

ITALIA

LA BELLEZZA UNISCE LE PERS
BEAUTY CONNECTS PEOPLE

الجمال يجمع الناس



ONE
YEAR
TO
GO!



ITALIA

LA BELLEZZA UNISCE LE PERSONE
BEAUTY CONNECTS PEOPLE
الجمال يجمع الناس



Intervista al Commissario Generale dell'Italia a Expo 2020 Paolo Glisenti: "Il Padiglione Italia sarà fortemente dimostrativo", di Mila Cataldo

Commissario Glisenti, iniziamo la nostra intervista con il motto scelto dall'Italia: "Beauty Connects People" (La bellezza unisce le persone) e concentriamoci sulla bellezza, sulla sua importanza, sul suo significato. La narrazione all'interno del padiglione italiano si concentra sulle connessioni immateriali, sui valori. Ecco perché ecosostenibilità e biodiversità rientrano in questa visione armonica e totalizzante della bellezza. Può spiegarci meglio l'importanza della bellezza per il progetto del Padiglione Italia all'Expo 2020 di Dubai?

L'Expo 2020 di Dubai ha scelto questo tema che è la connessione delle menti che genera futuro. Un tema di grande attualità e molto importante nella fase attuale di globalizzazione ma anche di incertezze, difficoltà, tensioni, geopolitiche ed economiche internazionali, perché sta a

sottintendere che è la connessione dei saperi, delle conoscenze, delle culture, delle genti, dei territori, che genera oggi, e anche in futuro genererà, valore sociale, politico, economico diffuso e condiviso. È un tema quindi molto delicato, molto importante, a cui abbiamo pensato a lungo, chiedendoci quale declinazione italiana potesse rappresentare questo tema, nell'identità del nostro Paese, storica ma anche contemporanea. Siamo arrivati a questa conclusione: la bellezza italiana è ciò che unisce le persone, nei secoli, sicuramente, ma anche nella contemporaneità, e probabilmente nel futuro. Faccio una citazione. Galbraith,

osservando l'Italia subito dopo il dopoguerra, quando il nostro Paese era in condizioni disastrose, economicamente e socialmente, disse: 'Il futuro dello sviluppo sarà un futuro estetico'. Naturalmente non intendeva un futuro estetizzante da un punto di vista formale, ma intravedeva, intuitiva, che l'Italia aveva un futuro di sviluppo nella capacità, tutta italiana, di integrare saperi, conoscenze, territori, regioni, e culture diverse, anche di altri Paesi, scienza e arte, creatività e innovazione, sostenibilità e innovazione. Questa capacità italiana, che è unica nel mondo, è quello che crea la bellezza italiana. Lo sappiamo tutti che l'Italia è, dopo la Coca Cola e la Visa, il terzo brand più apprezzato nel mondo e credo che il tema della bellezza italiana sia universalmente conosciuto. Quindi abbiamo scelto questo tema per dare una precisa identità alla partecipazione italiana all'Expo e per darle un'identità condivisa e riconoscibile da parte di tutti i visitatori.

Le due metafore da cui prende il via la narrazione del Padiglione Italia sono: il Mediterraneo e il Giardino. Se il Mediterraneo simboleggia la biodiversità, legata alla posizione geografica dell'Italia, crocevia di civiltà diverse che ha unito popoli anche molto lontani, il Giardino diventa simbolo di un'armonia di differenze. Il nostro Paese che ha questa straordinaria ricchezza storica e culturale, in che termini intende proporsi come modello culturale e formativo ad Expo 2020?

L'idea è che sia la creatività l'elemento su cui poggiamo tutto questo ragionamento. La creatività intesa come competenza. Voglio intendere la creatività come un elemento anche economicamente misurabile nelle catene del valore,



**EXPO
2020
DUBAI
UAE**



nei prodotti, nella manifattura, nello sviluppo, nell'innovazione. Quindi la creatività come una competenza innanzitutto multidisciplinare. La creatività che oggi è oggetto di attività formativa, educativa, è una creatività di vari settori, di varie discipline, una creatività che va dal management creativo al design creativo, dalla moda alla scienza, anche alla manifattura. Ci sono prodotti di altissima tecnologia oggi il cui successo italiano è legato all'elemento di creatività che entra dentro questi progetti per renderli piacevoli, belli, ma anche adattati ai bisogni, alle esigenze dei nostri clienti e degli altri Paesi, dei nostri partner. Quindi la creatività come competenza multidisciplinare. Secondo elemento, la creatività come competenza multi-settoriale. Ormai la creatività entra in tutti i settori del nostro sviluppo, della nostra economia, e anche della nostra cultura, in maniera spesso sorprendente legando tra l'altro popolazioni, Paesi e culture diverse. Oggi abbiamo nella creatività italiana convergenze, integrazione di competenze che vengono da lontano, e che sono perfettamente integrate da noi in un prodotto

italiano. Infatti, quello che amiamo dire è non più 'Made in Italy', ma 'Made with Italy' (fatto con l'Italia), anzi siamo andati oltre con questo nostro ragionamento, siamo arrivati ad identificare il successo italiano con il 'Created with Italy', ovvero la creatività che porta in Italia il prodotto, l'avanzamento, lo sviluppo, la sostenibilità, e anche il benessere.

Altra metafora che unisce ulteriormente è anche quella del viaggio, quale simbolo di conoscenza. Il progetto del Padiglione Italia punta a favorire il flusso dei visitatori, che sono attesi numerosi. Si prevede una media di 26 mila persone su base quotidiana. Come si riuscirà a conciliare un flusso di visitatori notevole, con la possibilità di godere appieno di tutti gli spunti che a mano a mano stanno emergendo e che saranno tanti e anche molto belli?

Abbiamo fatto una scelta molto forte, molto innovativa, mi permetto di dire, con gli architetti che hanno vinto il concorso di architettura internazionale del nostro padiglione, e con chi ha collaborato al concept design del padiglione, quindi al

concetto allestitivo, nel fare un padiglione che non è assolutamente espositivo, che non sarà dedicato ad esporre il 'Made in Italy', il prodotto, i brand italiani, ma un padiglione dimostrativo. Sembra un gioco di parole, ma è un cambiamento secondo noi importante. Abbiamo fatto un padiglione che in tutte le sue componenti, edilizie, materiali, digitali, impiantistiche, elettriche, ecc., è costruito con la partecipazione di imprese, anche di piccole imprese, di imprese artigiane e di grandi imprese, che hanno portato dentro la loro innovazione di prodotto, la loro creatività, nel costruire fisicamente il Padiglione Italia. In questo senso il padiglione sarà un itinerario, un percorso, fluido, fluente, di circa 15 minuti, secondo i nostri calcoli, e si passerà da una stanza all'altra da un luogo all'altro della struttura, potendo ammirare in tutta la sua fisicità, allestitiva e costruttiva, questa creatività italiana, in termini dimostrativi di innovazione, spesso di forte innovazione. Abbiamo addirittura introdotto nel padiglione elementi prototipali, quindi ancora a livello sperimentale, che faranno di questo percorso un qualcosa che non è contemplativo, passivo, rispetto



ai tradizionali palazzi espositivi, da fiera campionaria per intenderci, ma sarà un racconto dell'Italia contemporanea, della memoria italiana, e del futuro italiano.

Quindi dimostrativo perché si vedranno fisicamente le innovazioni, che faranno parte dell'allestimento stesso del padiglione, mettendo in evidenza le capacità, l'expertise, l'eccellenza italiane?

Vi sono tantissimi esempi, che sorprenderanno i visitatori in un percorso veramente memorabile. Avremo un impianto di illuminazione che reagirà all'emozione del pubblico, allo stato emotivo dei visitatori. Perciò si accenderà più o meno intensamente a seconda dell'emozione che misurerà nel cuore e nella testa del pubblico. Avremo un padiglione che sarà climatizzato da alghe, che respireranno il CO2 emesso dal respiro dei visitatori e quindi non ci sarà bisogno di climatizzazione artificiale, ma sarà un padiglione che respira, e rigenera la sua aria pulita. Lo dico perché ci saranno delle sorprese veramente straordinarie, di quello che l'Italia sa oggi produrre e inventare.

Uno dei punti forti che sono stati sviluppati dal concept, direi forse il pilastro assieme alla bellezza, è la

sostenibilità, che ispira il padiglione sia nella sua componente strutturale, sia nei contenuti all'interno dei suoi circa 3mila 600 metri quadrati di superficie. In che modo sarà declinata l'attenzione alla salvaguardia dell'ambiente e l'idea più estesa di economia circolare all'interno del Padiglione Italia?

Il concetto di sostenibilità è molto cambiato negli ultimi anni. Rispetto ad esempio all'Expo di Milano in cui la sostenibilità era misurata sulla capacità di generare alimentazione, produzione agricola in termini sufficienti, la sostenibilità oggi è molto diversa. Innanzitutto la sostenibilità oggi è frutto di convergenza di elementi diversi, perfino di elementi culturali e sociali. Oggi non esiste sostenibilità senza un apporto della cultura e anche dell'armonia sociale, come elemento di sostenibilità. Non esiste sostenibilità senza un grande processo educativo, formativo sulle nuove competenze della sostenibilità. Quindi per noi la sostenibilità è legata strettamente all'innovazione. Oggi non esiste un progetto possibile di sostenibilità, se non è legato fortemente all'innovazione, quella che in gergo, in una brutta parola, con un brutto acronimo, si chiama 'innovability', la congiunzione tra innovazione e sostenibilità. Credo che anche l'Italia verrà all'Expo di

Dubai dimostrando come riesce mirabilmente ad incernierare sostenibilità e innovazione di prodotto, scientifica, futuro. Tra l'altro ormai questo è un fattore economico molto importante, che è misurato annualmente dai nostri centri di ricerca e centri statistici, e si vede come oggi questa innovazione sostenibile è quella che genera il valore aggiunto maggiore nelle imprese italiane, quella che genera la spinta più forte dell'export italiano, e quindi è un fattore materiale, molto preciso, molto misurabile, molto apprezzato in tutto il mondo.

Alla fine la sostenibilità va di pari passo con valore aggiunto e anche maggior guadagno.

Le faccio un'altra piccola anticipazione sul Padiglione Italia, che avrà delle pareti costruite con materiali naturali, con bucce d'arancia, chicchi di caffè, con cui nostre grandi imprese, anche in questi mercati, producono pareti, paratie, soffitti. Lo dico perché questa innovazione sostenibile, questa sostenibilità dell'innovazione, è un tema preciso, molto forte. Lo dimostreranno queste imprese italiane che verranno a costruire le pareti della struttura del padiglione con le bucce d'arancia. Quindi il Padiglione Italia non solo respira, non solo si emoziona, ma si mangia

anche, dimostrando come questo tema dell'innovazione oggi è fortemente integrato nell'aspetto della sostenibilità, dell'ambiente, dell'economia circolare, del riutilizzo di materiali. Non è più un tema di reputazione delle nostre imprese produrre sostenibilità, ma è un tema fattuale di manifattura, di competitività e di innovazione.

In questo senso il Padiglione avrà un valore fortemente dimostrativo.

Infatti, non è detto per dire, il Padiglione Italia sarà fortemente dimostrativo.

Quanto valore avranno nel Padiglione Italia, anche se un po' ce lo ha già accennato, elementi quali relazioni ed esperienza? Tutto si impernia sull'esperienza, in modo non solo visivo, ma anche tattile con la struttura stessa. Visto che l'elemento esperienziale è forte, cosa vi aspettate dal pubblico dei millennial, che è molto legato a questa visione esperienziale del mondo e delle cose che fa, e che si prevede numeroso? E che tipo di narrazione avete in serbo per loro? In qualche modo ci ha già risposto, ma forse può dirci qualcosa in più.

L'Expo di Dubai in questo senso cambia fortemente la logica, il format dei grandi eventi delle

esposizioni universali, ma anche di tutti gli altri grandi eventi. È un cambiamento molto forte, che determina la necessità di usare dei linguaggi completamente innovativi e diversi, appunto dei linguaggi esperienziali. Perché oggi i millennial, che costituiscono ormai la quota più importante del mercato di consumo, di domanda formativa, di crescita demografica, in queste parti del mondo, questa generazione fa scelte precise di consumo, di dove andare a studiare, di dove trasferirsi, di quale turismo e di quali mete turistiche scegliere, in base a degli elementi di esperienza. L'Expo di Dubai dimostrerà come questi eventi sono oggi la piattaforma olistica, se così posso dire. Olistica vuol dire che integra elementi diversi in un unico approccio, in un unico modello. Ebbene, questi eventi saranno in futuro, a cominciare dall'Expo di Dubai, la piattaforma più importante per stabilire relazioni, non solo con i consumatori, che sono quelli che decidono alla fine, ma anche con chi rifornisce i mercati, chi si occupa della sicurezza delle persone, chi controlla i nostri mari, l'inquinamento. Questa piattaforma olistica, per cui si mettono dentro elementi diversi, emotivi e fattuali, innovativi e di sostenibilità, è la piattaforma del nuovo linguaggio espositivo che promuove oggi nel modo migliore l'innovazione,

la competitività l'immagine di un Paese, di una azienda, di un popolo e di una cultura. Quindi l'Expo di Dubai secondo me proprio per questo fatto generazionale determinante, ossia la presenza dei millennial, impone e stabilirà il primato di un linguaggio espositivo completamente diverso da quello a cui abbiamo assistito ultimamente.

L'Italia esporterà anche questo modello di innovazione di tipo partecipato, il raggiungimento di obiettivi ed eccellenza anche grazie all'integrazione. Può dirci qualcosa in più su questo modello che è un po' italiano?

È molto italiano nella storia. Innanzitutto un legame fortissimo noi lo faremo vedere tra la memoria, tra la storia e il futuro. Non c'è oggi innovazione possibile se non ha le sue radici ben piantate nella memoria storica del Paese e del suo sapere consolidato nel tempo. Questo tema è secondo noi determinante per l'Italia oggi, ed è un tema che porta ad immaginare un futuro in cui l'Italia sarà assolutamente tra i leader incontrastati, tra i Paesi più forti, più ammirati, più desiderati, più ambiti. E una delle cose che porteremo all'Expo per dimostrare questa attività italiana è l'offerta formativa. Avremo tantissime scuole, docenti, moltissime università, che verranno



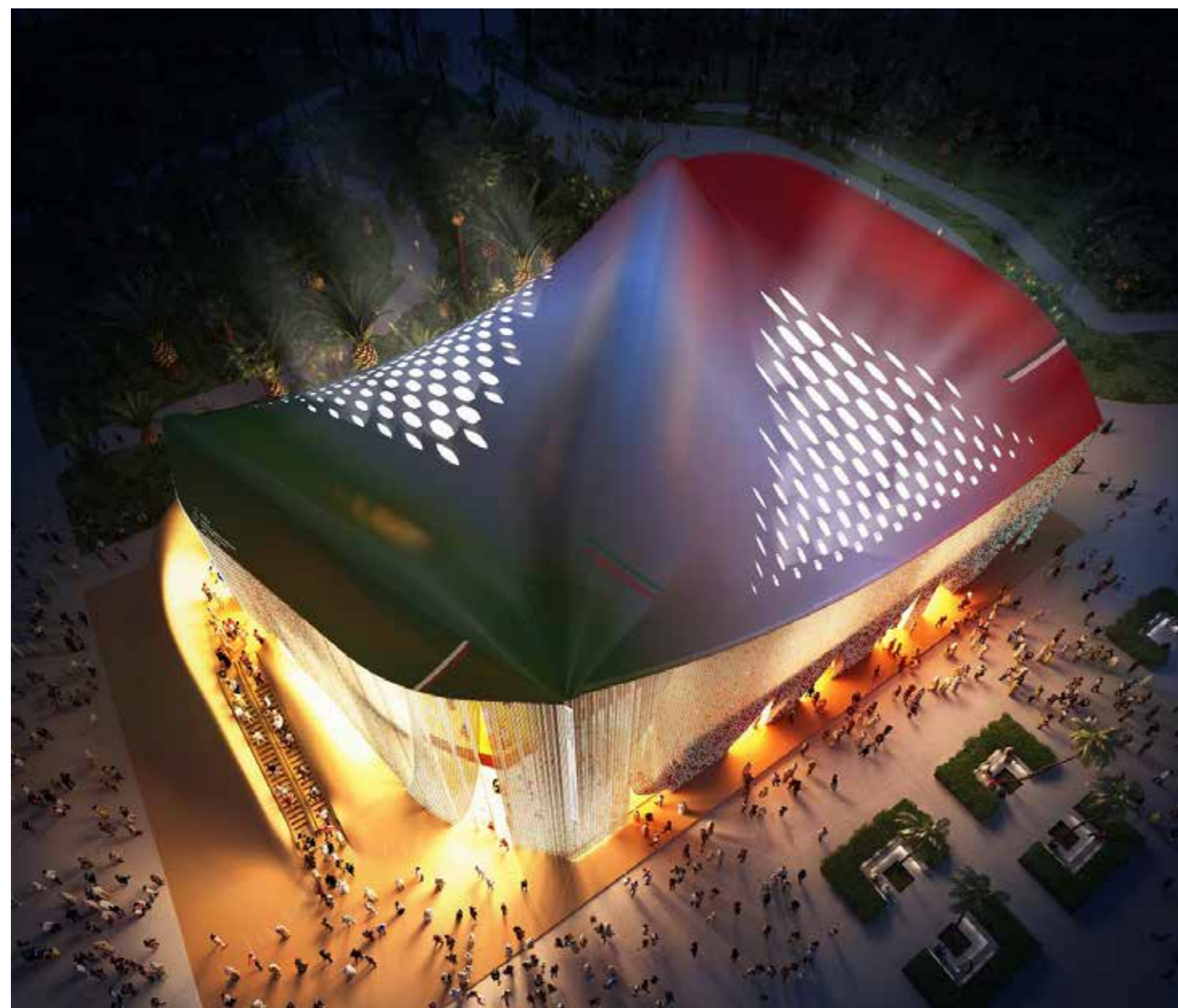
a proporre offerta formativa nuova, molto intersettoriale, multidisciplinare, molto legata alla specializzazione, quindi alla ricerca di mestieri più che di sapere teorico. Ci saranno esempi molto interessanti di come l'Italia oggi offre questo modello innovativo, di formazione delle competenze, all'interno di un ambiente. Perché oggi i millennial scelgono dove andare a studiare anche in base all'ambiente culturale, paesaggistico, all'equilibrio dell'ambiente in cui andranno ad abitare loro e le loro famiglie. Anche qui c'è questa integrazione tra elementi immateriali, o apparentemente immateriali, ed elementi molto fattuali, molto materiali. Questa è l'Italia che porteremo a Dubai.

Il nostro Paese è conosciuto in tutto il mondo per il design, l'arte, la moda

e il cibo, ma c'è anche una solida tradizione in ambito scientifico, tecnologico e manifatturiero. Il Padiglione Italia si ripropone anche di scardinare alcuni luoghi comuni e offrire un'immagine del nostro Paese quale centro di eccellenza in fatto di innovazione. L'Italia è sicuramente conosciuta per la bellezza, le radici con il passato, però c'è anche un'immagine di un Paese all'avanguardia, sotto il profilo dell'Intelligenza Artificiale, dell'aerospazio, delle scienze della vita. È proprio in quest'ottica che si inquadra anche la partnership stretta con Leonardo? E magari altre che arriveranno più avanti?

Sì, non solo con Leonardo, ma con moltissime altre imprese. Questo, però, è un punto importante su cui fare chiarezza. Quando parliamo della partecipazione dell'Italia

all'Expo di Dubai, non parliamo solo del padiglione italiano, parliamo anche di oltre 100 eventi che metteremo in scena, all'Expo di Dubai nel nostro padiglione, in altre zone del sito, e sono in gran parte eventi culturali, artistici, ma anche molti eventi scientifici, culturali, economici, istituzionali, diplomatici. Sarà una grande operazione di diplomazia culturale, di diplomazia scientifica, di diplomazia educativa. Perché uso il termine diplomazia? Perché il modello che noi porteremo in settori trainanti dello sviluppo, dell'innovazione, della competitività italiana, come l'aerospazio, le scienze della vita, la mobilità sostenibile, il design, la moda, sono tutti modelli di collaborazione internazionale. Sono tutti ambiti, settori, nei quali l'Italia porterà la propria capacità e la propria rete di collaborazione. Non faremo nulla da soli, di auto-



representazione dell'Italia. Porteremo al padiglione e negli oltre 100 eventi che faremo, le forme di collaborazione, il networking italiano nel mondo. Quando verremo qui a parlare del primato italiano, della leadership italiana nel settore aerospaziale, lo faremo assieme agli altri Paesi con i quali collaboriamo: i cinesi, gli australiani, gli inglesi, i canadesi. Quando parleremo di industria creativa lo faremo insieme agli altri Paesi, perché questa è l'essenza non solo del linguaggio che l'Expo ci chiede di esprimere, ma anche della reputazione italiana, che è di un modello collaborativo. Noi non faremo nulla di esclusivamente italiano, ma tutto quello che l'Italia porta di rete di collaborazioni, di relazioni. In questo senso pensiamo di interpretare bene il tema "Connettere le menti per generare il futuro", ma in un'accezione, in un'identità molto italiana, molto forte e molto ben apprezzata nel mondo.

Quanto e in che modo potrà rivelarsi importante l'Expo 2020 di Dubai anche per la promozione del 'Made in Italy'?

Secondo me è un'occasione irripetibile. Nei documenti del governo italiano c'è scritto che l'Expo di Dubai rappresenta la più importante operazione di

promozione del Sistema Paese dei prossimi anni. Perché è la più importante operazione di promozione del 'Made in Italy'? Perché questo è il centro di un mercato, di una vastissima area che genererà nei prossimi 10-15 anni il più forte aumento dei consumi, la più forte crescita della classe media, quindi con potere d'acquisto considerevole, la più forte domanda educativa e formativa del mondo. Quindi per noi, che siamo tra l'altro già uno dei maggiori partner degli Emirati Arabi Uniti e un fortissimo partner dell'area araba, è un'occasione straordinaria, da non perdere per le nostre imprese perché, a differenza dell'Europa, a differenza dei mercati occidentali tradizionali oggi in una fase di crescita molto più lenta, qui l'innovazione e la crescita, sono elementi di forte attrazione per il futuro. Quindi credo che sia un'occasione straordinaria. Cito solo un dato: sono stati stimati come ritorno della partecipazione italiana all'Expo 2020, un miliardo e seicento milioni di euro all'anno, per i cinque anni successivi all'Esposizione Universale di Dubai. È un ritorno molto consistente ed è frutto di una stima del Politecnico di Milano, definita prudentiale. Ed è interessante vedere che questo importantissimo ritorno economico, sarà generato in larga parte dal 'Made in Italy' e dalla crescita delle

esportazioni verso quest'area, ma in parte anche molto significativa dall'attrazione di investimenti da questa area verso l'Italia. Qui ci sono i fondi sovrani, le banche, i private equity, quindi dall'attrazione degli investimenti verso le nostre piccole e medie imprese, dalla crescita dei flussi turistici. Questa è l'area del mondo, quella che visiterà l'Expo 2020 di Dubai, da cui sono attesi i più importanti flussi turistici dei prossimi 20 anni e l'Italia non può perdere questa occasione.

Proprio in questa ottica, visto che gli Emirati rappresentano già un solido partner commerciale dell'Italia, il secondo per importanza nell'area del GCC e Medio Oriente, in quale misura questa Esposizione Universale potrà servire per arrivare ad Asia ed Africa, che sono altri due mercati di rilievo?

Per noi sono importantissimi. L'Expo di Dubai avrà la partecipazione molto forte della Cina, dell'India, di gran parte dei Paesi del Sud-Est asiatico, dell'Australia, che sarà una grande protagonista dell'Expo, dei Paesi dell'Africa settentrionale, verso cui noi oggi investiamo molto del nostro futuro, non solo sulle infrastrutture che stanno nascendo in quella parte del mondo, ma anche nella formazione di capitale umano che poi potrà essere attratto verso



L'Italia e, naturalmente, in tutto il Mediterraneo allargato, quindi Medio Oriente, Maghreb. Questa per noi è un'area determinante, soprattutto adesso che vediamo l'Europa attraversare alcune difficoltà politiche ed economiche, quest'area per noi è determinante. Credo che l'Expo di Dubai capiti in un momento unico da questo punto di vista, per l'importanza che per l'Italia ha rivolgersi a questo mondo che va dal Mediterraneo allargato fino all'India e alla Cina. Faccio un esempio, l'India, che avrà il padiglione accanto a quello dell'Italia, porta qui a Dubai l'aerospazio, l'industria creativa, il cinema indiano, le scienze della vita, porta settori in cui noi collaboriamo già e vorremmo collaborare, ma porta qui anche la domanda di artigianato italiano. L'India sarà un grande mercato per i nostri artigiani che cercano nuove sponde, nuovi sbocchi. Quindi anche per il piccolo ingegno, per la piccola impresa italiana, non solo per la grande impresa, sarà un'occasione unica.

Le autorità emiratine hanno chiesto che il Padiglione Italia, inizialmente previsto come struttura temporanea, diventasse una struttura permanente. Quindi

un progetto talmente bello da averlo voluto lasciare in eredità a Dubai. Da quello che si è saputo, potrebbe diventare un museo, forse un museo del design. Cosa può dirci in merito?

Abbiamo da poco ricevuto questa richiesta ufficiale da parte del governo emiratino. Siamo uno dei pochissimi Paesi a cui il governo degli Emirati Arabi Uniti ha chiesto di non smantellare il padiglione come si fa sempre nelle esposizioni universali. Siamo veramente molto onorati e felici di questa richiesta che ci è arrivata, ma smentisco quel che lei sta dicendo, perché non è un museo. Esattamente loro vorrebbero che rimanesse il padiglione che noi stiamo raccontando e presentando, che non è museale, non ha un approccio museale, ma al contrario molto dimostrativo, molto animato. Noi siamo l'unico padiglione che ha attrezzato un Education Lab, quindi un'area interamente e quotidianamente dedicata alle scuole che verranno a fare attività formativa. Un Cultural Lab dove le università italiane verranno a fare dimostrazione della loro offerta formativa, brevi corsi e master, o spiegare come si acceda a borse

di studio. Quindi quello che loro desiderano da noi è mantenere in vita un padiglione fortemente animato, in termini dimostrativi e non museali, mi permetto di dirlo solo per chiarezza, non per smentire la sua domanda. E questa è la vera sfida, non lasciare un museo del design, ma lasciare un padiglione che continuamente venga animato da questa offerta da questa proposta dimostrativa dell'Italia che colloquia, che parla con tutti i Paesi, che ha altre relazioni, che genera formazione, educazione, conoscenza, continuamente. Quindi ci chiedono non solo di lasciare la struttura fisica, ma una struttura continuamente animata. Molto più di un museo del design. Noi siamo molto onorati da questa richiesta. Adesso la esaminiamo, perché naturalmente richiede un impegno importante. Però sta a significare che almeno agli occhi degli Emirati, e sicuramente di molti Paesi vicini che stanno guardando a noi, il progetto italiano ha già suscitato grande ammirazione e grande interesse.

Sono previste azioni business dedicate alle piccole e medie imprese italiane? Collaborazioni con l'ICE?

Certamente, attività business, B2B, sono previste e saranno possibili. Però, ripeto, in un padiglione che non è attrezzato e fatto per ospitare attività di tipo seminariale, incontri come si fanno nelle fiere, come voi dell'ICE fate benissimo in tante occasioni. Lavoreremo in strettissimo contatto con l'ICE, per portare lì le imprese a capire e a parlare, ad incontrare i loro colleghi, i loro capi azienda, i loro partner, possibili compratori, ma non per una classica attività fieristica, commerciale, ma per un'attività più relazionale. Questo credo che potrebbe essere un modo con cui l'ICE e noi lavoriamo nell'integrare l'ottima competenza e attività dell'ICE nell'accompagnare e sostenere l'attività di natura commerciale, economica, nella ricerca di partner, compratori, investitori, con un'attività di tipo più relazionale. Credo che possiamo

offrire al mondo delle imprese italiane un ambiente in cui saranno orgogliose di incontrare controparti degli altri Paesi per dimostrare, per parlare di questa Italia che non è immateriale, è molto materiale, perché ha un linguaggio olistico e non di tipo commerciale ed espositivo.

Se volessimo riassumere in poche parole ci sono: bellezza, creatività, dimostrazione, relazioni, sostenibilità, non disgiunte dal fatto che tutto questo crei valore aggiunto ed economia. Non è solo immaterialità.

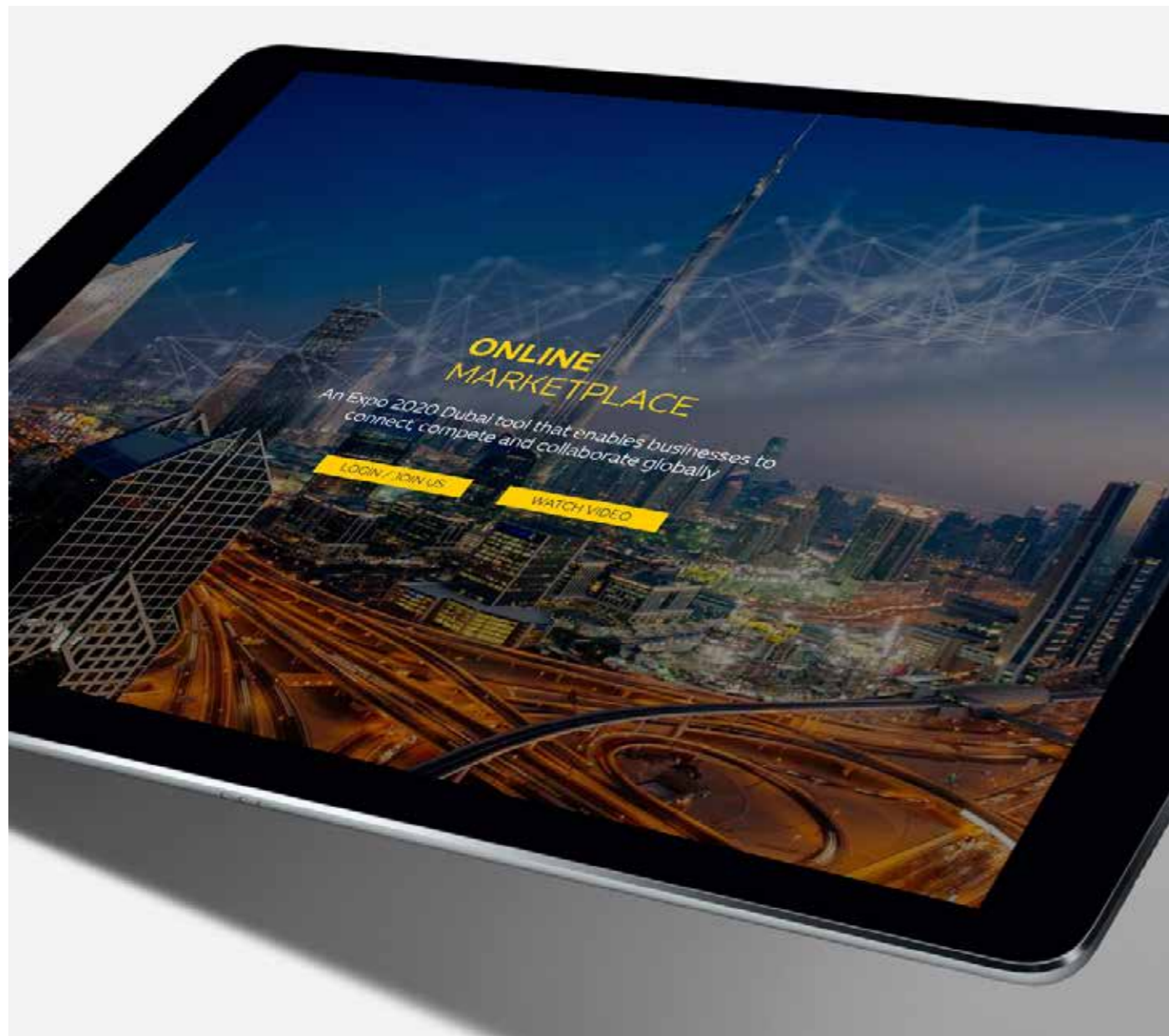
È molto materiale, è la bellezza che unisce le persone. Oggi la bellezza italiana è ciò che genera sul profitto maggiore, le esportazioni più forti, la competitività maggiore, le ricadute anche sociali, economiche, la crescita

culturale dell'Italia che oggi è una delle grandissime potenze culturali del mondo, riconosciuta come tale, in base alla sua bellezza culturale. In questo senso è il prodotto dell'Italia migliore, che si afferma sia sul piano culturale, sia su quello economico, e non è assolutamente un tema immateriale, è un tema molto concreto, molto materiale, molto misurato. Questa bellezza italiana per ogni euro di prodotto interno lordo, produce 2,5 euro di profitto, di margine, di contribuzione e di sviluppo.

Era per chiudere con un tweet, ma al tempo stesso ci ha dato un'ulteriore notizia, ovvero che la cultura, l'immaterialità, poi fa anche PIL. Grazie infinite Commissario Glisenti.



ONLINE MARKETPLACE, STRUMENTO PER PARTECIPARE AD EXPO 2020: OMP.EXPO2020DUBAI.COM



Per le imprese che desiderino conoscere le opportunità di affari nonché partecipare alle gare di Expo 2020 è stato da poco tempo introdotto un nuovo strumento telematico. Facile da usare, altamente tecnologico, Online Marketplace (OMP) è uno strumento pratico e versatile a disposizione delle imprese, di tutte dimensioni. (<https://omp.expo2020dubai.com/>). È concepito per connettere le aziende, siano esse licenziatrici o appaltatrici, favorire nuove partnership internazionali, espandere il raggio di azione e incrementare il volume di affari. All'insegna della semplicità, della trasparenza, dell'inclusività. Online Marketplace sviluppa il tema portante

dell'Expo 2020, "Connecting Minds, Creating the Future". Un veicolo per far circolare idee, innovazione, expertise.

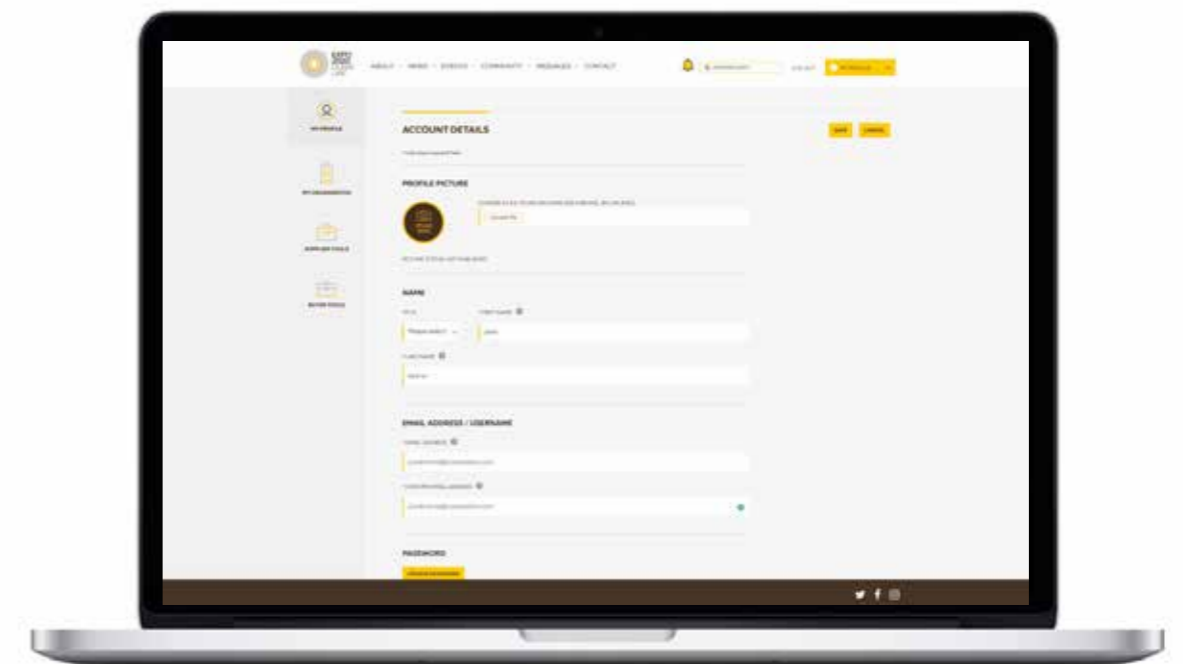
Con questa piattaforma è possibile essere informati sulle varie gare d'appalto e partecipare ai bandi per l'assegnazione di progetti e contratti. La caratteristica principale è di essere gratuita ed aperta a tutti, offrendo la possibilità di mostrare prodotti, servizi, know how.

Online Marketplace ha proprio lo scopo di dare visibilità alle aziende, con un'attenzione particolare alle piccole e medie imprese che, in genere, fanno più fatica ad affacciarsi

alla ribalta internazionale. Expo 2020 ha finora assegnato 4.500 contratti, dei quali la metà sono stati vinti da PMI. L'obiettivo è far sì che il 20% delle risorse, allocate in modo diretto e indiretto, vada alle PMI. Sono 25.000 e provengono da 149 Paesi i fornitori che si sono iscritti al portale.

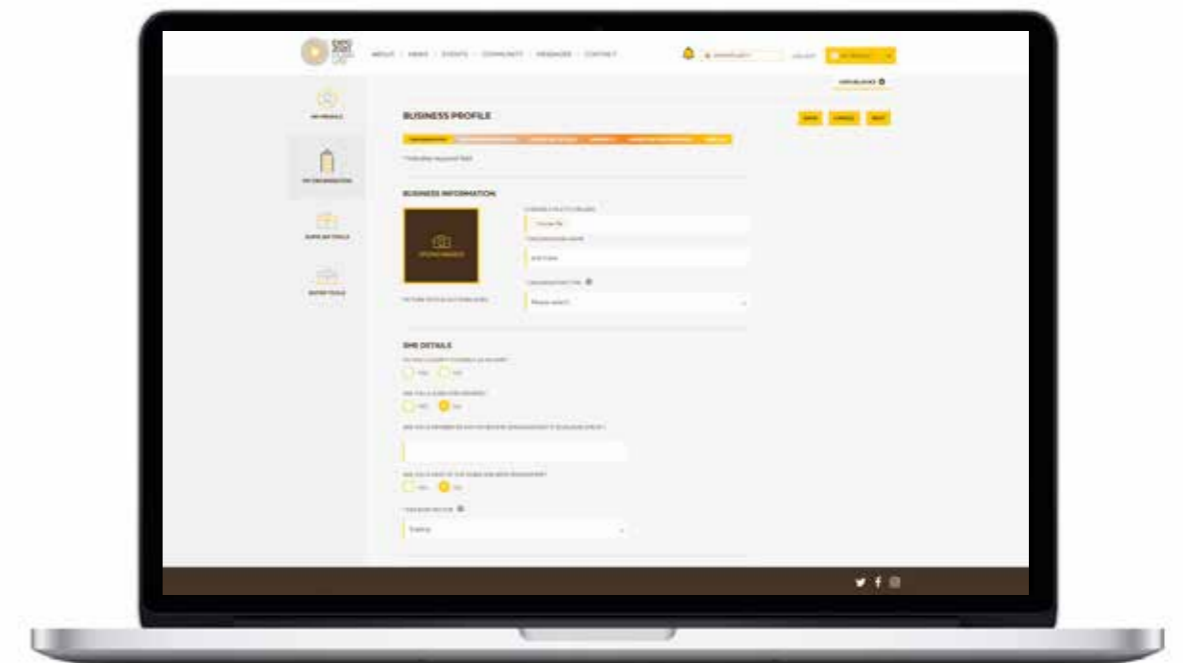
La registrazione avviene con pochissimi passaggi e il proprio profilo può essere completato con estrema rapidità. Nel menu a sinistra si trovano le voci: My Profile, My Organisation, Supplier Tools e Buyer Tools.

ONLINE MARKETPLACE, STRUMENTO PER PARTECIPARE AD EXPO 2020: OMP.EXPO2020DUBAI.COM



Scorrendo con il cursore appaiono: My Profile e Email Preferences; Business Profile e Users con tutte le informazioni sull'azienda. Gli strumenti Supplier Tools e Buyer Tools fanno incontrare domanda e offerta. Il compratore di beni e servizi, invece, può gestire il flusso di opportunità, ricercare fornitori, essere informato sulle gare d'appalto. In alto c'è un menu in sei sezioni. La prima, Organisation, serve a profilare domanda e offerta.

