

## GRANDI EVENTI

DS6901

DS6901

# Successi di business e di immagine nel primo mese di Expo Osaka

«È un dato oggettivo: il Padiglione Italia è tra i più visitati, sia per il suo impatto visivo sia, credo, per il passaparola. Chi entra viene colpito e la voce si sparge, alimentata anche dalla stampa locale, che ha dedicato al nostro Padiglione numerosi e lusinghieri articoli». Mario Vattani, ambasciatore e commissario generale per Italia Expo 2025, aveva raccontato così, in videocollegamento con il Luxury Summit del Sole 24 Ore (si veda il quotidiano dell'8 maggio), le prime settimane dell'evento in corso in Giappone. Ora che si gira la boa dei 30 giorni, il bilancio può essere ulteriormente dettagliato: dal 13 aprile al 13 maggio sono stati organizzati oltre 80 eventi istituzionali e culturali, con la partecipazione attiva di più di 120 aziende italiane e giapponesi. L'obiettivo è promuovere il made in Italy in chiave contemporanea, valorizzando territori, innovazione e sinergie industriali. Uno degli elementi più rilevanti riguarda la partecipazione delle amministrazioni locali: 18 regioni italiane su 20 hanno aderito al progetto del Padiglione Italia, disegnato dall'architetto Mario Cucinella, un livello di coinvolgimento mai registrato nelle precedenti edizioni dell'evento. Ogni settimana, una regione è stata protagonista di un incontro dedicato agli investimenti esteri, grazie alla collaborazione tra Mimit, Invitalia e la Conferenza delle Regioni e tra i momenti più significativi a oggi c'è stato l'evento "Selecting Italy", organizzato con la Regione Friuli Venezia Giulia. Sul piano economico, il Padiglione ha fatto da piattaforma per oltre 30 incontri B2B tra aziende italiane e giapponesi, con risultati tangibili: il Gruppo Danieli ha firmato contratti per oltre 40 milioni di euro; l'azienda giapponese Ebara ha annunciato un investimento da 6 milioni per l'espansione di uno stabilimento a Gambellara (Vicenza); la società agroalimentare Kagome, leader giapponese del settore, ha confermato la centralità della sua produzione di verdure in Calabria per il mercato giapponese. Restando nella regione, la multinazionale NTT Data ha raccontato la sua esperienza di investimento nel settore IT, contribuendo a rafforzare l'immagine della Calabria come destinazione per l'innovazione. Il Padiglione Italia ha dedicato grande attenzione anche al patrimonio culturale: il pubblico giapponese può ammirare opere storiche come l'Atlante Farnese, il Ritratto di Itō Mancio del Tintoretto e il Codice Atlantico di Leonardo da Vinci, accanto a creazioni contemporanee di artisti come Mimmo Paladino, Jago, Francesca Leone, Giulio Cinti, Oriana Persico e

Matteo Ceccarini. Secondo un sondaggio del quotidiano economico *Nikkei Shimbun*, il Padiglione Italia è stato il più menzionato e desiderato sui social nel primo mese di Expo e si è distinto anche per la sua offerta scientifica e tecnologica. In collaborazione con università e centri di ricerca, sono stati presentati progetti nei settori delle scienze della vita, spazio, comunicazioni ed energia. Il pubblico ha potuto interagire con questi contenuti grazie a laboratori prenotabili tramite app, pensati per avvicinare i visitatori asiatici al know how tecnico e scientifico italiano. Anche le filiere dell'aerospazio e dell'underwater hanno trovato visibilità, con installazioni curate dall'Agenzia spaziale italiana (Asi) e dal ministero delle Infrastrutture e dei trasporti. La presenza italiana a Osaka si fonda su una fitta rete istituzionale: accanto al ministero degli Affari esteri, partecipano quelli della Cultura, dell'Università e della ricerca, dell'Agricoltura, dell'Istruzione e del merito, il dipartimento del Mare e la Presidenza del Consiglio dei Ministri.

—G.Cr.



Dall'alto. Un'immagine del Padiglione Italia, progettato dall'architetto Mario Cucinella e tra i più ammirati e visitati

