


Code a Expo, il Codacons chiede nuove modalità d'ingresso e rimborsi

Diffida dell'associazione dei consumatori alla società: «Gli utenti comprano un servizio del quale possono usufruire solo in parte»

“On the road”, il progetto educativo sale in cattedra al Pirellone



Sale in cattedra, al Pirellone, il progetto educativo “On The Road”, che quest’anno ha legato la sua esperienza a Expo. Il progetto, unico in Italia, ha ricevuto il plauso da parte dell’assessore regionale alla Casa e a Expo 2015 Fabrizio

Sala, che lo ha definito “un esempio per la Lombardia, un vero e proprio progetto pilota di cui Regione Lombardia terrà conto nelle politiche educative e formative regionali dei prossimi anni. Questo progetto – ha aggiunto Sala – mi auguro possa svilupparsi in sinergia sempre più stretta con Areu, eccellenza riconosciuta a livello internazionale e presenza preziosa sul nostro territorio, quasi a diventare parte integrante dell’attività dell’azienda regionale che gestisce l’emergenza urgenza anche in Expo”. Prole espresse nel corso

del momento istituzionale che nei giorni scorsi, a Palazzo Pirelli, ha concluso l'edizione appena trascorsa in una sala gremita di autorità, enti e protagonisti coinvolti nell'iniziativa avviata nove anni fa nella Bergamasca coinvolgendo complessivamente in modo diretto un centinaio di ragazzi anche sul territorio Milanese. "Esperimento riuscito - ha dichiarato soddisfatto Alberto Zoli, direttore generale dell'Azienda Emergenza Urgenza di Regione Lombardia -. La scommessa è stata vinta. On The Road è uno straordinario esempio di cooperazione e un importante veicolo che ci permette di far conoscere in modo diretto la competenza e la professionalità dei nostri operatori sul campo. Soccorso significa fare squadra. E ciò vale anche per la prevenzione. Pertanto ci auguriamo di proseguire sempre più in questa direzione, coinvolgendo i ragazzi di On The Road nel grande progetto di diffusione della conoscenza del 112 che Areu ha avviato". Nel corso della cerimonia conclusiva, in Sala Pirelli, è stato proiettato il documentario curato da Officina della Comunicazione che ha mostrato le molteplici esperienze vissute a stretto contatto con enti e istituzioni da parte dei giovanissimi di "On The Road". Alla proiezione del video, girato in "real-time", è seguita la premiazione dei migliori "Ragazzi" e "Reporter". Si sono contraddistinti gli studenti Enrico Magoni del "Liceo Amaldi" di Alzano Lombardo e Mara Bolognini dell'Università di Bergamo, ove è nato grazie al progetto un tirocinio d'eccellenza. Università che ha riconosciuto il tirocinio d'eccellenza per gli studenti impegnati nel progetto, coordinato dal tutor Marco Sirtori e voluto fortemente dai rettori dell'Università degli Studi di Bergamo, l'uscente Stefano Paleari e il neo Remo Morzenti Pellegrini. Coinvolto anche l'Ufficio Scolastico Territoriale di Bergamo con Patrizia Graziani.

Bergamo prova a catturare i visitatori dell'Expo



Fino al 1° ottobre, Bergamo avrà una nuova porta aperta sul mondo grazie allo stand inaugurato venerdì all'Expo che ospita, tra le altre cose, la versione visionaria della città e del suo territorio realizzata da Andrea Mastrovito, artista bergamasco in grande ascesa, apprezzato

anche negli Stati Uniti. L'opera, "Ab urbe condita", creata per l'occasione, rappresenta un punto di vista sorprendente, capace di accendere una nuova luce sui tesori di Bergamo, di raccontare un percorso suggestivo del territorio attraverso arte, cultura, storia e sport. Il tutto nella speranza di emozionare i visitatori e spingerli a visitare Città alta e le altre "perle" orobiche. Questo è del resto l'auspicio che i rappresentanti del Sistema Bergamo hanno espresso inaugurando lo spazio Expo al cardo Ovest, lato Palazzo Italia. Dalle parole del segretario generale della Camera di Commercio Emanuele Prati, dell'assessore alla Cultura del Comune di Bergamo, Nadia Ghisalberti e di quello provinciale Demis Todeschini è emerso chiaro l'orgoglio di poter rappresentare e promuovere un territorio ricco di tradizioni e di storia, con

molte carte da giocare.



Non a caso, nei duecento metri quadrati di esposizione, il racconto si snoda in diversi ambienti con l'obiettivo di mettere in risalto le bellezze artistiche e paesaggistiche, la varietà dei cibi, la cultura e la storia. All'ingresso dello Spazio campeggia subito l'immagine di Città Alta dell'home page del sito VisitBergamo, segue l'opera di Mastrovito, quindi si passa alla «linea del tempo» – che ha la forma del profilo di Città Alta e che con un'animazione di disegno a matita mostra date e personaggi della storia cittadina – e, infine, si arriva all'ultimo spazio dove campeggia una grande immagine di Città Alta. Non finisce qui, perché in un lato dello stand sono stati appesi anche alcuni vecchi view-master a dischetti con immagini dedicate a panorami, cibi e arte. A completare la vetrina diversi tavoli sui quali saranno proiettati filmati che racconteranno la città e la provincia. Una sfida, nel complesso, non facile, vista l'enorme offerta dell'Expo, ma che vale la pena di essere giocata. In campo sono scesi anche i volontari del Csv e quelli del Gruppo Giopì di Zanica, in tenuta d'ordinanza e pronti a invitare i

visitatori ad entrare nello spazio espos



L'intera promozione costerà al Sistema Bergamo (Camera di Commercio, Comune, Provincia, Università, Confindustria, Imprese & Territorio e Diocesi) circa 300mila euro.

Dentro Expo / Sostenibilità, una sfida per imprese e cittadini

DENTRO 

di Stefania Pendezza

*Sportello Expo Ascom Bergamo
expo2015@ascombg.it*



Una delle parole tra le più ricorrenti nei convegni e nei dibattiti tenutisi durante i primi quattro mesi di Expo è

sicuramente “sostenibilità”: si tratta di un concetto che è stato declinato in tutte le sue componenti e sfumature – ambientale, sociale, economica e organizzativa – e che si pone senz’altro come la grande sfida per il futuro di imprese e cittadini.



Il concetto di sostenibilità

Che cosa intendiamo con questa espressione? Il termine è usato oggi per definire le caratteristiche di un processo di sviluppo in grado di assicurare il soddisfacimento dei bisogni del presente senza compromettere le necessità delle generazioni future e assicurando adeguati meccanismi di riproduzione di risorse – a partire da quelle naturali – soggette a disponibilità limitata. Uno dei fronti su cui Expo ha aperto la battaglia della sostenibilità a livello globale è quello del cibo. “Dopo averci nutrito per millenni, il Pianeta Terra ha bisogno di nutrimento – si legge nel sito ufficiale di Expo, nella sezione “Short Food Movie” – fatto soprattutto di rispetto, atteggiamenti sostenibili, applicazione di tecnologie avanzate e visioni politiche nuove, per individuare un equilibrio diverso tra risorse e consumi”. E’ soprattutto in materia di rispetto globale dell’ambiente naturale che Expo ha cercato nei mesi scorsi di attirare l’attenzione di visitatori, individuali e corporativi, al fine di stimolare al tempo stesso senso civico e responsabilità sociale d’impresa. L’invito di Expo ad un’azione congiunta in difesa della “casa comune” che è il nostro pianeta ha molto in comune con l’appello lanciato da Papa Francesco con la recente pubblicazione della “Laudato si’”. Nell’enciclica papale si

osserva senza mezzi termini come l'uomo, "attraverso uno sfruttamento sconsiderato della natura, rischia di distruggerla e di essere a sua volta vittima di siffatta degradazione". Per evitare una vera catastrofe ecologica, l'enciclica sottolinea "l'urgenza e la necessità di un mutamento radicale nella condotta dell'umanità", perché "i progressi scientifici più straordinari, le prodezze tecniche più strabilianti, la crescita economica più prodigiosa, se non sono congiunte ad un autentico progresso sociale e morale, si rivolgono, in definitiva, contro l'uomo".

Il ritorno economico della sostenibilità

Ad ogni modo, la sfida della sostenibilità non poggia soltanto sul fondamentale richiamo etico all'adozione di comportamenti responsabili, ma anche sulla sottolineatura che l'applicazione sistematica di modelli di responsabilità sociale corporativa da parte delle imprese genera per queste ultime importanti ritorni a livello economico.

Le innovazioni più profonde nei prossimi decenni nasceranno dall'incontro tra buone pratiche di sostenibilità e filiere produttive, generando benefici che potranno essere distribuiti in un pubblico ampio di stakeholder. Inoltre, è ormai dimostrato che evitare inutili sprechi di energia e risorse naturali e creare contesti di lavoro orientati al benessere di dipendenti e collaboratori rappresentano linee guida fondamentali per generare maggiore efficienza e produttività in qualsiasi organizzazione. La stessa società curatrice dell'Esposizione Universale ha dato il buon esempio con la redazione di un minuzioso *Rapporto di Sostenibilità*, ovvero un documento con cui la società Expo 2015 S.p.A. ha descritto compiutamente le azioni svolte e i risultati finora raggiunti sotto il profilo economico, sociale ed ambientale nell'organizzazione di Expo Milano 2015, anche attraverso il coinvolgimento dei portatori di interessi che partecipano alle differenti iniziative.

