

L'ad di Fiera Milano, Corrado Peraboni, fa il bilancio con ItaliaOggi

# Tuttofood sente la ripresa

## All'Expo matching 7 mila marchi aziendali

NEWS

### Expo 2015 fa breccia negli italiani

L'Expo Milano 2015 ha fatto breccia negli italiani. Alla vigilia dell'inaugurazione dell'esposizione universale, come evidenzia una nota dell'osservatorio mensile di Findomestic, il 90% dei nostri connittadini dichiarava di sapere non solo cos'è l'Expo, ma anche quali temi affronta. E tre italiani su quattro risultano convinti che l'evento sarà un'opportunità per l'Italia e, in particolare, per Milano. Soltanto il 18% pure considerare Expo un problema per il paese. Tra gli «espottimisti», sempre secondo Findomestic, emergono in particolare due fattori: le opportunità per le aziende di sviluppare il proprio business a livello internazionale e la spinta che Expo potrà assicurare al settore agroalimentare italiano. Il 44% degli italiani dichiara poi l'intenzione di visitare l'Expo Milano 2015, e un 9% d'aver già comprato un biglietto. Il sentimento positivo degli italiani verso l'esposizione è confermato anche dall'analisi della Camera di commercio di Milano attraverso Voices from the Blogs, spin off dell'Università degli Studi di Milano, secondo cui, negli ultimi due mesi del 2015, le opinioni su Expo Milano 2015 continuano a essere ampiamente positive. Sarebbero il 76% gli ottimisti a Milano e il 72% quelli nel resto d'Italia. Nel mondo sono gli statunitensi a interessarsi di più a Expo Milano 2015, seguiti da britannici, giapponesi, russi e olandesi.

Michela Achilli

DI ANDREA SETTEFONTI

«S i respira aria di ripresa nel settore agroalimentare. E le imprese vogliono agganciare questa ripresa». È il segnale che arriva da Tuttofood, manifestazione fieristica che ha chiuso i battenti ieri in una Milano capitale mondiale del cibo. A dirlo è Corrado Peraboni, a.d. di Fiera Milano, secondo cui «i segnali sono davvero buoni. In fiera lo vediamo in modo anticipato da come le aziende si impegnano nella presenza allo stand, da come si presentano. Anche il ministro alle politiche agricole, Maurizio Martina, ha avuto modo di apprezzare questo recupero». La manifestazione fieristica milanese ha rafforzato la sensazione di crescita in particolare grazie all'interesse che arriva da fuori confine. «Siamo favorevolmente sorpresi dalla crescita della presenza degli operatori internazionali. Un risultato dovuto non soltanto a Expo, che ha sicuramente creato un effetto di traino.

C'è vero interesse per il prodotto italiano e a Tuttofood c'era un'offerta completa». Per Peraboni un ruolo importante è stato svolto anche dagli spazi piccoli produttori. «Moltissime aziende medio-piccole di qualità hanno avuto accesso a mercati dove molto difficilmente avrebbero potuto farsi conoscere in altro modo. Dare la possibilità di esporre dentro aree comuni anche a chi non ha la struttura e la forza, crea interesse. E ha ritorni importanti. Un espositore della Lombardia, che aveva partecipato all'interno di una di queste aree comuni, ha avuto risultati tali da essere tornato con uno stand proprio».

I NUMERI DI TUTTOFOOD, evento che non è aperto al pubblico, parlano di 78.493 visitatori professionali certificati, +40,8% e +78,7% per i visitatori esteri, provenienti da 119 Paesi. Gli italiani hanno segnato un incremento del 25,3%. Sono stati invece circa 2.100 i top buyer interna-

zionali selezionati che hanno incontrato i 2.838 espositori, di cui 433 esteri, in rappresentanza di 7mila marchi, in 11.790 appuntamenti prefissati tramite l'agenda online Expo Matching Program. «Da noi ci sono solo operatori professionali, non c'è biglietteria, ci sono i buyer quelli di grandi catene che invitiamo e gli operatori del settore. I quasi 12 mila incontri fatti significano che effettivamente Tuttofood è una fiera concreta. Si vedeva gente seduta, si trattavano ordini», continua Peraboni. Numeri e risultati che fanno di Tuttofood una fiera di riferimento in Italia per un settore primario per la nostra economia, che vale il 15% del pil con un export che raggiunge i 33 miliardi di euro. L'obiettivo di Fiera Milano è adesso di assumere un ruolo a livello europeo. «Abbiamo questa anomalia negativa per la quale l'Italia è leader del comparto, ma le fiere di riferimento sono fuori, in Germania. Questa edizione è stata il primo passo che Fiera Milano vuole fare per far sì che a settori importanti del made in Italy corrispondano fiere forti». È forte è anche il vino. «Ma le guerre tra poveri servono soltanto ad arricchire i ricchi. Se faremo un evento nel vino lo faremo in sinergia con chi il vino l'ha in casa. Si creano opportunità con una manifestazione completa, non attraverso guerre di campanile».



Corrado Peraboni

### Nasce un portale per trovar casa in affitto

Una vetrina per l'accomodation in appartamenti privati durante Expo: è l'iniziativa di Milanoexpocasa.it promossa da un gruppo di professionisti milanesi, in collaborazione con Fiaip Milano, la federazione italiana agenti immobiliari professionali. L'inserimento dell'annuncio nel sito è gratuito, i costi vengono coperti dalla partecipazione alle normali commissioni di intermediazione che vengono percepiti a seguito dei contratti effettivamente stipulati. Da un'analisi degli immobili attualmente inseriti emerge che l'1% degli annunci è riferito a monolocali, il 38% bilocali, il 61% trilocali o più. Il 27% è situato a Milano città, il 73% nelle province di Milano e Varese. La distanza media dal sito di Expo è di circa 10 km. Le situazioni più richieste dalle delegazioni sono nel quadrante Nordovest della città e nell'hinterland, preferibilmente vicino a mezzi veloci di collegamento col sito espositivo. Oltre 200 appartamenti sono già stati inseriti spontaneamente da proprietari

e agenzie e resi disponibili a delegazioni, operatori, visitatori di Expo. «Abbiamo accolto con favore questa iniziativa che rappresenta un canale senza costi aggiuntivi parallelo a quelli tradizionali per veicolare i prodotti che abbiamo in portafoglio», afferma il presidente di Fiaip Milano Marco Grumetti. «Sui prezzi si è parlato molto di speculazioni in vista di Expo, ma come associazione abbiamo riscontrato solo leggeri aumenti, in linea con un trend di mercato sulle locazioni brevi che tende a salire indipendentemente da Expo da alcuni anni. Nei primi mesi del 2015 abbiamo registrato un boom dell'offerta (mediamente +25% rispetto allo stesso periodo del 2014) e un significativo aumento dei contratti chiusi (+41,5%). Come prezzi siamo intorno ai 50/60 euro a persona al giorno per un appartamento in città, con punte oltre i 100 euro per pezzi di particolare pregio in centro», conclude Grumetti.

Robert Hassan

**ILLYCAFFE**, la Fondazione Illy, l'organizzazione delle Nazioni Unite per lo sviluppo industriale, il ministero dell'Industria etiope e quello per gli Affari esteri italiano hanno firmato un memorandum of understanding per rendere la catena del valore del caffè etiope più efficace e sostenibile, con l'obiettivo di creare un beneficio sia per i produttori che per i consumatori.

**CONSERVE ITALIA** sarà presente a Expo Milano 2015 in qualità di main sponsor del padiglione della Società civile - Cascina Triulza, con l'obiettivo di sottolineare che la cooperazione è in primo luogo un'impresa sociale. L'azienda sarà fornitore esclusivo di bar e dell'area ristorazione di succhi di frutta Yoga. E col marchio Valfrutta sponsorizzerà lo spazio Children lab.

**IL SALUMIFICIO F.LLI BERETTA** partecipa all'Expo come sponsor ufficiale salumi. Nel corso della manifestazione presenterà la «carta dei salumi».

**IL CONSORZIO CASALASCO DEL POMODORO** avrà un duplice ruolo durante l'Esposizione universale. Rappresenterà la filiera del pomodoro italiano all'interno dell'area Col-diretti del Padiglione Italia e, con il proprio brand Pomi, parteciperà all'Albero della vita, raccontando i valori cardine su cui si fonda la propria attività.

**IL CONSORZIO DEL PARMIGIANO-REGGIANO** ha sviluppato un'app scaricabile gratuitamente che funzionerà come una vera e propria audioguida disponibile in ben 11 lingue e che accompagnerà i visitatori dell'Expo provenienti da tutto il mondo alla scoperta della produzione del re dei formaggi italiani.

**L'ACCADEMIA GUALTIERO MARCHESI** è supervisore della proposta gastronomica dell'area ospitalità della Terrazza eventi di Cibus è Italia, il padiglione di Federalimentare a Expo Milano 2015. Programmati 200 eventi.

Michela Achilli

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

Lo stato arabico presenta a Expo Milano 2015 un'idea di sviluppo slegata dal petrolio

# Gli omaniti, custodi dell'acqua

## Nel padiglione del Sultanato il mare, le oasi, le tradizioni

DI LUISA CONTRI

**P**resentare il suo passato e i suoi progetti per il futuro, improntati a uno sviluppo sostenibile. È l'obiettivo che il Sultanato dell'Oman si prefigge con la sua partecipazione a Expo Milano 2015 con un proprio padiglione, il primo lungo il decumano nord entrando dall'ingresso est, che riproduce un castello dell'Oman, con la sua tipica architettura, diviso in quattro aree, ciascuna dedicata a un tema: l'acqua, le oasi, il mare e le tradizioni. Nella sezione *Sfruttare ogni goccia*

d'acqua si può scoprire la cura con cui da sempre gli omaniti tutelano, gestiscono e custodiscono l'acqua, convogliata dove serve nelle coltivazioni grazie ad antichi sistemi d'irrigazio-

ne, dei canali chiamati *afaj*, riconosciuti dall'Unesco come patrimonio dell'umanità. Le sezioni *La nostra ricca eredità agricola* e *Tesori del nostro mare* presentano le coltivazioni tipiche e le attività di pesca. Mentre l'area *Benvenuti a casa nostra* è una vetrina dell'autentica ospitalità omanita, con il rito del caffè e dei datteri e riproduce il *sublat*, l'ambiente della casa omanita dedicato all'accoglienza degli ospiti. Se finora l'economia del paese s'è basata sull'industria del petrolio, il piano *Vision 2040* dell'Oman vuol porre le basi per lo sviluppo di settori strategici per le generazioni future del paese, come l'agricoltura, l'allevamento ittico, la cultura, i trasporti e il turismo. Proprio per



Un particolare del percorso espositivo dell'Oman

### Il caffè da un pezzo unico

Per il padiglione dell'Oman (circa 2.790 mq), gli artigiani *Victoria Arduino* hanno realizzato un pezzo unico che vuol rappresentare lo spirito del Sultanato: è una macchina per caffè espresso dallo sviluppo verticale come i primi esemplari di inizio '900, alla cui sommità vengono proposte le torri merlate delle due imponenti fortezze che circondano l'ingresso del porto di Muscat, la capitale dell'Oman. I materiali preziosi e l'ottone lucido marigliato a mano richiamano la caratteristica colorazione del Palazzo Reale *Al Alam Palace*.



stimolare l'incoming turistico il Sultanato inaugurerà lunedì prossimo e fino al 27 maggio a Milano, presso il Museo della

Permanente la mostra fotografica *Oman, harvest beyond landscapes* e quella pittorica *Nell'ombra e nel sole*.

### Dalla Corea la sinfonia del cibo

La risposta della Corea del Sud alla sfida della sicurezza alimentare viene dal passato. O, se preferite, dalla tradizione. Ma impiega le più moderne tecnologie per far sì che il visitatore rifletta sull'importanza delle corrette abitudini alimentari per il futuro dell'umanità. In un padiglione che fa convivere armoniosamente una cultura risultato di più

di soia, pasta di soia o di peperoncino, erbe aromatiche, oli vegetali (di sesamo o perilla), kimchi a base di verdure fermentate con spezie e pesce fermentato. Come sottolinea il video che accoglie i visitatori al primo piano del padiglione, percorrendo una scalinata saranno passati davanti a uno sciame di nomi di piatti di tutti i paesi del mondo che decora la parete di sinistra, siamo ciò che mangiamo. Due, a nostro avviso, i momenti più suggestivi della visita. La performance visiva *Sinfonia del cibo: equilibrio*, in cui due



di 3 mila anni di storia con tecnologie all'avanguardia, la soluzione proposta è l'*hansik*, il tipico pasto coreano, formato da una varietà di pietanze presentate tutte insieme: verdure appena sbollentate per preservarne vitamine e minerali; zuppa; carne o pesce grigliati, stufati o bolliti (non fritti) e riso, il tutto insaporito con diversi tipi di condimenti: salsa

bracci meccanici, muovendo due schermi, raccontano l'armonia, a tecnica di fermentazione e di conservazione dell'*hansik* e il rapporto dell'alimentazione con l'uomo. E la stanza della *Scienza del tempo: Fermentazione*. Proiettori creeranno l'effetto ottico immersivo di un mare di giare contenenti diversi tipi di cibi.

