

VERSO L'EXPO » IL NORDEST A MILANO

di Matteo Marian

PADOVA

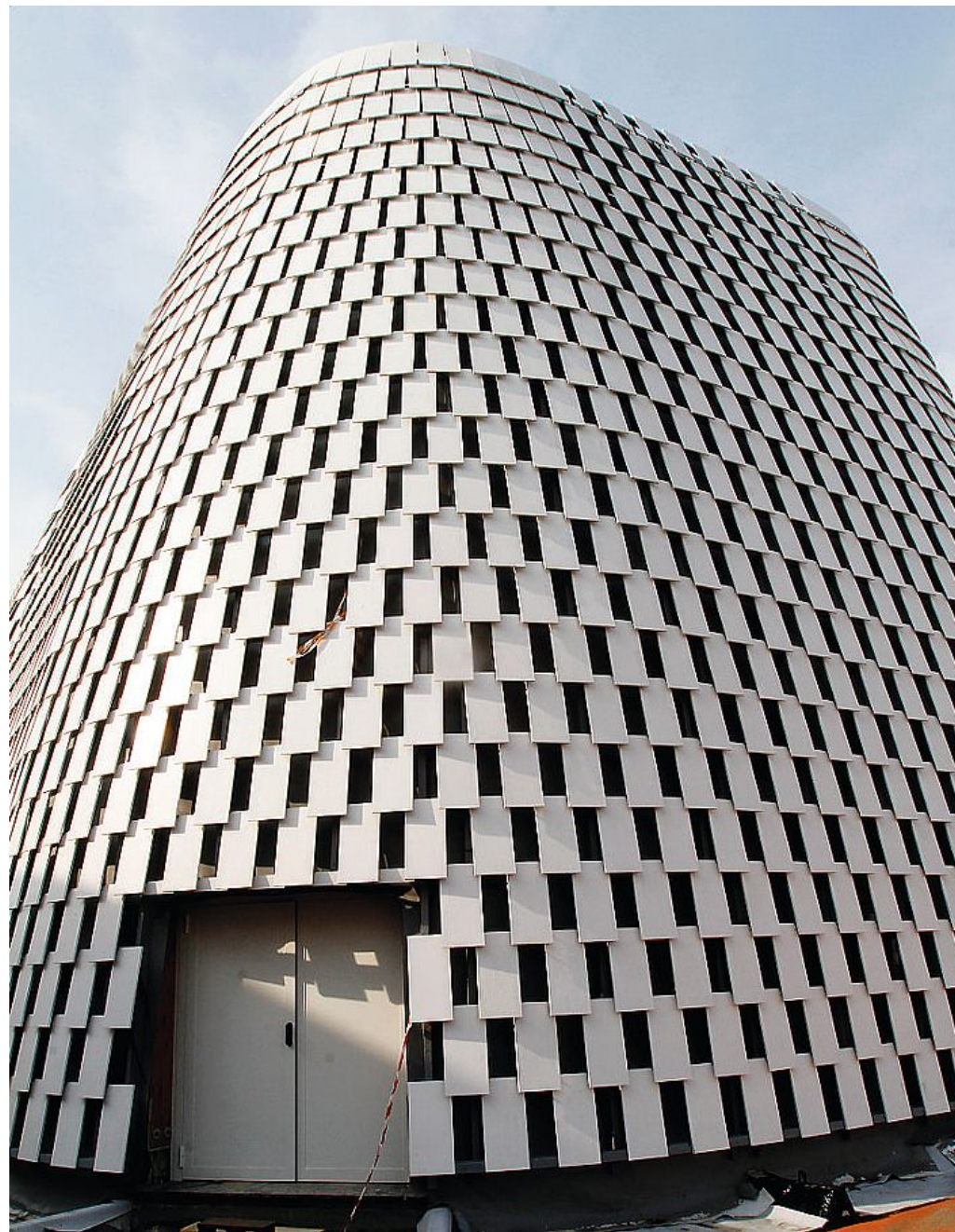
Una vetrina mondiale per quaranta piccole e medie imprese del Nordest. Si tratta di eccellenze perlopiù venete che a partire da venerdì prossimo avranno l'opportunità di presentarsi sotto il riflettore mondiale di Expo Milano 2015. In attesa di capire come il nostro territorio riuscirà a intercettare i flussi legati all'edizione meneghina dell'Esposizione mondiale (si parla, complessivamente, di 24,7 miliardi di produzione aggiuntiva con un incremento di valore aggiunto stimato in 10,5 miliardi di euro e 199 mila persone occupate collegate direttamente o indirettamente tra il 2012 e il 2020), Intesa Sanpaolo ha pensato di portare direttamente a Expo 2015 quaranta eccellenze del made in Veneto.