Piccole imprese sostenibili

Ma la sostenibilità non è solo un affare per grandi imprese: anche le PMI, le micro imprese e le aziende familiari possono e debbono essere partecipi dei benefici che derivano da un approccio responsabile verso i processi di sviluppo. A questo proposito Ascom effettua un monitoraggio costante delle opportunità che si presentano a beneficio dei propri soci. In questo senso uno degli aspetti cruciali è rappresentato dalla capacità di generare contesti di collaborazione dove sommare gli sforzi e operare in rete. Oggigiorno, infatti, la natura globale delle sfide in corso rende ancor più indispensabile la ricerca di modelli di cooperazione che facciano emergere spazi di incontro tra istituzioni, imprese e cittadini, in vista di un futuro di sostenibilità che possa arricchire l'esperienza di lavoro e di vita di ognuno di noi.

Il Messico incontra Bergamo. Oggi show cooking e balli



Piazza della Libertà

Lunedì 14 settembre il Messico “invaderà” Bergamo: a pochi mesi dalla visita della delegazione messicana a Palazzo

Frizzoni e agli spazi del Cra.Mac., in occasione di EXPO 2015, lo stato centramericano presenta a Bergamo il suo cibo e la sua cultura a partire dalle 15 in una speciale giornata. Un incontro reso possibile dall'impegno e dalla collaborazione tra Comune di Bergamo, Confindustria Bergamo e CREA. Proprio la scorsa settimana il sindaco di Bergamo Giorgio Gori aveva aperto i lavori del convegno avvenuto nel padiglione dei cereali e tuberi ad Expo sulla cultura e l'incontro tra il mais bergamasco e quello messicano.

Diversi i momenti che caratterizzeranno la giornata: il primo, in programma alle 15, rappresenta un vero e proprio incontro tra la cucina bergamasca e quella messicana, in un evento di show cooking con protagonisti il cuoco bergamasco Chicco Coria e lo chef messicano Alejandro Santander, ai fornelli del SAPS Agnelli Cooking Lap di Lallio.

Alle 17.45 la sfilata da Palazzo Frizzoni a Piazza della Libertà, dove (in caso di pioggia Auditorium Piazza della Libertà) alle 18 il Ballett de Yucatan, formato da giovani studenti provenienti da scuole e facoltà universitarie di varie città del Messico, si esibirà con un repertorio di oltre 10 balli molto diversi tra loro, danze tipiche dell'Africa, dei Caraibi, ma anche provenienti dalla Spagna e dalle tradizioni delle civiltà precolombiane. I ballerini del gruppo di Carlos Acereto – oltre ad aver fatto diverse tournée nazionali ed essersi presentato nei teatri più importanti del Messico – si sono esibiti a Cuba, Puerto Rico, Venezuela, Svezia, Danimarca, Olanda, Francia e nelle principali città degli Stati Uniti d'America. Nel 2000 il Governo dello stato dello Yucatan ha premiato il direttore Carlos Acereto Canto con una medaglia al merito artistico.

Alle 19 il terzo momento all'insegna della cultura messicana: piazzetta Santo Spirito si trasforma in un palcoscenico per la rappresentazione di una Cerimonia Maya. Si tratta della "Ts'iits ja'il u káajsa 'al Meyaj", una consacrazione rituale di un gruppo di sacerdoti maya durante la quale si invoca il

creatore Junab K'uj, datore della vita, unità di misura e di movimento, e si celebra un rito per attrarre l'unione dei quattro elementi: fuoco, aria, terra e acqua. I protagonisti della cerimonia sono la Guida spirituale, J-Men, e il suo aiutante Iits'ak.

Dentro Expo / La Cina è proprio vicina. L'invito dell'Ascom ai propri associati

DENTRO 

di Stefania Pendezza

*Sportello Expo Ascom Bergamo
expo2015@ascombg.it*



Expo entra trionfalmente nel penultimo mese di programmazione, con un boom di ingressi che nella settimana dal 24 al 30 agosto ha fatto registrare un'affluenza record di 861.553 persone, di cui quasi 158.000 nella sola giornata di sabato 29. Tra i padiglioni più visitati troviamo le tre strutture espositive allestite dalla Cina. Il gigante asiatico è infatti tra i Paesi che esercitano maggiore attrazione tra il pubblico; ma soprattutto, e nonostante le scosse generate nei mercati finanziari dalle recenti svalutazioni dello Yuan, si conferma come una straordinaria opportunità commerciale per le imprese. L'eco di questa imponente presenza si fa sentire

anche attraverso un approccio di contaminazione culturale, come avvenuto lo scorso 27 agosto a Monza per l'inaugurazione del *Chinese Lantern Festival*, un evento che ha portato in Italia la magia di un'arte millenaria quale appunto quella delle lanterne cinesi, che saranno visibili fino al 31 gennaio 2016 grazie ad un'installazione ospitata in un'area dell'ex fiera di Monza.



