomitanza con l'evento. La Camera di commercio di Milano ha organizzato tavoli tematici per stimolare idee di business legate a Expo nei settori energia, credito, arte, accoglienza... Ne è nato un libro bianco (www.tavoliexpo.it) dove si trovano le idee selezionate e tutti i contatti dei neo o futuri imprenditori.

■ Per sfruttare l'effetto Expo e stimolare in Lombardia gli investimenti stranieri, ma anche quelli provenienti da altre regioni d'Italia, Unioncamere e il network delle camere di commercio hanno preparato, con il supporto della regione, un sito dove le società possono ricevere assistenza **per espandere nell'area il loro business** (www.investinlombardy.com). Il team offre consulenza a tutto campo.

■ Aziende agroalimentari, della moda, dei complementi d'arredo, dell'artigianato artistico, del design, come pure chi propone street food, che volessero aggiungersi al **Fuori Expo** di via Tortona 32 organizzato da **Confartigianato** imprese possono presentare la domanda attraverso il sito italianmakersvillage.it.

■ **E015** (www.e015.expo2015.org) è una piattaforma digitale aperta a enti e imprese per «favorire l'incontro tra domanda e offerta di beni e servizi da parte del sistema delle imprese a favore dei cittadini». Sul sito si specifica che le proposte delle aziende interessate serviranno come idee di business anche per il futuro.

a incontri b2b. «Abbiamo già adesioni da 1.500 operatori professionali e puntiamo a superare i 2mila», riferisce **Antonio Cellie**, ad di Fiere di Parma. Nel padiglione c'è spazio per corner espositivi e di degustazione, ma la parte business, con convegni e incontri, ha la priorità. Se, co-

me indica uno studio della compagnia di assicurazione del credito Sace, nel 2014 l'export dei prodotti alimentari made in Italy è stato pari a 34,3 miliardi, nel 2020 è ipotizzabile arrivi a 40. Calcolo prudenziale: con un po' di ottimismo si può pensare di aggiungere 10 miliardi. ■

Expo, la mappa on line per scoprire l'«altra» Venezia

Iniziativa della **Confartigianato** tra itinerari e botteghe del vetro, panifici, gioielli e gondole

La vicenda

● Confartigianato imprese veento ha aperto un sito che si chiama www.discoveringartigianato.com.

● C'è la mappa delle imprese artigianali doce e degli itinerari divisi per interessi: arte, natura, gusto, ..

VENEZIA La bottega di stoffe con pizzi e merletti, la fonderia di Venezia, l'ultima rimasta, l'atelier dove si comprano costumi storici, i negozi dei maestri vetrai. Dietro gli angoli, nelle calli, su e giù per i ponti, si scoprono laboratori artigianali che fanno invidia a tutto il mondo. Ma non è semplice individuarli. Scoprirli è più facile con lo strumento di comunicazione www.discoveringartigianato.com, pensato da **Confartigianato** Imprese Veneto in occasione dell'Expo. È la guida dei visitatori alla scoperta delle eccellenze dell'artigianato. La navigazione permette la consultazione per interessi (Arte, Natura, Gusto, Moda, Servizi alla persona) e per scopo (Business o tempo libero). Sono stati caricati già 20 itinerari e sono 138 le botteghe consigliate. Il sito web propone il panificio pasticceria Palmisano a Burano, la Cincotto restauri a Cannaregio, la Seguso Gianni per la lavorazione del vetro a Mura-

no, l'azienda artigianale Girani per il caffè, a Venezia dal 1928, la Bottega Tramontin Gondole in Calle del Fabbro, il negozio Bastianello Arte dove si progettano e realizzano i gioielli a San Marco. «Purtroppo la città vede la presenza di un degrado merceologico — dice Enrico Vettore, funzionario **Confartigianato** Venezia — C'era la necessità di uno strumento in grado di aiutare il visitatore a capire quali sono le botteghe artigiane che offrono prodotti autentici, artigiani che sanno spiegare il prodotto e il lavoro che c'è dietro». Oltre all'artigianato veneziano, il sito ospita anche gli itinerari culturali di Belluno, Padova, Rovigo, Treviso, Verona e Vicenza. «Attraverso questo strumento web, il visitatore è finalmente in grado di scoprire il significato profondo della parola Artigianato — dice Luigi Curto, presidente di **Confartigianato** Imprese Veneto — alla Regione chiediamo ospitalità, tramite un link all'interno del loro portale turismo e di poter iniziare un rapporto con Veneto promozione, per lo sviluppo di sinergie sul piano del reciproco interesse». Le imprese manifatturiere venete sono 60.845, il 58,4% delle quali sono artigiane. I prodotti alimentari costituiscono uno dei settori a più alta concentrazione di imprese artigiane e si confermano nel 2014, uno dei settori traino dell'export manifatturiere veneto (+3,4% rispetto al 2013). Il Veneto è la seconda regione italiana per valore aggiunto prodotto da questo settore.

Margherita Cargasacchi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Appuntamento domenica a partire dalle 16
Confartigianato e Slow food
in piazza del Gesù
per il mini Expo viterbese



Andrea De Simone Direttore Confartigianato

► VITERBO

Sabato e domenica il centro viterbese sarà animato dalle iniziative programmate dall'amministrazione comunale per celebrare l'inizio di Expo: una due giorni interamente dedicata all'evento.

Confartigianato imprese di Viterbo, associazione di categoria presente a Milano con stand istituzionali, prenderà parte anche alle manifestazioni organizzate nella città dei papi. In collaborazione con Slow Food, l'associazione animerà la splendida piazza del Gesù con le esposizioni delle imprese associate, protagoniste del calendario dei mestieri 2015 a firma dell'associazione.

“Visto il tema al quale è stato dedicato il festival - spiega Andrea De Simone, direttore provinciale di Confartigianato - abbiamo deciso di coinvolgere la cittadinanza in una serie di incontri con i nostri produttori enogastronomici che hanno reso possibile l'edizione 2015 del calendario dei mestieri, non a caso dedicato proprio ad Expo 2015. In altre parole abbiamo voluto rimarcare la collaborazione con le due anime dell'esposizione universale: Slow Food e le imprese d'eccellenza che rendono possibile ed attuale la tematica scelta dal Bie (Bureau International des Expositions) per la fiera ospitata dall'Italia”.

