

**AUDIZIONE COMMISSIONE
AFFARI ESTERI DEL SENATO**

di Paolo Glisenti

**Commissario Generale di Sezione dell'Italia
per Expo 2020 Dubai**

20 Novembre 2019

Connettere le menti, creare futuro: questo il tema di Expo 2020 Dubai - un tema sfidante e di grande attualità nel passaggio forse più difficile del processo di globalizzazione - attorno al quale 192 paesi presenteranno tra meno di un anno la loro interpretazione e rappresentazione del modello di relazioni tra nazioni e genti, di integrazione dei saperi e delle conoscenze, di connessione tra competenze e esperienze capace ancora oggi , e soprattutto negli anni a venire, di generare valore sociale, economico, culturale condiviso e diffuso.

Abbiamo deciso di intestare il nostro progetto di partecipazione alla prossima Esposizione Universale con *La Bellezza unisce le Persone*, per mostrare al Mondo il fattore identitario dell'Italia più forte e maggiormente riconosciuto, frutto della inimitabile capacità di connettere competenze diverse, talenti di ogni età e ceto sociale, culture che spesso vengono da lontano, integrando territori e città come eco-sistemi di imprese e università, di arte e scienza, di ambiente e stili di vita.

Una *Bellezza* che è l'esito di processi che incorporano tre dimensioni dell'identità nazionale - culturale, ambientale e sociale - e che gli italiani di ogni tempo hanno saputo codificare in un modello unico al Mondo.

Una *Bellezza* , quella italiana, che non ha avuto e non ha eguali.

“In futuro il livello estetico diventerà sempre più decisivo per indicare il progresso della società», diceva John Kenneth Galbraith, indicando forse per primo la prospettiva di uno sviluppo “a trazione estetica”, che tuttavia non voleva essere una visione estetizzante, tantomeno elitaria, della realtà. Galbraith arrivava a questa conclusione dopo essersi chiesto come mai l'Italia, nazione uscita della guerra in condizioni disastrose, fosse diventata una delle più importanti potenze economiche.

La risposta a quella intuizione la cercheremo con il progetto per Expo 2020 Dubai nella *Bellezza* che in Italia, da sempre e soprattutto oggi, è generata dalla creatività.

Quella *Creatività* che si afferma sempre più come competenza multi-disciplinare e integrata in tutte le filiere della nostra cultura, della nostra manifattura, dell'innovazione scientifica e tecnologica, dall'economia dello spazio alle scienze della vita, dai processi di “consumer empowerment” in atto nella transizione energetica nella nostra società alla mobilità sostenibile, così come nel “patient empowerment” della salute e del benessere; e, naturalmente, nel design, nella moda, nell'eno-gastronomia sempre più ispirati alla sostenibilità generata dalla creatività.

Faremo vedere come per noi italiani questo sistema integrato di competenze creative rappresenti uno storico modello modernizzante e innovativo che si ripete e si rinnova dal Rinascimento ad oggi in un contesto olistico di ideazione, linguaggi, paesaggi che dalla fabbrica si espande ogni giorno all'ambiente, ai laboratori di ricerca e alle start up, alle sperimentazioni artistiche, sempre nutrito da nuove conoscenze, nuovi mestieri e nuove imprenditorialità.

Expo 2020 Dubai è in questo senso, per l'Italia, un'occasione straordinaria di utilizzare una “piattaforma olistica” quale è, appunto, un mega-evento esperienziale che costituisce oggi il migliore strumento innovativo di comunicazione e promozione, attivando su larghissima scala processi di *branding*, di *selling*, di *marketing relazionale* per la creazione di un sistema integrato di gestione delle relazioni e delle alleanze (*customer relationship management*).

Un evento, quello di Expo 2020 Dubai, che nei documenti del Governo italiano è definito “il più importante appuntamento promozionale dei prossimi anni per il nostro Sistema Paese”.

Sono, infatti, attese significative ricadute economiche da questa nostra partecipazione a Expo 2020 Dubai: la School of Management del Politecnico di Milano le stima in 1,6 miliardi di Euro ogni anno nei 5 anni che seguiranno alla prossima Esposizione Universale, tra aumento dell'export, crescita dei flussi turistici verso l'Italia e maggiore attrazione di investimenti esteri diretti da quell'area del Mondo.

Tra agli aspetti economicamente misurabili di questa *value proposition* in una Italia storicamente legata ad un modello partecipativo del proprio sviluppo, la presenza di un sistema-Paese a un mega-evento come un Expo confermerà l'importanza strategica della filiera culturale che genera 265 miliardi di Euro di ricchezza, il 6,1% del Pil, con un effetto moltiplicatore nel resto dell'economia: 1,8 Euro di reddito per ogni Euro prodotto dalla cultura e dalla creatività. Le

imprese creative e culturali sono infatti tra le più “generose” per l’economia in generale poiché estendono il loro valore oltre il proprio perimetro, verso il turismo, il commercio, l’artigianato, l’agricoltura.