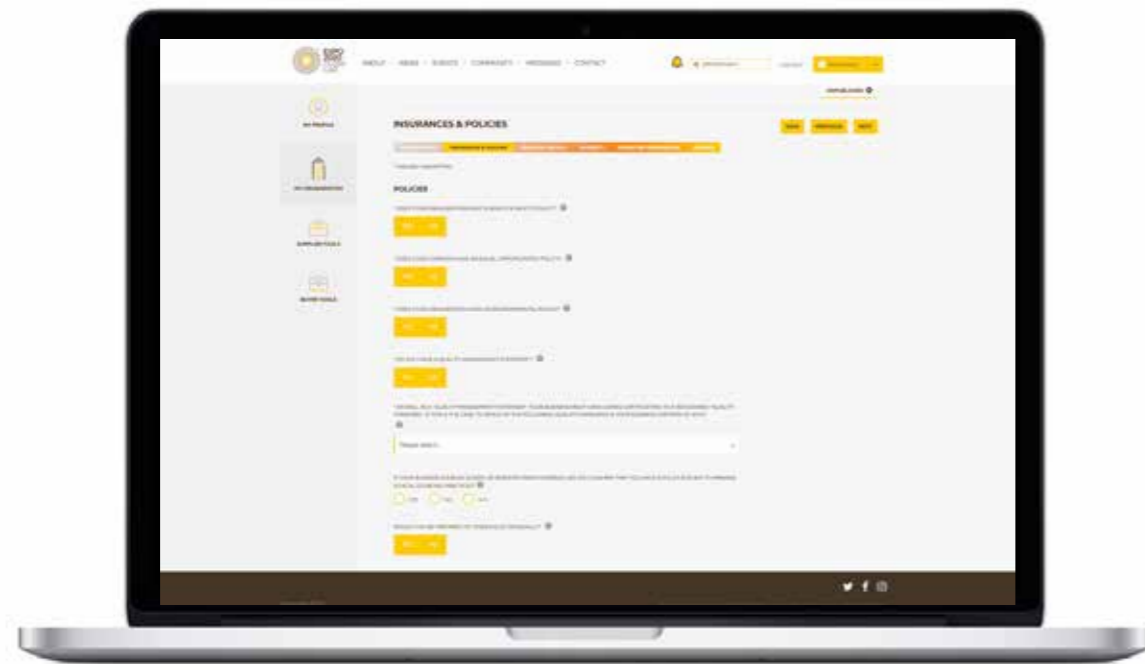
(<https://omp.expo2020dubai.com/expo2020/editGroup.html?editttype=userEdit&groupId=206519>)



In questa sezione si inseriscono nome dell'azienda, tipologia, dimensioni, indirizzo, Paese, account sui social media, settore di business. Cliccando su Business Categories c'è la finestra Business Categories Search dove cercare tra più di 50.300 voci l'attività, i prodotti, i servizi, corrispondenti alla propria azienda. Ogni categoria ha un codice. Poi si inseriscono informazioni su fatturato, numero dei dipendenti, sito web. La sezione successiva è dedicata ad assicurazioni e politiche aziendali

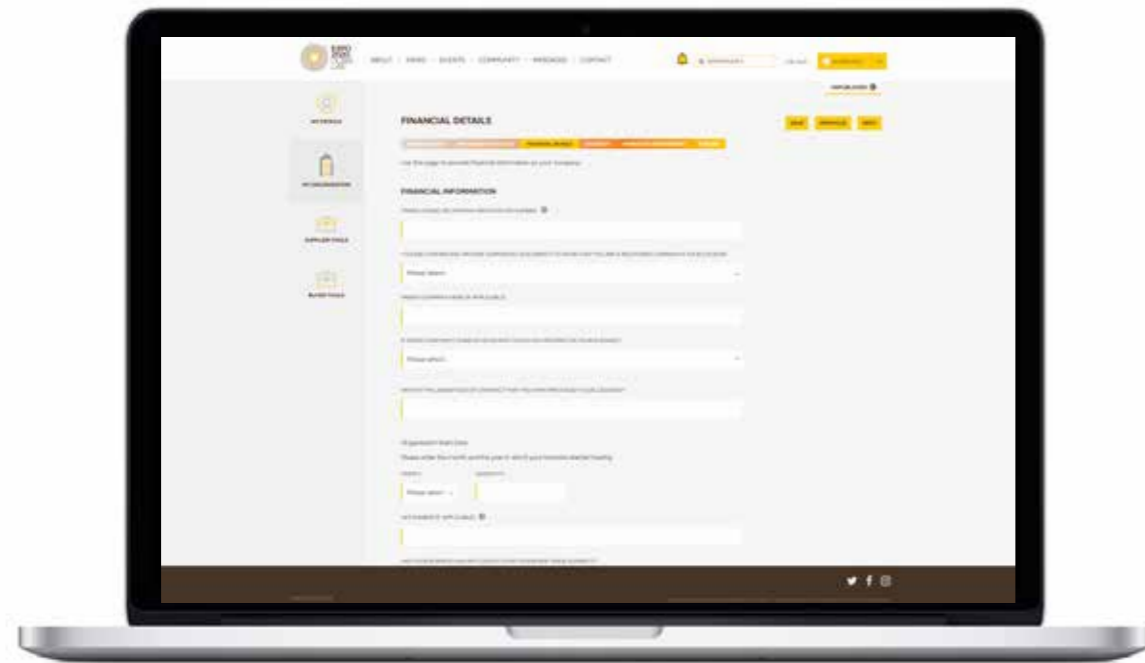
(<https://omp.expo2020dubai.com/expo2020/editPolicies.html?groupId=206519>)

ONLINE MARKETPLACE, STRUMENTO PER PARTECIPARE AD EXPO 2020: OMP.EXPO2020DUBAI.COM



I campi obbligatori, con asterisco, sono le Policies, le politiche aziendali relative a salute, sicurezza, pari opportunità, ambiente, gestione della qualità, codice etico. La parte assicurazioni prevede risposte su responsabilità civile, con dettagli sul valore annuale, polizze infortuni e relativo valore, indennità e numero di infortuni registrato negli ultimi 3 anni di attività. La terza sezione, Financial Details, registra lo status finanziario dell'azienda.

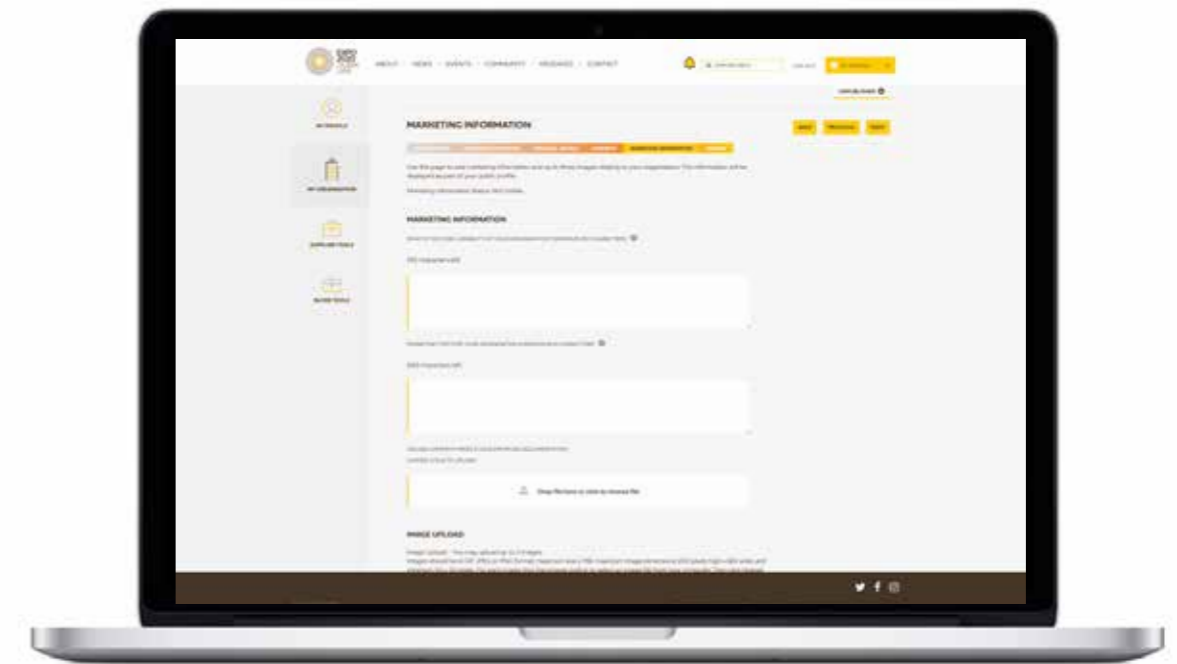
(<https://omp.expo2020dubai.com/expo2020/editFinancialDetail.html?groupId=206519>)



Occorrono licenza commerciale, o numero di registro, con documenti di comprova, informazioni sui registri contabili, valore del contratto più alto mai ottenuto, mese ed anno dell'inizio dell'attività, partita iva, carichi pendenti, eventuale esposizione bancaria. La quarta sezione è la Diversity, le pari opportunità. Si chiede percentuale di donne in azienda, presenza femminile nel top management, percentuale di giovani sotto i 30 anni.