Domenica 26 aprile, dunque, dalle 16 il blu delle bandiere di Confartigianato imprese di Viterbo colorerà piazza del Gesù, dove sarà possibile assaggiare e comprare alcuni dei prodotti tipici della Tuscia. ◀



Artigiani a Fuori Expo C'è il bando regionale

Bando di Regione e Unioncamere per promuovere la partecipazione delle imprese artigiane ad eventi Fuori Expo 2015. La prima finestra è aperta e scade il 20 aprile, la seconda sarà a giugno



Expo, la carica delle «piccole» alla kermesse

Al via le missioni economiche di Confartigianato A giugno imprese straniere a Bergamo in visita alle aziende della subfornitura meccanica

*Carrara:
«Occasione
per mostrare
il valore
dell'essere
artigiani»*

Ormai ci siamo: il 1° maggio parte Expo 2015 e anche le imprese artigiane bergamasche potranno incontrare operatori provenienti da tutto il mondo con cui instaurare rapporti di affari e sfruttare una serie di opportunità per mostrare al mondo il proprio «saper fare».

Confartigianato è infatti in prima linea, con le sue organizzazioni territoriali, per supportare le aziende nell'ambito del progetto «Confartigianato for Expo», che si svilupperà nei sei mesi dell'evento e che si struttura in tre direzioni. La prima sarà all'interno del Padiglione Italia, dove la confederazione avrà un'area permanente di rappresentanza, il 16 giugno terrà la sua assemblea nazionale e, per due settimane consecutive, ospiterà imprese di eccellenza appartenenti a tutti i settori.

La seconda è l'Italian Makers Village, il Fuori Expo di Confartigianato, dove, in un allestimento espositivo di 1.800 metri quadrati nel cuore della moda e del design milanese (in via Tortona 32), centinaia di imprese potranno promuovere e vendere i propri prodotti a un pubblico internazionale. Questo grazie ai 27 stand a rotazione settimanale messi a disposizione nella «Rassegna delle eccellenze», ai 140 metri quadrati dello «Store delle eccellenze» adibiti a temporary shop e ai sei spazi esterni dedicati alla vendita di generi alimentari e bevande.

Al centro delle iniziative di Confartigianato ci saranno anche le 12 missioni d'affari «incoming», all'interno del progetto «Expo-rt

2015», cofinanziato dall'Agenzia Ice, che porteranno direttamente sui territori provinciali gli operatori stranieri per incontrare le aziende appartenenti a diversi settori. Bergamo, in particolare, dall'8 al 12 giugno ospiterà delegazioni di buyer provenienti dall'Unione Europea, che incontreranno un gruppo di imprese appartenenti al comparto della subfornitura meccanica.

«Queste missioni - spiega il presidente di Confartigianato Bergamo Angelo Carrara - potranno rilanciare il valore del sistema produttivo delle Pmi, valorizzando il pregio della manifattura, della creatività, della tradizione e della capacità innovativa proprie del nostro essere artigiani e che fanno l'eccellenza del Made in Italy. Riuscire a portare operatori stranieri sul territorio in cui le nostre aziende operano, producono ricchezza e lavoro, è un'occasione imperdibile affinché anche le piccole realtà possano ritagliarsi un ruolo da protagoniste nell'ambito di Expo».

In numeri del progetto «Expo-rt 2015» sono significativi: nelle 12 missioni saranno coinvolte 900 imprese artigiane e 120 buyer internazionali, verranno organizzati 2.700 incontri «B2B» e 300 visite in azienda.

Come tutte le altre missioni «incoming», anche quella gestita dall'organizzazione di via Torretta sarà strutturata in due giornate sul territorio in cui gli operatori incontreranno le nostre imprese con la possibilità di visitare anche le loro sedi, in una giornata all'Ita-

lian Makers Village, dove è appositamente allestita una sala per gli incontri «B2B» e in una giornata per visitare il sito di Expo.

Per quanto riguarda il Fuori Expo di via Tortona, è ancora aperta la possibilità per le imprese di partecipare con i propri prodotti e servizi all'interno dei 27 spazi espositivi della «Rassegna delle eccellenze».

«Ciascuna settimana - continua Carrara - sarà ospitato un Paese straniero e proposto un diverso tema, con una particolare attenzione alle specificità regionali e ad alcuni settori come la moda e l'enogastronomia. In particolare, le imprese bergamasche potranno approfittare della settimana che va dal 22 al 26 ottobre, quando gli stand saranno dedicati alle eccellenze lombarde dell'area pianura e fiumi. Pertanto invitiamo le nostre aziende a cogliere questa preziosa opportunità di visibilità all'interno di un contesto unico e irripetibile».

Per maggiori informazioni contattare l'ufficio Internazionale di Confartigianato Bergamo - sportello Info Point Expo 2015 (tel. 035.274.285; e-mail: eu-roservice@artigianibg.com). ■





Confartigianato in campo per Expo con iniziative rivolte alle «piccole»

VOLONTARIATO



«FATTORE FUTURO» DI McDONALD'S

«PER NOI L'EXPO DI MILANO DURA TRE ANNI»

La multinazionale offre a 20 giovani agricoltori italiani la possibilità di diventare fornitori di carne, pane, insalata, frutta e latte. A patto che siano "locali" e innovativi.

di Antonio Sanfrancesco

Dicono le statistiche che gli agricoltori under 35 nel secondo semestre del 2014 sono aumentati del 14 per cento. Il boom soprattutto al Centro con una crescita del 39 per cento. Per l'**Expo 2015** non poteva esserci viatico migliore. Perché l'agricoltura si reinventa alla luce delle nuove tecnologie, dalla vendita dei prodotti tramite social network alle webcam installate negli allevamenti per far vedere al cliente, in tempo reale, cosa mangia e come vive il maialino che ha deciso di adottare. Insomma, un ritorno alla terra nel segno dell'innovazione e della sostenibilità. Due parole chiave dell'Expo attorno alle quali **McDonald's Italia**, sponsor ufficiale della manifestazione, ha costruito il progetto "**Fattore Futuro**". Un'iniziativa che va oltre i sei mesi dell'Esposizione universale per individuare, tramite un bando che scade il 30 aprile, venti imprenditori agricoli italiani con meno di 40 anni e offrire loro la possibilità di entrare a far parte dei fornitori del colosso del fast food per i prossimi tre anni nelle filiere della carne (bovina e avicola), pane, insalata, frutta e latte. A oggi

sono più di cinquanta le candidature arrivate. «L'obiettivo», spiega **Roberto Masi**, amministratore delegato di McDonald's Italia, «è offrire una possibilità concreta di lavoro a giovani agricoltori che hanno un progetto d'innovazione e soprattutto essere sempre più "locali", cioè italiani, pur essendo una multinazionale che serve ogni giorno 70 milioni di pasti nel mondo, 800mila dei quali in Italia».