Le tre porte della Cina a Expo

La presenza a Expo di una realtà economica delle dimensioni di quella cinese è un'occasione che la stessa Cina ha favorito presentandosi all'esposizione con ben tre padiglioni: il padiglione ufficiale governativo, il padiglione del costruttore Venke e il China Corporate United Pavillion, che ospita l'imprenditoria cinese e rappresenta certamente l'accesso più interessante per le aziende che vogliono affacciarsi al mercato del Dragone Rosso. In quest'ultimo spazio espositivo le imprese cinesi hanno voluto raccontare se stesse ed il loro slancio verso il futuro utilizzando la simbologia del seme.

Seeds of China (Semi della Cina) è infatti il titolo del *concept* che ha ispirato il padiglione in questione e che utilizza la ricca galleria di immagini simboliche del seme: la semina, la cura, l'attesa e la maturazione, fino all'irrompere della vita attraverso il germoglio, che "buca" la zolla e si slancia verso la crescita e la produzione di frutti. Sul piano architettonico lo spazio è stato concepito per suggerire visivamente l'idea dell'origine e della crescita nella spirale del DNA, con un rettangolo che al suo interno sviluppa linee curve e armoniose, ad indicare la vitalità e creatività delle

imprese cinesi.

Tra eredità e innovazione, l'arte di coltivare l'impresa

L'intento è dunque mostrare come anche il fare impresa sia un lavoro che somma eredità antiche e slanci innovativi, partendo da una metafora semplice ed efficace come quella del seme, il quale racchiude in sé un potenziale straordinario, che necessita tuttavia delle giuste condizioni per sbocciare e svilupparsi: un terreno adatto, i tempi giusti, la coesione di intenti e mezzi, pazienza ed ingegno. Cosa che è già patrimonio genetico di molte nostre imprese e proprio per questo Ascom è particolarmente sollecita nell'invitare le aziende a non mancare questa opportunità, affiancandosi ad esse con un piano di azioni volto proprio a produrre oggi per domani quei semi imprenditoriali che daranno frutto assai dopo e assai più a lungo di Expo.

Dentro Expo / Il 31 agosto perché non provare un panino con carne di coccodrillo o zebra?

DENTRO EXPO

di Stefania Pendezza

*Sportello Expo Ascom Bergamo
expo2015@ascombg.it*



La calda estate di Expo 2015 continua, portando tra i padiglioni del villaggio espositivo migliaia di visitatori, attratti dall'incessante calendario di iniziative che i Paesi presenti propongono, nel segno del dialogo sul tema del cibo e della sopravvivenza del pianeta cui la manifestazione ha votato la sua *mission*. Non dimentichiamo tuttavia che Expo è anche un'opportunità a disposizione di Paesi ospiti e aziende del territorio per proporsi, conoscere nuove realtà e stringere relazioni commerciali. E' appunto in questa logica che prosegue l'attività di Ascom volta a segnalare mercati che rivestono carattere di interesse per investimenti e scambi commerciali nel panorama Expo. Il tutto nella consapevolezza che questa enorme esposizione non esaurisce la sua finalità con il semestre del suo svolgimento, ma che anzi tale vetrina è funzionale allo sviluppo di contatti e attività di impresa che vedranno la loro realizzazione dopo Expo.

Tra esotismo e sviluppo, la sorpresa Zimbabwe

Con questa finalità ci occupiamo oggi di un Paese africano che smentisce con i fatti l'immagine stereotipata di un continente depresso, flagellato da problematiche complesse e la cui offerta in campo alimentare è scarsamente attrattiva, quando non assente. L'occasione per scoprire questa realtà virtuosa è stata la degustazione, organizzata nel Padiglione dello Zimbabwe, di panini preparati con carne di cocodrillo e di zebra. Un lancio, anche mediatico, che rivela, al di là dell'aspetto esotico, un contesto non solo alimentare ma, come ha tenuto a precisare il console dello Zimbabwe, Georges El Badaoui, anche culturale e di conoscenza dell'habitat naturale in cui queste tradizioni alimentari si sono sviluppate.