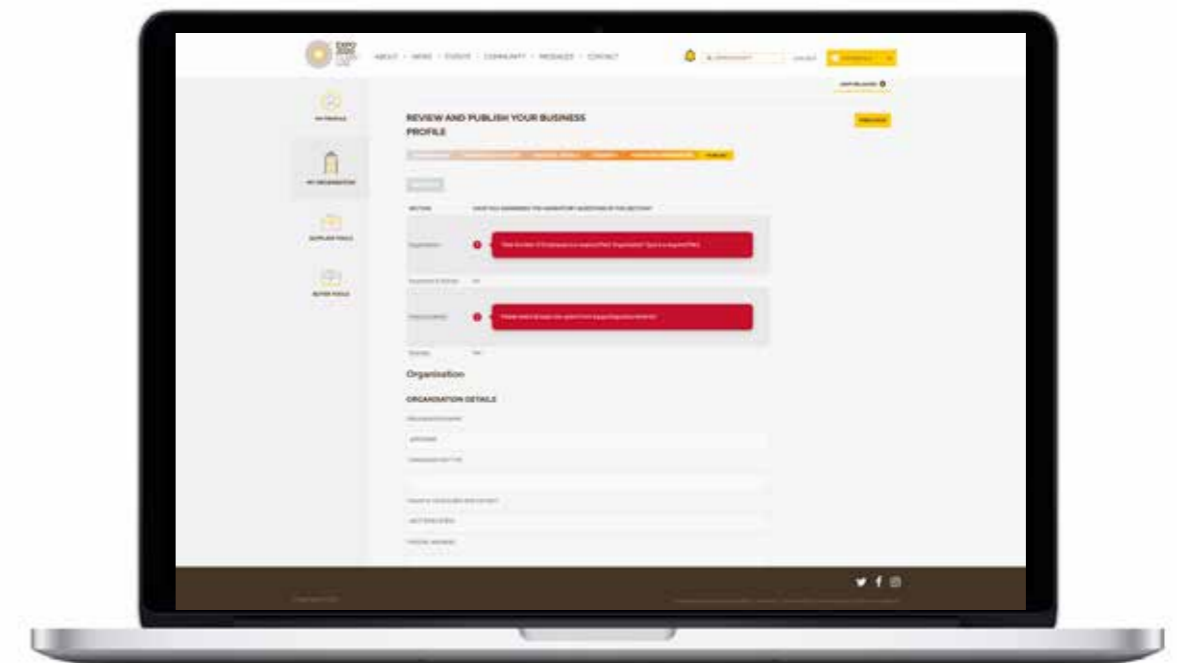
La quinta sezione è sulle Marketing Information (<https://omp.expo2020dubai.com/expo2020/marketingDetail.html?groupId=206519>)

ONLINE MARKETPLACE, STRUMENTO PER PARTECIPARE AD EXPO 2020: OMP.EXPO2020DUBAI.COM



Si richiedono dettagli sulla capacità interna ed è possibile allegare testi, documenti, file e fino ad un massimo di tre immagini con relativo testo a sostegno.

La sesta ed ultima sezione è quella della pubblicazione del profilo e può essere attivata solo se siano stati già compilati tutti i campi richiesti (<https://omp.expo2020dubai.com/expo2020/mainViewProfile.html?groupId=206519&validate=true>)



Attraverso un percorso intuitivo e scorrevole i dati vengono inseriti e immagazzinati. Per essere sempre aggiornati in tempo reale basta inserire l'apposito sistema di notifica via email (email notifications). Il proprio profilo può essere modificato in qualunque momento, con la funzione: Manage Account.

L'Italian Trade Agency (ITA/ICE) con il suo ufficio di Dubai si propone come attore importante per promuovere l'offerta di imprese italiane interessate alle molteplici opportunità di business associate all'organizzazione di Expo 2020. L'ufficio ICE di Dubai offre servizi di orientamento e di assistenza personalizzata, supporto operativo e strategico alle imprese per poter beneficiare di tali opportunità. Gli strumenti integrati messi a disposizione hanno l'obiettivo di facilitare l'accesso al mercato, di conoscerne appieno la struttura e funzionamento, consentendo di risolvere problematiche operative ed agire in modo efficace.

In particolare, di seguito, sono elencati i servizi che le imprese italiane possono ottenere per

inserirsi e beneficiare delle opportunità di business collegate ad Expo2020:

- Informazioni su gare di appalto o richieste di beni e servizi per Expo2020;
- Informazioni legali, doganali, fiscali, tecniche, ecc.;
- Ricerca, selezione ed identificazione di partner per accordi distributivi o joint venture;
- Informazioni riservate su imprese estere;
- Sondaggi di potenziale interesse per prodotti/servizi italiani presso Expo2020;
- Presentazioni aziendali presso Expo2020;
- Organizzazione di missioni outgoing o incoming;
- Organizzazione di incontri di affari presso Expo2020 o con potenziali partner sul mercato;

- Organizzazione di campagne di comunicazione;
- Assistenza per la partecipazione alle gare per Expo2020;
- Consulenza per investimenti associati ad Expo2020;
- Assistenza per la risoluzione di controversie;
- Organizzazione di iniziative promozionali dedicate ad Expo2020;
- Organizzazione di eventi, seminari, workshop, simposi tecnologici;
- Organizzazione di conferenze stampa;
- Organizzazione di degustazioni eno-gastronomiche;
- Organizzazione di sfilate di moda.

Per contattarci:
expo.dubai@ice.it



I lavori di costruzione dei vari padiglioni nazionali nel sito di Expo 2020 Dubai proseguono senza sosta. Su tutto domina l'attenzione per la sostenibilità, uno degli elementi cardine dell'intera Esposizione Universale di Dubai. Spiccano le anticipazioni da parte di molti Paesi quali, Cile, Bielorussia, Australia. Mentre rassicura lo stanziamento di fondi finalmente deciso dagli Stati Uniti.

CILE, LA SOSTENIBILITÀ IN MOSTRA AD EXPO 2020

Il Cile conferma la propria partecipazione all'Expo 2020 di Dubai e per il proprio padiglione nazionale punta tutto sulla sostenibilità. Il tema sviluppato, infatti, è: "Sostenibilità, diversità, tradizione e progresso". La struttura in legno riprende l'impianto architettonico del rifugio tradizionale, tipico della cultura nomadica cilena, si estenderà su una superficie di 700 metri quadrati e, non a caso, sorgerà proprio nel Distretto della Sostenibilità. Vi troveranno spazio da produzioni alimentari green e tracciabili a fonti di energia rinnovabili, dalle tecniche minerarie al turismo a impatto zero, dall'innovazione e capacità imprenditoriale amiche dell'ambiente, fino alla realizzazione di infrastrutture, anch'esse interamente sostenibili. Tra i settori fiori all'occhiello del Paese e che saranno in mostra nel padiglione cileno anche l'astronomia. Il Commissario Generale cileno per Expo 2020, Alvaro Saieh, ha detto che la

presenza del Cile all'Esposizione Universale di Dubai sarà incentrata sui quattro pilastri, gli stessi su cui si fonda l'economia del Paese. "Siamo una nazione che riassume in sé tutte le caratteristiche geografiche più estreme -ha detto il Commissario Saieh- dal deserto ai ghiacciai, dalle montagne al mare. Da noi coesistono contemporaneità e tradizione". Solidi sono anche gli interscambi commerciali con gli Emirati Arabi Uniti. A sottolineare questo aspetto il Vice Commissario, Jorge Daccarett, che ha reso noti i dati sull'export delle noci cilene, che nel Medio Oriente è cresciuto del 73% nel 2018, arrivando a superare 50 milioni di dollari, di cui 26 milioni

sono il valore delle esportazioni negli Emirati. Ecco perché il Cile ripone molta fiducia nell'Expo 2020 di Dubai che, secondo il Vice Commissario Deccarett, offrirà l'opportunità per rafforzare i rapporti commerciali in tutta la regione MENASA.

LUSSEMBURGO, OLTRE 4.000 VISITE AL PADIGLIONE

Oltre 4.000 persone si sono già prenotate per visitare il Padiglione del Lussemburgo durante i 6 mesi di Expo 2020. "Siamo in costante contatto con le agenzie di viaggio e al momento abbiamo riscontrato grande interesse" ha dichiarato Maggy Nagel, Commissario Generale del Padiglione del





Lussemburgo all'Esposizione Universale di Dubai. Sono stati stanziati 32 milioni di euro e i lavori sono iniziati nell'agosto 2019. Il Commissario ha rivelato che al momento è stato realizzato quasi il 50% della struttura. Un contributo di 2,5 milioni di euro è arrivato anche da Post Luxemburg, dalla Camera di Commercio e da SEAS - Société Européenne des Satellites, tra i principali partner del padiglione. Nella struttura disegnata dallo studio di architettura Metaform, i visitatori intraprenderanno un viaggio che coinvolgerà tutti e 5 i sensi. Un progetto articolato che si snoda con una rampa di 140 metri dal primo al secondo piano, un atrio suggestivo e una zona che mostrerà sei regioni. Tra le tante esperienze in serbo per il pubblico: la riproduzione del profumo della foresta e della natura lussemburghese. Le relazioni commerciali tra Lussemburgo ed Emirati sono prospere e i Paesi vantano 40 anni di consolidati rapporti bilaterali. Nei primi 10 mesi del 2019 le importazioni emiratine dal Lussemburgo hanno raggiunto 27 milioni di euro, mentre le esportazioni si sono attestate su 13 milioni di euro. Il Lussemburgo è un hub finanziario, e i più importanti fondi sovrani degli Emirati Arabi Uniti come Abu Dhabi Investment Authority, Mubadala, Abu Dhabi Investment Council, hanno strutture finanziarie nel Paese europeo che ospita il 60% dei fondi di investimento attivi negli EAU.

PADIGLIONE IRLANDA, STANZIATI 4 MILIONI DI EURO

Il governo irlandese ha stanziato 4 milioni di euro per finanziare la realizzazione del padiglione nazionale. Una somma che deve garantire lo spazio per eventi e attività che promuoveranno il Paese nel corso di Expo 2020. Il progetto del Padiglione Irlanda è imperniato sul Newgrange, monumento preistorico risalente a 5.200 anni fa, più antico di Stonehenge e delle piramidi egizie. Un corridoio di 19 metri di lunghezza porterà ad una stanza con tre alcove. Ogni elemento strutturale sarà allineato per ricreare ad Expo 2020 Dubai lo stesso fenomeno che si ripete una volta l'anno al sorgere del sole, durante il solstizio d'inverno, il 21

dicembre. Un effetto che, come ha spiegato Aisling McDermott, Responsabile Asia e Medio Oriente dell'Ente del Turismo irlandese, sarà possibile riprodurre grazie anche all'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale. Nei pressi del Padiglione Irlanda è collocato l'Irish Village, un luogo dove assaporare cibo e delicatezze tipiche, godendo dell'autentica ospitalità irlandese.

BIELORUSSIA E LA BIO-STAMPANTE 4D

La Bielorussia ha intenzione di stupire il pubblico dell'Expo 2020 di Dubai presentando in anteprima un'innovativa bio-stampante 4D. L'Accademia Nazionale delle Scienze della Bielorussia ha annunciato che



questa stampante sarà in grado di riprodurre cellule vive e farà parte di una serie di tecnologie molto avanzate che coinvolgeranno vari settori dalla salute, all'agricoltura, fino all'Intelligenza Artificiale. Nel padiglione bielorusso ci sarà spazio anche per personalità del mondo dell'arte, della cultura e di altri ambiti di eccellenza del Paese. La Bielorussia all'interno del proprio padiglione intende illustrare anche il proprio sistema legislativo per favorire la crescita degli investimenti stranieri nel Paese. Come illustrato dal Direttore del Dipartimento Marketing del Ministero degli Affari Esteri, il progetto del padiglione bielorusso è incentrato su innovazione, attrazione di investimenti, sulla presenza di personaggi illustri che si sono distinti in ambito artistico e culturale. La struttura stessa punterà a ricreare l'aspetto e la sensazione di una foresta primigena della Bielorussia. La costruzione del padiglione sta procedendo tappa dopo tappa, come da programma.

