

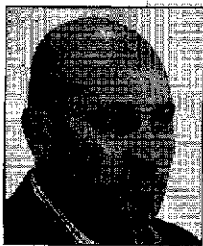
Asse tra ManpowerGroup e il centro milanese, a cui Unaproa affida il mercato metropolitano

# Galdus forma gli Expo workers

## Cinquemila giovani studiano per lavorare nel sito e in città

DI ANGELO DI MAMBRO

Cinquemila giovani che ManpowerGroup sta selezionando per l'Expo di Milano saranno formati da Galdus. Proprio ieri l'official Hr premium partner di Expo 2015 e il centro milanese di formazione professionale accreditato presso regione Lombardia hanno siglato un accordo che li vedrà lavorare in team in questi 2 mesi che ci separano dall'inizio dell'esposizione. Esposizione che vede Galdus impegnata anche su altri progetti. Ma andiamo con ordine. Lavorolo con ManpowerGroup prevede che Galdus formi oltre mille giovani che lavoreranno sia all'interno del sito Expo sia per il fuori Expo nel settore ristorazione/accoglienza: aiuti cuoco, addetti di sala bar, addetti all'accoglienza e alla vendita di prodotti alimentari e così via. «Buona parte di questi giovani», anticipa a *ItaliaOggi* **Diego Montrone**, presidente di Galdus, «sarà da formare da zero. E in non poche occasioni l'incarico sarà sfidante per noi, che dovremo d'individuare esperti nella preparazione di ricette tipiche di cucine straniere o conoscitori di prodotti agroalimentari di paesi lontani che possano af-



Diego Montrone

fiancare i nostri docenti nel trasferire le conoscenze necessarie ai giovani in formazione. Formazione che sarà completamente gratuita per i discenti, grazie ai finanziamenti che l'Assessorato all'Istruzione, formazione e lavoro di Regione Lombardia, **Valentina Aprea**, ha approvato venerdì scorso e a quelli delle agenzie per il lavoro **Formatemp**. Più di rifinitura sarà invece la formazione agli altri 4 mila giovani che ManpowerGroup sta selezionando per l'Expo, essendo questi candidati già profilati. Nello svolgimento delle attività formative per ManpowerGroup, Galdus

s'avvarrà anche della collaborazione di enti terzi come Enaip, Capac, Ial ed Energieha. E, come detto, Galdus è impegnata anche su altri progetti legati all'Expo. In base a un accordo con **Unaproa**, formerà tutto il personale che lavorerà nel **Mercato Metropolitano** che aprirà i battenti a primavera in zona Navigli a Milano (si veda *ItaliaOggi* del 12 febbraio scorso). E anche gli agricoltori e artigiani che avranno un loro banco di vendita in quel mercato, riguardo al tema dell'internazionalizzazione tramite il commercio online. Intanto è quasi conclusa la formazione di circa 130 addetti alla sicurezza (progetto **Expo@work**).

### L'export ancora non seduce

Come cambia il mercato del lavoro del settore alimentare. Lo fotografa la ricerca **Work in Food - Future Jobs Trends in the Food Industry**, rilasciata dalla multinazionale della ricerca di personale **ManpowerGroup**. Dallo studio - che ha coinvolto un campione di 442 aziende italiane e straniere suddivise nei segmenti industria (39%), commercio (27%) e horeca (34%), rappresentativo di micro (21%), piccole (26%), medie (24%) e grandi imprese (29%) - emerge che l'alimentare italiano è solido e ad alto potenziale. Il 29% delle aziende vuol fare nuove assunzioni, il 63% non ridurrà l'organico, l'8% prevede tagli. Nell'80% dei casi, le assunzioni saranno in ambito produzione, ma solo il 43% degli intervistati pensa di rafforzare il reparto digital. Fra quelli che lo faranno il 35% punterà su personale per E-commerce. Ma le imprese prestano poca attenzione all'export. «Solo il 12% delle imprese del food vuole investire in figure collegate a questa competenza», dice **Stefano Scabbio**, presidente Area Mediterraneo ManpowerGroup. «Expo 2015 può dare una spinta al made in Italy, aprendo i loro occhi».