Alligatori e zebre, un anticipo alla festa del 31 agosto

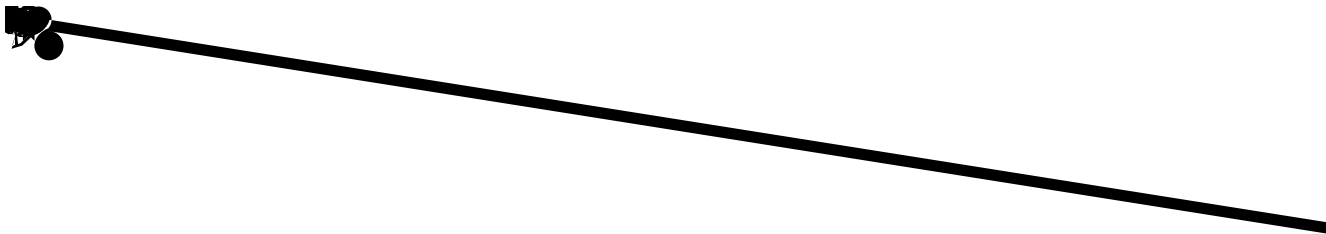
Crocoburger e *zebraburger* sono appunto l'intrigante proposta dello Zimbabwe, grande Paese situato al sud del continente africano, a ridosso del Sud Africa, la cui festa nazionale si celebra il 31 agosto e sarà tra gli eventi Expo 2015 da non perdere. In termini di emisfero australe, lo Zimbabwe è in realtà un Paese del nord, dettaglio che ha una sua rilevanza non solo geografica. I dati che lo riguardano sono rivelatori infatti di un territorio organizzato e, soprattutto, spinto da una vivace e determinata volontà di crescita. Per cominciare, è tra i Paesi africani con il più alto tasso di alfabetizzazione e percorsi scolastici che raggiungono la formazione universitaria con ben sedici atenei. Ma il profilo che qui maggiormente interessa è senza dubbio quello economico, che indica quanto il Paese abbia investito per rendersi un partner interessante e credibile.

La ricchezza del suolo, sopra e sotto...

Il profilo economico dello Zimbabwe spicca per la ricchezza del suolo, di superficie e ipogeo, che dalle viscere della terra porta in dote al paese ricchi giacimenti minerari. Il settore agricolo e quello estrattivo sono infatti i due settori di punta dell'economia e nelle loro diverse declinazioni rappresentano anche i due maggiori segmenti di investimento. Seguono il turismo e il manifatturiero, ben diversificato e caratterizzato da forti legami con l'agro-alimentare. Più in generale, e sommando anche la qualità e la capacità di marketing sfoggiate nel padiglione Expo dello Zimbabwe, quello che emerge è l'identikit di un Paese che esprime serietà e mostra una sensibilità all'innovazione e alla qualità. A questo va sommata, come si accennava poco fa, un'attrattività turistica che ha numeri importanti nella composizione del P.I.L. del Paese (contribuisce infatti per il 10%) e un approccio all'accoglienza che viene considerato proverbiale.

Appuntamento dunque al National Day dello Zimbabwe, il 31 agosto, per cogliere le molteplici occasioni che, a partire da un panino farcito con carne di zebra, ci attendono per conoscere questo sorprendente Paese.

**Dentro Expo / Pane in festa.
Capello: “In campo per
valorizzare il territorio”**



DENTRO EXPO

di Stefania Pendezza

*Sportello Expo Ascom Bergamo
expo2015@ascombg.it*



Quella organizzata a Expo domenica 19 luglio, in occasione della Giornata Mondiale del Pane, è stata davvero una ricorrenza in grado di onorare il protagonista assoluto della tavola, il pane. Per questa celebrazione, che si gemella con la Giornata Mondiale dell'Alimentazione, in calendario il 16

ottobre prossimo, alcuni dei Paesi partecipanti hanno preparato il loro pane con l'intento di innalzare il valore di un alimento che rappresenta l'occasione per parlare della storia, delle tradizioni e della geografia di ogni territorio. Il finale, perfetto riflesso del cibo come simbolo unificatore e di dialogo tra i popoli, ha visto una parata di profumi e folklore dove sono sfilati, giusto per ricordarne alcuni, il Koba del Madagascar, il Khobez palestinese, i panini al formaggio brasiliani, il tedesco Bretzel, l'Injera con il sorgo dall'Eritrea. Anche la Federazione Nazionale Panificatori con una delegazione di 36 fornai provenienti da diverse province (Milano, Lodi, Piacenza, Bergamo, Cremona, Vicenza, Treviso, Verona, Pavia) ha realizzato un laboratorio di panificazione, dando mostra delle proprietà del nostro pane e della professionalità che contraddistingue i panificatori, sempre più attenti a cogliere le esigenze del consumatore e a coniugare qualità e sostenibilità.

Panificatori ad Expo: tra semi e cacao, un'isola piena di energia

Volendo leggermi una metafora partendo dalla sua posizione, va detto che il laboratorio da cui sono uscite le profumate forme di pane italiano preparate dai nostri fornai è stata allestita in un'isola lungo il Decumano posta tra il padiglione della Malesia (progettato attorno alla forma di quattro semi, simbolo di crescita) e il Cluster del Cacao, il Cibo degli Dei, simbolo di energia. Niente male, se si pensa di voler raccontare il prodotto che ogni giorno ci raggiunge con la sua immutata bontà e al tempo stesso, come ha più volte precisato nei suoi interventi Roberto Capello, presidente di Aspan e di Ferderpanificatori, "cresce, evolve e si adegua agli scenari eno-gastronomici del territorio, del quale diventa un elemento forte d'identificazione".

