

Il padiglione tricolore è stato premiato miglior progetto imprenditoriale dell'anno

Dubai, ecco l'Italia innovativa

Ferro (Ice): più spinta alle eccellenze e alla tecnologia

DI FRANCESCA SOTTILARO

Appena prima dell'inaugurazione di Expo 2020 Dubai, in corso nella metropoli emiratina, il Padiglione Italia firmato da **Carlo Ratti, Italo Rota, Matteo Gatto** e F&M Ingegneria a tema «La bellezza che unisce le persone» è già salito su un podio. Quello del «Construction Innovation Awards» degli Emirati Arabi Uniti, che lo ha premiato come miglior progetto imprenditoriale dell'anno.

Ma ora la «casa» dell'Italia (dal 1° ottobre al 31 marzo 2022) pensata insieme a diverse aziende che hanno fornito il meglio in tema di componenti, impiantistica e scenografie (sponsor platinum sono Bulgari, Dolce&Gabbana, Eni, Ferrarelle, Fincantieri, Intesa SanPaolo, Lavazza, Leonardo, Opera Star, Sicis e Tim) vuole presentarsi come spazio rappresentativo del migliore ingegno italiano.

Obiettivo: promuovere opportunità formative e imprenditoriali in un'area strategica. Anche Agenzia Ice, il cui logo Ita (Italia trade agency) spicca sugli scafi adagiati sul tetto del Padiglione Italia, ha quasi raddoppiato il suo

impegno a promozione del Paese. «Dubai è a 4

ore da un hub, identificato con l'acronico Mena-sa (Middle East, North Africa e South Asia, ndr), che rappresenta un terzo dei consumi nel mondo», raccon-

ta a *ItaliaOggi* **Carlo Ferro**, presidente di Ice. «Se il budget destinato alla nostra promozione negli Emirati era di circa 4 milioni, quest'anno siamo saliti oltre i 7 milioni, e sempre in questa vetrina sarà presentata la campagna di nation branding da 50 milioni di euro promossa dal ministero degli esteri per comunicare il marchio Italia in 26 paesi combinando territorio, cultura ed eccellenze».

A Expo 2020 Dubai l'Italia promuove, con 70 partner istituzionali, 50 aziende sponsor, partner tecnici, 15 Regioni e 30 Università, un programma di forum multilaterali. I temi cui i marchi sono chiamati a rispondere vanno dal clima (la prima settimana è dedicata a Venezia) allo spazio, dallo sviluppo urbano alla promozione del dialogo interculturale, fino alle sfide dell'innovazione e della digitalizzazione per salute, agricoltura e blue economy. Per le aziende c'è un calendario di 34 iniziative: il primo blocco riguarda le fiere dove Ice porterà a braccetto oltre 500 realtà a 17 eventi. Lo stesso avverrà per le delegazioni

di buyer, con destinazione l'area Menasa. Ma il digitale ha dato una mano a configurare anche nuove operazioni: «Avremo gli innovation talks su 15 temi come sostenibilità, tecnologia, fitness e salute, cultura, filiera agroalimentare, moda, energia, nautica e infrastrutture», sottolinea Ferro. «Il tutto da sommare al lancio di una nuova piattaforma e-commerce e alla mostra con il ministero per lo sviluppo economico, Italia Geniale, dall'8 al 12 novembre, con una rassegna dei brevetti Italiani per combinare tecnica, genialità e design».

I settori che ci si aspetta beneficiano della vetrina? «Expo Dubai è l'occasione per accompagnare un made in Italy che intercetti la terza fase nell'evoluzione economica degli Emirati, partita dall'oil and gas e ora protesa sull'innovazione nell'ambito del piano governativo Project of the fifty con cui Dubai ha inaugurato una nuova era di prosperità e sviluppo», conclude Ferro.

Ieri, giorno di debutto, si sono formate lunghe file davanti al progetto tricolore nella prima vetrina universale ospitata nel mondo arabo: le bellezze artistiche e paesaggistiche delle 15 regioni partecipanti e le eccellenze del made in Italy sono state riprese anche dal regista **Gabriele Salvatores** insieme a Indiana Productions: il film sul «Belvedere» e il «Saper fare» sarà al centro del percorso espositivo del Padiglione Italia.

— © Riproduzione riservata — ■



Due vedute del Padiglione Italia alla serata inaugurale di Expo 2020 Dubai



Carlo Ferro