**Michela Achilli**

### NEWS E APPUNTAMENTI

**CONSUMO** TRA TRADIZIONE ITALIANA, INNOVAZIONE, RICERCA. È la tesi che porterà a **Expo Milano 2015**, all'interno del padiglione corporate di **Federalimentare**. **Cibus e Italia**, il gruppo del caffè **Hausbrandt Trieste 1892**. L'azienda presenterà un sistema a capsule epica, acronimo di **easy peel Italian capsule** (consule italiane di facile apertura), che garantisce igiene e conserva la fragranza di caffè macinato, tè, infusi e altre bevande. La capsula è riciclabile, anche la confezione è green, in cartone certificato **Tsc**.

**PRENDE IL VIA OGGI «LEONARDO. UNA VITA»**, corso di storia dell'arte organizzato da **Fondo ambiente italiano**, Comune di Milano e **Piccolo Teatro di Milano**, parte integrante del programma **Expo in città**. È un ciclo di 25 lezioni settimanali da oggi al 17 dicembre (fino a giugno al Teatro Dal Verme e da settembre nell'aula Magna dell'Università degli Studi di Milano), sulla vita di **Leonardo** e luoghi che lo hanno ospitato, preludio alla grande mostra «Leonardo da Vinci 1452-1519» che si terrà a Palazzo Reale dal 15 aprile. La lezione odierna, alle 18,00 e a ingresso libero.

**LA MILANO DELL'EXPO ESPORTA PROGETTI CULTURALI**. La mostra «**Marc Chagall. Una retrospettiva 1908-1985**», parte del polinesio di **Expo in Città** (la più visitata nel 2014 con oltre 340 mila ingressi) viene inaugurata oggi a Bruxelles al **Royal Museum of Fine Arts of Belgium**. Sempre oggi, all'Istituto italiano di cultura di Bruxelles parte la mostra «**La Veneranda Fabbrica del Duomo di Milano: una grande storia italiana**».

**S'È APERTO LUNEDÌ IL CONTESTO NAZIONALE «FIELD YOUR FUTURE - Il coraggio di raccontare i numeri»** di **Giornalisti nell'erba #gNeLab** e **Birrificario Angelo Poretti**, la birra ufficiale del Padiglione Italia. Riservato a 18-29enni selezionati otto inviati che, durante l'Expo, in collegamento diretto con la redazione centrale di gNe, andranno a caccia di notizie su qualità, innovazione, sostenibilità e greenicità.

**FOOD COUTURE E IL PROGETTO DI PROMOZIONE TURISTICA DEL LAGO DI GARDA nei sei mesi di Expo**. Promosso dal Consorzio tutela lugana doc e selezionato da Regione Lombardia, consiste nella creazione di quattro itinerari turistici tematici, attorno ad eccellenze enogastronomiche del territorio gardesano: gli agrumi (itinerario yellow), l'ulivo (green), il pesce di lago (blue) e il vino lugana (white).

**IERI PROMOS, SOCIETÀ DELLA CAMERA DI COMMERCIO di Milano, e la Camera di commercio di Istanbul hanno siglato un protocollo d'intesa che prevede un'azione mirata alla crescita degli affari reciproci per Expo tramite incontri tra imprese, visite e missioni commerciali reciproche, formazione manageriale e facilitazioni nel periodo dell'Expo.**

**RICERCA E TECNICHE AGRICOLE AL CENTRO DELLA PARTNERSHIP in ambito Expo, tra Confagricoltura, Polo tecnologico padano (ptp) e Ambasciata di Israele**. Obiettivo: l'uso efficiente dell'acqua, con due progetti: **demo field** e **demo farm**. Israele parteciperà con tecnologia, produzioni a basso resa e conservazione di prodotti ortofruttili contro lo spreco. Il progetto è stato illustrato, ieri a Roma, a Palazzo della Valle, dal professore israeliano **Yoram Kapulnik**, dg dell'**Agricultural Research Organization - Volcani Center**, il centro di eccellenza nella ricerca applicata in agricoltura del ministero agricolo israeliano.

