

Dopo sei mesi di manifestazione, si è conclusa ieri Expo Dubai 2020. L’Emirato, che aveva raccolto da Milano 2015 il testimone del grande evento internazionale, ha dovuto affrontare non poche difficoltà a causa della pandemia. Il rinvio di un anno ha costretto a rivedere piani e tempistiche. Eppure, i primi dati provenienti dal Paese arabo mostrano un indiscutibile successo. Questo vale anche per l’Italia che, col suo padiglione, ha rispettato tutte le aspettative istituzionali di cui ci aveva parlato l’Ambasciatore italiano negli Emirati Arabi Uniti, S.E. Nicola Lener, in un’[intervista dello scorso anno](#). Chiudiamo oggi il cerchio con un report conclusivo realizzato sul posto.

di Francesca Pirani

DUBAI - Si è chiusa ieri **Expo 2020 Dubai**, al termine di un semestre intenso e denso di eventi. Le prime cifre che circolano parlano di oltre **23 milioni di visitatori**, un vero e proprio successo se si considerando anche le restrizioni e le limitazioni dovute all’emergenza sanitaria. Non tutti i numeri dell’evento sono ancora definitivi ma sicuramente andranno ad imprimersi nella memoria degli eventi internazionali del **Medio Oriente** come una grande “rivincita” sulla **pandemia**, causa del rinvio al 2021.

Sei mesi dopo, la cupola di **Al Wasl Plaza** è stata di nuovo cuore pulsante dell’evento e teatro della manifestazione di chiusura, con protagonista la stessa bambina coinvolta nella cerimonia di apertura. Una scelta simbolica a testimonianza del fatto che gli **Emirati Arabi Uniti** stanno cercando di volgere lo sguardo verso i prossimi cinquant’anni, dopo la celebrazione del loro **Giubileo d’Oro**, avvenuta a dicembre.

Sotto il comune denominatore **Connecting Minds, Creating the Future**, tema portante dell’evento, i 4,38 chilometri quadrati dell’area espositiva hanno così mostrato al mondo nuove opportunità in termini di **sostenibilità** e **mobilità**. Tra i 192 Paesi partecipanti ad Expo Dubai con un proprio spazio, l’**Italia**, con il suggestivo padiglione progettato da Carlo Ratti, Italo Rota, Matteo Gatto e F&M Ingegneria, ha puntato su una **combinazione di scienza e arte**.



La piattaforma del **Forum Italiano dell'Export** ha cercato di massimizzare l'immagine del Paese a Dubai, costruendo un'occasione di confronto importante sul valore internazionale del **Made In Italy** a livello sia imprenditoriale che istituzionale. Già soltanto per la struttura, il **Progetto Italia** ha raccolto i suoi frutti ottenendo un prestigioso riconoscimento da *Exhibitor*, rivista di architettura e design, come migliori elementi del **percorso espositivo** nell'ambito dei **World Expo Awards**, per la maestosità dell'impianto, sintetizzato dalla riproduzione a grandezza naturale del David di Michelangelo, posto al centro della struttura.

La vetrina espositiva italiana, dall'emblematico titolo ***La bellezza unisce le persone***, è stata realizzata interamente con materiali riciclati e riutilizzabili: tre **scafi**, rivestiti da circa 17.000 litri di vernici, a riprodurre un tricolore gigante. Passerella e dune di sabbia ricoperte di caffè, sabbia del luogo e bucce d'arancia. All'interno, un **tunnel del silenzio** lungo 80 metri, con 800 pannelli fonoassorbenti per un elogio alla contemplazione che richiedono le opere italiane. Un esempio di costruzione veramente a **impatto zero**.

C'è stata, insomma, tanta Italia a Dubai. Non solo le 3F di **Food, Fashion e Furniture**, trionfo classico del nostro **export nei mercati più avanzati**, ma anche innovazione,

automazione, energia, aerospazio, sanità e cultura. L'obiettivo? Creare relazioni tra l'economia italiana e quelle del **Medio Oriente**. Su questo versante, un ruolo fondamentale è stato svolto dalle aziende delle regioni italiane partecipanti che, una alla volta, hanno vissuto una settimana da protagoniste.

MARCHE, LAND OF EXCELLENCE

Di questa bellezza è stata portavoce, dal 20 al 26 febbraio scorsi, anche la **Regione Marche**, con le consolidate eccellenze manifatturiere, paesaggistiche e culturali che da sempre caratterizzano la regione "al plurale". La **bellezza** e la **sostenibilità** hanno così posto le basi per la sottoscrizione di un Memorandum d'intesa tra **Regione Marche**, **Camera di Commercio delle Marche** e **Camera di Commercio di Dubai**.

