

LE STRATEGIE IN CAMPO**«L'evento sia di Europa e Africa o agli Stati Uniti non interesserà»***L'esportatore di aziende: attenti a non cadere nell'eccesso di localismo*di **LUCA ZORLONI**

— MILANO —

«**NON FACCIAMO** l'Expo con l'orgoglio lombardo-meneghino». Dall'evento Fernando Napolitano, che di professione esporta startup e piccole e medie imprese high-tech italiane negli Stati Uniti, toglierebbe un po' spirito di campanile. L'Expo lo immagina con larghi confini, il 49enne fondatore di «Italian business & investment initiative» (Ibii, organizzazione di cui è presidente): «Un Expo dell'Europa e del Nordafrica. Un evento di quello che è ancora il mercato più grande al mondo e dove ci sono trasformazioni geopolitiche importanti».

Da dove nasce questa sua considerazione?

«Bisogna dare una *reason why*, un motivo per venire a Expo. Penso soprattutto agli americani. La mia idea è che bisogna dire a chi fa business che partecipando all'evento si rivolgerà al più grande mercato al mondo, che è l'Europa, ed il più vicino a quello del prossimo futuro: l'Africa. Un evento che, *by the way* (tra l'altro, ndr), succede a Milano. Lo strumento di Expo è antico, si faceva quando si viaggiava poco. In Cina è andata bene perché il Paese è attraente per i grandi numeri, ma in altre parti del mondo non ha avuto un grande successo. Per noi sarà un'opportunità straordinaria se lo posizioneremo come un evento verso l'Europa e il Nordafrica».

La sua idea è che Expo, se non sarà comunicato bene, si trasformerà in un evento di piccolo cabotaggio?

«È il rischio se lo facciamo con l'orgoglio lombardo-milanese,

PATRON
Fernando
Napolitano
fondatore
di Ibii
(Imagoeco-
mica)



COME PERSUADERLI

Agli americani bisogna dare un motivo per partecipare. In Cina è andata bene per via dei grandi numeri

dell'evento di Milano. È un'opportunità se una parte del mondo importante come l'Europa e una come gli Stati Uniti sono protagonisti. E chiamando in causa le eccellenze italiane. Penso al museo Maxxi di Roma, ad esempio, che ha fatto mostre innovative».

Lei lavora e vive a New York. Negli Stati Uniti si parla di Expo?

luca.zorloni@ilgiorno.net

I CONSIGLI**Marketing**

Per l'esperto dell'appuntamento del 2015 deve essere presentato come una vetrina verso i più grandi mercati del mondo

Promessa

Le migliori tecnologie per la produzione energetica e alimentare. Queste le due leve di comunicazione per attrarre gli imprenditori esteri

AUTORI

L'oasi porta la firma di Oscar Farinetti
L'infrastruttura a Prelios

lità. Nato per ospitare oltre 10 milioni di visitatori l'anno provenienti da tutto il mondo, rappresenterà fin dall'inaugurazione un allargamento ideale dell'offerta turistica dell'Expo milanese. Così almeno l'intende il patron di Eataly Oscar Farinetti, che ha giocato nel progetto un ruolo da pivot — promotore, ideatore e gestore — e vi realizzerà il più grande e completo Eataly del mondo.

WORLDEATALY verrà sviluppato dal Fondo Parco agroalimentare, il fondo promosso dal Caab (Centro agroalimentare) di Bologna, che ne sarà anche il maggiore azionista e che ha apportato l'intera area immobiliare per un

IL PERSONAGGIO**Incontri**

Fernando Napolitano aiuta le startup high-tech del Belpaese a trovare finanziatori. A febbraio a New York ha in programma un summit sull'Italia

**OLTRE CONFINE**

Investitori esteri sarebbero già interessati a esportarla in Oriente

valore di 55 milioni di euro. Gli altri 22 soci sono banche, fondazioni, cooperative e associazioni, tra cui Banca Imi, Coop Adriatica, Legacoop, Unindustria, Camera di commercio e Confartigianato Assimpres Imola.

PRELIOS SGR, come detto, costituirà e gestirà il fondo immobiliare, che all'avvio avrà un valore di circa 100 milioni di euro, ma che potrà ampliarsi fino a 400 per replicare la formula (una sorta di Eurodisney del food) in America e nel Far East. Secondo le indiscrezioni di mercato vi sono già fondi istituzionali internazionali e investitori privati esteri pronti a entrare nel progetto.

Massimo Degli Esposti

FESTA
Scultura
di sabbia
per le
Olimpiadi
(Olycom)

**ECO-SOSTENIBILITÀ****Olimpiadi a impatto zero. Rio imita Milano sui temi ambientali**

— MILANO —

RIO DE JANEIRO a lezione di sostenibilità al Politecnico di Milano: le Olimpiadi prendono appunti da Expo. Un'alleanza siglata, poco prima di Natale, dal workshop «La gestione sostenibile dei grandi eventi Expo 2015 e Rio 2016», una due-giorni di studi e confronti tra gli organizzatori italiani e brasiliani che si è tenuta all'ateneo milanese. Il primo passo di una collaborazione sottoscritta tra ministero dell'Ambiente, Expo 2015 e Comitato olimpico Rio 2016, nell'ambito della cooperazione italo-brasiliana per la protezione dell'ambiente.

La collaborazione è finalizzata in particolare alla definizione di metodologie per il calcolo dell'impronta di carbonio, allo scambio di buone pratiche sul tema della mitigazione delle emissioni e alla progettazione sostenibile delle strutture temporanee. D'altra parte, tema dell'Expo milanese è proprio il nutrimento del pianeta e allora, come dice la Sustainability manager dell'evento, Gloria Zavatta, «il contenitore non può essere contrario al contenuto».

GLI ORGANIZZATORI milanesi hanno fatto scelte coraggiose e all'avanguardia in tema ambientale, dalla costruzione di padiglioni al progetto di creare il più grande servizio al mondo di bike sharing elettrico, e per la prima volta nella storia dell'esposizione universale è stato pubblicato un «rapporto sostenibilità» relativo proprio all'organizzazione. Non è dunque un caso che i «colleghi» brasiliani siano venuti nel capoluogo lombardo a prendere appunti per meglio organizzare i Giochi Olimpici che Rio ospiterà nel 2016.

«Sono due eventi diversi ma con molti punti in comune, spero si possa avviare una collaborazione duratura e proficua», commenta Tania Braga, responsabile sostenibilità del comitato organizzatore dei Giochi. Con lei c'era anche Denise Rambaldi, vicepresidente dell'agenzia per l'Ambiente dello Stato di Rio de Janeiro. «Per noi si tratta di una sfida molto importante — ha detto —. Abbiamo inserito l'ambiente tra le tematiche fondamentali fin dalla presentazione della candidatura. La compensazione ambientale è un tema complesso, non basta solo ripiantumare gli alberi, occorre anche mettere insieme e conquistare la fiducia delle comunità locali, compito molto difficile».

Michele Mezzanica

REStYLING NEL MERCATO DI BOLOGNA**Nasce WordEataly. Nel parco da 100 milioni l'Eurodisney del cibo**

— MILANO —

ORMAI tutto è pronto per il mega-parco alimentare WorldEataly che sorgerà a Bologna, nello spazio oggi occupato dal mercato ortofrutticolo. Sarà pronto per il 2015, giusto in tempo per rappresentare una propaggine di Expo, sullo stesso tema dell'alimentazione. Milanese è anche il promotore dell'ambizioso progetto immobiliare. Prima di Natale Prelios Sgr (ex Pirelli Real Estate) si è ufficialmente aggiudicato la gara per ge-

stire il fondo da 100 milioni di euro che realizzerà l'infrastruttura. Si tratta di sviluppare un'area di oltre un milione di metri quadrati, a nord del capoluogo emiliano, destinata alla vendita di prodotti alimentari, alla ristorazione, a un parco agroalimentare e di produzione dimostrativa a cui si aggiungerà un centro congressi ed eventi. F.i.c.o. (Fabbrica italiana contadina) è l'acronimo del progetto che ripercorre tutta la filiera agroalimentare dei cibi italiani di qua-