L'anno scorso, l'80 per cento dei prodotti alimentari preparati e serviti nei 510 ristoranti italiani di McDonald's è stato acquistato da aziende agroalimentari italiane. «Per la filiera della carne bovina, per esempio, mettiamo insieme 17 mila piccoli allevatori della Val Padana», afferma Masi. Numeri importanti che hanno spinto a sostenere il progetto il ministero delle Politiche agricole insieme a Cia, Col-diretti e **Confartigianato**. Per Masi la presenza di McDonald's all'Expo si declina in una sola parola: **sostenibilità**. «Siamo accusati di essere troppo grandi e di avere coltivazioni intensive», dice, «è vero, ma attraverso accordi con contadini e allevatori siamo in grado di dire al cliente da dove proviene il cibo che mangia e come è stato prodotto. Più che sul cibo, il senso della nostra presenza all'Expo è "sponsorizzare" i contadini e farli conoscere». ●



IL PROGETTO
Sopra: un giovane agricoltore.
A sinistra: l'ad di McDonald's Italia Roberto Masi e sotto lo spazio della catena del fast food che sarà allestito all'Expo.



La produzione bellunese unita nel nome dell'Expo

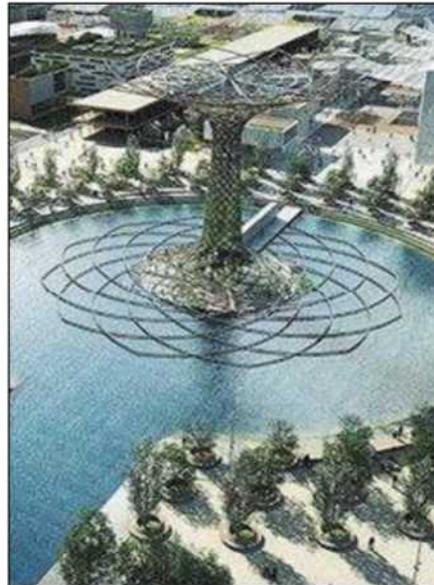
Storico accordo in vista del grande appuntamento di Milano siglato tra industriali, artigiani, commercianti e agricoltori

CONFINDUSTRIA

«Evitato il rischio di non esserci»

BELLUNO - (dt) L'unione fa la forza. Anche all'Expo. Per promuovere il Bellunese e i suoi prodotti nella vetrina prestigiosa dell'esposizione universale, le categorie economiche hanno siglato un accordo storico. Confindustria Belluno Dolomiti, Confartigianato Imprese Belluno, Appia Cna, Confcommercio, Coldiretti, Confagricoltura e Cia, tutte insieme, con l'appoggio della Fondazione Dolomiti Unesco, della Provincia e del Consorzio Bim. L'obiettivo è passare dall'unione ai fatti concreti. Ecco perché verrà messo a punto un programma di iniziative per promuovere il territorio. Primo punto: sarà definito un progetto di comunicazione in partnership con i principali operatori del mondo dell'informazione internazionale. Poi, sarà avviata una collaborazione con la Regione, oltre che per utilizzare gli strumenti già messi in campo per questo evento, anche per portare sul territorio bellunese alcune delegazioni internazionali che,

da Milano, arriveranno in visita in Veneto, anche con l'obiettivo di rafforzare i rapporti commerciali. Se le risorse economiche lo consentiranno, saranno organizzati eventi mirati sia a Milano, nell'ambito del circuito Expo in Città, sia in provincia. Le categorie economiche hanno inoltre concordato di affidare il coordinamento e l'operatività di tutte le iniziative relative a Expo ad Ait Dolomiti, l'agenzia di informazione turistica di Confindustria Belluno Dolomiti. Sarà inoltre costituito un comitato tecnico, composto da un rappresentante per settore (industriali, commercianti, artigiani, agricoltori, turismo), con l'obiettivo di concordare un «racconto» organico e condiviso del Bellunese. «Con questa iniziativa, partita dalle associazioni, abbiamo evitato il rischio, purtroppo concreto, che l'Expo passasse senza che Belluno mettesse in campo progetti specifici e soprattutto di territorio - afferma Lorraine Berton, delegata alla comunicazione e all'internazionalizzazione di Confindustria Belluno Dolomiti -. Siamo fiduciosi che le istituzioni pubbliche sostengano attivamente l'iniziativa delle categorie economiche bellunesi».



FUTURIBILE
Milano è quasi pronta per offrire il suo Expo al mondo intero: anche Belluno e le sue eccellenze non vogliono mancare l'appuntamento



SALONE MILANESE. Il sito- biglietto da visita dell'eccellenza veneta

L'artigianato sposa il turismo E punta all'Expo

Dopo due anni di lavoro **Confartigianato** lancia il portale che servirà anche da piattaforma dell'e-commerce per le imprese

Cristina Giacomuzzo
INVIATA A MESTRE (VE)

Vedo, apprezzo e acquisto. Dove? In un portale sull'artigianato veneto che vale anche come biglietto da visita per tutta la regione in cui il sapere imprenditoriale del bello, buono e ben fatto si unisce al patrimonio turistico-naturale. Un biglietto da visita creato, dopo due anni di lavoro, in occasione dell'Expo di Milano. Ecco www.discoveringartigianato.com. Un sito che è stato presentato ieri a Mestre dal presidente **Confartigianato** del Veneto, Luigi Curto, insieme all'amministratore di Web Maori che ha curato il sito, Valentino Bergamo, con l'assessore regionale al turismo, il vicentino Marino Finozzi. Un biglietto da visita che non vuole rimanere fine a se stesso: diventerà veicolo di crescita essendo strutturato per supportare l'e-commerce.

LA SFIDA DEL WEB. È lo stesso Bergamo che spiega come abbia notato, durante gli incontri con i soci di **Confartigianato**, che si inizia davvero a comprendere «le potenzialità che offre la vendita on-line dei prodotti. Certo - ammette - è necessario cambiare, fare un salto di qualità rispetto alla tradizionale filiera, ma rappresenta uno sbocco che entusiasma». Quale migliore occasio-

ne dell'Expo 2015 per affrontare la sfida? Curto, presidente regionale di **Confartigianato**, raccoglie l'eredità lasciata dal suo predecessore, il vicentino Sbalchiero: «Dopo un lavoro capillare con le nostre sedi provinciali, è on-line un portale che rappresenta il meglio del "Made in Veneto" dal punto di vista delle imprese artigiane, ma anche delle eccellenze turistiche. È questo lo strumento che è stato scelto per guidare, attraverso diversi itinerari, il visitatore di Expo alla scoperta del meglio dell'artigianato veneto. La possibilità di spostamento dei visitatori è stimata in due ore e mezza da Milano. Non tutto il Veneto quindi è potenzialmente raggiungibile nei mesi dell'evento, ma l'appuntamento rappresenta in ogni caso una vetrina internazionale da non mancare». Per il avviare il portale, conferma Renato Grotto, in rappresentanza di **Confartigianato** Vicenza, «è stato effettuato un primo screening tra le imprese candidabili, quelle cioè che già rispondevano ai requisiti minimi: conoscenza di una lingua da parte dei responsabili e una capacità di accoglienza in termini di spazi dei visitatori. Il debutto on-line vede numerose imprese nel sito, molte delle quali utilizzano già l'e-commerce attraverso altre piattaforme. Ma è solo l'ini-

