

ESPOSIZIONE UNIVERSALE

Apri l'Expo di Dubai, l'Italia punta a 1,6 miliardi di affari

Mancini e Miraglia — a pag. 20

Expo Dubai, per il Made in Italy atteso un ritorno di 1,6 miliardi

Esposizione Universale

Il commissario Glisenti: «Vetrina per raccontare il made in Italy al mondo»

Attesi circa 25 milioni di visitatori, in gran parte non turisti ma professionisti

Giovanna Mancini

Dal nostro inviato
DUBAI

Il rammarico per il rinvio di un anno di Expo Dubai causa pandemia, si è tramutato, oggi che finalmente l'Esposizione universale apre i battenti, in entusiasmo e grande aspettativa per quello che è di fatto il primo grande evento di incontro internazionale post Covid.

Uno snodo fondamentale - simbolico e concreto - verso la ripartenza, anche per il nostro Paese. L'Italia è presente alla manifestazione con uno dei padiglioni più innovativi e apprezzati (mercoledì l'edificio firmato da Carlo Ratti, Italo Rota, Matteo Gatto e F&M Ingegneria ha ricevuto il premio progetto imprenditoriale dell'anno ai Construction Innovation Awards degli Emirati Arabi Uniti) realizzato fisicamente e animato nei contenuti grazie al contributo di 70 partner istituzionali, oltre 50 aziende partner e sponsor, 15 Regioni e 30 Università.

Si tratta di un'occasione importante: secondo uno studio del Politecnico di Milano, Expo Dubai potrebbe innescare un ritorno economico per il Paese di circa 1,6 miliardi di euro annui per i prossimi cinque anni, in termini di maggiori esportazioni (1,5 miliardi), investimenti diretti esteri (150 milioni) e attrattività turistica (+5% di presenze dal medio Oriente). Numeri che - spiega il professor Lucio

Lamberti che ha curato lo studio assieme alla professoressa Lucia Tajoli - rivisti alla luce della pandemia potrebbero avere un effetto persino maggiore, grazie anche agli strumenti digitali che consentiranno a più persone di visitare - sebbene virtualmente - il nostro padiglione nei prossimi sei mesi.

Perché questo è l'Expo prima di tutto, come ricorda Paolo Glisenti, il Commissario generale per la partecipazione italiana a Dubai: «non una fiera né un evento commerciale, ma un grande evento di comunicazione, una vetrina per raccontare e far conoscere il made in Italy al mondo». All'Esposizione universale emiratina sono attesi circa 25 milioni di visitatori, in gran parte professionali, spiega Glisenti: «In parte a causa della pandemia non ancora terminata, in parte per l'impostazione stessa data a questa edizione, l'Expo di Dubai ha un carattere più business, rispetto ad esempio a quella di Milano». Un'occasione ghiotta per il nostro sistema Paese, che si presenta a Dubai con un programma di forum multilaterali e dialoghi sui grandi temi al centro dell'evento, dall'aerospazio al cambiamento climatico, dall'innovazione alla digitalizzazione nella salute, dall'agricoltura alla blue economy. Alle aziende e istituzioni partner che saranno presenti in modo continuativo nel padiglione italiano, si aggiungeranno nei prossimi sei mesi centinaia di aziende che, anche grazie all'accordo con l'Agenzia Ice, parteciperanno alle settimane tematiche organizzate da Expo e dal padiglione italiano, dedicate a diversi ambiti sociali, economici e culturali.

«L'aspetto più interessante della presenza italiana a Dubai è che può essere collegata agli obiettivi del Piano nazionale di ripresa e resilienza - osserva Glisenti -. Per ciascuna delle sei missioni del Pnrr possiamo infatti correlare quello

che le aziende hanno fatto all'interno del padiglione, in termini fisici, di allestimento, o che faranno, in termini di eventi e dibattiti». Come se il Padiglione italiano fosse un grande progetto pilota del Pnrr: «Non un progetto sperimentale o futuribile, ma la dimostrazione concreta che il Piano si fonda su capacità produttive, tecnologiche e scientifiche già esistenti nel nostro Paese - dice il commissario -. Parlo di aziende, ma lo stesso vale per le Regioni e per le Università: a Dubai si vedrà tutta la forza creativa e innovativa del nostro Paese».

Grandi gruppi internazionali dell'energia e delle infrastrutture, dell'aerospazio e delle Tlc, ma anche medie e piccole aziende del made in Italy più tradizionale, legato ai beni di consumo come alimentare, moda, lusso e design. L'Italia c'è tutta: pronta a cogliere le opportunità di un mercato (quello degli Emirati Arabi Uniti) che secondo le stime di Sace è tra i Paesi a più alto potenziale di crescita per l'export di beni made in Italy nei prossimi tre anni. Nel 2020 il valore delle esportazioni verso quest'area è stato di 3,9 miliardi (su un totale mondiale di circa 422 miliardi) con un calo del 16% dovuto soprattutto al crollo di moda e gioielleria, spiega Alessandro Terzulli, chief economist di Sace. Ma già quest'anno la crescita è attesa nell'ordine del 15%, trainata soprattutto dai beni strumentali, che rimarranno il motore della crescita anche nei prossimi anni, grazie alle politiche di diversificazione

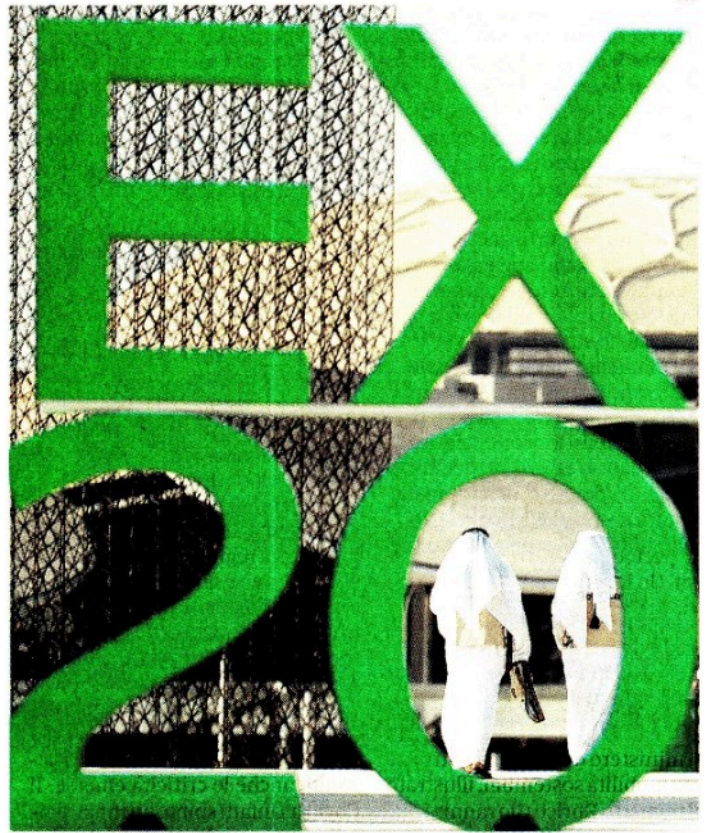


economica spinte dal governo degli Emirati, che puntano allo sviluppo di una manifattura locale, a cui serviranno macchinari tecnologici e all'avanguardia per la trasformazione dei prodotti. Senza contare al ruolo di hub industriale e finanziario verso il Medio Oriente, il Nord Africa e il Sud-Est asiatico che gli Emirati intendono giocare nei prossimi anni e di cui l'Expo di Dubai è una prova di banco strategica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Italia presente a Dubai
con 70 partner
istituzionali, 50 aziende
sponsor, 15 Regioni
e 30 Università**

ALI HAIDER / EPA



AFP

Sei mesi di Esposizione Universale .
Apri l'Expo 2020 di Dubai, l'esposizione universale rinviata di un anno a causa dell'emergenza covid

Con 192 nazioni. La cerimonia inaugurale dell'Expo di Dubai