

La nuova sfida dopo Milano

## L'Expo di Dubai non dimentichi le piccole imprese

**Sandro Neri**

**M**anica meno di un mese all'apertura dell'Expo di Dubai, che segue di sei anni quella di Milano. Al di là dei temi che volta per volta caratterizzano il titolo delle varie edizioni, l'Esposizione universale serve a promuovere un territorio, l'ecosistema industriale e l'immagine nei confronti di turisti e operatori del business. Non c'è dubbio che Milano e la Lombardia siano oggi posizionate molto meglio di dieci anni fa. Quale sia esattamente l'aliquota riconducibile al successo dell'Expo 2015 non è calcolabile. Di certo l'impatto è stato fortemente positivo, tanto da trasformare Milano in una città turistica e in una capitale del food. Dubai è in una situazione completamente diversa.

Segue a pagina 2

La nuova sfida dopo Milano

## L'Expo di Dubai non dimentichi le piccole imprese

Segue dalla Prima

**Sandro Neri**

**Q**uarant'anni fa non esisteva. È stata pianificata una piattaforma infrastrutturale, finanziaria, logistica e di real estate fra le più grandi ed efficienti del mondo. Soprattutto, si è puntato su una delle compagnie aeree più grandi e capaci. L'Expo di Dubai è

un'opportunità anche per l'Italia. Che avrà uno spazio grande e tra i più attrattivi, come già successo undici anni fa a Shanghai, dove il nostro padiglione si è rivelato il terzo fra i più visitati. L'Italia promuoverà i marchi e i prodotti iconici per i quali è famosa nel mondo: dalla moda alle auto e alle moto. L'esposizione può essere però una vetrina importantissima anche per altre filiere dell'industria e dell'artigianato italiani.

Sicuramente per la farmaceutica, la componentistica, la mecatronica, l'aerospaziale che sono simbolo di produzioni altamente tecnologiche, raffinate e che sono alla base del successo dell'export italiano.

Un'occasione che dovrebbe essere offerta anche alle piccole e medie imprese. Necessitate, per loro struttura, ad essere accompagnate e aiutate ad attrarre investimenti e a vendere i loro prodotti. All'Expo di Shanghai, nel 2010, questo non è avvenuto. Forse a causa dell'eccessiva lontananza della Cina, troppo grande e troppo diversa. Dubai è più piccola, più vicina e più nota agli occidentali. Sostenibilità e digitalizzazione, inoltre, rendono più omogeneo il mercato e quindi meno ardua, rispetto al passato, la sfida.

Come spiega **Giovanni Bozzetti**, esperto di processi di internazionalizzazione verso il Medio Oriente, «Expo Dubai rappresenta un'imperdibile opportunità di rilancio post-pandemia dell'economia italiana e del made in Italy». Le imprese lombarde, da sempre eccellenza dell'industria italiana, possono avere un ruolo primario. Purché sappiano costruire relazioni con gli interlocutori locali, prodromiche allo sviluppo di business. Milano parte da una posizione privilegiata, che le assicura vantaggio competitivo. E potrà rappresentare la porta d'ingresso in Europa per le aziende degli Emirati, come Dubai lo è per quelle italiane in Oriente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA