

Editoriale

Orgoglio italiano

GIORGIO SQUINZI

Siamo fieri per quanto Milano e l'intero Paese hanno dimostrato di saper fare, e bene. Siamo orgogliosi per quanto fatto come Confindustria, dalle nostre associazioni e da tutto il sistema imprenditoriale italiano. Expo è stata una grande scommessa per rilanciare il Paese sullo scenario internazionale, accettata quando il rischio era molto alto. Una scommessa che - grazie a un eccellente lavoro di squadra - abbiamo vinto. Con orgoglio, appunto. E con merito.

Da italiano, prima ancora che da imprenditore, ho creduto in Expo quando non era stata nemmeno definita la candidatura di Milano e anche Confindustria ha sostenuto il progetto fin dall'inizio, pur contro le valutazioni dei tanti scettici che nel nostro Paese, purtroppo, non mancano mai.

Il successo di Expo, alla fine, è stato di tutti. L'Italia ne è uscita con un'immagine finalmente positiva delle sue straordinarie capacità. E gli italiani con la consapevolezza di aver mostrato al mondo chi siamo e cosa sappiamo fare e anche con una maggiore coscienza di ciò che dobbiamo correggere per migliorarci ancora, come comunità e come imprese.

Abbiamo superato i 21 milioni di biglietti. Un italiano su quattro ha partecipato all'Esposizione Universale. Il mondo intero è venuto a casa nostra: Capi di Stato, personalità di prestigio, celebrity, imprenditori, istituzioni, scuole, competitor internazionali. Tutti andavano alla ricerca di quella qualità, di quel gusto, di quella personalità e creatività che contraddistinguono il "ben fatto" dei prodotti italiani e ne fanno un unicum sui mercati globali. Nessuno è rimasto deluso. Anzi. Ha constatato di persona l'eccellenza di quell'italian style che tutti apprezzano e tanti ci invidiano.

Avremo tempo e modo di pesare le ricadute economiche di Expo. Quel che è certo - e che anche il Centro Studi Confindustria, nel Rapporto previsionale dello scorso settembre, ha sottolineato - è che il suo successo è andato al di là delle aspettative e, a prescindere dalla

> L'I <



rilevanza macroeconomica, ha testimoniato il risveglio della fiducia.

Anche il Padiglione Confindustria è andato molto bene: Fab Food. La fabbrica del gusto italiano, il progetto realizzato insieme a 10 associazioni di sistema (Federchimica, Federalimentare, Anima, Assolombarda, Acimit, Anie, Assica, Assocomplast, Federunacoma e Ucima-Sistemi per produrre) ha registrato ottimi riscontri di pubblico, soprattutto da parte dei più giovani e delle famiglie. Descritta dal Corriere della Sera come una tra le 10 mostre show da visitare ad Expo e inserita da ViviMilano come il terzo padiglione più divertente di tutta l'Esposizione, ha ricevuto grandi apprezzamenti anche dal mondo istituzionale e dai molti vip passati, dai personaggi dello spettacolo ai grandi sportivi.

Non solo. Con l'esclusiva sala Confindustria, dentro Palazzo Italia, abbiamo fatto una grande operazione di internal marketing per l'intero sistema, offrendo a tutte le Associazioni, alle loro imprese e ai loro ospiti, servizi di livello assoluto per approfondire la conoscenza del sito espositivo, del nostro Paese e della sua manifattura.

Expo ci lascia oggi in eredità il successo di un modello organizzativo che va capitalizzato. Dobbiamo definire al più presto il destino di quest'area con il livello di visione e ambizione che Milano e l'Italia hanno dimostrato di meritarsi. Sarebbe un delitto non recuperare un'area che è perfettamente infrastrutturata, né pensare a un utilizzo concreto delle sue strutture, anche di quelle che sono sorte attorno al sito, cercando doverosamente una rapida soluzione, senza discussioni inutili o perdite di tempo.

I progetti allo studio sono molti e hanno tutti l'obiettivo di dedicare questo spazio a iniziative internazionali, nella misura di incentivare gli aspetti di ricerca e innovazione in diversi campi scientifici. È un'altra scommessa importante. E anche qui dobbiamo dimostrare, con orgoglio e merito, di poterla vincere. 