

# Expo 2015

I duemila  
eventi già  
programmati  
dall'Expo 2015

Conti a pag. 17

Paolo Verri, direttore contenuti e palinsesto Padiglione Italia: si parlerà anche di business

## Duemila eventi per Expo 2015

Si parte nel mese di maggio sul tema pane e letteratura

Pagina a cura  
di LUISA CONTRI

**P**rogramma ricco, anzi ricchissimo quello che proporrà il padiglione Italia nei sei mesi dell'Expo 2015. Paolo Verri, direttore contenuti espositivi e palinsesto eventi del padiglione, insieme a un team snello, sta preparando ben 2 mila eventi. Più di dieci al giorno, insomma, destinati ad attrarre almeno 2 mln di persone in quello che potremmo definire un padiglione matrioska, considerato che ne contiene sei: il Palazzo Italia e i padiglioni dell'Ue, delle regioni e territori, del vino e dell'olio, delle eccellenze agroalimentari e del cibo dei desideri.

«Contiamo di definire il calendario eventi a fine luglio prossimo», annuncia Verri, «di presentarlo ufficialmente per settembre e di metterlo online entro fine novembre, così da dare sei mesi di tempo al pubblico per decidere in che data venire a visitare l'Expo 2015».

Eventi che saranno coerenti con il tema del padiglione: il vivaio come spazio protetto dove nascono e crescono progetti e talenti e che svilupperanno tematiche ogni mese diverse e d'interesse per due target differenziati: il grande pubblico e il mondo del business. Gli eventi concepiti per il grande pubblico combineranno un tema materiale e uno immateriale: pane e letteratura a maggio, pasta e design a giugno, frut-

ta e arti a luglio, vino e musica a settembre e olio e moda a ottobre. In parallelo quello per gli operatori professionali affronterà le problematiche della sicurezza alimentare a maggio, della riqualificazione urbana e rurale a giugno, della sostenibilità e biodiversità a luglio, della cooperazione ad agosto, della conservazione e creatività a settembre e delle innovazioni tecnologiche a ottobre. Temi dei quali si discuterà in altrettanti convegni scientifici internazionali.

Nonostante la molteplicità degli interlocutori da coordinare e delle tipologie d'eventi da definire, Verri appare sereno. «Quello che mi preoccupa di più», svela a ItaliaOggi, «è una buona promozione del prodotto, perché di contenuti ce ne sono tantissimi e di grande qualità. Il paese ne esprime a iosa. A dire il vero, lo fa con progetti un po' piccoli. Ciascuno cerca d'essere il migliore e d'attestare questo suo primato in uno spazio circoscritto, mentre per competere veramente a livello internazionale dobbiamo saper essere una regione del mondo, neanche una delle più grandi, ma sicuramente una delle più desiderate. Il lavoro più difficile, quindi, è far in modo che i più soggetti che propongono iniziative simili lavorino insieme a un unico progetto. Con un lavoro di sintesi siamo arrivati, per esempio, a lanciare la produzione di tre mediometraggi che racconteranno la percezione che il

paese ha di sé. Ne uscirà un film che setaccia, seleziona per importanza e aggrega le tante idee e testimonianze raccolte sul territorio. E che vivrà oltre l'Expo, in quanto sarà distribuito all'estero per rappresentare l'identità dell'Italia d'oggi».

Oltre a setacciare e aggregare, il team di Verri sta facendo esercizio di categorizzazione per rendere compatibili e coerenti col tema del padiglione Italia le proposte che riceve.

«Tutte le regioni italiane», dice Verri, «si sono mosse per promuovere le loro produzioni e il loro territorio. Con la Toscana abbiamo deciso di lavorare sul tema della conservazione e creatività, perché sta facendo un lavoro sul concetto del prodotto vitivinicolo trapiantato al domani. L'Expo sarà dunque per questa regione l'occasione per raccontare in anteprima una politica che avrà dieci anni di sviluppo».

Il padiglione Italia vuole comunque essere prima di tutto un palcoscenico del talento dei giovani in campo sia artistico sia scientifico e imprenditoriale. «Insieme a Italia camp», conclude Verri, «porteremo ogni giorno 11 start-up a raccontarsi e a incontrare investitori internazionali. Abbiamo già cominciato a farlo a Washington e a New York, dove abbiamo presentato dieci start up, e il risultato è stato straordinario: a fronte d'una richiesta complessiva di 1 mln \$ ne abbiamo raccolti 2 mln».

© Riproduzione riservata



## Per orientarsi ci sarà un portale online

Una cabina di regia degli eventi che si svolgeranno dentro e fuori dal sito di Expo 2015. E quello che dovrà essere **Expo in città**, progetto che vede impegnati fianco a fianco il Comune e la Camera di commercio di Milano.

«Durante l'esposizione universale», afferma **Giovanni Confalonieri**, direttore settore relazioni istituzionali e con la città del Comune di Milano, «si svolgeranno centinaia e centinaia d'eventi e il nostro compito sarà farli confluire armonicamente in un palinsesto culturale, evitare che

incontri sul medesimo tema vengano organizzati in contemporanea dentro e fuori dal sito dell'Expo. Proprio in queste settimane stiamo definendo insieme alla Camera di commercio le regole da applicare per consentire questa governance. Non sarà facile, considerata sia la molteplicità dei soggetti organizzatori sia la necessità di verificare l'idoneità di siti sia pubblici che privati a ospitare i diversi eventi».

Eventi che Expo in città concorrerà a pubblicizzare, inserendoli su un portale online.



Paolo Verri