

DENTRO EXPO Un consiglio? Visitate il padiglione del Brasile

Primi bilanci a quasi tre mesi dall'apertura



DENTRO EXPO

di Stefania Pendezza

*Sportello Expo Ascom Bergamo
expo2015@ascombg.it*



Osservando i dati messi a disposizione da organizzatori e agenzie giornalistiche, Expo 2015 sembra stia andando alla grande e non si tratta solo di propaganda. Seconde le cifre pervenute, infatti, alla fine di giugno i biglietti coperti da contratti di vendita hanno superato i 15 milioni, circa 8 milioni e mezzo quelli già venduti e oltre 6,1 milioni gli ingressi di cui il 15% con biglietto serale. Ma il picco è atteso proprio a luglio e agosto, e non solo per quanto attiene l'affluenza italiana. Sempre seconde stime fornite da fonti interne a Expo, già nelle ultime settimane la presenza di visitatori stranieri è cresciuta del 23%, per lo più Svizzeri, Francesi e Tedeschi. Saranno tuttavia i paesi extra europei a far registrare la

maggior presenza nelle prossime settimane: molti gli orientali, soprattutto da Cina, Giappone e Corea, per non dire del milione e mezzo tra Statunitensi (oltre 700 mila biglietti venduti) e Sudamericani, in particolare da Argentina (600 mila biglietti) e Brasile.

Attrazioni ed eventi si moltiplicano, i *National Day* (le feste nazionali) di alcuni paesi (Haiti, Tanzania e l'11 luglio scorso il Giappone) amplificano l'eco dello straordinario dialogo tra culture che Expo ha attivato e che per il mondo delle imprese si traduce in eccezionali opportunità di incontri, contatti e scambi commerciali. Il programma e le iniziative in corso sono davvero numerosissimi, ed è stato anche in previsione di questa ricchezza di opportunità che Ascom, muovendosi con tempistiche adeguate, ha studiato e messo in atto il pacchetto di azioni *Ascom per Expo* con le quali oggi presidia il *castrum* (il quartiere fieristico, teatro delle operazioni, che com'è noto si ispira all'antica struttura urbanistica romana) per aiutare le aziende interessate a trarre il massimo beneficio dalla manifestazione. Percorsi di avvicinamento, incontri B2B e, in questa fase di piena operatività del sito fieristico, le visite guidate (Business Visit) costituiscono infatti, preziosi strumenti per gonfiare le vele della piccola e media impresa e farla navigare con successo verso Expo dispiegando l'immenso patrimonio che esse hanno a disposizione per interfacciare come si conviene con tecnologia, tradizione, natura, scienza, architettura, design, arte e innovazione.



Il Padiglione del Brasile

Da ultimo, il fine forse più importante, ispirandosi agli stessi principi di Expo 2015, è proprio quello di stimolare la collaborazione tra imprese e dunque di creare network efficaci e competitivi, partendo dalla consapevolezza che solo l'unione di più risorse può garantire il raggiungimento di obiettivi di crescita economica e di innovazione. Per comprendere meglio tale concept, suggeriamo una visita al Padiglione del Brasile (un milione di visitatori in due mesi) e camminare sulla rete interattiva che collega i tre livelli della struttura: un'esperienza che va oltre il valore simbolico e ci fa immediatamente comprendere come la collaborazione tra realtà diverse può creare una rete forte e come il procedere in equilibrio sia un incessante, paziente ascolto di tutti gli elementi coinvolti.

Buona visita!

Il Programma di consulenza e assistenza di Ascom in Expo è coordinato da Stefania Pendeza: expo2015@ascombg.it