In occasione della giornata di apertura della settimana delle Marche, è stata anche presentata la mostra fotografica dal titolo *Dubai e Marche, nel segno di un'antica amicizia*. **Marche, Land of excellence** è il *brand* che è stato ideato per rappresentare la regione a livello internazionale da qui in avanti. Come ha spiegato il vicepresidente e assessore alle Attività Produttive **Mirco Carloni**, le Marche hanno partecipato con lo scopo di riallacciare i rapporti con il mercato emirato, coinvolgendo non solo le **imprese** ma anche le università.

Con la volontà di ripartire, il **brand marchigiano** ha ora l'obiettivo di moltiplicare la proiezione della regione e delle sue imprese verso l'estero e, nello specifico, verso il **mondo arabo**, considerato un'area in forte crescita e sviluppo.



La missione a Dubai ha coinvolto oltre **100 soggetti**, di cui: **30 imprese** nella realizzazione di **19 eventi promozionali**, a valere su un bando di promozione e internazionalizzazione; **15 imprese** nel Padiglione Italia con progettualità di carattere internazionale; **20 imprese** rappresentate dal *cluster* della **nautica**; **40 imprese artigiane Made in Italy** coinvolte in progettualità da parte delle associazioni di categoria; **4 università**, con il coinvolgimento diretto qui in Padiglione Italia di più di 20 professori e molti studenti.

«A Dubai presenteremo un felice connubio tra scuola e lavoro, nell'ambito della settimana marchigiana», sottolineava prima della missione l'**Assessore Carloni**, che aggiungeva: *«È un bel progetto che evidenzia l'impegno delle Marche sul fronte dell'innovazione: senza la formazione non ci sono prospettive di crescita per le aziende e opportunità di lavoro per i giovani»*.

Negli ultimi anni, le Marche, come altre regioni della Penisola, hanno registrato un rilevante fenomeno di **fuga di cervelli**, perdendo potenziali talenti che vengono valorizzati all'estero dopo essersi formati in Italia. Col sostegno a **progetti** e **iniziative** delle aziende che hanno partecipato al bando regionale, la Regione ha così cercato di creare un'**occasione**

formativa internazionale capace di coinvolgere anche i giovani.

CASI DI SUCCESSO

Testimonianza della volontà di creare una **rete di aziende innovative**, senza mai dimenticare la vocazione storica dei territori, è la varietà delle realtà che hanno rappresentato la regione nei sei mesi di **Esposizione Universale**. Tre esempi, tra le realtà partecipanti, forniscono un quadro piccolo ma esauriente del contributo fornito dalle Marche al Padiglione Italia.

L'azienda **Collesi**, da un piccolo centro come Apecchio (PU), ha dato vita a quella che è stata riconosciuta come «*la birra artigianale italiana più premiata al mondo*». Lo scorso 25 febbraio, insieme a Sorgente di Birra Srl, marchio dello stesso Gruppo Collesi, è stata lanciata su scala internazionale la **Craft Beer Therapy**, un brevetto del gruppo che punta totalmente su prodotti *Made in Marche*. Il brevetto, un protocollo di cura per il **benessere personale** con prodotti a base di birra, è stato tra i vincitori del bando regionale.



Da Monte Giberto (FM), la **HCOMM** ha invece sviluppato e brevettato **pareti tecnologiche** multisensoriali, multimediali e immersive, apportando importanti innovazioni in termini di **comunicazione, intrattenimento, salute e benessere**. Chiedendosi di cosa abbia davvero bisogno l'essere umano contemporaneo, il progetto è basato sull'idea di poter costruire una città per le persone, non sulle persone, con lo scopo di consentire una **vita più semplice**, grazie ad un maggior tempo libero, e più serena. Il claim è *Puoi avere tutto dappertutto*: edifici polifunzionali, dettagli tecnici e arredi innovativi.

Unico progetto culturale vincitore del bando regionale è stato il **GruppoDanzaOggi** di Patrizia Salvatori, che da Corinaldo (AN) ha presentato la tradizione e la cultura del proprio territorio attraverso un **evento immersivo** di danza contemporanea. L'associazione culturale è riuscita a distinguersi, testimoniando come anche la **cultura** sia in grado di farsi strumento per connettere non solo diverse realtà ma anche imprese che, pur operando in settori distanti l'uno dall'altro, possono **creare sinergie**.

Proprio la voglia di fare rete ed **ampliare le relazioni** è ciò che è emerso con maggior evidenza dalla Settimana delle Marche ad Expo Dubai. La presenza e l'attività svolta sia dalle istituzioni che dalle aziende locali e da tutti i **soggetti partecipanti** hanno sancito il pieno successo della trasferta nell'Emirato di un territorio che, per le sue particolarità, può essere con buona ragione definito come l'**Italia in una Regione**. Appuntamento a [Osaka 2025](#).

© **Riproduzione vietata**

Articolo precedente



[Bain & Company: Nel 2021 boom di operazioni di private equity nella sanità](#)

Articolo successivo



[Trasporti. Fruit Logistica: C.I.S.Co., al via collaborazione con Bureau Veritas per diffusione CTU code](#)