**Ogni giovedì, il supplemento su Expo 2015**  
 a cura di **Luigi Chiarello**  
 lchiarello@class.it

### Madonnina e parrocchie si prendono l'Expo

Come portare tanti fedeli all'Expo dalle parrocchie dell'Arcidiocesi di Milano e dal resto della Lombardia? Con biglietti in vendita a 20 euro attraverso la **Duomo Viaggi**, rivenditore autorizzato di biglietti per Expo 2015 e società collegata alla Curia che si occupa di turismo religioso. È in questo modo che l'Arcidiocesi di Milano si prepara a raccogliere una buona quota di fedeli da far sbarcare all'esposizione universale che aprirà i battenti il 1° maggio. L'offerta prevede biglietti singoli e di gruppo, a data aperta e validi per ogni fascia d'età dal 2 maggio al 31 ottobre, disponibili per gli oratori dell'Arcidiocesi e della Lombardia. Si tratta di un'offerta valida fino a esaurimento scorte presso

La copia della Madonnina di Milano

**Duomo Viaggi**. **Caritas Ambrosiana** prevede - abbinata alla visita all'Expo - un'iniziativa di sostegno per progetti di carità, come ad esempio un pranzo solidale. Inoltrazioni raccolte da *ItaliaOggi* negli ambienti curiali meneghini indicano come tale scelta sia un gesto di fiducia della Curia guidata dal cardinale **Angelo Scola** nei confronti dell'Expo, dove la Santa Sede sarà presente con un proprio padiglione. Per altro, una copia della **Madonnina** del Duomo di Milano, simbolo della città, sarà collocata nel sito Expo. Da oggi un gruppo di lavoro cercherà di individuare dove. L'intesa è stata raggiunta ieri tra **Giuseppe Sala**, commissario unico di Expo 2015 e **Gianantonio Borgonovo**, presidente della **Veneranda Fabbrica del Duomo di Milano**.

**Antonino D'Anna**

# L'Austria punta sul Dna ambientale. Per fare affari

## L'Expo che respira

### Se il bosco alpino nutre il pianeta

DI LUCIA CONTRI

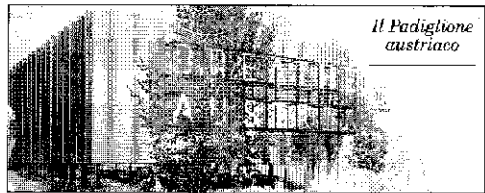
**L'**Austria porta a Expo Milano 2015 un bosco alpino di 560 mq, per 12 mila piante, alcune alte anche 12 metri. Una foresta che produrrà 62,5 kg d'ossigeno l'ora, quanto basta per far respirare 1.800 visitatori. Aria insomma, l'alimento di cui l'uomo non può fare assolutamente a meno, neppure per un minuto, pena la morte. Il bosco alpino del padiglione Austria, uno scampolo dei 3,5 mila di alberi presenti entro i suoi confini, rende tangibile il concetto *breath the austria* (respirare Austria, in italiano), che è il modo del paese transalpino d'interpretare il tema di quest'edizione dell'esposizione universale, stimolando la riflessione sul legame fra clima e ambiente e presentando lo stato dell'arte della ricerca scientifica e ambientale e dell'ecosistema austriaco. Il padiglione *breath the austria* intende però attirare i visitatori dell'Expo per far sì che i domani visitino l'Austria, facendosi sentire a loro agio fra la verzura e prendendoli per la gola con l'originalità degli snack proposti dal *Luftbar*, creati appositamente per il padiglione da *Koch.Campus* (think-tank viennese di cuochi e produttori austriaci d'alimenti d'eccezione). La partecipazione dell'Austria a Expo 2015, con un padiglione costato 12 mln euro, dovrà anche tradursi in nuovi investimenti. Negli spazi chiusi al pubblico al primo piano e sulla terrazza al secondo piano, *Advantage Austria*, braccio operativo della Camera federale dell'economia, organizzerà incontri con delegazioni d'impresa. «Per gli incontri di business one to one», spiega a *ItaliaOggi* *Georg Castlunger*, marketing officer di *Advantage Austria*, «abbiamo attivato sul nostro sito un'interfaccia con *Expo business matchings*. Durante l'Expo l'Austria ha già pianificato un ricco programma culturale. Il 26 giugno l'orchestra *Filarmonica di Vienna* eseguirà nel *Teatro alla Scala* di Milano la sinfonia n. 3 di *Gustav Mahler*. Il 26 e 27 ottobre le orchestre sinfoniche *Vorarlberg* e barocca *L'Orfeo* suoneranno al conservatorio *Verdi* di Milano. Da metà maggio in *Galleria San Fedele* sarà allestita una retrospettiva del fotografo e pittore *Arnulf Rainer*. Fra giugno e luglio l'Austria sarà ospite della *Triennale di Milano* con la mostra *Energia per la vita: innovazione e creatività austriache per un mondo migliore*. A settembre il *Milano Film Festival* dedicherà una giornata al cinema austriaco. Presso il padiglione dell'Austria sei artisti ed artiste per un mese saranno a turno *Austrian artist in residence*».