Ma al di là delle ricadute tangibili, la *Creatività* italiana avrà prima di tutto una ricaduta di valenza socio-culturale, riconducibile alla vicinanza e alla collaborazione con gli Emirati Arabi Uniti, con i paesi del Consiglio del Golfo, a cominciare dall’Arabia Saudita, e con molti altri paesi dell’area Me.Na.Sa. partecipanti all’evento.

Nel caso della partecipazione italiana a Expo Dubai 2020, in particolare, il progetto in avanzata fase di realizzazione evidenzia due profili di ricadute socio-culturali, la prima incentrata sul sistema dell’Università e della formazione, e la seconda incentrata sulla collaborazione scientifico-tecnologica.

Stile italiano, sapere e saper fare italiani, creatività italiana: con questo modello di nuovo umanesimo dell’innovazione e della sostenibilità andiamo a Dubai alla fine di un lungo percorso iniziato nel 2015 a Milano, alla prima Esposizione Universale del mondo arabo, un evento davvero unico che sarà visitato e partecipato in larga misura da milioni di giovani e giovanissimi provenienti dalla Cina e dall’intero Sud Est asiatico, dai 21 paesi rivieraschi dell’Oceano Indiano e dall’Africa nera settentrionale, dall’area del Magreb e del Mediterraneo “allargato”.

A questi Millennials e alla Generazione “Z” che insieme rappresentano il target più significativo di Expo 2020 Dubai, e che già oggi costituiscono quasi un terzo della popolazione mondiale, la maggiore quota di spesa per consumi e la più prorompente domanda educativa e formativa, porteremo il linguaggio - questa è la sfida che ci siamo dati – fatto di voci e volti dell’Italia capace di dialogare e connettersi con un Mondo sempre più interculturale, portatore di una naturale predisposizione alla condivisione e alla collaborazione, ispirato al valore delle relazioni tra culture diverse, alla condivisione spontanea delle esperienze individuali, all’etica della reciprocità e della solidarietà.

Cooperare per competere e crescere. Qualcuno ha parlato di una nuova “etica dell’innovazione”.

Ebbene, il nostro progetto è di dare innumerevoli dimostrazioni della straordinaria ricchezza della biodiversità creativa e culturale italiana per “raccontare” un modello collaborativo che dal *Made in Italy* – il terzo marchio più noto al Mondo dopo Coca-Cola e Visa - si è progressivamente proposto come *Made with Italy* e che oggi si afferma come modello vincente di *Created with Italy*.

Quando, un anno e mezzo addietro, abbiamo dato il via a questo progetto, ci è parso di dover declinare il tema *Connecting Minds, Creating the Future* con la forza delle discipline umanistiche nel guidare l'innovazione e la sostenibilità che sta nelle nostre capacità creative, di *problem solving*, legate alla comprensione e decodifica delle complessità nel Mondo in cui viviamo.

Una complessità che per l'Italia costituisce un prezioso arricchimento mentre ovunque si afferma il concetto del coinvolgimento e della partecipazione, nel turismo post-culturale come, nei laboratori, nei festival, nello shopping.

Una strategia olistica, la nostra per Expo 2020 Dubai, che si ispira all'enorme valore della bellezza, della cultura e dell'*heritage* dell'Italia. Valori con una tale densità simbolica da diventare paradigmatici del nostro tempo.

Questo nuovo potente *softpower* italiano verrà da noi proposto, discusso, messo in scena per famiglie, studenti, formatori, ricercatori, imprenditori, artisti dell'area del Mondo che nei prossimi 20 anni registrerà un vero e proprio boom demografico, il più alto tasso di crescita economica legato alla formazione di un'intera nuova classe media di consumatori, un'imponente domanda educativa e formativa, ma anche la più seria crisi ambientale attesa per la scarsità di risorse idriche e per gli impatti più drammatici dovuti all'innalzamento delle acque marine.

Ho parlato di linguaggi e modelli esperienziali capaci di generare valore condiviso, quindi accessibili indipendentemente da età, genere, condizione sociale, religione e nazionalità. Linguaggi e modelli che prenderanno il posto dei "modelli della sostenibilità" agricola, alimentare e ambientale che avevano dominato l'Expo del 2015 a Milano.

La nostra partecipazione sarà improntata al forte contributo che l'Italia – l'Italia mediterranea, "terra di mezzo" da sempre connessa alle nazioni e alle genti che confluiranno su Expo 2020 Dubai – può e potrà dare in diplomazia culturale, diplomazia economica, diplomazia scientifica e diplomazia educativa.

Abbiamo lavorato, e continueremo a farlo, con oltre 30 partners istituzionali, 60 università, molti centri di ricerca, decine di imprese piccole e grandi, innumerevoli enti e associazioni artistiche e culturali, con le grandi organizzazioni sportive per realizzare un Padiglione non espositivo, ma dimostrativo e addirittura narrativo della Creatività che entra nell'innovazione e nella sostenibilità, un "Innovation Hub" – anzi, vorrei dire, un "Contamination Lab" - che diventi per 6 mesi una piattaforma di "Open Innovation" per sperimentare forme di collaborazione e imprenditorialità, opportunità e servizi per le persone, ove si possa accedere alle competenze, ai talenti e agli ingegni che oggi possono interagire tra loro.