Antiche tradizioni e nuove tecnologie: il pane

buono

24mila panini da 30 gr ottenuti dalla lavorazione di 600 chilogrammi di farina hanno rapito i visitatori che, in fila lungo il decumano, attendevano ansiosi di assaggiare la bontà del nostro pane fresco artigianale e conoscere le diverse tecniche di panificazione nonché le caratteristiche e la provenienza della farina e del lievito impiegati. Il tutto accompagnato dalla presenza costante dei panificatori che mentre lavoravano sapientemente la preziosa farina, trasudavano passione per una professione che quotidianamente ci offre i suoi frutti. Messaggio peraltro esplicitato dal loro slogan: “Il pane fresco artigianale – Certe cose le fa di notte solo il tuo fornaio”

Buono e vicino. Gli ingredienti della Panediversità

L'utilizzo di materie prime provenienti dal territorio e l'attenta analisi dei processi di produzione, sono alla base dell'impegno promosso da diverse province italiane che si stanno muovendo in questo senso, per valorizzare i propri territori e sviluppare un'idea di consumo a Km zero che, nella filiera del pane, promuove e sviluppa la “Panediversità”. Il concetto è ben riassunto nel progetto Qui Vicino, adottato da Aspan Bergamo e da altre province lombarde, concordi nel ritenere la biodiversità una caratteristica da perseguire anche attraverso la conversione delle colture a grano e la produzione di pane “locale” che, sempre citando Capello “sappia coniugare la professionalità dei panificatori e una farina realizzata con grano coltivato localmente. Il nostro obiettivo è infatti contribuire alla valorizzazione del territorio e delle economie locali, riducendo nel contempo i costi ambientali, ad esempio quelli legati al trasporto del grano da luoghi distanti”.

Più consumo di energia meno consumo di alimenti

Oggi, la tecnologia e la meccanizzazione generano una richiesta energetica alta rispetto ai tempi in cui il lavoro fisico dell'uomo era predominante rispetto a quello delle macchine. Da ciò ne consegue che, in generale, l'uomo necessita di un fabbisogno energetico minore. Tutto ciò, accompagnato anche dalla ricca offerta di cibi e dalla continua ricerca di qualità delle filiere agroalimentari, porta alla conclusione che oggi si mangia meno ma meglio. E' proprio in quest'ottica che i panificatori di oggi adottano un approccio produttivo che si basa sull'analisi prima e sul rispetto poi, delle esigenze del consumatore e del territorio senza lasciarsi condizionare eccessivamente dal retaggio della tradizione. Del resto, come precisa Capello, "Il pane oggi non è più solo un alimento che serve a riempire la pancia, ma deve accompagnare ed esaltare il cibo. E questo lo dicono bene anche i dati del consumo di pane. Nel periodo dell'Unità d'Italia se ne consumava poco più di un chilo al giorno, negli anni '70 circa quattro etti ed oggi siamo intorno ai 100 grammi".

Consumo consapevole, strategie a confronto

Il tema ha trovato grande eco ad Expo e sono molte le occasioni che la manifestazione offre alle aziende, per confrontarsi e trovare insieme nuove strategie per la sicurezza alimentare e contro lo spreco di cibo. La Festa del Pane, o lo stesso Cluster dedicato ai cereali, sono solo alcuni degli spunti e delle opportunità che Expo offre e che possono tradursi in contatti, cooperazioni e progetti di sviluppo che allargano la visuale alle esperienze di altri paesi. L'attenzione a un consumo consapevole può realizzarsi anche con un gesto semplice come spezzare il pane acquistato dal fornaio vicino casa, salvaguardando così sia la salute e l'integrità dell'ambiente sia la professionalità dei nostri panificatori.

DENTRO EXPO / Ascom e Bergamo Mercati scoprono il potenziale della Colombia

DENTRO EXPO

di Stefania Pendezza

*Sportello Expo Ascom Bergamo
expo2015@ascombg.it*



“Nutrire il Pianeta, Energia per la vita” è l’ormai celebre slogan di Expo2015 che, con i suoi infiniti significati sottesi, favorisce la riflessione attorno alla principale tematica della manifestazione universale: il cibo e tutto ciò ad esso collegato. È questo lo spirito di Expo che si concretizza proprio nella presenza di diversi paesi e realtà rappresentative di modelli imprenditoriali e case history sulle quali si basa il continuo confronto e scambio di opinioni, teso a rivisitare i propri modelli, trovarne di nuovi, approfondire i punti di forza e di debolezza e

analizzare insieme le migliori strategie rivolte alla crescita. Sulla base di queste premesse prosegue il servizio di informazione e assistenza avviato da Ascom lo scorso anno a favore delle imprese intenzionate a realizzare progetti per e dopo Expo: un'iniziativa coordinata da Bergamo Sviluppo e finanziata dalla Camera di Commercio di Bergamo, con il fine generale di accrescere la competitività delle PMI bergamasche nelle rispettive aree di interesse. Nei mesi scorsi il lavoro di Ascom è stato guidato da un'importante premessa: quella secondo cui lo sviluppo è necessariamente legato all'incontro con la diversità imprenditoriale, dove specialmente il dinamismo dei mercati interni di alcuni paesi offre possibilità di valutazione favorevoli alle nuove sfide imprenditoriali che, oggi più che mai, le imprese sono chiamate a sperimentare. Ecco perché Ascom entra in Expo con grande spirito di conoscenza e ricerca di contatti internazionali considerati particolarmente interessanti dal punto di vista della storia economica e dei modelli di mercato. L'obiettivo è stato quello di attivare una serie di piattaforme di confronto transnazionale tra le piccole e medie imprese, che sono la linfa dell'economia dei rispettivi paesi. Un esempio è dato dal caso della Colombia – che oggi in Expo celebra il National Day – , che ha manifestato ad Ascom la volontà di incontrare realtà interessate alla commercializzazione dei loro prodotti per creare sinergie e business.

LA COLOMBIA: I NUMERI DI UN PAESE IN CRESCITA

Tra i vari Paesi incontrati nel corso di questi mesi, ecco giungere tra i primi posti nella scala delle "buone pratiche" la Colombia, paese considerato estremamente ricco di possibilità di crescita e investimento. Ce lo dicono innanzi tutto gli indicatori economici, che descrivono il paese come la ventottesima economia del mondo, con un Pil Pro capite che dal 2000 ad oggi è quasi raddoppiato, disegnando un quadro di generale stabilità macroeconomica e performance dinamica nel

lungo termine. Il basso tasso di inflazione, unito a quello di disoccupazione che nel corso degli ultimi anni ha registrato significativi cali, contribuiscono ad aumentare il livello di qualità della vita e il benessere della popolazione.

OPPORTUNITA' DI INVESTIMENTO

Grandi e numerose appaiono le opportunità di investimento e alquanto positive le prospettive dell'intero Paese, che è fortemente collegato con il resto del mondo grazie anche a un'infrastruttura tecnologica di altissimo livello e di portata mondiale. La Colombia è infatti al 1° posto in materia di amministrazione digitale nel contesto latino-americano ed è il 6° paese, su scala mondiale, in quanto a partecipazione digitale. Ma non solo: anche l'infrastruttura logistica appare assai sviluppata, consentendo un efficace sistema di collegamenti che favoriscono un facile accesso ai mercati globali. Sono oltre 2000 le rotte per l'export per voli cargo diretti e in transito operati da 32 compagnie aeree con accesso a oltre 470 città in tutto il mondo. Parliamo quindi di un trasporto aereo che nel 2013 ha registrato oltre 600.000 tonnellate di merci, che si uniscono ai 165 milioni di tonnellate che hanno caratterizzato import ed export via mare. In tutto ciò l'export sta registrando una crescita esponenziale che dal 2000 al 2013 ha segnalato un incremento del 400%.

IL SETTORE ORTOFRUTTICOLO

Il paese appare dunque fortemente attrattivo dal punto di vista degli investitori stranieri, che hanno già mostrato particolare interesse per il settore ortofrutticolo: con oltre 600.000 ettari e 8,5 milioni di tonnellate di produzione di frutta, la Colombia è il 3° paese dell'America Latina per superficie adibita ad alberi da frutto e il 4° paese per produzione nel contesto latino-americano (FAO). Inoltre l'ampia offerta di terreni e la grande varietà climatica offrono fertilità per la coltivazione di frutta e verdure. Le

possibili opportunità commerciali sono state favorite dalla costruzione di impianti per la lavorazione di alimenti quali polpa di frutta, marmellate, salse e altri prodotti derivanti da frutta e verdura allo scopo di immetterli sul mercato interno e sondare le possibilità in termini di esportazione. A ciò si aggiungono impianti muniti di linee per realizzare prodotti surgelati e per il trattamento idrotermico che agevola i controlli sanitari.



Da sinistra: Andrea Chiodi di Bergamo Mercati, Carlo Garletti della Garletti di Seriate e il governatore della Valle del Cauca

L'IMPEGNO DI ASCOM

Per tutte queste ragioni e in virtù della politica di scambio e confronto che Ascom sta perseguendo in particolare durante i mesi di Expo2015, è stato colto come opportunità di grande interesse l'invito che la Colombia ha rivolto all'associazione in occasione dell'incontro dal titolo "*Valle del Cauca: turismo, paesaggio e gastronomia*", tenutosi venerdì 26 giugno presso il Padiglione Colombia. L'invito è stato prontamente condiviso da Ascom e Bergamo Mercati con le aziende dei comparti di riferimento: all'appello ha risposto, tra le altre, l'impresa Garletti di Seriate, grossista dell'ortofrutta che ha potuto presentare anche la sua esperienza nel settore. Una qualificata delegazione Ascom ha partecipato pertanto alla conferenza promossa dal "Sistema

Colombia", stabilendo rapporti diretti con il governatore della Valle del Cauca e con importanti Ceo della Regione: sono state così create le premesse per prossime trattative di carattere commerciale che auspichiamo possano generare concreti benefici a favore del tessuto imprenditoriale della nostra provincia. Nel frattempo continua il lavoro di Ascom per intercettare altre opportunità di business e crescita imprenditoriale.

Il Programma di consulenza e assistenza di Ascom in Expo è coordinato da Stefania Pendezza: expo2015@ascombg.it

DENTRO EXPO Un consiglio? Visitate il padiglione del Brasile

DENTRO EXPO

di Stefania Pendezza

*Sportello Expo Ascom Bergamo
expo2015@ascombg.it*



Osservando i dati messi a disposizione da organizzatori e agenzie giornalistiche, Expo 2015 sembra stia andando alla grande e non si tratta solo di propaganda. Seconde le cifre pervenute, infatti, alla fine di giugno i biglietti coperti da contratti di vendita hanno superato i 15 milioni, circa 8 milioni e mezzo quelli già venduti e oltre 6,1 milioni gli ingressi di cui il 15% con biglietto serale. Ma il pienone è

atteso proprio a luglio e agosto, e non solo per quanto attiene l'affluenza italiana. Sempre seconde stime fornite da fonti interne a Expo, già nelle ultime settimane la presenza di visitatori stranieri è cresciuta del 23%, per lo più Svizzeri, Francesi e Tedeschi. Saranno tuttavia i paesi extra europei a far registrare la maggiore presenza nelle prossime settimane: molti gli orientali, soprattutto da Cina, Giappone e Corea, per non dire del milione e mezzo tra Statunitensi (oltre 700 mila biglietti venduti) e Sudamericani, in particolare da Argentina (600 mila biglietti) e Brasile.

Attrazioni ed eventi si moltiplicano, i *National Day* (le feste nazionali) di alcuni paesi (Haiti, Tanzania e l'11 luglio scorso il Giappone) amplificano l'eco dello straordinario dialogo tra culture che Expo ha attivato e che per il mondo delle imprese si traduce in eccezionali opportunità di incontri, contatti e scambi commerciali. Il programma e le iniziative in corso sono davvero numerosissimi, ed è stato anche in previsione di questa ricchezza di opportunità che Ascom, muovendosi con tempistiche adeguate, ha studiato e messo in atto il pacchetto di azioni *Ascom per Expo* con le quali oggi presidia il *castrum* (il quartiere fieristico, teatro delle operazioni, che com'è noto si ispira all'antica struttura urbanistica romana) per aiutare le aziende interessate a trarre il massimo beneficio dalla manifestazione. Percorsi di avvicinamento, incontri B2B e, in questa fase di piena operatività del sito fieristico, le visite guidate (Business Visit) costituiscono infatti, preziosi strumenti per gonfiare le vele della piccola e media impresa e farla navigare con successo verso Expo dispiegando l'immenso patrimonio che esse hanno a disposizione per interfacciare come si conviene con tecnologia, tradizione, natura, scienza, architettura, design, arte e innovazione.



Il Padiglione del Brasile

Da ultimo, il fine forse più importante, ispirandosi agli stessi principi di Expo 2015, è proprio quello di stimolare la collaborazione tra imprese e dunque di creare network efficaci e competitivi, partendo dalla consapevolezza che solo l'unione di più risorse può garantire il raggiungimento di obiettivi di crescita economica e di innovazione. Per comprendere meglio tale concept, suggeriamo una visita al Padiglione del Brasile (un milione di visitatori in due mesi) e camminare sulla rete interattiva che collega i tre livelli della struttura: un'esperienza che va oltre il valore simbolico e ci fa immediatamente comprendere come la collaborazione tra realtà diverse può creare una rete forte e come il procedere in equilibrio sia un incessante, paziente ascolto di tutti gli elementi coinvolti.

Buona visita!

Il Programma di consulenza e assistenza di Ascom in Expo è coordinato da Stefania Pendezza: expo2015@ascombg.it