zio». L'obiettivo è quello di riuscire a offrire visibilità al maggior numero di imprese prima della chiusura dell'Expo. «Attraverso questo strumento e le sue applicazioni - dice Curto -, il visitatore può scoprire il significato profondo dell'artigianato che è imprescindibile dal contesto in cui nasce». Per esempio, cliccando la "Strada del gusto" a Belluno si apre un percorso all'insegna della buona tavola con 21 aziende segnalate. C'è da sperimentare anche "La strada dei cansunzei", un prodotto della cultura Ladinica che raggruppa 11 produttori e punti di interesse culturali. La provincia di Vicenza, per esempio, è presente nel portale con la via sulla Pedemontana vicentina, quella dedicata a "Bassano tra arte e sapori" e "Il paesaggio vicentino, laboratorio palladiano".

UN CLIC. Il progetto convince la Regione, come conferma l'assessore Finozzi: «Il portale che sarà rilanciato anche da quello che la Regione ha creato per l'evento. L'occasione richiamerà in Veneto tanti visitatori dall'Est, dalla Cina alla Russia in particolare. L'obiettivo è che con questi strumenti di comunicazione il visitatore che voglia andare a Milano scelga di avere come base il Veneto e che ne rimanga affascinato: non c'è miglior pubblicità del passaparola». ●



Il numero

6.646

**IMPRESE ARTIGIANE
NEI SETTORI ALIMENTARI**

Sono tante le aziende in Veneto potenzialmente interessate ad Expo 2015



Al centro l'assessore Finozzi e a destra Luigi Curto, Confartigianato

ARTIGIANE & FRIENDS

«Di Donne»: il bon ton di una cuccia e un cappello di rame alla Fabbrica

QUINTA EDIZIONE

Il nuovo catalogo presentato alla Fabbrica del Vapore.

«Siamo orgogliose del progetto»

Elena Gaiardoni

■ La bellezza mite e valente del manufatto artigiano si tempera nell'estrosità geometrica del tratto del design. E' sempre stato questo il binomio distintivo degli oggetti realizzati da «Donne impresa di Confartigianato Milano, Monza, Brianza», che con «2015 Di Donne & Friends - Nuovo catalogo artigiano» giunge alla quinta edizione, in mostra alla Fabbrica del Vapore fino a domenica 19.

«Siamo più che orgogliose di questo progetto» commenta Arianna Fontana, presidente del movimento Donne Impresa. La giacca double face realizzata con gli scarti dei tessuti utilizzati da Mariluz Sanchez per le sue confezioni sartoriali. I teatrini casalinghi per il gatto e il cane, un po' cuccie un po' spazi di gioco. La cromatura esterna riflette l'ambiente circostante; all'interno si possono personalizzare con decorazione trompe l'oeil, per riportare il micio nella sua camera preferita e trasformarla in un luogo decorato con colori e geometrie che racchiudono buchi da cui entrare e uscire. Le artigiane delle casette per quattro zampe sono Donatella Nobilio e Laura Soregarol, che hanno lavorato su disegno di Margheri-

ta Palli con Alice De Bortoli e Battista Maestri.

La novità di quest'anno è che le artigiane hanno iniziato una collaborazione con colleghi maschi, senza rinunciare al piglio femminile degli oggetti proposti, tra i quali spicca il cappello in lino grezzo e rame, tessuto in forma con telaio

manuale. La tessitura in forma permette di realizzare i pezzi senza spreco di filato, mentre il filo di rame consente alla signora di trasformare a suo piacimento la forma del cappello. Artigiana: Lidia Miotto, designer: Dorina Camusso.

Classe e naturalezza parlano in queste cose, tra le quali non potevamo mancare un inno a Milano nella testata del letto «DorMi», in legno, tessuto e metallo, che richiama il profilo del Duomo. «DorMi» è realizzato da Izabella Kuznetsova su disegno di Laura Agnoletto. Le signore artigiane non dormono sugli allori, grazie alla loro originalità «Di Donne & Friends» sarà presente per una settimana nel Padiglione Italia di Expo.



«TEATRINI»
Creazioni per animali domestici



Expo, il Lodigiano dà il meglio

'Dolce Laus': tre pacchetti turistici tra gastronomia e arte

di LAURA DE BENEDETTI

- LODI -

UNA PROPOSTA cultural-gastronomica, un logo, un sito, un espositore ricco di prelibatezze tipiche lodigiane come tortionata o cotognata. È 'Dolce Laus', pronto per Expo grazie all'intraprendenza di alcune imprese del territorio il cui progetto è stato selezionato ed è risultato tra i 6 sostenuti da Camera di Commercio (alla presentazione era presente Federica Melis) e Regione Lombardia. «Scopri il lato dolce del Lodigiano» suggerisce lo slogan dell'offerta che prevede pacchetti turistici personalizzabili tra tre tipologie di itinerari: 'Arte e gusto' con visita al patrimonio artistico e degustazione di prodotti tipici; 'Sapori e colori' con visita a laboratori artigianali alimentari, degustazione, percorsi nel verde e navigazione fluviale; 'Esperienziali del gusto' con mini corsi di pasticceria, gelateria, cucina. «Non abbiamo monti e laghi ma possiamo contare sulla vicinanza al sito Expo per visite da una giornata – ha sottolineato Gloria Ferrari, vicepresidente della Camera di Commercio ed ex presidente di Confartigianato, dove ieri è stata presentata l'iniziativa –. Come imprese abbiamo fatto rete promuovendo il turismo nei Comuni dove abbiamo sede: Lodi Vecchio, con l'antica Basilica dei XII Apostoli, dove da settembre la domenica ci saranno concerti d'organo con artisti scaligeri, Lodi con Incoronata e centro, Sant'Angelo col castello Morando Bolognini e Codogno con San Biagio e Raccolta Lamberti. Le pasticcerie, bar, gelaterie, agriturismi fungeranno anche da infopoint per Lodi 2015-living Expo».

LE IMPRESE promotrici sono a Lodi bar Massironi, e pasticceria Dolce Lodi, a Codogno pasticceria Fratelli Cornali, a Lodi Vecchio laboratorio artigianale Dolce Lodi, agriturismo San Lucio, a Sant'Angelo Living Café. Al

progetto collaborano anche il Parco Tecnologico Padano, il Comune di Lodi Vecchio per le visite in Basilica, Faberweb che ha realizzato il sito www.dolcelaus.it, Europolo Viaggi per la promozione dei pacchetti (0371-984085; viaggi.europolo@libero.it), la coop Mémosis per il servizio guide. «Il Parco Tecnologico, che offre la possibilità di avere il marchio Dna controllato per gli alimenti, è sede di Expo – ha sottolineato Valentina Gualdi del Ptp –; è possibile dunque anche uno scambio promuovendo 'Dolce Laus' nella nostra sede e portando eventuali turisti in visita da noi».

laura.debenedetti@ilgiorno.net



DEBUTTO Da sinistra Gloria Ferrari, Mauro Parazzi e Federica Melis in Confartigianato (Cavalleri)



Una delegazione a Milano per risolvere il giallo Expo

L'obiettivo è uno spazio valtellinese in centro

Novembre

Nasce la cabina di regia «Valtellina for Expo 2015». Accanto ad eventi in provincia di Sondrio la valle chiede di concordare uno spazio in centro a Milano

Dicembre

Dopo i contatti tra gli enti valtellinesi e il Comune di Milano, viene individuata piazza XXV Aprile come luogo dove la valle può presentarsi ai visitatori dell'Expo

Aprile

Da Milano tarda ad arrivare la conferma degli spazi prenotati. Lunedì era attesa una comunicazione mai arrivata fino al faccia a faccia di ieri

IL NODO

Una vetrina espositiva in piazza XXV Aprile per presentare la valle

di LUCA BALZAROTTI

- SONDRIO -

UNA VETRINA in piazza XXV Aprile, nel cuore di Milano. Per avere la certezza di uno spazio espositivo valtellinese durante i sei mesi di Expo Milano 2015, la Camera di Commercio di Sondrio ha chiesto e ottenuto un faccia a faccia. Un incontro di persona con chi, a Milano, tarda a dare una risposta ufficiale sulla richiesta di occupazione degli spazi.

Si spiega così la missione milanese di Emanuele Bertolini, presidente dell'ente camerale valtellinese, e della delegazione impegnata a promuovere eventi legati all'Esposizione universale in programma dal primo maggio al 31 ottobre a Milano. Ieri, nel tardo pomeriggio, è iniziato nel capoluogo lombardo il colloquio tra i rappresentanti della provincia di Sondrio e del comitato interassessorile competente per il fuori Expo milanese, le iniziative legate al semestre dell'Esposizione universale organizzate all'esterno del sito espositivo.

L'OBIETTIVO reciproco è risolvere un giallo, un pasticcio burocratico difficile da comprendere. Difficile anche per la Camera di Commercio che assicura di essersi mossa per tempo. «I primi contatti risalgono a novembre: ci era stato detto persino che eravamo i primi», confermano da via Piazzini. «È difficile capire cosa sia successo». Oggi, dopo il faccia a faccia, dovrebbe essere il giorno della verità per capire se la Valtellina avrà lo spazio espositivo nel centro di Milano. Una vetrina che la provincia di Sondrio ha chiesto per presentare le eccellenze enogastronomiche e turistiche ai milioni di visitatori italiani e stranieri presenti nel capoluogo lombardo durante l'Esposizione universale. Non sono in discussione, invece, le iniziative promosse in valle legate a Expo e al tema «Nutrire il pianeta, energia per la vita» (alimentazione e pratiche sostenibili).

Valtellina e Valchiavenna hanno scelto un'unica cabina di regia - «Valtellina for Expo 2015» - e un logo comune. Enti, istituzioni e realtà socio-economiche del territorio hanno investito circa 1,5 milioni di euro. Un tesoretto destinato in parte anche allo sviluppo del-

le relazioni internazionali con la Valposchiavo, all'ammodernamento del territorio e all'aggregazione delle imprese. Un terzo dei fondi circa è stato messo a disposizione dalla Camera di Commercio (540mila euro), 230mila dalla Provincia e 200mila dalla Regione. Comunità montane, Consorzio Bim e Credito Valtellinese hanno stanziato 100mila euro a testa, 60mila euro l'Unione del Commercio, del Turismo e dei Servizi della Provincia e altrettanti gli altri partner che hanno aderito alla cabina di regia: Coldiretti, Compagnie delle Opere, Confcooperative, Unione Artigiani-Confartigianato, Unione Industriali-Confindustria Sondrio e Gal Valtellina. Il resto è a carico di Società di Sviluppo Locale (40mila euro), Regione Valposchiavo (35mila) e Distretto Agroalimentare (25mila).



Le attività di Confartigianato Basilicata dal 30 aprile

L'eccellenza artigiana in vetrina all'Italian Makers Village a Milano

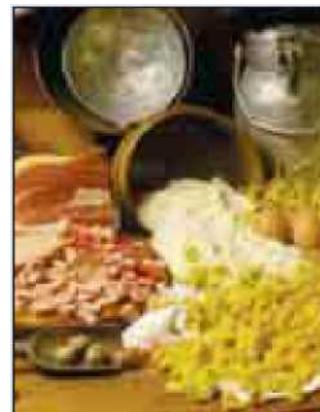
POTENZA - La Confartigianato di Basilicata si sta preparando per mettere in vetrina l'eccellenza artigiana lucana : il 30 aprile apre i battenti a Milano, in via Tortona 32, Italian Makers Village, il fuori Expo di Confartigianato che, in uno spazio di 1.800 metri quadri, per sei mesi ospiterà il meglio dell'artigianato italiano rappresentato da 1000 aziende.

Confartigianato anticipa così l'apertura ufficiale di Expo 2015, prevista il primo maggio, inaugurando un'iniziativa senza precedenti che offrirà a milioni di visitatori di tutto il mondo l'occasione di toccare con mano l'eccellenza produttiva made in Italy.

Il fuori Expo di Confartigianato non sarà soltanto una mostra di prodotti: per i sei mesi dell'Esposizione Universale di Milano, si snoderà un calendario di 1000 eventi, tra incontri con delegazioni

straniere, spettacoli musicali, convegni, percorsi tematici dedicati all'eccellenza artigiana nei diversi settori, degustazioni enogastronomiche. Insomma un'iniziativa imperdibile, firmata Confartigianato, degna dell'Esposizione universale.

“Abbiamo avuto il coraggio di mettere in vetrina le grandi eccellenze del nostro mondo. Quando vendiamo questi nostri prodotti, valorizziamo un pezzo del made in Basilicata. Non dobbiamo dimenticarlo e dobbiamo esserne tutti orgogliosi”: sono parole del Presidente Confartigianato Basilicata Antonio Miele che definisce l'iniziativa il “palcoscenico di orgoglio” per l'artigianato e le piccole imprese che costituiscono i punti di forza del Mezzogiorno, dove ‘brillano’ i risultati conseguiti proprio dalle microimprese, ‘motori’ di una crescita silenziosa ma costante”.



Botteghe venete sul web in vetrina per Expo 2015

Presentato il nuovo portale Discovering Artigianato: 168 piccole aziende e 20 itinerari alla scoperta della nostra regione. A breve anche lo shop online

di Gianluca Codognato

► MESTRE

A una settimana dall'inizio di Expo 2015 gli artigiani veneti si mettono in vetrina. Da ieri, dopo due anni di lavoro, è infatti operativo Discovering Artigianato (www.discoverinartigianato.com) il nuovo portale di [Confartigianato](#) Imprese Veneto che, attraverso alcuni "itinerari", guiderà i turisti alla scoperta delle eccellenze dell'artigianato veneto, grazie a una navigazione che si adatta al punto di vista del visitatore, permettendo la consultazione per interessi (arte, natura, gusto, moda e servizi alla persona), per scopo (business o tempo libero) per provincia.

Il sito, curato dalla Web Matori, contempla una home page in cui vengono proposti percorsi di particolare interesse, scelti fra le varie categorie secondo canoni di rilevanza e stagionalità.

Attraverso schede dettagliate, è possibile approfondire le attrazioni culturali, architettoniche e paesaggistiche, mentre le gallerie di immagini esaltano le realtà imprenditoriali, con riferimenti e indirizzi, strumenti di condivisione nei social networks e la georeferenziazione.

A breve sarà inoltre possibile sfogliare ed acquistare gli articoli prodotti dall'artigiano locale che saranno messi in vendita in uno shop multicategoria.

Attualmente sono 168 le botteghe e i luoghi segnalati, mentre gli itinerari caricati sul sito sono venti: cinque per la provincia di Belluno ("la strada del Gusto", "la strada del Legno", "la strada dei canzonie", "Alpago, dal lago alla foresta dei Dogi" e "Belluno città splendente"); uno per Padova ("Cittadella e il suo Camminamento di Ronda, un tuffo nel medioevo"); uno a Treviso ("Asolo paesaggi d'artisti"); dieci a Venezia ("Burano: l'isola del merletto e dei mille colori", "Venezia senza tempo, più viva che mai", "Murano, l'isola del vetro artistico", "colori, storie ed emozioni di Venezia", "sapori e atmosfere veneziane", "arte e artigianato in una Venezia vera", "il salotto più bello del mondo". "Venezia e l'Arte, da una parte all'altra del Canal Grande", "Venezia la magica, ieri come oggi", "il cuore segreto di Venezia"); tre a Vicenza.

"Attraverso questo strumento web e le sue applicazioni multicanali - spiega Luigi Curto, presidente di [Confartigianato](#) Imprese Veneto -, il visitatore è finalmente in grado di scoprire il significato profondo della parola "artigianato" e l'artigiano ha la possibilità di esaltare e vendere il proprio prodotto o servizio a una platea internazionale".

Il link sarà presente anche nel portale della Regione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Una delle immagini contenute nel nuovo sito di [Confartigianato](#) Veneto



I piccoli artigiani guardano a Rho

BUSTO ARSIZIO - (e.p.) Anche i piccoli artigiani guardano all'Expo grazie a **Confartigianato** che ieri a Malpensatiere ha presentato ufficialmente il progetto "Expo-rt 2015" (nome che strizza l'occhio ai padiglioni della Fiera ma anche alle esportazioni, anima delle pmi). Il percorso è dedicato alle botteghe che non possono esporre nei padiglioni ma che non vogliono perdere le grandi occasioni legate all'evento. **Confartigianato** Varese insieme all'Ice, l'Agenzia per la promozione e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, lancia questa novità assoluta nel panorama degli incontri incoming (ieri a Busto, una sessantina di imprenditori hanno risposto all'appello per conoscere tutti i dettagli). Lo scopo è far incontrare a potenziali clienti esteri le imprese artigiane del settore della meccanica, dell'arredo, del legno, dell'agroalimentare, della moda e delle costruzioni. L'iniziativa prevede una serie di incontri che si articoleranno per tutta la durata dell'Esposizione universale, da maggio a ottobre. «L'idea è quella di utilizzare nel migliore dei modi questa grande vetrina - racconta **Matteo Campari** dell'ufficio internazionalizzazione di **Confartigianato** Varese -. Non pensiamo di "sfruttare" le delegazioni mondiali che già pensano di raggiungere Expo, ma di portarne di nuove. Organizzeremo dei viaggi per nuovi clienti in arrivo da tutto il mondo per metterli in contatto con le imprese del nostro territorio interessate». Il procedimento è stato studiato nei dettagli: «Le aziende lasciano a noi il loro profilo, si candidano per incontrare potenziali nuovi clienti di determinate aree - prosegue Campari -. Poi, siamo noi a stilare un'agenda personalizzata per l'imprenditore che si presenterà nel nostro spazio dedicato in via Tortona a Milano per incontrare la delegazione».

Si tratta dunque di una sorta di "fuori-Expo" che prevede un fitto calendario di appuntamenti nella sede milanese dell'**Italian Makers Village**. Tra le adesioni già pervenute quelle di Cina, Usa, Russia, Germania, Belgio, Olanda, Danimarca, Francia, Austria, Polonia, Estonia, Lituania, Paesi del Golfo persico ed Emirati Arabi Uniti, Kazakistan, Uzbekistan, Kyrgystan, Georgia.



In via Rosario Artigiani ed Expo Incontri con operatori esteri

Si avvicina l'apertura di Expo 2015 e prosegue la marcia di Confartigianato per preparare le imprese cremonesi alla grande esposizione universale. E' organizzato un nuovo incontro che si terrà domani alle 18 nella sala conferenze della sede di via Rosario 5, dal titolo 'Incontri d'affari per le imprese dell'agroalimentare in occasione di Expo 2015'. Relatori **Claudia Nikolai** di Multiconsult srl e **Alessandro Brivio**, responsabile servizio internazionalizzazione di Confartigianato Lombardia. Per il segretario di Confartigianato Cremona, **Roberto Maffezzoni**, «si tratta di un percorso avviato per utilizzare Expo 2015 come occasione unica per avviare progetti di crescita imprenditoriale e di internazionalizzazione, con eventi che vedranno protagonisti l'associazione e le sue imprese, fra cui Expo-rt 2015».