STATI UNITI, ASSICURATI FONDI PER EXPO 2020

La fase di stallo è durata vari mesi al Padiglione degli Stati Uniti. I lavori sono stati fortemente ritardati se non addirittura bloccati dalla mancanza di fondi. Un progetto costoso, quello americano, per la cui realizzazione si prevede una spesa di almeno 60 milioni di dollari. Un'incertezza che si è finalmente diradata. Il governo

americano ha recentemente trovato un accordo con gli Emirati Arabi Uniti che si assumeranno l'onere della realizzazione del padiglione, sostenendone le spese. Un segno tangibile della partnership che lega gli USA e gli Emirati. A non aver mai perso la fiducia, la rappresentanza diplomatica, che si è fatta garante del rispetto dei tempi con cui verrà edificata la struttura. La partecipazione statunitense alle esposizioni universali avviene solo grazie a fondi elargiti da multinazionali e singoli stati, ma mai con i soldi dei contribuenti. Il reperimento di fondi per la partecipazione ad Expo 2020 portato avanti negli ultimi due anni non è andato a buon fine. Il

Segretario di Stato Mike Pompeo ha tentato di eliminare queste restrizioni sui finanziamenti elargiti per la partecipazione statunitense ad eventi internazionali. Era stato presentato un disegno di legge il 29 ottobre, che consentiva di spendere danaro federale all'Expo 2020, ma alla fine non è stato approvato. Presenza assicurata per gli Stati Uniti, grazie alla generosa disponibilità emiratina che garantirà la realizzazione del padiglione, come ha dichiarato il Dipartimento di Stato, consentendo a Washington di non perdere le grandi opportunità offerte da Expo 2020 Dubai.

SVELATO IL PADIGLIONE DELL'AUSTRALIA

L'Australia ha diffuso il render del proprio padiglione nazionale che sorgerà nel Distretto della Mobilità, mostrando l'esterno della struttura, da tutte le angolazioni. La realizzazione del progetto è affidata in modo congiunto alla ASGC, basata a Dubai e alla società britannica Turner & Townsend. Si è iniziato a lavorare alle fondamenta lo scorso novembre e il padiglione sta pian piano prendendo forma. Il tema scelto dall'Australia per sviluppare la narrativa all'interno del proprio padiglione è: "Sognando il cielo blu". Vi saranno molti rimandi alla cultura indigena, stretti legami con terra, mare e cielo. La società TVG gestirà il padiglione australiano, mentre il





programma culturale sarà affidato alla Jacqui Bonner Marketing + Management basata a Sydney. Alla Accolade di Melbourne spetta invece la cura delle visite e tutto quanto contribuirà a rendere indimenticabile l'esperienza del pubblico all'interno della struttura.

PERÙ, INIZIATA LA COSTRUZIONE DEL PADIGLIONE

I lavori al Padiglione del Perù, progettato dallo studio Habitare

Architecture and Engineering sono iniziati lo scorso novembre. Alla cerimonia della posa della prima pietra era presente Edgar Vasquez, Ministro del Commercio con l'estero e del Turismo. L'antica architettura, la storia e le tradizioni peruviane sono alla base della narrazione preparata per il pubblico di Expo 2020 Dubai. Il padiglione mostrerà le meraviglie naturalistiche e le principali attrazioni turistiche del Paese. Vi sarà anche spazio per far

conoscere la cucina del Perù, che sta ottenendo tanti riconoscimenti a livello internazionale, nonché la sua biodiversità, la cultura, l'eredità e il patrimonio di conoscenza che affondano le radici in un passato ancestrale. Come ha sottolineato il Ministro l'Esposizione Universale, sarà un'occasione per far conoscere i talenti peruviani, quali ospitalità, creatività, unicità, diversità e le svariate opportunità commerciali che il Paese è in grado di offrire. Le autorità peruviane puntano molto anche a rafforzare ulteriormente le partnership commerciali con gli Emirati Arabi Uniti. Nel 2019 l'interscambio tra i due Paesi ha infatti toccato 610 milioni di dollari, segnando un incremento del 344%, rispetto al 2018.

PROSEGUONO I LAVORI AL PADIGLIONE FRANCESE

Al Padiglione della Francia i lavori proseguono a ritmo sostenuto. Ad inizio gennaio la Besix, l'impresa belga che si è aggiudicata la realizzazione della struttura, ha completato l'ossatura in ferro



dell'edificio. Il progetto comprende 2.700 metri quadrati di pannelli solari. Sono in via di realizzazione le opere murarie in cemento, le pareti di contenimento, gli impianti e lavori di riempimento. In una fase successiva avrà inizio la costruzione della facciata e della copertura. L'Atelier du Prado e Celnikier & Grabli hanno firmato il design del progetto. Oteo Ingénierie ha l'incarico dello sviluppo ingegneristico sostenibile dell'intera struttura, che sorge su un terreno di 4.200 metri quadrati e 1.800 metri quadrati di prospetti.

CANADA, POSATA LA PRIMA PIETRA

A fine novembre sono iniziati i lavori di costruzione del Padiglione del Canada che è situato nel Distretto della Sostenibilità. A progettare, costruire e gestire la struttura la EllisDon, basata in Ontario. Anche lo studio Moriyma & Teshima Architects, Lord Cultural Resources, Hatch, Kubik, Thornton Tomassetti, NGX e CISCO lavoreranno a vario titolo al padiglione canadese. Suggestivo il tema sviluppato: "Il futuro nella mente". La cerimonia della posa della prima pietra ha visto la partecipazione di Veronica Silva, Commissario Generale per Expo 2020 ad interim, Il Direttore Esecutivo di Expo 2020 Dubai, Najeeb Mohammed Al

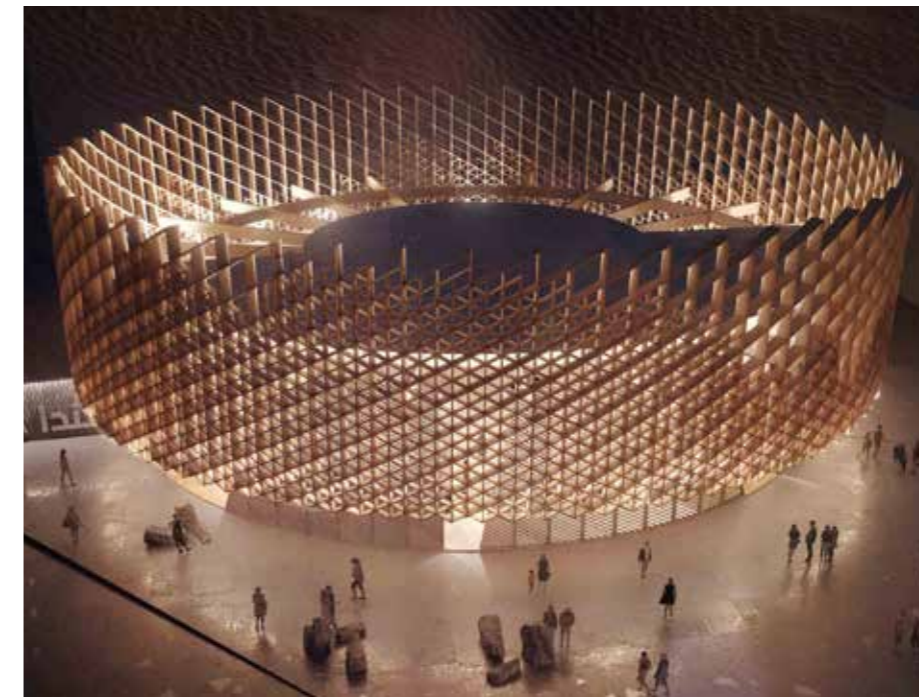


Ali, l'Ambasciatore negli Emirati, Marcy Grossman, il Presidente dei Servizi Internazionali, Jody Becker.

PADIGLIONE UNGHERIA, IMPULSO AI RAPPORTI CON IL MONDO ARABO

L'Ungheria prevede notevoli ricadute economiche a fronte della propria partecipazione all'Esposizione Universale di Dubai. Molte le aspettative riposte nel proprio padiglione nazionale che sorgerà nel Distretto della Mobilità. Nelle intenzioni del governo magiaro l'Expo 2020

contribuirà a rafforzare la presenza di imprese ungheresi non solo negli Emirati, ma anche in tutta la regione mediorientale, dando così impulso alle relazioni diplomatiche con il mondo arabo. Tra i punti forti del Padiglione dell'Ungheria c'è l'acqua, un bene prezioso del quale non vi è abbondanza nell'area del Medio Oriente. Il progetto firmato dall'architetto Lorinc Csernyus presenta un edificio dalla forma circolare realizzato in legno, che occuperà una superficie di 1.828 metri quadrati. Punto forte della struttura saranno le acque termali ungheresi, tanto che tra gli obiettivi che si ripropone il governo di Budapest c'è la possibilità di stringere partnership con le autorità emiratine per la gestione dell'acqua, in virtù dell'expertise magiara nel settore. Know how e tecnologie per la gestione delle risorse idriche che, come ha avuto modo di sottolineare nelle scorse settimane il Ministro degli Affari Esteri, Péter Szijjarto, sono parte essenziale del patrimonio ungherese. L'obiettivo dichiarato del governo magiaro è di riuscire ad entrare nel mercato emiratino, proprio grazie ad Expo 2020. Infatti, per rendere il più possibile proficua la partecipazione dell'Ungheria all'Esposizione Universale di Dubai, è stato confermato lo stanziamento di 75,4 milioni di dollari.