Vetrina per le eccellenze

Si tratta di realtà che, magari, non possono contare su una dimensione tale da riuscire a conquistare nuovi spazi di visibilità internazionali in autonomia ma, di contro, vantano una produzione (interamente locale) d'eccellenza. Parliamo, per citarne alcune, della bellunese Lattebusche, delle padovane Roncato e Marcato, di Latteria Montello e Bisol per la Marca e, infine, della Signoretto Lampadari e dell'Associazione Calzaturifici Riviera del Brenta (Acirb) per quanto riguarda il Veneziano. «Expo 2015 rappresenta un importante volano per la ripresa del Paese e del Nordest in particolare, in quanto questo territorio ha una grande vocazione all'export e all'internazionalizzazione e quindi saprà coglierne a pieno tutte le opportunità», sottolinea Renzo Simonato, direttore Nordest della Banca dei territori di Intesa Sanpaolo e dg di Cassa di Risparmio del Veneto. «Oltre 40 aziende del Triveneto saranno nostre ospiti nello spazio espositivo che Intesa Sanpaolo ha in Expo. Si tratta di un padiglione di oltre mille metri quadrati dove circa 400 imprese a livello nazionale, selezionate attraverso l'iniziativa "Candida la tua impresa" per la propria storia di eccellenza, avranno la possibilità di raccontarsi. Siamo sempre più convinti che l'internazionalizzazione sia decisiva per la crescita e la competitività delle nostre aziende. Ricordo che proprio nel Veneto ha sede la struttura di gruppo dedicata all'internazionalizzazione delle Pmi. Con questo programma, vogliamo essere a fianco delle aziende non solo come partner finanziario ma anche industriale, proponendo soluzioni per il business e favorendo l'incontro tra domanda e offerta, su uno scenario internazionale».

Veneti alla ribalta

E in tema di "nutrire il pianeta, energia per la vita" – il filo rosso di Expo Milano 2015 – **Lattebusche**, la cooperativa che da oltre 60 anni opera nel settore lattierocaseario con sede a Busche in provincia di Belluno, porterà la sua esperienza di sostenibilità e innovazione. Attualmente Lattebusche occupa 236 dipendenti suddivisi nelle quattro unità produttive localizzate nel Veneto: Busche, Chioggia, Sandrigo e San Pietro in Gù. Nel 2014 la coop ha conseguito un fatturato di 97,7 milioni di euro. Un'eccellenza già conosciuta all'estero visto che le esportazioni hanno superato il 20% della produzione e sono riferite principal-



Il padiglione Intesa Sanpaolo pronto per l'inaugurazione di Expo Milano 2015 in programma venerdì

Intesa, vetrina mondiale per 40 eccellenze venete

Il gruppo le ospiterà nel suo padiglione: focus sullo sviluppo internazionale
Presenti Lattebusche, Latteria Montello, Marcato, Bisol e Signoretto Lampadari



I FINANZIAMENTI

Un plafond da 15 miliardi per lo sviluppo delle piccole e medie imprese del made in Italy



«Ecco la mia impresa»: è questo il nome dell'iniziativa pensata da Intesa Sanpaolo per Expo Milano 2015 e che vedrà, all'interno del padiglione del gruppo guidato da Carlo Messina (nella foto), 400 eccellenze italiane raccontarsi. Due le modalità con cui le aziende si potranno presentare: attraverso una live conference e l'utilizzo di supporti multi-mediali nella «Live Arena», la zona più aperta al pubblico di visitatori, oppure in modo più riservato, nella Networking Area del padiglione dedicata prevalentemente alla presentazione e alla condivisione

di strategie e progetti di business. Le aziende sono state selezionate in ogni regione d'Italia nei settori merceologici affini ai temi di Expo. Non è tutto qui perché per l'occasione è stato realizzato anche «Created in Italy» un portale di e-commerce realizzato da Intesa Sanpaolo e messo a disposizione in occasione di Expo Milano 2015 di tutte le piccole e medie imprese che vogliono crescere nei mercati esteri attraverso gli strumenti digitali. Intesa Sanpaolo, che di Expo è official global partner, ha stanziato anche un plafond di 15

miliardi per lo sviluppo delle imprese del made in Italy attraverso nuove linee di credito e finanziamenti, oltre a servizi e prodotti specialistici per supportare iniziative e progetti imprenditoriali. «Le iniziative che abbiamo messo in campo per valorizzare la partnership con Expo 2015» ha sottolineato Messina «rafforzano ulteriormente l'impegno del nostro gruppo a sostegno del Paese. Come banca stiamo svolgendo il nostro compito, ovvero quello di non far mancare risorse a chi ha piani sostenibili di sviluppo».

mente a Stati Uniti, Canada, Germania, Francia, Inghilterra, Svizzera, Spagna, Australia, Russia. Sempre nell'alimentare a Expo ci sarà anche **Latteria Montello** che partendo nel 1947 da Givera del Montello è arrivata a lavorare oltre 60 mila tonnellate di latte all'anno e a realizzare oltre 90 milioni di ricavi diventando leader in Ita-

lia nel segmento premium del mercato stracchini. **Marcato** è invece tra i primi produttori mondiali di macchine e accessori per pasta fresca, biscotti, pane e pizza. Nasce nel 1930 a Campodarsego a seguito di un'intuizione di Otello Marcato, che decide di inventare un nuovo accessorio che renda più facile la vita in casa. Attual-

mente l'azienda continua a produrre completamente a Campodarsego, preservando il made in Italy al 100%. I ricavi 2014 hanno fatto segnare un più 30% (20 milioni), 110 i dipendenti e una quota export sul fatturato pari a circa l'85%. Storicamente l'azienda è legata agli Stati Uniti: la prima macchina per la pasta è stata

spedita a Philadelphia nel 1962. Non mancherà, poi, **Bisol** che sarà presente nello spazio Intesa Sanpaolo, in quello Eataly oltre a essere partner del padiglione veneziano Aquae. È un nome che ha fatto la storia del Prosecco: la sua tradizione è legata al territorio di Valdobbiadene sin da quando, nel 1542, la famiglia Bisol

«Venetian experience il modello Eataly per i prodotti veneti»

TREVISO

La mobilitazione veneta per l'Expo come base sulla quale costruire delle «vetrine internazionali permanenti del made in Veneto. Così come Eataly è diventato un volano per l'enogastronomia italiana di qualità, sotto il marchio Venetian experience si potrebbe promuovere in modo stabile il meglio del food e wine del nostro territorio allargando anche all'artigianato e al paesaggio».

Gianluca Bisol, lei è uno degli ambasciatori del Prosecco nel mondo: possibile che le eccellenze venete dell'agroalimentare non riescano a promuoversi insieme all'estero?

«I tentativi non sono mancati, ma fin qui in modo molto frammentato. Poteva andare bene fino a 30 anni fa, ma oggi che il mercato è diventato realmente internazionale bisogna pensare a delle forme diverse».

Ad esempio?

«Eataly ha scelto le nicchie del cibo e del vino italiano valorizzandole nelle principali piazze internazionali, allo stesso modo potrebbe fare il Veneto».

Servirebbero degli investitori...

«Guardi, tra enogastronomia, artigianato e paesaggio la nostra regione può contare su



Gianluca Bisol

un patrimonio che non teme rivali. Abbiamo la città più bella del mondo e ancora oggi quando in appuntamenti internazionali mostriamo delle foto delle colline di Valdobbiadene l'effetto wow è assicurato».

Cosa vuole dire?

«A fronte di un progetto coordinato che punti a valorizzare le eccellenze sono certo che gli investitori farebbero di tutto per poter partecipare».

Da dove partire allora?

«Expo rappresenta un'occasione irripetibile per il made in Italy. Si potrebbe partire da questa esperienza per far crescere un progetto Venetian experience».

(m.mar.)



Renzo Simonato

avviò l'attività vitivinicola, tramandata di padre in figlio. Gianluca Bisol riveste oggi il ruolo di presidente e a.d. e suo fratello Desiderio quello di enologo e direttore tecnico. «La forza del Prosecco» racconta Gianluca Bisol «risiede nella sua capacità di farsi conoscere non come status symbol, ma come lifestyle symbol: infatti, il nostro Prosecco è fine, moderno, versatile, sostenibile - anche nel prezzo - e rappresenta lo stile di vita italiano». Oltre 17,8 milioni di fatturato, esporta in 67 paesi. «Presentiamo un Prosecco metodo tradizionale, ottenuto con una seconda fermentazione in bottiglia. Un prodotto semplice che dimostra come lavorando bene nel vigneto e in cantina si possa fare la differenza». Oltre alle valigie **Roncato** e alle calzature dell'**Acirb**, a Expo si presenterà anche la **Signoretto Lampadari** di Murano. Producono al massimo tre lampadari al giorno grazie a tre maestri vetrai e due assistenti e possono contare su ricavi per un milione di euro. Sette dei suoi preziosi chandelier sono esposti al Museo Statale Hermitage di San Pietroburgo.