### Il fuori Expo della Toscana ai Chiostrì dell'Umanitaria



Il «buon vivere» toscano si farà conoscere a Milano per tutta la durata dell'Expo 2015. Coordinati dall'agenzia di promozione economica regionale *Toscana Promozione*, enti pubblici e privati, associazioni di categoria e d'impresa, imprese singole, università e poli scientifici toscani saranno protagonisti di *Toscana Fuori Expo*, una serie d'eventi promozionali, incontri B2B, mostre, convegni, show cooking e degustazioni di vini presso i *Chiostrì dell'Umanitaria*, detti anche di *San Barnaba*, nel cuore di Milano. *Toscana Promozione* d'accordo con Regione Toscana, darà priorità a progetti integrati. Conta dunque di dar vita a un calendario di una trentina d'eventi, scelti fra quelli che le sono stati proposti (ha ricevuto circa 60 manifestazioni d'interesse) che avranno una durata minima di 1 settimana, il costo sarà di 10 mila euro, e massima di un mese e si svolgeranno in successione non contemporanea. Gli spazi a disposizione nei *Chiostrì dell'Umanitaria* per *Toscana Fuori Expo* sono di circa 300 mq all'interno dell'auditorium, più una porzione del giardino antistante, una cucina attrezzata per show cooking e un wine bar. *Toscana Fuori Expo* avrà inoltre la possibilità di utilizzare il salone degli affreschi per 14 serate nei 6 mesi. Presso i *Chiostrì dell'Umanitaria* è previsto un presidio permanente della Regione Toscana, con un desk che fornirà anche informazioni sugli eventi organizzati sul suo territorio durante l'esposizione. Tutti gli eventi saranno comunicati da un'apposita sezione del sito di *Toscana Promozione*, tramite un'app searchabile gratuitamente e, quelli milanesi, sul sito di Expo in città.

Michela Achilli



Il Padiglione austriaco

### Dalla Sicilia 546 aziende e gli Acroliti di Morgantina

La Sicilia vuole massimizzare l'investimento da tre mln di euro fatto per diventare capofila del cluster Biomediteraneo dell'Expo e official partner della manifestazione. Il 7 marzo il responsabile unico, **Dario Cartabellotta**, presenterà a Milano programma e contenuti del cluster che raccoglie 11 paesi. Partecipano alla manifestazione (pagando) 546 aziende, 160 comuni, 105 operatori turistici, 56 soggetti istituzionali, 45 scuole, 83 cuochi, 17 ginecisti e 11 ginecisti (gruppi di azione locale e di azione costiera). Conclusi anche 18 contratti di sponsorizzazione con aziende diverse che parteciperanno agli allestimenti. «Rivedendo l'investimento compiuto», ha spiegato l'assessore regionale all'agricoltura della Sicilia, **Nino Caleca**, nel corso di un'audizione in commissione attività produttiva del parlamento regionale: «Si tratta di una delle più grandi manifestazioni mai organizzate a cui parteciperemo da protagonisti». All'interno del cluster potranno essere venduti i prodotti delle aziende che hanno deciso di partecipare e tutte le transazioni saranno realizzate in modo elettronico. «Sarà un padiglione senza contanti», ha anticipato Caleca e chi farà un acquisto riceverà in regalo un biglietto di ingresso per musei e aree archeologiche dell'Isola. Nel corso della audizione sono state presentate anche le linee guida dello stand Sicilia all'interno del padiglione Italia curate dall'assessore alle attività produttive (8 mln il budget da fondi Ue dedicato all'internazionalizzazione). Le aziende che parteciperanno saranno scelte tramite le Camere di Commercio coordinate Unioncamere. E all'interno di «Piazzetta Sicilia», spazio di 95 mq allestito per tutta la durata dell'Expo, saranno esposti gli **Acroliti di Morgantina**, riconsegnati alla Sicilia dal 2008 dal Getty Museum di Los Angeles.

Antonio Giordano



Nino Caleca

### Cousin: Expo strategica contro la fame

«Faccio parte del comitato *Women for Expo* e non vedo l'ora che l'evento cominci». Dal 2012, l'americana **Ertharin Cousin** è direttore esecutivo del *Programma alimentare mondiale* (Pam), una delle tre agenzie Onu che lottano contro la fame con sede in Italia, a Roma. A Expo 2015 Ertharin Cousin guarda con fiducia come a un'occasione per tenere alta l'attenzione sulle crisi alimentari nel mondo. Siria, Iraq, con le zone controllate dall'Isis che hanno spaccato in due il paese, ma anche Sudan del Sud, Repubblica centrafricana e i paesi colpiti da Ebola. E poi, anche se in misura minore, lo Yemen e l'Ucraina. Sono le aree dove il Pam è più impegnato a distribuire cibo e a dare supporto logistico per mantenere canali di approvvigionamento alimentare. Ma le crisi sono tali anche perché non puoi prevederle, e i fondi non bastano mai. «In dicembre in Siria siamo stati costretti a ridurre le razioni», racconta a *ItaliaOggi*.

**Domanda.** Perché questa lotta a mantenere i vostri livelli di assistenza?

**Risposta.** Perché siamo continuamente alle prese con il sottofinanziamento. Nel 2014 abbiamo raccolto la cifra record di 5,6 miliardi di dollari, ma a fronte delle crisi umanitarie in cui si è reso necessario il nostro intervento, avremmo bisogno di quasi 8 miliardi.

**D.** E perché i canali di finanziamento per

lo sviluppo passano sempre più dai privati? Penso anche ad alcune grandi fondazioni americane. I privati competono con voi?

**R.** Non è una competizione, si deve trovare il modo di valorizzare i contributi dei privati al Pam e in generale alle politiche di cooperazione e sviluppo. Il punto è che molti nostri donatori ci chiedono di utilizzare i fondi per contesti e progetti specifici, e questo spesso ci priva della necessaria flessibilità.

**D.** In tutto questo che ruolo gioca Expo?

**R.** È una grande opportunità per parlare non solo del cibo disponibile ma anche di quello che manca, dei luoghi dove manca e del perché. Expo è una piattaforma per massimizzare la visibilità della lotta alla fame e alla malnutrizione e raggiungere il più vasto pubblico possibile.

**D.** Una piattaforma di comunicazione?

**R.** Per noi è di fondamentale importanza. Prima delle crisi dei prezzi del 2008, fame e malnutrizione erano fuori dall'agenda politica e mediatica. Da allora abbiamo avuto successo nel tenere alta l'attenzione su questi temi e dobbiamo continuare. Se la lotta alla fame non è tra le priorità dell'opinione pubblica, calano i fondi dei governi, quelli dei privati, i livelli di assistenza, insomma crollano gli sforzi concreti per combattere ed eliminare la fame.

Angelo Di Mambro, Bruxelles



Ertharin Cousin

### TuttoFood a tutto Expo

Expo fa bene a TuttoFood. La terza edizione di questa biennale di Fiera Milano, in programma dal 3 al 6 maggio, vede un incremento del 40% degli espositori (2.500, contro i 1.800 del 2013). Per dare massima visibilità alla manifestazione Fiera Milano sta organizzando un evento al Padiglione Italia per la sera del 3. E offrirà agli espositori una doppia opportunità di incontrare purchaser commerciali. Questi, oltre che agli incontri d'affari one to one con buyer esteri organizzati durante TuttoFood nell'ambito di Expo matching program (potrebbero essere 10 mila quest'anno), potranno iscriversi anche alla piattaforma Expo business Matching, promossa dalla società Expo insieme a Fiera Milano, Camera di commercio di Milano, Promos e PricewaterhouseCoopers.