### Il mais, un totem messicano

Il seme di un nuovo mondo: cibo, diversità ed eredità. È il tema sviluppato dal padiglione del Messico a Expo Milano 2015. È il seme e di mais. Logico, se si pensa che le origini del tessile, l'antennato di questo ce-

lotem che consentono approfondimenti on demand. Ciò che a nostro avviso colpirà di più i visitatori sono i contenuti artistici del padiglione. Dalle due statue antiche raffiguranti divinità della cultura azteca (il pri-



L'albero della vita messicano

reale, si fanno risalire allo stato messicano di Jalisco. E che il mais costituisce tuttora la base dell'alimentazione dei messicani. Il padiglione, progettato dall'architetto messicano *Francisco Lopez Guerra*, ha dunque forma di pannocchie. Il percorso di visita si sviluppa lungo una serie di rampe che s'ispirano agli antichi terrazzamenti agricoli e al sistema d'irrigazione (per scorrimento dell'acqua) che si diffuse sotto l'impero del re postico *Nezahualcōytl* nel periodo centrale del XIII secolo. Ilceci Polifera di contenitori informativi, viscolati da video, ma anche da

o per dei cinque fiori e la dea protettrice dei raccolti) alla fontana *Lluvia* (pioggia) dell'artista visuale *Maria José de la Macorra* in cui l'acqua scorre facendo risuonare lunghe collane che rappresentano due tipi di mais; alle moderne sculture in ossidiana; alle due interpretazioni artigianali del tema dell'albero della vita; all'installazione di *Alejandro Machorro* che li sovrasta: oltre 200 cuscini di legno ricoprono il soffitto e creano un accompagnamento musicale. Non mancherà chi apprezzerà anche l'offerta gastronomica del padiglione.

### PRIME IMPRESSIONI, GIROVAGANDO PER I PADIGLIONI

## Altro che famiglie, è un'esposizione a misura di single

L'aspetto paradossale dell'Expo è che alla fine i più scettici e quelli tagliati fuori saranno le famiglie milanesi. Ancora è difficile dare un giudizio su una manifestazione così mastodontica e appena cominciata. Ci saranno sicuramente degli aggiustamenti in corso d'opera, come del resto ha sottolineato il plenipotenziario commissario unico *Giuseppe Sala*. Al padiglione brasiliano l'hanno già fatto, abbassando il prezzo della churrascaria da 55 a 45 euro. Si spera che altri seguano l'esempio del colosso latinoamericano perché la lamentela, pressoché unanime, riguarda proprio i prezzi del desinare, decisamente eccessivi. Perché se

per spiluccare qualcosina paghi 25 euro vorresti almeno evitare i piatti di plastica. Certa, capita di leggere sui social network considerazioni del genere: «Ma quando mai avrai l'occasione di cenare da Bottura con soli 70 euro?», così senza la minima traccia di ironia. Il target dell'Expo resta ancora fumoso perché ha l'aria di un parco divertimenti. Ma alla fine l'argomento è l'alimentazione ed è quindi naturale che si vada lì per mangiare. Attività che interessa tutte le classi sociali (i ricchi mangiano molto, altrimenti non esisterebbe la pleora di ristoranti business, che prosperano grazie ai pranzi di lavoro pagati con la carta di credito aziendale). Il pro-

blema è che andare a cenare all'Expo non sembra destinato a diventare uno status symbol tra la classe dirigente, mentre per tutti gli altri pesa troppo il prezzo sia del biglietto d'ingresso sia il conto del ristorante. E la cosa riguarda soprattutto i milanesi. Perché chi arriva dalla provincia spesso può, per una volta, affrontare la spesa del viaggio e i 30 euro del biglietto e gli altri 30, come minimo, per il desinare, nell'illusione di calarsi per una volta nell'ancora mitologica città globalizzata della moda. Ma i milanesi che qui ci vivono tutti i giorni sono disincantati. E allora i tanti che vivono di stipendio e magari temono pure di perderlo a breve se ne staranno alla

larga. La soluzione è quella di aspettare le ore 19, quando si può entrare spendendo solo 5 euro per il biglietto. A quel punto si potrebbe azzardare un assaggio al ristorante cileño oppure resistere fino alle 22:30 e cenare a casa. Di certo, quella che dovrebbe essere un'occasione di svago intelligente per le famiglie per i più rimane troppo cara. Il cliente tipo sembra il solito single big spender inventato dai maghetti del marketing. Di sicuro costoro, se poi esistono davvero, non bastano per chiudere in pareggio la manifestazione. E allora, come spesso accade in questi tristi tempi, non resta che sperare nei cinesi.

Marcello Bossi