Le iniziative di Fuori Expo Aiuto regionale agli artigiani

Contributo a fondo perso di 1500 euro per partecipare alla rassegna Presentazione domande: la prima scadenza è fissata a lunedì 20

LECCO

Le aziende artigiane che parteciperanno agli eventi di "Fuori Expo" potranno finanziare il loro stand con un voucher regionale a fondo perduto del valore di 1.500 euro, riconosciuto in un'unica soluzione a rimborso di una spesa minima sostenuta pari a 1.900 euro sostenuta a partire da gennaio.

Idee e originalità

Fra loro, anche le lecchesi che saranno presenti, per il Fuori Expo, negli spazi di via Tortona dov'è allestito l'Italian makers village di Confartigianato, mentre altre iscritte all'associazione saranno presenti nello spazio dedicato alle start up innovative e anche nella "Galleria del gusto", il segmento enogastronomico dove a vincere la selezione saranno originalità delle idee e

qualità assoluta dei prodotti.

Gli eventi in questione sono quelli organizzati da soggetti pubblici o privati in possesso di riconoscimento o patrocinio da parte di Expo Spa, del ministero dell'Ambiente con delega a Expo 2015, da Regione Lombardia, da Comuni e Camere di commercio lombarde.

Nei giorni scorsi è stato pubblicato il bando che mette a disposizione 300mila euro nell'ambito dell'accordo di programma di azione 2015 fra Regione-Unioncamere Lombardia, con accesso a due finestre temporali per la presentazione delle domande, ciascuna con una dotazione finanziaria di 150mila euro.

Gli appuntamenti

La prima finestra riguarda le

domande relative a iniziative in programma dall'1 maggio al 31 luglio, per le quali le domande vanno presentate entro lunedì 20. La seconda invece riguarda le iniziative in programma dall'1 agosto al 31 ottobre 2015, data di chiusura dell'Esposizione Universale, con presentazione delle domande dall'8 al 22 giugno. A decidere l'ammissibilità formale al bando sarà una commissione regionale prima della partecipazione all'evento per cui si richiede il voucher, dopo che le domande saranno presentate utilizzando i moduli disponibili in internet (www.attivitaprodottive.regione.lombardia.it) oppure www.unioncamerelombardia.it) e inviate con posta certificata all'indirizzo artigianifuoriexpo@legalmail.it. ■ **M. Del**



Diana Bracco, commissario per il padiglione Italia all'Expo, a Merate per un'iniziativa sull'Expo



La Valtellina sarà all'Expo Con i suoi prodotti tipici

SONDRIO

«Nutrire il pianeta, energia per la vita: Expo sarà anche l'occasione per riflettere sul nostro stile di vita».

Mancano quindici giorni alla partenza dell'Esposizione universale e da Luca Della Bitta, presidente della Provincia di Sondrio, arriva un invito a riflettere sul tema dell'alimentazione non solo con l'approccio dei buongustai o degli operatori economici - che oltre a essere pienamente legittimi, sono supportati con specifici e deliziosi progetti -, ma anche con un taglio etico. «Expo ci permette di mettere in luce le nostre specialità, tanto che Chiavenna sarà la "città della brisaola", ma anche una grande contraddizione della nostra società: c'è chi ha troppo e chi, purtroppo, ha troppo poco - ha spiegato dopo l'inaugurazione delle statue dell'artista svizzero Ernesto Piconi, domenica nella città della Meradi cui è sindaco -. Nemmeno il necessario per vivere. Questo vale anche nella nostra piccola realtà. Expo sarà un momento utile per interrogarci sul nostro stile di vita, sulle situazioni di abbondanza e di povertà, ma anche sui bisogni di chi ci sta accanto. Vorrei citare, fra le tante esperienze, quella del Banco alimentare, un'attività concreta per aiutare le persone in difficoltà». In queste ore, la "cabina di regia" valtellinese sta definendo i termini della presenza a Milano con lo stand della provincia di Sondrio. Ma ci sono anche le iniziative delle associazioni di ca-

tegoria. Confindustria Sondrio porterà comitive di studenti a visitare Expo. L'obiettivo è potenziare la collaborazione con le scuole per illustrare ai ragazzi le opportunità offerte da questa iniziativa e l'attenzione sarà dedicata in particolare al padiglione "Cibus è Italia - Il padiglione Expo Federalimentare", che sarà suddiviso in quindici zone tematiche rappresentative delle filiere e dell'eccellenza italiana: latte e formaggi, filiera della carne bovina, riso, pasta, dolci & snack, pomodoro e vegetali, design & comunicazione, carni suine e salumi, aceti e condimenti, olio, tecnologie di produzione sostenibili, bere italiano, filiera avicola e territori. Confartigianato ha promosso un'iniziativa finalizzata a ospitare per sei mesi le imprese in un'area di 1800 metri quadrati. Nel fuori salone ci sarà l'opportunità di farsi conoscere, grazie a presenze con cadenza settimanale. Già partita la raccolta delle adesioni: ci saranno numerosi settori e 800 eccellenze in rassegna, dal food alla moda, dal design alla meccanica, e anche dalla Valtellina partiranno imprese dirette a Milano. Coldiretti sarà presente con uno stand di circa 500 metri quadrati. Per la sezione di Sondrio presieduta da Alberto Marsetti si tratta di un'occasione ritenuta fondamentale per il comparto: si porteranno nel capoluogo vino, formaggio, mele, miele e tutto il resto della produzione. ■ S.Bar.



Luca Della Bitta, presidente della provincia di Sondrio



Expo-rt..iamoci nel mondo «C'è un mercato per tutti»

L'esposizione sarà un trampolino di lancio? **Confartigianato** dice sì
E assieme a Ice prepara il terreno per chiudere gli affari in sei mesi

*Dai profili aziendali
si cercherà di puntare
sul "saper fare"
dei nostri artigiani*

*«Vogliamo far
arrivare da noi clienti
già interessati
agli incontri»*

BUSTO ARSIZIO
SILVIA BOTTELLI

Perché davvero Expo possa fungere da trampolino di lancio anche per il dopo evento è necessario giocare le carte giuste adesso. Expo è una sfida anche per le imprese di tutti i settori, non solo quello alimentare, direttamente coinvolto per le tematiche legate all'esposizione universale, ma una sfida per rilanciare agli occhi del mondo i valori del sistema produttivo delle piccole imprese, ossatura del nostro paese.

Fondamentale è però trovare il modo per farsi conoscere e trovare nuovi contatti da sviluppare in futuro: specie per quelle imprese che vogliono iniziare nuovi percorsi di internazionalizzazione.

A tutte le imprese che hanno questi obiettivi si è rivolta Confartigianato Imprese Varese ieri a Malpensatiere: per loro è stato studiato l'ambizioso progetto

Expo-rt, nato in collaborazione con Ice, l'Agenzia per la promozione e l'internazionalizzazione delle imprese italiane.

La traduzione dei profili

Un progetto nato per far incontrare potenziali clienti esteri con imprese artigiane del settore della meccanica, dell'arredo, del legno, dell'agroalimentare, della moda e delle costruzioni. «Con Expo-rt mettiamo a disposizione delle imprese una rete di sinergie tra **Confartigianato** e Ice» spiega Matteo Campari dell'ufficio internazionalizzazione di **Confartigianato** alle imprese presenti, curiose di conoscere i dettagli dell'iniziativa.

In pratica i profili delle imprese che aderiscono al progetto saranno inviati da Confartigianato agli uffici dell'Ice all'estero, nei Paesi di provenienza dei buyers e a loro volta gli uffici Ice all'estero confermeranno l'interesse per il settore e la tipologia di impresa e provvederanno a tradurre i profili dall'italiano all'inglese, verificarne l'idoneità e inviandoli ai buyers potenzialmente interessati: «Il nostro compito - ha spiegato Campari - sarà quello di facilitare un flusso di informazioni utili a dare evidenza a ciò che fanno le nostre imprese, catturare l'interesse e facilitare la conclusione di accordi d'affari per tutta la durata del periodo di Expo 2015».

Appuntamenti B2B

Da qui è partito dunque l'invito a

tutte le imprese di **Confartigianato** Varese a far avere all'associazione il loro company-profile e il loro identikit con informazioni chiare e precise «per trasformare i loro profili in un'occasione unica per promuovere il saper fare artigiano e attirare quegli operatori che, nel mondo, sono sempre più interessati alla qualità Made in Italy».

Un modo anche per iniziare o accrescere un percorso internazionale: «E il nostro obiettivo, con questo progetto è proprio quello di dare valore al sistema produttivo della piccola impresa e dell'artigianato» ha sottolineato Campari.

«Non vogliamo catturare l'onda immensa che sarà portata da Expo - ha spiegato Campari - ma vogliamo far venire all'**Italian Makers Village** di **Confartigianato**, che sarà allestito in via Tortona 32 a Milano per tutto il periodo di Expo, clienti interessati ad incontrare espressamente le nostre imprese». Qui le imprese artigiane avranno modo di incontrare in appuntamenti B2B appositamente costruiti, gli operatori provenienti dai mercati target individuati.

Tra le adesioni già pervenute ci sono quelle di Cina, Usa, Russia, Germania, Belgio, Olanda, Danimarca, Francia, Austria, Polonia, Estonia, Lituania, Paesi del Golfo persico ed Emirati Arabi Uniti, Kazakistan, Uzbekistan, Kirgistan, Georgia. «È un'iniziativa che si rivolge a chi già lavora con l'estero e che vuole ampliare i propri contatti e orizzonti. ■





Matteo Campari, dell'ufficio internazionalizzazione di Confartigianato Imprese Varese a MalpensaFiere

Il progetto Expo-rt 2015

Fattore B2B determinante Le occasioni sono al Village

L'altra regola per riuscire ad impostare una buona strategia di internazionalizzazione è quella di creare una rete.

In pratica, bisogna trovare le persone giuste e instaurare contatti efficaci. Anche a questo ha pensato **Confartigianato Imprese Varese**, in collaborazione con Ice, con il progetto Expo-rt 2015, che prevede un fitto calendario di appuntamenti tra potenziali clienti esteri e imprenditori artigiani, che si troveranno nella sede milanese predisposta da **Confartigianato per Expo 2015 in via Tortona 32, l'Italian Makers Village**. Qui le imprese artigiane che avranno mandato il loro profilo all'associazione, che provvederà a tradurlo in lingua inglese, avranno modo di incontrare in appuntamenti B2B gli operatori provenienti dai mercati target individuati. Per informazioni: www.asarva.org. S.BOT.



L'associazione lancia il progetto per internazionalizzare le imprese all'esposizione di Milano

Confartigianato: il futuro si chiama Expo-rt

Egregio direttore, **Confartigianato** lancia Expo-rt, il più grande progetto associativo di incoming che si terrà durante l'Esposizione di Milano, forse addirittura il più grande piano di promozione internazionale delle piccole imprese mai realizzato nella storia delle organizzazioni dell'artigianato. Per tutti i sei mesi di apertura di Expo 2015, artigiani e piccole imprese incontreranno compratori internazionali direttamente sul territorio, nei distretti produttivi di tutta Italia in cui nascono le eccellenze dell'agroalimentare, moda, meccanica, mobili, ceramica. Dai territori le missioni di buyer si sposteranno poi a Milano, dove il progetto si salderà con l'Expo attraverso il fitto calendario di incontri organizzati presso l'**Italian Makers Village**, il Fuori Expo di **Confartigianato** nel cuore della movida milanese.

I numeri messi in campo da Expo-rt sono imponenti: 12 missioni incoming con 24 tappe sul territorio e presso il Fuori Expo, 300 visite aziendali, 120 buyers internazionali, 2.700 incontri B2b, 900 imprese target. A differenza dell'Expo che strizza l'occhio ai marchi globali, il progetto accende i riflettori sul valore del sistema produttivo delle piccole impre-

se e sulla capacità della manifattura artigiana di emozionare attraverso prodotti unici per qualità e innovazione nel rispetto della tradizione e dell'Italian style.

Expo-rt è finanziato con i fondi del Programma promozionale dell'Agenzia ICE, un partner eccellente che ha affiancato **Confartigianato** in tutte le fasi del progetto; un ruolo decisivo nella promozione, nello scouting delle imprese e nella organizzazione dei B2B sui territori lo ha invece svolto la Confederazione. L'obiettivo è far capire al mondo che in Italia la parte più vitale del sistema produttivo è rappresentata dalle micro e piccole imprese. Siamo forse l'unica nazione al mondo che fa export con imprese di piccole dimensioni, una cosa che sembra quasi impossibile agli occhi di chi è al di fuori del sistema imprenditoriale italiano. Di certo Expo-rt rappresenta una grande opportunità per le imprese associate e testimonia che, a differenza di altre associazioni, **Confartigianato** ha creduto fin da subito nell'Expo realizzando una fitta rete di progetti per consentire alle imprese di cogliere tutte le straordinarie opportunità legate all'evento.

Confartigianato Imprese Mantova