ITALIA ED EMIRATI, SOLIDI PARTNER COMMERCIALI



Italia ed Emirati Arabi Uniti continuano ad essere solidi partner commerciali. Anche in vista di Expo 2020 Dubai i segnali complessivi sono positivi, tanto che gli Emirati si confermano il mercato più importante per le esportazioni italiane nell'area MENA. Infatti, il 10% del surplus complessivo dell'Italia proviene proprio dagli scambi commerciali con gli Emirati. Nel periodo gennaio-settembre 2019 l'Italia si attesta come nono fornitore a livello globale degli Emirati Arabi Uniti, avanzando di una posizione rispetto al 2018. Nell'ambito dell'Unione europea il nostro Paese rimane stabilmente terzo fornitore dopo Regno Unito e Germania, rispettivamente quarto e quinto fornitore a livello globale degli Emirati. Sebbene l'Italia abbia registrato un calo dell'1,43% nelle esportazioni, passando da 3,306 miliardi di euro nel 2018 a 3,259 miliardi

di euro nel 2019, e il surplus del nostro Paese cresce arrivando a 2,604 miliardi di euro, per effetto di una netta diminuzione delle importazioni di prodotti emiratini che segnano un -29,6%, passando da 923,331 milioni di euro del 2018 a 650,360 milioni di euro del 2019. Tra i settori del nostro export in ripresa è da segnalare la gioielleria, che raggiunge 618,216 milioni di euro nel periodo gennaio-settembre 2019, segnando un +17,6% rispetto ai 526,092 milioni di euro registrati nello stesso periodo dell'anno scorso. In crescita anche le esportazioni di autoveicoli con +5,8%, passati da 86,652 milioni di euro a 91,655 milioni di euro, strumenti e forniture mediche e dentistiche con +11,3%, passati da 59,532 milioni di euro a 66,255 milioni di euro, seguiti da prodotti chimici non derivanti dalla raffinazione del petrolio, prodotti di colture

agricole non permanenti, e altri prodotti alimentari che registrano un +19,3%. In sofferenza il settore dei macchinari, fiore all'occhiello delle esportazioni italiane a livello globale, con la leadership detenuta dal nostro Paese nella produzione di macchinari per la metallurgia, ed eccellenze nelle macchine per l'industria alimentare, bevande, tabacco, e in ambiti di nicchia come le macchine per cuoio e calzature, e i macchinari per imballaggi. Un comparto, quello dei macchinari, in cui l'Italia compete con player internazionali del calibro di Germania, Cina, Stati Uniti e Giappone. Preoccupa il segno negativo delle macchine d'impiego generale, -11,8%, registrato nel periodo gennaio-settembre 2019, e di altre macchine d'impiego generale che segnano -19%. Altrettanto in calo l'export di macchinari per impieghi speciali con -10,6%.

EXPO 2020, A DUBAI L'HUB DEL POLITECNICO DI TORINO

POLITECNICO
DI TORINO

Il Politecnico di Torino e il Commissariato Generale dell'Italia a Expo 2020 hanno firmato un accordo per realizzare a Dubai un hub italiano della conoscenza condivisa. Si tratta di un grande laboratorio delle migliori competenze e innovazioni italiane nell'ambito delle scienze politecniche, dell'ingegneria e dell'industria

creativa. La partecipazione dell'Italia all'Esposizione Universale di Dubai si avvale del contributo del Politecnico di Torino, fornendo un'occasione strategica per veicolare e accrescere il processo di internazionalizzazione delle Università e dei centri di ricerca italiani. Con il Protocollo siglato da Guido Saracco, Rettore del

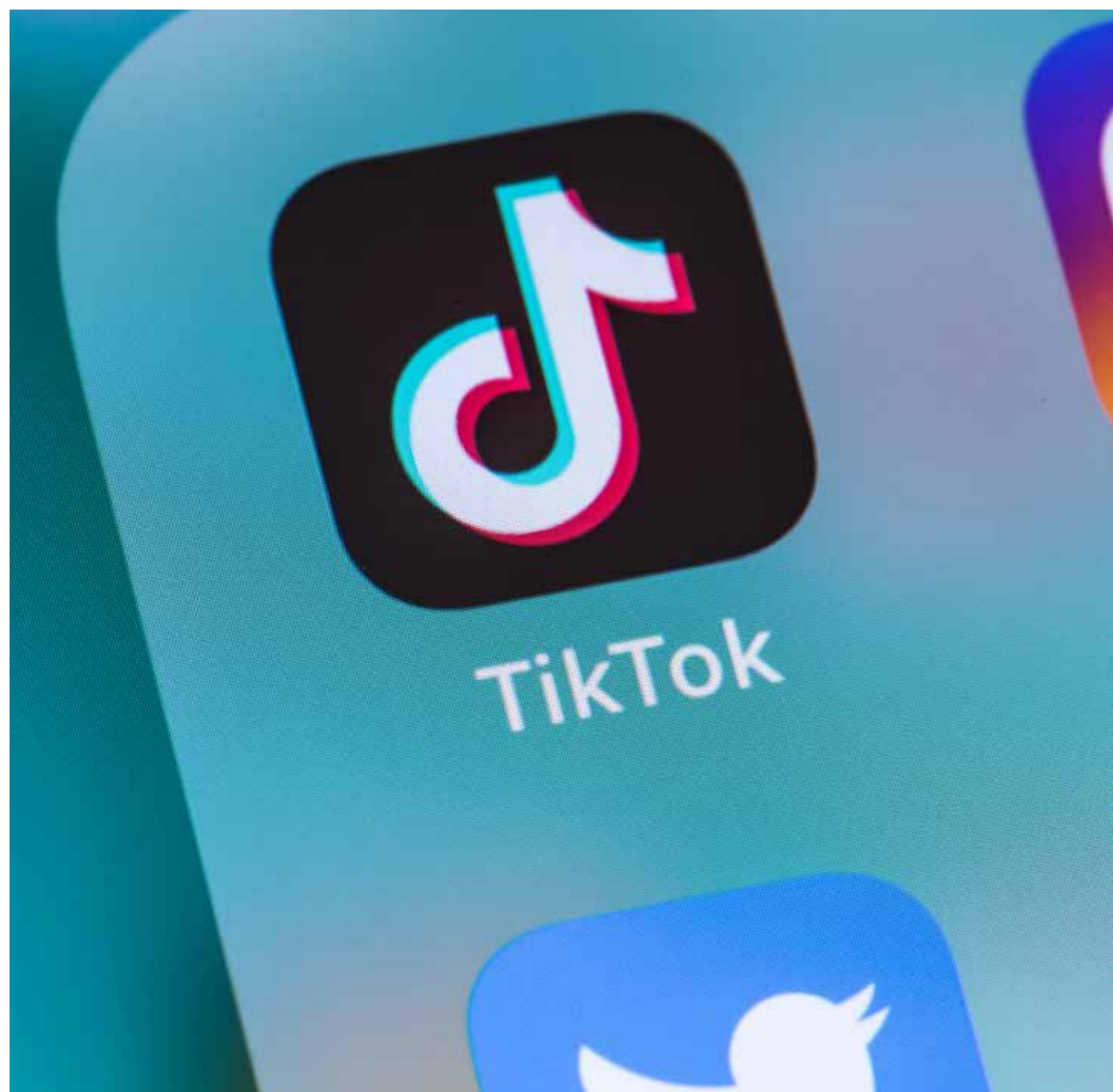
Politecnico di Torino e Paolo Glisenti, Commissario Generale dell'Italia a Expo 2020, l'ateneo intende rafforzare la propria rete internazionale e sviluppare iniziative studiate apposta per sviluppare i temi della partecipazione dell'Italia.

300 STUDENTI DA TUTTA ITALIA AD EXPO 2020 DUBAI



Quasi 300 gli studenti che da tutta Italia hanno risposto al bando promosso dalla Fondazione della Conferenza dei rettori delle università italiane (Cru) e dal Commissariato Generale dell'Italia a Expo 2020. I candidati prescelti potranno svolgere un tirocinio trimestrale presso il Padiglione Italia all'Expo 2020 di Dubai. Le domande sono arrivate da giovani iscritti di 28 atenei pubblici e privati tra cui l'Università di Milano Bocconi, La Sapienza di Roma, Ca' Foscari di Venezia, l'Università di Milano Bicocca, la Luiss di Roma, l'Università degli Studi dell'Insubria di Varese, l'Orientale di Napoli. Dodici studenti potranno svolgere il tirocinio, confrontandosi con i coetanei provenienti da tutti i Paesi partecipanti all'Esposizione Universale.

ITALYEXPO2020 È SU TIKTOK



Il Commissariato Generale dell'Italia a Expo 2020 Dubai è presente su Tiktok, la piattaforma social molto usata dai giovani. Questo l'account: Italy Expo 2020. L'Italia è per ora l'unico tra i quasi 200 tra Paesi e organizzazioni presenti a Dubai ad avere un profilo su Tiktok. L'iniziativa ha l'obiettivo di dare visibilità e far conoscere ancor di più il "sistema Italia" negli stati chiave del continente asiatico,

in cui un altissimo numero di utenti è attivo sulla piattaforma. La nuova piattaforma è utilizzata dalla community soprattutto per sfide tematiche che fanno leva sulla creatività e sul talento. Tra il 2018 e il 2019 gli argomenti più dibattuti sono stati 'environment' (ambiente) e 'beauty' (bellezza), temi su cui si fonda la partecipazione dell'Italia ad Expo 2020, reinterpretati nel motto "Beauty connects

People". Il Commissariato italiano è tra le prime amministrazioni pubbliche in Italia ad approdare su questo canale, nell'ambito di un più ampio programma di comunicazione che risponde alle istanze e tendenze dei social media. Il Commissariato Generale dell'Italia a Expo 2020 non è solo su Tiktok, ma è presente anche su Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn e Youtube.



25 MILIONI DI VISITATORI



192 PAESI CONFERMATI

70+ CONTRATTI DI
PARTECIPAZIONE FIRMATI1000+ AZIENDE ITALIANE
REGISTRATE5,000 LICENZE PER
PRODOTTI EXPO80% DEL SITO DESTINATO
ALLA LEGACY

UFFICIO DI DUBAI

Italian Trade Commission
Trade Promotion Office of the Italian Embassy
P.O. Box 500088
Dubai Internet City - Dubai, UAE
Sheikh Zayed Road - Exit 32 or Nakheel Metro Station
Arenco Tower - Office 506 & 508
Tel. +971 4 4345280
Fax +971 4 4220983
dubai@ice.it

www.ice.it
www.itaforexpo2020.com

ITA 

ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane