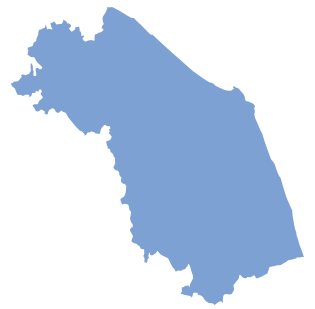




ECONOMIA & LAVORO



SUPPLEMENTO AL NUMERO ODIERNO DI **IL GIORNO** *il Resto del Carlino* **LA NAZIONE**

CAMERA DI COMMERCIO

LE IMPRESE MARCHIGIANE FANNO SQUADRA



Il recupero dell'export fa ben sperare il presidente Gino Sabatini (nella foto): «È l'elemento che può sostenere la ripresa»
- Servizio a pag. 7

INNOVAZIONE

Floema Panels, l'innovazione a Padiglione Italia

Floema Panels porta al Padiglione Italia di Expo Dubai i pannelli fonoassorbenti che stanno cambiando il mondo dell'arredo
- Servizio a pag. 16

NAUTICA

YACHT DA PIL NEL CANTIERE DELLE MARCHE



La cantieristica di lusso è uno dei fiori all'occhiello della regione, Cantiere delle Marche è un testimone di eccellenza
- Servizio a pag. 15



EXPO DUBAI

«LE MARCHE DEL SAPER FARE»

FRANCESCO ACQUAROLI, presidente delle Marche: «Raccontiamo al mondo le nostre migliori esperienze, dall'industria all'artigianato e all'enogastronomia»
- **Luminati** alle pagine **2 e 3**

IMPRESE

Orciani, Axilog, I-Mesh e Acanto Sfila il made in...

L'eco-logistica di Axilog, lo stile Orciani, i racconti multimediali di Acanto, i tessuti hi tech di I-Mesh: sfila il made in Marche
- da pag 11 a pag 23

UNIVERSITÀ

LA POLITECNICA IN MISSIONE PER ISCRIVERE TALENTI



Il rettore Gian Luca Gregori (nella foto) spiega la partecipazione dell'ateneo all'evento di Dubai: «L'Expo è un obiettivo per dire che vogliamo uscire dai nostri confini. Partiamo da Dubai per far venire studenti internazionali»
- Servizio a pag. 9

BIO & FOOD

4.000

L'innovazione svolge un ruolo fondamentale per costruire il Distretto biologico unico delle Marche, regione che si definisce la culla del biologico italiano con 4.000 agricoltori dedicati
- **Bellagamba** a pag. 11

AGROECONOMY

CAMPOFILONE, MACCHERONCINI DA PREMIO OSCAR

I maccheroncini di Campofilone sono tra i protagonisti delle immagini delle Marche volute dal premio Oscar, Gabriele Salvatore, per raccontare la regione a Expo Dubai. Simbolo di una lunga tradizione portata avanti da Spinosi
- Servizio a pag. 21

Expo Dubai

Primo piano

A FEBBRAIO

SEI GIORNI DI INCONTRI
E NUOVE OPPORTUNITÀ

Dal 20 al 26 febbraio 2022, nel Padiglione Italia sarà la 'Settimana delle Marche', con

una delegazione istituzionale, le imprese e le Università marchigiane presenti per promuovere progettualità innovative, nuove opportunità commerciali, di collaborazione industriale e di investimento, con partner internazionali.



FRANCESCO ACQUAROLI, PRESIDENTE DELLA REGIONE: «AGRICOLTURA, BIODIVERSITÀ FORMAZIONE, TURISMO E PRODUZIONE: SARÀ UNA OCCASIONE DI RILANCIO COMPLESSIVO»

di **Luigi Luminati**

«A DUBAI LE MARCHE MOSTRANO AL MONDO COMPETENZE, PASSIONE E QUALITÀ DELLA VITA»

IL 20 FEBBRAIO 2022 la Regione Marche celebrerà la sua giornata 'dedicata' sullo straordinario palcoscenico dell'Esposizione Universale di Dubai 2020 dal titolo «Connettere le menti, creare il futuro». L'evento si avvicina a grandi passi e la macchina organizzativa è al lavoro per presentare al meglio tutta l'eccellenza, la creatività e l'innovazione del Made in Marche agli oltre 190 Paesi partecipanti.

Presidente Francesco Acquaroli, cosa significa l'Expo di Dubai per le Marche?

«L'Expo di Dubai è una opportunità straordinaria, in questa difficile fase segnata dalla pandemia, per il rilancio economico, turistico e sociale ma anche complessivo dell'immagine di questa regione – dice il presidente delle Marche – e per la riscoperta dell'orgoglio marchigiano. Dobbiamo tornare a competere in quelle sfide che sono proprie di una terra dinamica e intraprendente come la nostra, che come spesso mi piace ricordare può raccontare tante storie grandiose di chi, partendo da un laboratorio ha saputo affermarsi sui grandi mercati mondiali. E oggi più che mai, in un periodo storico nel quale tutto il pianeta sta affrontando la ripresa dalla pandemia, sicuramente l'Expo Dubai 2020 viene visto come un evento che potrà essere un'occasione di rilancio delle relazioni internazionali e degli scambi culturali e dei rapporti economici».

Quali sono i temi affidati alle Marche?

«La nostra partecipazione si concentrerà nel periodo dedicato a cibo, agricoltura e mezzi di sussistenza, tre temi prioritari per il nostro territorio, che vanta una decisa vocazione alle coltivazioni biologiche, all'enogastronomia e più in generale alla qualità della vita e alla biodiversità. Aspetti questi, che ne fanno anche una meta turistica attrattiva e con enormi potenzialità ancora da esplorare al di là della classica stagione estiva balneare».

Come si articolerà la presenza marchigiana a Dubai?

«Durante la settimana dal 20 al 26 febbraio 2022, una delegazione istituzionale accompagnerà le nostre imprese e l'Università per valorizzare le loro progettualità innovative, per favorire nuove opportunità commerciali, di collaborazione industriale e di investimento, di incontro e di business con partner internazionali. Saremo inoltre presenti anche in quasi tutte le settimane tematiche, avendo ricevuto numerose manifestazioni di interesse sui diversi aspetti legati al rispetto degli equilibri climatici, alla biodiversità, alla gestione delle risorse idriche, allo sviluppo urbano e rurale, ai trasporti e alla connettività, alla conoscenza e alla formazione, alla salute e al benessere, alle sfide sociali».

IL BANDO

«Uno strumento per le imprese che volevano promuovere eventi e iniziative per valorizzare sui mercati internazionali l'azienda stessa e tutta la filiera regionale»

100

METRI QUADRI

Il grande schermo che dentro il Belvedere, nel Padiglione Italia, mostrerà il video «Monografia Regionale» nella settimana dal 20 al 26 febbraio. «Farà vedere ai visitatori il meglio della nostra manifattura – spiega il presidente Acquaroli –. Le trasformazioni dei prodotti del grano, le lavorazioni artigianali, la sapiente manipolazione dei pellami e le tecnologie avveniristiche della cantieristica del lusso, che sono solo alcune delle nostre eccellenze produttive, mostreranno al visitatore il nostro Saper fare»

IL VIDEO DI SALVATORES

SAPERI ANTICHI E INNOVAZIONE

La lavorazione artigianale della pelle, quella tramandata di generazione in generazione

della pasta all'uovo e l'avanguardia dei cantieri nautici dove prendono forma yacht tra i più prestigiosi al mondo: sono questi i frame delle eccellenze del 'Saper Fare' della Regione Marche, immortalati dalle riprese del

premio Oscar Gabriele Salvatores: «Ho voluto raccontare le diverse culture delle Regioni attraverso il lavoro, il Saper Fare delle persone normali: quello che giorno per giorno viene fatto», ha spiegato il regista.



La Regione Marche nei mesi scorsi ha attuato un bando per sostenere la partecipazione delle imprese ad Expo Dubai.

«Sì, abbiamo voluto offrire uno strumento alle imprese che volevano aderire e proporre progettualità per la realizzazione di eventi e iniziative volte a promuovere l'impresa stessa, la filiera regionale, l'aggregazione di appartenenza verso i mercati internazionali e, dunque, in generale, le Marche, nei confronti di operatori specializzati esteri al fine di sostenere ed espandere le opportunità commerciali, di collaborazione industriale e di investimento. Gli eventi dovranno essere realizzati negli Emirati Arabi Uniti, all'interno dell'area Expo, qualora possibile, o nell'area esterna possibilmente in prossimità del Padiglione Italia, e a ridosso della Settimana delle Marche. Riteniamo che attraverso le nostre migliori esperienze possiamo raccontare al mondo quello che sappiamo fare e il ruolo delle istituzioni deve essere anche quello di favorire questo genere di iniziative».

Chi visiterà il Padiglione Italia troverà anche la presenza marchigiana?

«Certo tra le 15 Regioni presenti nel Padiglione Italia ovviamente ci siamo anche noi. Il tema è «La Bellezza unisce le Persone» e la Regione Marche partecipa portando le sue ricchezze culturali, paesaggistiche e storiche, oltre alle tradizioni e alla capacità di innovare. Il racconto delle Marche si dipanerà anche attraverso le immagini riprese dalla troupe del regista premio Oscar Gabriele Salvatores (a destra nella foto in alto; a sinistra, il castello di Urbino, ndr). Una serie di contenuti altamente scenografici e d'impatto saranno visibili in due diverse sezioni del percorso del Padiglione Italia durante il semestre espositivo. L'area Belvedere con alcune panoramiche molto rappresentative delle Marche, proiettate a 360 gradi in una realtà immersiva molto suggestiva, e la sezione Saper Fare con il video «Monografia Regionale» che sarà visibile nella settimana dal 20 al 26 febbraio e sarà raccontato su uno schermo di 100 metri quadrati capace di mostrare al visitatore il meglio della nostra manifattura. Le trasformazioni dei prodotti del grano, le lavorazioni artigianali, la sapiente manipolazione dei pellami e le tecnologie avveniristiche della cantieristica del lusso, che sono solo alcune delle nostre eccellenze produttive, mostreranno al visitatore il nostro "Saper fare"».

UNA REGIONE ATTRATTIVA A 360 GRADI

«Le Marche sono tante cose belle tutte insieme – dice il presidente Acquaroli – i nostri territori sono tutti ancora da scoprire»

190

I paesi a Expo Dubai: «Raccontiamo raccontare un modello di sviluppo che coniuga tradizione e innovazione, genio creativo e sapienza artigiana»



Ci sarà anche uno spazio dedicato al turismo?

«Le Marche hanno la grande possibilità di poter attrarre visitatori su molteplici filoni e grazie a innumerevoli tipologie di turismo. Sicuramente mostrare al mondo la nostra capacità produttiva, manifatturiera, enogastronomica è il primo modo per raccontare chi siamo e cosa sappiamo fare. All'interno della settimana dedicata alle Marche

ASPETTI DA VALORIZZARE

«Ambiente, cibo, borghi e natura: abbiamo la grande possibilità di attrarre visitatori su molti filoni grazie a innumerevoli tipologie di turismo sul nostro territorio»

avremo la possibilità di parlare del turismo legato alla qualità della vita, all'ambiente, al cibo, alle nostre imprese, alle nostre città e ai tantissimi borghi che rappresentano, anche per il visitatore straniero, un attrattore per un turismo esperienziale e a contatto con la natura».

Quale messaggio vogliono lanciare le Marche da Dubai?

«Vogliamo raccontare un modello di sviluppo in grado di coniugare tradizione e innovazione, genio creativo e sapienza artigiana, qualità di vita e tutela dell'ambiente salvaguardando e valorizzando allo stesso tempo la bellezza e l'attrattività dei nostri territori che sono ancora tutti da scoprire. Le Marche sono tante cose belle tutte insieme».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Expo Dubai Focus Marche



AL PADIGLIONE ITALIA

Forum Internazionali realizzati in collaborazione con le Università, diversi Italian Dialog, e un co-creation Lab tra le iniziative a cui partecipano le Marche



LE ECCELLENZE DELLA REGIONE PROTAGONISTE DELLA RASSEGNA EMIRATINA, PUNTANDO SUI NUOVI TURISTI

di **Vittorio Bellagamba**

BELLEZZA E SAPER FARE MOTORI DEL PIL TRA GUSTO E INDUSTRIA

L'EXPO DI DUBAI rappresenta una grande opportunità per le aziende marchigiane. Una vetrina particolarmente importante per i settori che contraddistinguono il sistema economico marchigiano. La rassegna mondiale, infatti, darà la possibilità di trasformare i tratti distintivi delle aziende marchigiane in veri e propri vantaggi competitivi necessari a conquistare nuove fette del mercato internazionale. L'Expo Dubai 2020, dal tema «Connettere le menti, creare il futuro vede la partecipazione di 190 Paesi del mondo. La Regione Marche partecipa ad Expo Dubai 2020 portando le sue ricchezze culturali, paesaggistiche e storiche, oltre alle proprie tradizioni e capacità di innovare, nel Padiglione Italia che ha come tema «La Bellezza unisce le Persone». Il racconto delle Marche, attraverso le immagini riprese dalla troupe del regista premio Oscar Gabriele Salvatores, prevede una serie di contenuti altamente scenografici e d'impatto che saranno visibili in due diverse sezioni del percorso del Padiglione Italia: il Belvedere, con proiezioni a 360 gradi di alcuni dei paesaggi e dei luoghi più suggestivi della Regione (Urbino, le Grotte di Frasassi e Ascoli Piceno), e il 'Saper Fare' italiano, raccontato su uno schermo di 100 metri quadrati e capace di mostrare al visitatore il meglio delle 'artigiane', dell'agroalimentare, della meccanica, del design e dell'esercizio delle tecnologie più sofisticate.

Tra gli elementi caratterizzanti della presenza delle Marche a Expo Dubai figura il comparto agrofood. In regione, secondo i dati diffusi dalla Camera di Commercio delle Marche presieduta da Gino Sabatini, le aziende del settore agroalimentare sono, nel 2021, complessivamente 27.008 che danno lavoro complessivamente a 35.541 addetti. In aumento anche le esportazioni. Il trend di crescita

«UNA GRANDE OPPORTUNITÀ»

Massimiliano Polacco (a destra) Componente di giunta di Camera Marche con delega al turismo e direttore Confcommercio Marche Centrali: «Expo sarà una grande vetrina»



registrato alla fine del primo trimestre 2021 è stato al 10% con un ammontare complessivo pari a 103,1 milioni di euro. Massimiliano Polacco Componente di giunta di Camera Marche con delega al turismo e direttore Confcommercio Marche Centrali in merito alle iniziative previste a Dubai ci ha detto: «Expo sarà una grande vetrina, la più importante direi. Il collegamento tra le Marche e Dubai c'è già, economicamente, ed è forte. Sarà una grande opportunità». La tradizione enogastronomica della nostra regione è riconosciuta e apprezzata a livello internazionale? «Da pochi giorni siamo saliti nell'olimpo dei mega chef, siamo la regione con più stelle Michelin per numero abitanti dopo l'ascesa di Porto San Giorgio. La ristorazione è vetrina anche dell'eccellenza delle materie di prim'ordine che il territorio vanta e che hanno bisogno di promozione. L'enogastronomia è uno degli elementi della promozione turistica della rete dei borghi».

La presenza in Padiglione Italia della Regione Marche non sarà solo attraverso la monografica, cadrà, in parte, durante la settimana tematica che EXPO ha dedicato al «Food, Agriculture & Livelihoods», ma anche attraverso un denso programma di iniziative (Forum Internazionali realizzati in collaborazione con le Università; diversi Italian Dialog, un co-creation Lab) che andranno ad arricchire il palinsesto di Padiglione Italia. L'Expo di Dubai rappresenta un'opportunità importante anche per il sistema turistico e analizzando l'andamento del settore Massimiliano Polacco ha aggiunto: «Dopo un'ottima, necessaria, estate, che ci ha visto tra le regioni migliori in Italia e ci ha dato ossigeno, ora si lavora per impostare nuovo piano promozionale con Regione Marche e associazioni di categoria puntando su percorsi esteri di prossimità, a Germania e Paese Bassi, Olanda e Belgio, e mettiamo in cantiere la riconquista del segmento extra europeo».

Durante la settimana di Expo dal 20 al 26 febbraio 2022, le imprese marchigiane saranno protagoniste di eventi di promozione a Dubai. Con un bando la Regione Marche ha inteso supportare la realizzazione di proposte progettuali con ricadute internazionali presentate dalle imprese regionali volte a promuovere l'impresa stessa, la filiera regionale, l'aggregazione di appartenenza verso i mercati esteri in occasione della settimana delle Marche al fine di sostenere ed espandere le opportunità commerciali, di collaborazione industriale e di investimento.

Expo Dubai

Focus Marche

LA SCHEDA

EXPORT, PREVISIONI COLOR ROSA

«Abbiamo fondate e autorevoli segnalazioni – ha detto Mirco Carloni (nella foto) – che



l'export marchigiano, nel terzo trimestre 2021, sia cresciuto del 20% sul pari periodo dell'anno precedente, con una chiusura dell'anno proiettata verso un incremento dell'8% del Pil regionale, addirittura sopra la media nazionale».

MIRCO CARLONI, VICE PRESIDENTE DELLA REGIONE MARCHE E ASSESSORE ALL'AGRICOLTURA: NELL'AREA DEL MEDIO ORIENTE SONO MOLTO INTERESSATI ALLE NOSTRE REALTÀ»

«AGRI-FOOD, INNOVAZIONE E MADE IN ITALY: SIAMO TERRA DI ECCELLENZE»

LE MARCHE si presentano all'Expo di Dubai con la forza di un sistema che vede coinvolti gli enti istituzionali e le aziende. Mirco Carloni vice presidente della Regione Marche e assessore all'agricoltura in proposito ci ha detto: «Abbiamo voluto affrontare questo importante evento con un'azione preparatoria estremamente mirata che ha visto coinvolti oltre alla Regione Marche, anche la Camera di Commercio delle Marche, le Università e soprattutto le aziende. Gli enti istituzionali non si sono sostituiti agli imprenditori, ma hanno provveduto a creare i presupposti per ottimizzare al meglio la loro partecipazione. In sintesi il nostro ruolo, condiviso con le imprese, è stato quello di diventare un volano per la nascita o lo sviluppo di opportunità di crescita delle aziende in quell'area».

Ha messo in moto una macchina organizzativa particolarmente complessa?

«Il nostro obiettivo principale è stato quello di studiare attentamente quelle che sono gli interessi degli operatori di quell'area. Dalle nostre analisi sono emersi indicazioni molto importanti».

Ovvero?

«In quell'area sono particolarmente interessati

all'innovazione, alle nostre eccellenze dell'agri-food e a tutte le realtà che caratterizzano il nostro sistema distrettuale che trae il proprio successo dalla riconoscibilità del Made in Italy».

Il riscontro con il sistema delle aziende è stato positivo?

«Certamente basti vedere quelle che hanno risposto al bando che abbiamo emesso nei mesi scorsi. A fronte di un investimento complessivo da parte delle imprese pari a 1.154.914,07 euro il nostro contributo è stato di 650.000,00 euro. Hanno partecipato a questo bando proprio le aziende che hanno richiesto gli operatori di quel territorio. Personalmente ho avuto conferma di ciò alla fine del mese di novembre quando mi sono recato a Dubai e ho partecipato ad una serie di confronti con gli organizzatori dell'evento ma soprattutto con i rappresentanti della Camera di Commercio che è il nostro importante interlocutore in questa fase. Proprio dal colloquio con il presidente dell'ente camerale di Dubai Sultan Bin Al Mansouiri ho avuto la conferma che le aziende delle Marche che partecipano all'evento sono appartenenti ai settori che maggiormente interessano alle imprese di quell'area. Le Marche sono una regione particolarmente attiva per la ricerca e l'innovazione e anche quelle legate all'agri-food possono avere enormi potenzialità di migliorare la propria penetrazione nei mercati di quella zona. Lo stesso discorso vale per le imprese del sistema moda e del design. E proprio dalle nostre analisi è emerso come nel sud est asiatico a cavallo tra l'oriente e i paesi arabi si registra una crescita dei consumi molto elevata».

Avete creato anche un apposito brand per l'occasione?

«Abbiamo pensato di fare un marchio per avere una comunicazione coordinata alla nostra iniziativa. In questo modo le istituzioni ma soprattutto le aziende avranno la possibilità di muoversi facendo sempre più rete tra loro anche con un elemento grafico che può rappresentare questo obiettivo».

POTENZIALITÀ

«Le Marche sono una regione particolarmente attiva, le nostre aziende possono migliorare la propria penetrazione nei mercati di quella zona»

vo. A Dubai le aziende che parteciperanno avranno la possibilità di sfruttare le opportunità nella comunione che abbiamo creato noi e in tale contesto il marchio creato è estremamente strategico».

Ci può spiegare questo marchio?

«Il nuovo marchio serve a comunicare ed esaltare il concetto di un territorio ricco di Aziende «eccellenti» in tanti settori, dell'artigianalità, del food, del fashion, del design a livello mondiale. Di conseguenza il simbolo stilizzato abbinato, vuole sottolineare e ribadire la vocazione dei brand marchigiani all'export e all'internazionalizzazione, coadiuvati e sostenuti in questa particolare occasione da «MARCHE/ Land of Excellence».

Vittorio Bellagamba

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**L'ASSETTA
TRA REGIONE
ED EMIRATI**

Mirco Carloni, vice presidente della Regione Marche e assessore all'Agricoltura, ha incontrato il presidente dell'ente camerale di Dubai Sultan Bin Al Mansouiri



REGIONE
MARCHE 

MARCHE, PRONTI A FARTI EMOZIONARE



CAMERA DI COMMERCIO
DELLE MARCHE

L'Europa con noi
PER RIPARTIRE



REGIONE
MARCHE 

www.europa.marche.it

www.turismo.marche.it
#destinazionemarche

Expo Dubai Focus Marche

LA SCHEDA

PROSSIMO OBIETTIVO L'INTERNATIONAL BOAT

Il prossimo obiettivo è Dubai con l'International boat nel 2022 dall'8 al 12 marzo. La



Camera di commercio unica delle Marche «sta lavorando – per la fattibilità, uno sviluppo importante per il sottopiede della nautica ma anche per l'interazione con il mobile e la meccanica che c'è nella nautica».

GINO SABATINI, PRESIDENTE DELLA CAMERA DI COMMERCIO DELLE MARCHE: LE NOSTRE IMPRESE SONO PRONTE

di Luigi Luminati

«OPPORTUNITÀ STRATEGICA, LA NOSTRA FORZA È STARE ASSIEME»



LE MARCHE si preparano a partecipare a Expo Dubai per l'appuntamento di febbraio 2022. Un appuntamento importante anche per la Camera di Commercio. «Le imprese marchigiane non mollano e lottano ogni giorno per continuare a investire sul futuro e sul presente – ha detto il presidente della Camera di Commercio Gino Sabatini –. Le nostre imprese saranno sicuramente pronte in vista dell'EXPO21, la forza sta nello stare insieme e nel sapersi presentare insieme. Le aziende marchigiane sono perfettamente in grado di fare di questa occasione una opportunità strategica». Il recupero dei dati dell'export fanno ben sperare dopo la fase attuale del ritorno della pandemia. «I dati aggiornati al terzo trimestre confermano – dice Gino Sabatini – che l'economia delle Marche è aperta ai mercati esteri e sa di doverlo essere sempre di più perché l'export è l'elemento che maggiormente può spostare questa fase congiunturale da semplice rimbalzo a solida e continuativa ripresa».

La capacità di essere protagonista sul fronte export conferma una predisposizione delle aziende marchigiane a guardare lontano dal proprio orticello?

«C'è una predisposizione ad approcciare i mercati esteri, ma dobbiamo anche fare i conti con un sistema infrastrutturale – materiale e immateriale – ancora molto debole e le cui inefficienze minano la competitività delle aziende e dell'intero territorio regionale. La situazione su questo fronte è drammatica».

Di cosa c'è bisogno per tenere alta questa attività di esportazione?

«Come Camera di Commercio delle Marche, grazie al contributo che arriva dai rappresentanti delle associazioni di categoria, abbiamo ben chiaro lo stato dell'arte delle opere necessarie: questo ci consente di indicare le priorità e le azioni – afferma il presidente della camera di commercio delle Marche – che riteniamo necessarie o possibili e di agire di concerto con la Regione Marche sui tavoli nazionali. L'obiettivo è far partire e realizzare velocemente quel percorso condiviso che dia al sistema economico marchigiano adeguati livelli di competitività».

Qual è lo scenario che dobbiamo aspettarci?

«La situazione deve e può migliorare, tanto più quando si delineano significative possibilità di fi-

34

Nel 2018 le esportazioni negli Emirati Arabi consistevano in 29 milioni, che salivano a 34 nel 2019. Un mercato molto importante per il sistema Marche

LE TRE AZIENDE SPECIALI

La Camera di Commercio delle Marche ha organizzato un incontro a Dubai in collaborazione con le tre Aziende Speciali dell'ente camerale dedicate ai settori di Mobile/Meccanica (Tecne), Moda e Calzatura (Linea), Agroalimentare (Linfa)

nanziamenti legati al PNRR, al fondo complementare per il sisma, ai fondi strutturali europei 2021-2027, che richiedono anche una progettualità convincente che, oltre alle opere fisiche, dovrà puntare a quelle digitali, che rappresentano un altro grave punto di debolezza del nostro sistema». **L'iniziativa dell'Expo Dubai può aprire anche una nuova fase, oltre che mercati in parte da scoprire per le imprese marchigiane.**

«Non c'è alcun dubbio che Expo Dubai rappresenti una straordinaria possibilità – conclude il presidente Gino Sabatini – per le imprese marchigiane di aprirsi a mercati nuovi: è un trampolino per la ripartenza del made-in-Marche, ma presentarsi in forma isolata credo significhi sprecare risorse e non raggiungere alcun obiettivo. Per questa ragione, Camera di Commercio e Regione Marche hanno progettato e finanziato un percorso di sistema, che fa della qualità e della sostenibilità le proprie stelle polari, una sorta di 'missione del bello e del ben fatto' dentro la quale potranno muoversi in maniera coordinata le imprese della nostra regione».

Nel frattempo la Camera di Commercio delle Marche ha partecipato anche dal 12 al 15 settembre 2021 alla Big Five, grandissima fiera del settore della meccanica, legata soprattutto al settore dell'edilizia. «È stata la prima fiera in presenza e non è stato certo facile partecipare – dice Moreno Bordini (sotto), responsabile di Tecne, azienda speciale mobili e meccanica della Camera di Commercio –; eppure abbiamo avuto 7-8 aziende marchigiane che sono venute a Dubai, per quella che è stata nei fatti la prima grande fiera internaziona-



IL RILANCIO

«Non c'è alcun dubbio che Expo Dubai rappresenti una straordinaria possibilità, è un trampolino per la ripartenza del made in Marche»

le, con tanta voglia di ripartire». Le aziende marchigiane sono rimaste contente dell'occasione e la visita a Dubai era come una ripartenza, una nuova era, che la Camera di Commercio speriamo di continuare con la missione a Dubai in occasione di un salone nautico importante. «Il tutto sulla spinta di quello che è stata la nostra presenza ad Amsterdam – dice Moreno Bordini – che ha visto 18 aziende marchigiane della subfortnatura nautica al Metstrade, che è il più grande salone della fornitura nautica al mondo. Sette aziende hanno partecipato nello stand che abbiamo preso noi con la Regione abbiamo ospitato queste aziende che non erano presenti al notissimo B2B olandese del settore della nautica».

Il prossimo obiettivo è Dubai con l'International boat nel 2022 dall'8 al 12 marzo. «Stiamo lavorando per la fattibilità, uno sviluppo importante per il sottopiede della nautica ma anche per l'interazione con il mobile e la meccanica che c'è nella nautica. Una collaborazione fondamentale – conclude Bordini – all'interno dell'accordo tra regione e camera di commercio per iniziative specifiche». L'assessore regionale allo Sviluppo Economico Mirco Carloni spiega così cosa accadrà con l'Expo a Dubai: «La giunta regionale ha appena approvato la delibera per definire il periodo di nostro interesse che sarà quello del 21-26 febbraio 2022 – quella legata al food e all'agricoltura – come settimana di partecipazione istituzionale. Volevamo creare un fuori Expo con una settimana dedicata alle Marche, stiamo lavorando anche alle relazioni istituzionali. Vogliamo giocare una partita da protagonisti. La filiera regionale è completa su tanti settori, ma dobbiamo sanare la frammentazione che ci ha sempre indebolito. Evitare la frammentazione e l'immagine di una regione fatta di tante piccole eccellenze che non fanno rete».

Expo Dubai

Focus Marche

LA SCHEDA

ATENEIO IN MISSIONE PER LA SOSTENIBILITÀ

Con la Missione Sostenibilità la Politecnica ha fatto il punto sulle numerose attività che



vedono l'Ateneo coinvolto. Nel 2020 l'Ateneo ha stanziato 2.000.000 di euro per sostenere le attività scientifiche soprattutto dei giovani, e 20 progetti sono stati finanziati nell'ambito di Horizon 2020.

IL RETTORE GIAN LUCA GREGORI: «L'EXPO È UN OBIETTIVO PER DIRE CHE VOGLIAMO USCIRE DAI NOSTRI CONFINI»

di Luigi Luminati

«LA POLITECNICA IN PRIMA FILA PER ATTIRARE STUDENTI INTERNAZIONALI»

C'È ANCHE L'UNIVERSITÀ POLITECNICA delle Marche nella partecipazione organizzata dalla Regione Marche all'Expo di Dubai. Il magnifico rettore Gian Luca Gregori non nasconde l'importanza di questa scelta per l'ateneo dorico. «Per noi l'Expo di Dubai è un obiettivo reale di internazionalizzazione. Serve per dire chiaramente – sottolinea Gian Luca Gregori (nella foto) – che la Politecnica delle Marche vuole uscire dai suoi tradizionali confini, creare una maggiore attrattiva per realizzare un reale processo capace di rendere il nostro ateneo una porta per gli studenti che scelgono l'Italia. Le capacità utilizzate – racconta il Rettore – a livello domestico vanno allargate sullo scenario internazionale. Partiamo da Dubai per far venire studenti internazionali. Noi abbiamo bellezza e cultura, che non esistono, a questi livelli, in molti posti. Ma poi bisogna essere attrattivi in vari modi».

In concreto?

«Oltre ad offrire bellezza e cultura dobbiamo essere in grado di essere realmente attrattivi. Dobbiamo partire, ad esempio, dai corsi di inglese come sviluppo naturale per una strada da intraprendere con una certa velocità».

Mi pare di capire che è necessaria un'accoglienza integrata.

«Gli studenti di provenienza internazionale debbono scegliere la Politecnica per avere soprattutto

un'accoglienza integrata. Con iscrizione, servizi, vitto e alloggio. Dobbiamo essere capaci di offrire studi di alto livello, corsi che attirano e soprattutto essere in grado di superare la tradizionale concorrenza tra atenei marchigiani. Dubai va oltre il singolo evento e deve far parte di una strategia di internazionalizzazione molto più ampia. La nostra università ha certamente bisogno di una vetrina internazionale come Dubai, per presentare le nostre eccellenze. Il nostro Ateneo ha raggiunto il 290° posto a livello mondiale per la ricerca. Dobbiamo partire da lì, puntare su questo: non siamo certo una università sconosciuta».

Così volete presentare una serie di progetti concreti?

«Partiamo da caratteristiche territoriali e competenze individuali e collettive che servono per questo. Oltre che per sviluppare ancora meglio un ruolo internazionale della Politecnica».

La Politecnica delle Marche ha previsto di organizzare un workshop multidisciplinare nella settimana dal 20 al 26 febbraio sul tema «Food, Agriculture, and Livelihoods».

«Il workshop è curato dai docenti Univpm Gianluigi Mondaini, Maddalena Ferretti, Cristiano Luchetti del Corso di Laurea in Ingegneria Edile Architettura della Facoltà di Ingegneria con il contributo di Gruppi di ricerca delle aree di Agraria, Economia, Scienze in partnership con Heriot Watt University. Il tema è 'Oases in the desert' con un approccio multidisciplinare che ragiona sui rapporti territoriali: dall'agricoltura alla biologia, dall'economia fino ai beni agroalimentari. Essendo in grado di rigenerare il rapporto tra città e periferia. Questo tema coinvolgerà diversi colleghi nell'ambito del corso di laurea magistrale in management della sostenibilità».

Tra gli eventi previsti ci sarà 'Italian Dialog'.

«È organizzato dalla presidenza della Regione e punta ad evidenziare questo distretto biologico unico per le Marche che vuole lanciare tutta una filiera biologica. Sarò presente anche io nel ribadire l'importanza di una scelta biologica marchigiana, che ah già ottenuto ottimi risultati con Fileni Bio, strumento ed oggetto di grande comunicazione. L'idea della filiera è vincente, per avere prodotti biologici bisogna fare allevamento biologico. E

«SERVE UN'ACCOGLIENZA INTEGRATA»

«Dobbiamo essere capaci di offrire studi di alto livello, corsi che attirano e soprattutto superare la tradizionale concorrenza tra atenei marchigiani»

altrettanto importante mi sembra l'idea di lanciare un vino biologico. Il tema di aggregare le varie produzioni mi pare interessante ed importante».

Gli altri appuntamenti previsti sono «La città ideale del futuro: Nuovi paradigmi e nuovi codici di pratica» (24 febbraio 2022) e il Forum organizzato dall'impresa Hsign con la collaborazione dei docenti Marco D'Orazio (Pro Rettore Univpm) e Paolo Clini (Referente Univpm per la valorizzazione dei beni culturali). Inoltre c'è ancora un Forum dal titolo «Systemic innovations for digitally supported circular water management: from european r&d to widespread application», che dovrebbe coordinare il docente Francesco Fatone in collaborazione con la Khalifa University nella settimana dedicata al tema dell'acqua.



Expo Dubai Marche & Food



NUMERI

Circa 2.200 agricoltori si sono detti interessati a partecipare al distretto per una quota di superficie biologica superiore al 60% di quella regionale



REGIONE, ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E IMPRESE
HANNO SOTTOSCRITTO UN PATTO PER LA BIODIVERSITÀ

di **Vittorio Bellagamba**

«SAREMO IL DISTRETTO DEL BIOLOGICO PIÙ GRANDE D'EUROPA»

A EXPO DUBAI gli operatori attendono con grande interesse di conoscere le peculiarità dell'agri-food delle Marche. «Abbiamo fortemente voluto presentarci all'Expo di Dubai con il distretto biologico delle Marche – ha detto Mirco Carloni (in alto a destra) assessore all'agricoltura nonché vice presidente della Regione Marche – ed è per questo che abbiamo deciso di sottoscrivere lo Statuto del «Distretto Biologico Marche – La biodiversità che ci unisce – Società cooperativa. Un vero e proprio passaggio epocale per il nostro sistema agricolo nella sua interezza. In che senso? «All'Expo di Dubai è molto forte l'interesse per l'innovazione e quello nato nell'Aula Consiliare di Palazzo Leopardi è il Distretto biologico più grande d'Europa che vede coinvolti oltre alla Regione Marche anche gli altri sottoscrittori che sono: CIA, Coldiretti, Copagri, Confagricoltura, Legacoop, Confcooperative, AGCI. Nel nostro distretto un ruolo fondamentale è svolto proprio dall'innovazione tenendo conto le opportunità legate all'agricoltura 4.0 finalizzata proprio all'utilizzo dei sistemi che caratterizzano l'agricoltura tradizionale e grazie ad azioni di intervento più mirate e naturali permetto di garantire la salute di coloro che lavorano in campagna di migliorare la salubrità dei prodotti creando così un mix vincente per i prodotti, gli uomini e l'ambiente».

Alla firma dell'atto costitutivo era presente anche il presidente della Regione, Francesco Acquaroli che ha evidenziato: «Oggi è il passo fondamentale di una sfida per costruire il futuro, per segnare la capacità di essere all'avanguardia e di saper aggregare i territori con un obiettivo comune. È un traguardo ambizioso che ha visto la totale adesione e partecipazione dei soggetti coinvolti, i presupposti cioè per fare bene e costruire un futuro solido. Tengo molto a questo settore che è un'ec-

INNOVAZIONE PER LA NUOVA AGRICOLTURA

Un ruolo fondamentale per costruire il Distretto biologico unico è svolto proprio dall'innovazione tenendo conto le opportunità legate all'agricoltura 4.0



cellenza, orgoglioso che dalle Marche parta una sfida di avanguardia per l'Italia e oltre. Dobbiamo rallegrarci tutti ma anche sentirci responsabili tutti insieme per poter essere protagonisti di un nuovo futuro di sviluppo per le Marche». «Con questa formalizzazione – ha ricordato Mirco Carloni – le Marche rilanciano la tradizione dell'essere la culla del biologico italiano e scrivono una nuova pagina della storia dell'agricoltura marchigiana. La nostra regione vanta imprese in continua crescita e una solida filiera legata all'attività di trasformazione e vendita, dove in alcuni ambiti è leader in Italia. Oggi, con i nostri 4.000 agricoltori, siamo tra le regioni con la crescita più alta nel numero di operatori» Quindi Carloni ha ricordato l'iter che ha portato alla firma oggi dell'atto costitutivo: «un percorso cominciato a febbraio con l'approvazione da parte della Giunta dell'atto che ha definito i criteri per il riconoscimento dei distretti del cibo, tra i quali quello del biologico, requisiti che in questo caso hanno voluto favorire l'aggregazione dei tanti imprenditori e trasformatori che si occupano di agricoltura biologica».

Le organizzazioni di rappresentanza del mondo agricolo, le centrali cooperative e la Camera di Commercio della Marche hanno firmato il Patto per il biologico: un documento di intenti con i quali i sottoscrittori e la Regione Marche si sono impegnati a perseguire obiettivi comuni». Tra questi Incrementare la superficie agricola utile coltivata a biologico; potenziare la ricerca, la sperimentazione e la formazione nel settore; tutelare e valorizzare la biodiversità; estendere la certificazione del biologico fino alla tavola dei consumatori; ; promuovere le Marche come regione biologica con una elevata qualità della vita per accrescere la loro attrattività turistica. Circa 2200 agricoltori avevano manifestato l'interesse a partecipare al distretto per una quota di superficie biologica superiore al 60% di quella biologica regionale. Le imprese di trasformazione del prodotto biologico che hanno mandato la loro pre adesione rappresentano più di 100 milioni di fatturato, «il Distretto Biologico Unico delle Marche – come ha ribadito lo stesso vicepresidente - ha le potenzialità per divenire il bio distretto più grande d'Europa».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Expo Dubai Marche & Food

LA SPECIALITÀ MARCHIGIANA PROTAGONISTA NELLE
IMMAGINI DEL PREMIO OSCAR GABRIELE SALVATORES,
LA TRADIZIONE DEL PASTIFICIO SPINOSI

CIAK, SI GIRANO I MACCHERONCINI DI CAMPOFILONE



I MACCHERONCINI DI CAMPOFILONE, una delle specialità più prelibate della tradizione enogastronomica marchigiana, sarà tra i protagonisti dell'Expo di Dubai. Grazie alle immagini del regista premio Oscar Gabriele Salvatores. L'ambasciatore di questo prodotto nel mondo è sicuramente il pastificio Spinosi che nasce nel 1933 a Campofilone in provincia di Fermo. Dal 1933 i maccheroncini di Campofilone vengono prodotti dall'azienda Spinosi con l'utilizzo di materie prime di alta qualità anche per gli ovoprodotti. La nostra pasta all'uovo viene principalmente prodotta utilizzando uova fresche intere 100% italiane di galline allevate all'aperto in maniera estensiva e con mangime biologico. Nell'azienda azienda, ancora oggi, le uova vengono rotte a mano. Un'altra caratteristica della produzione riguarda i che tagli vengono ancora pettinati sul dorso di un coltello, come da tradizione, e adagiati a mano sul tipico foglio di carta bianca piegata e messi ad asciugare a basse temperature per almeno 24 ore. La pasta, così ottenuta, conserva ancora oggi il gusto della pasta fatta in casa.

A proseguire nella storia imprenditoriale di famiglia contribuendo ad accrescere il successo sia nei mercati nazionali e sia in quelli internazionali è Vincenzo Spinosi, mastro pastaio di Campofilone con il proprio carico di idee, storia, tradizione, desiderio di affermazione, e tanta volontà. A Vincenzo vanno sicuramente riconosciuti l'impegno e la

**UNA STORIA
CHE PARTE
NEL 1933**

L'ambasciatore dei maccheroncini di Campofilone è sicuramente il pastificio Spinosi che nasce nel 1933 a Campofilone in provincia di Fermo. Dal 1933 vengono prodotti dall'azienda Spinosi con l'utilizzo di materie prime di alta qualità anche per gli ovoprodotti. Utilizzano uova fresche intere 100% italiane di galline allevate all'aperto in maniera estensiva e con mangime biologico

L'OBIETTIVO

LA TRADIZIONE SPOSA LE IDEE INNOVATIVE

Proseguire nella storia imprenditoriale di famiglia contribuendo ad accrescere il

successo sia nei mercati nazionali e sia in quelli internazionali è Vincenzo Spinosi (**nella foto**), mastro pastaio di Campofilone con il proprio carico di idee, storia, tradizione, desiderio di affermazione, e tanta volontà.



caparbieta che lo vedono come il primo e assoluto promotore per l'istituzione ed il riconoscimento ufficiale della Carta delle Paste Italiane. Le cucine dei grandi ristoranti di Londra, New York, Hong Kong, Tokyo, Parigi e di altre cento città sono il teatro delle sue performances esaltanti, come quelle a 10.000 metri di quota nei lunghi voli da un continente all'altro. Il successo vero che ha ottenuto è la somma di tante partite giocate e di vittorie.

L'ultima, quella degli «Spinisini», ha consegnato a Vincenzo Spinosi il titolo di campione! E se esibisce i suoi piccoli trofei-souvenir nasconde magari i tanti premi e riconoscimenti ricevuti: come il «Five Stars Diamonds Awards» dell'American Academy of Hospitality and Sciences di New York (2000), oppure l'onoreficenza di Commendatore conferitogli nel 1997 dal Presidente della Repubblica Oscar Luigi Scalfaro.

Vittorio Bellagamba

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CITTÀ di CIVITANOVA MARCHE

Natale a Civitanova

LA CITTÀ TI ASPETTA

LUCI · SPETTACOLI · CONCERTI · ANIMAZIONI PER BAMBINI · PISTA DI PATTINAGGIO
PRESEPE · SANTA CLAUS BUSCSETTA E SLITTA DI BABBO NATALE

CALENDARIO DEGLI EVENTI NATALIZI 2021

da mercoledì 1 a sabato 4 dicembre

- ore 21.00, Teatro Rossini Scrittura e lettura **ANNO DO PO' SE' PO'...** CIVITANOVA MARCHE di e con Fionello

sabato 4 dicembre

- ore 10.00, Piazza XX Settembre. Centomila di accensione delle lanterne dell'Albero di Natale durante la delegazione del Comune di Fermo con la partecipazione della Banda Musicale di Civitanova Marche in occasione del 50° giubileo 1975 delle due città
- esibizione a cura dell'Assoc. Laboratorio Il Palco C.T.S. e Scuola di Street Hip Hop
- ore 21.30, Teatro Annibal Caro. Proiezione del cortometraggio **Melo de pesce che d'oro sono** regia di Saverio Serrhini, con la partecipazione della Banda di restaurazione Lacerdusi in una versione del 50° giubileo della Civitanova Marche Area

domenica 5 dicembre

- dalle ore 12.00, per le vie di Civitanova Porto. Spettacoli ed animazioni itineranti.

martedì 7 e mercoledì 8 dicembre

- Piazza XX Settembre, 54074 CIVITANOVA MARCHE 2021 a cura dell'Associazione Culturale MARCHEGIANICHE

mercoledì 8 dicembre

- dalle ore 12.00, in Piazza della Libertà. Centomila di accensione delle lanterne dell'Albero di Natale con la partecipazione della Banda Musicale di Civitanova Marche
- dalle ore 15.00, Piazza della Libertà. Civitanova Marche Area, Mercatini Tipici Locali Chiosco San Francesco, Casa di Babbo Natale
- Civitanova Marche Area. Natale nel Borgo a cura di Ros Serrhini e del Gruppo Ovest
- ore 15.30, Civitanova Marche Area. Attività laboratoriale e lettura per bambini a cura dell'Associazione Stad
- ore 17.30, Spazio Multimediale San Francesco. Concerto **CONTRACCANTO**
- dalle ore 19.00, per le vie di Civitanova Porto. Spettacoli ed animazioni itineranti. Matrimoni nel paese di Babbo Natale
- ore 19.30, Piazza XX Settembre. Esibizione dell'Assoc. Culturale Toscanini '99 Martello Rusinucci

sabato 11 dicembre

- ore 17.00, Piazza XX Settembre. Esibizione dell'Associazione Musicale Semibreve

domenica 12 dicembre

- Piazza XX Settembre. Tradizione di vestimento della Casetta di Babbo Natale e della sua slitta, a cura della Croce Verde di Civitanova Marche
- dalle ore 12.00, per le vie di Civitanova Porto. Spettacoli ed animazioni itineranti. Matrimoni nel paese di Babbo Natale, esibizione di Angeli luminosi
- dalle ore 15.00, Piazza della Libertà. Attività di strada
- dalle ore 15.00, Piazza della Libertà. Civitanova Marche Area, Mercatini Tipici Locali Chiosco San Francesco, Casa di Babbo Natale
- ore 17.30, Spazio Multimediale San Francesco. **CONCERTO DI CHIUSURA DEL CINQUANTENARIO CLASSICA PIANO FESTIVAL 2021** Orchestra Filarmonica Marchigiana
- ore 19.00, Teatro Annibal Caro. **W. MASO IN 02**. Spettacolo teatrale per bambini. Rassegna "A teatro con mamma e papà"

lunedì 13 dicembre

- ore 21.30, Teatro Cocchetti. Follie e storie del Cinquecento sovietici. Giuramenti in occasione della presentazione dell'album *The jungle*

venerdì 17 dicembre

- ore 21.15, Teatro Rossini. Spettacolo teatrale **LA POCOA OGGI OGGI OPPORTO** con Campioni Improvvisi, Fabio Contini, Bella Marchigiana. Giorno di pizza e danza 2021/22

sabato 18 dicembre

- dalle ore 15.00, Civitanova Marche Area. **IMBROGLIO AMMARE** a cura della Scuola Comunale di recitazione Emilio Cecchetti
- Chiesa di San Paolo, Civitanova Marche Area. Concerto natalizio 2021. Mese di base a cura di Silvia Molteni e Roberto Galatolo (voce e organo)

domenica 19 dicembre

- Piazza XX Settembre. Tradizione di vestimento della Casetta di Babbo Natale e della sua slitta, a cura della Croce Verde di Civitanova Marche
- dalle ore 15.00, Piazza della Libertà. Civitanova Marche Area, Mercatini Tipici Locali Chiosco San Francesco, Casa di Babbo Natale
- dalle ore 15.00, per le vie di Civitanova Porto. Spettacoli ed animazioni itineranti. Mese di base nel paese di Babbo Natale, esibizione itinerante della Marchigiana Band
- ore 16.00, Villa Galatola di Civitanova Marche Area a cura di A. Martini e A. Cecchetti
- ore 18.00, Spazio Multimediale San Francesco. Concerto **QUESTA CHE...** Non solo Gospel
- dalle ore 15.00, Civitanova Marche Area. **MARZAMITTO AMMARE** a cura della Scuola Comunale di recitazione Emilio Cecchetti

mercoledì 22 dicembre

- ore 21.00, Spazio Multimediale San Francesco. Concerto Gospel **MISS DI INHIBIT 2021** in collaborazione con l'Associazione Laboratori Il Palco C.T.S.

giovedì 23 dicembre

- ore 10.00, Cine-teatro Cocchetti. Saggio di lettura del corso di propedeutica
- ore 21.15, Concerto degli Alfi. Esibizione a cura dell'Assoc. Laboratorio Il Palco C.T.S.

domenica 26 dicembre

- dalle ore 12.00, per le vie di Civitanova Porto. Spettacoli ed animazioni itineranti. Matrimoni nel paese di Babbo Natale
- ore 13.00, Spazio Multimediale San Francesco. Civitanova Marche Area. **CONCERTO DI NATALIZI** con la Banda Civildiana di Civitanova Marche ed il Coro Jubilate

martedì 28 dicembre

- ore 21.30, Teatro Annibal Caro. Gospel di Natale a cura del Coro Andrea Galli

giovedì 30 dicembre

- ore 21.30, Teatro Annibal Caro. **CONCERTO DI CAMPOFILONE** a cura dell'Associazione G. Cattolici. Ojige il Maestro Alfredo Sorlicchi

domenica 2 gennaio

- In **Finestra dello Masquello** a cura della Pinella di Civitanova Marche

lunedì 3 gennaio

- ore 21.15, Teatro Rossini. Spettacolo **LO SORVACOMANO** del Balletto di Milano, musiche di P. I. Čajkovski. Saggio di pizza e danza 2021/22

martedì 4 gennaio

- ore 21.30, Teatro Rossini. Concerto Jazz

giovedì 6 gennaio

- ore 21.00, Teatro Annibal Caro. Spettacolo di musica popolare a cura della Società Operaia di Musica Sacra di Civitanova Marche

venerdì 7 gennaio

- ore 21.00, Teatro Rossini. **CONCERTO DI MASSIMO RAIMERI** Sogno e sordido

domenica 9 gennaio

- ore 13.00, Teatro Annibal Caro. Spettacolo teatrale per bambini **ONE PASTICERY** Rassegna "A teatro con mamma e papà"

PIRELLA GÖTTSCHE LOWE è la più grande agenzia di pubblicità italiana. Per informazioni sui servizi e tariffe visitate il sito www.pirella.com.
PIRELLA GÖTTSCHE LOWE è la più grande agenzia di pubblicità italiana. Per informazioni sui servizi e tariffe visitate il sito www.pirella.com.
PIRELLA GÖTTSCHE LOWE è la più grande agenzia di pubblicità italiana. Per informazioni sui servizi e tariffe visitate il sito www.pirella.com.

CENTRANO Associazione Commercianti
Centrano Marche

Expo Dubai Made in Marche



IL NUOVO MOLO

In cantiere la realizzazione di un molo (Clementino) per l'approdo delle grandi navi crocieristiche di fronte alla Fincantieri. Il piano è portare 150 'toccate' all'anno



GLI SNODI DELLA LOGISTICA

A sinistra, un'immagine del porto di Ancona, infrastruttura chiave dell'economia marchigiana. A destra, in alto, l'aeroporto Raffaello Sanzio di Falconara e, in basso, il progetto per l'Interporto delle Marche



Planimetria generale



LO SCALO DI ANCONA, IL RAFFAELLO SANZIO DI FALCONARA
E L'HUB PER L'INTERSCAMBIO TRA RILANCIO E PNRR

di **Pierfrancesco Curzi**

TRE ASSET NELLA MANICA: IL PORTO, L'AEROPORTO E L'INTERPORTO

IN VENTI CHILOMETRI è racchiuso il potenziale e il futuro del rilancio dell'economia marchigiana, una sorta di 'miglio verde' dello sviluppo di un territorio: dal porto di Ancona, la più grande industria della regione con i suoi quasi 6mila addetti e l'enorme indotto dei traffici, all'Interporto Marche, snodo strategico su cui puntare sempre di più grazie alle enormi potenzialità logistiche; in mezzo lo scalo aeroportuale di Falconara, il 'Raffaello Sanzio', altro tassello fondamentale dell'intermodalità e volano turistico dagli orizzonti illimitati.

Tre valori aggiunti di un'unica strategia, il rilancio dell'economia marchigiana in epoca pandemica cavalcando le opportunità offerte dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (Pnrr). Tre punti sulla carta geografica da collegare insieme per creare un grande hub economico attraverso un rilancio della rete infrastrutturale. Dopo anni di stallo, di rinvii e di modifiche del tracciato, la direzione presa dal progetto dell'uscita dal porto di Ancona sembra quella giusta. Un'opera fondamentale per potenziare ulteriormente lo scalo dorico e renderlo sempre più appetibile. La partita principale, tuttavia, si gioca proprio sul fronte del rilancio del porto in relazione ai fondi del Pnrr che arrivano proprio alla vigilia dell'approvazione del nuovo Piano Regolatore portuale (il precedente è vecchio dei primi anni '90).

Sono diversi gli snodi centrali per attuare definitivamente lo sviluppo dello scalo anconetano. A partire dalla razionalizzazione degli spazi e l'acquisizione di aree fondamentali per il rilancio, vedi l'ex Bunge e il recupero dell'ex Tubimar, in parte distrutta da un incendio nel settembre del 2020.

La riorganizzazione delle banchine è altrettanto importante, in particolare lo sblocco burocratico dei lavori alla 27, la banchina Marche, probabilmente l'opera principale da risolvere ad Ancona, in stretto collegamento con il dragaggio dei fondali. Le banchine del cosiddetto 'Porto Antico' stanno mostrando la loro vetustà. L'Authority ha già provveduto a tamponare quella falla, prima inaugurando la nuova 22, nella Nuova Darsena, ed entro gennaio 2022 riconsegnerà la nuova banchina 13, di fianco alla sua sede. Con i nuovi spazi razionalizzati alla Nuova Darsena sarà possibile spostare lì i traghetti per Grecia, Croazia e Albania senza limitare affatto la parte commerciale dello scalo, container in primis. Il futuro è però legato al rilancio del rapporto tra porto e città e qui un ruolo fondamentale lo giocheranno le crociere.

L'emergenza pandemica ha soltanto interrotto un percorso ormai avviato, ossia la realizzazione di un molo (Clementino) per l'approdo delle grandi navi crocieristiche di fronte allo stabilimento Fincantieri. Il piano è portare 150 'toccate' all'anno, sublimando definitivamente la vocazione turistica di Ancona, del suo hinterland e delle Marche. A quel punto i turisti potrebbero imbarcarsi nell'hub delle grandi compagnie raggiungendo Ancona proprio in aereo da ogni angolo dell'Europa e non solo. L'ombra del lockdown totale è ormai alle spalle, il traffico aereo è in ripresa e le opportunità per la società che gestisce il 'Sanzio' sono ampie. Nuove rotte sono già partite e ne sono attese delle altre. Stesso discorso, ma sul fronte della logistica, va fatto per l'Interporto Marche in Vallesina che si sta riorganizzando in maniera efficace.

Expo Dubai Made in Marche

LA SCHEDA

ROTTA VERSO L'AUSTRALIA

«Abbiamo recentemente avviato una partnership in Australia – spiega Ennio



Cecchini (nella foto), ad di Cantiere delle Marche – e aperto una sede a Sydney. I nostri explorer yacht sono particolarmente adatti alla navigazione oceanica e le coste australiane offrono un'infinità di destinazioni».

È IL PRINCIPALE COSTRUTTORE DEGLI EXPLORER YACHT
L'AD ENNIO CECCHINI: «UNA STAGIONE FELICE»

di **Vittorio Bellagamba**

YACHT, LA SFIDA DEL CANTIERE DELLE MARCHE

IL SUCCESSO di Cantiere delle Marche è caratterizzato dalla voglia di fare e soprattutto farlo bene che è l'elemento distintivo delle aziende marchigiane. Uomini e donne capaci di affrontare le sfide quotidiane di un settore in continua evoluzione. La storia di Cantiere delle Marche inizia nel 2010. Dal 2015, il cantiere è il principale costruttore mondiale di yacht explorer. Le strutture coprono una superficie complessiva di 16.000 metri quadrati, di cui 7.000 mq di officine e 1.000 mq di banchine. Un futuro che è ancora tutto da disegnare e in proposito Ennio Cecchini, amministratore delegato e fondatore di Cantiere delle Marche ci ha detto: «Cantiere delle Marche sta vivendo una stagione particolarmente felice. Dal Salone di Cannes (settembre 2021) in poi il numero di contratti firmati per la costruzione di nuove imbarcazioni è davvero ingente».

Quali sono i programmi futuri della vostra azienda?

«Il Global Order Book pubblicato dalla rivista inglese Boat International ci vede scalare, anno dopo anno, la classifica dei maggiori costruttori di yacht al mondo. Manteniamo tra l'altro l'assoluta leadership mondiale nella costruzione di explorer yacht. Per ottemperare alle richieste di un numero crescente di armatori, tra i nostri programmi ci sono l'ampliamento delle strutture produttive con un nuovo capannone che è già in costruzione e il rafforzamento del team tecnico che seguirà le nuove commesse. Il cantiere si è guadagnato una solida reputazione a livello internazionale grazie all'altissima qualità degli explorer yacht che costruisce».

Il mercato estero è molto importante per voi?

«Molti armatori nord europei acquistano i nostri yacht così come un numero crescente di armatori americani. La nostra clientela è internazionale e abbiamo clienti anche in Paesi molto lontani come l'Australia».

Il progetto della nuova sede in Australia?

«Abbiamo recentemente avviato una partnership in Australia e aperto una sede a Sydney. I nostri explorer yacht sono particolarmente adatti alla navigazione oceanica e le coste australiane offrono un'infinità di destinazioni di grande bellezza. Abbiamo già venduto alcuni yacht in Australia e le prospettive commerciali in quell'area sono molto promettenti».

Come giudicate la collaborazione tra le aziende e le istituzioni del territorio?

«Nonostante la maggior parte dei nostri clienti sia internazionale, il nostro radicamento al territorio marchigiano è molto forte, imprescindibile direi. Cantiere delle Marche, e la cantieristica marchigiana in generale, può contare su una fitta rete di aziende fornitrici di prodotti, materiali e servizi di prim'ordine. Si tratta di una filiera composta da aziende di altissimo livello che consente la realiz-

zazione di yacht di lusso la cui qualità è riconosciuta a livello mondiale. D'altra parte un successo come quello che stiamo vivendo è costruito anche grazie a collaborazioni e sinergie produttive e strategiche. Da parte nostra siamo anche particolarmente fortunati ad avere un eccellente rapporto con i vertici delle istituzioni locali e regionali, in particolare con il vice-presidente della Regione Marche, Mirco Carloni, con il quale intratteniamo una collaborazione costante e proficua».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

16

La storia di Cantiere delle Marche inizia nel 2010. Dal 2015, il cantiere è il principale costruttore mondiale di yacht explorer. Le strutture coprono una superficie complessiva di 16.000 metri quadrati, di cui 7.000 metri quadrati di officine e 1.000 metri quadrati di banchine. Per ottemperare alle richieste di un numero crescente di armatori, Cantiere delle Marche ha in programma l'ampliamento delle strutture produttive con un nuovo capannone che è già in costruzione e il rafforzamento del team tecnico

FOOD BRAND MARCHE
ASSOCIAZIONE PRODUTTORI AGROALIMENTARE MARCHE

EQUI LIBRICI

PER FETTO

- Prosciutto di Carpegna DOP
- Agnello del Centro Italia IGP
- Ciauscolo IGP
- Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale IGP
- Pollo BIO

PSR MARCHE 2014-2020
Unione Europea / Regione Marche
PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE 2014-2020
FONDI EUROPEI SVILUPPO RURALE (FESR) - FESR MARCHE (FESR MARCHE)

www.foodbrandmarche.it

Expo Dubai Made in Marche

LA SCHEDA

A GENNAIO APRE LO SHOWROOM

La presenza di Floema al Padiglione Italia di Expo Dubai è una tappa di un percorso

iniziato da tempo all'interno della penisola arabica. «A gennaio – spiega l'ad Mirco Pierucci (a destra) apriremo il primo showroom a Dubai». È il secondo showroom internazionale dopo quello già operativo a Budapest.



L'AZIENDA PESARESE È PRESENTE ALL'EVENTO EMIRATINO CON SOLUZIONI INNOVATIVE FONOASSORBENTI E ISOLANTI
L'AD MIRCO PIERUCCI: «SOLO MATERIALE NATURALE»

FLOEMA PANELS CALA GLI ASSI: SOLUZIONI ACUSTICHE E SOSTENIBILITÀ

HA LE IDEE CHIARE Mirco Pierucci, 34 anni, richiamato dalla famiglia per guidare l'azienda, la Floema, tra le colline del pesarese. «Voglio tornare indietro per andare avanti. E vuol sapere una cosa?». Dica? «Qualche giorno fa è venuto un rappresentante di tessuti. Ho detto di no perché volevo solamente quelli naturali. Lui mi ha risposto che erano tutti quanti usati dai grandi brand del settore dell'arredo, ma gli ho detto di ripassare solamente con tessuti naturali. Perché voglio recuperare l'eccellenza della nostra qualità, quell'Italia degli anni Ottanta-Novanta che ci ha fatto grandi ed apprezzati in tutto il mondo».

Questa azienda che punta moltissimo sull'innovazione e sulla qualità, collaborando anche con grandi architetti, si è aperta anche la strada per l'Expo di Dubai.

«Confindustria ci aveva invitato a presentare un progetto per l'allestimento del nostro spazio espositivo e siamo stati selezionati e questo per noi è stato un motivo di grande soddisfazione. Abbiamo fornito soluzioni acustiche per il nostro padiglione attraverso Floema Panels che è un grande passo avanti nell'innovazione in un settore tradizionale come quello dell'arredo per riscoprire at-

traverso il disegno degli interni anche attraverso porte e pannelli fonoassorbenti e isolanti».

Presenza nuova negli Emirati la vostra?

«No perché da tempo stiamo lavorando all'interno della penisola arabica e ad gennaio, visto che ci sono già tutti gli accordi, apriremo il nostro primo showroom a Dubai. È il secondo perché ne abbiamo già un altro operativo a Budapest».

Si stanno aprendo spazi, grazie anche all'Expo, per la vostra produzione?

«Diciamo che potrà diventare soprattutto un punto di riferimento per il mercato degli Emirati in generale perché ci sono grandi progetti, anche abitativi, in corso anche in Oman e in Ciad».

La Floema è impegnata anche nella realizzazione e progettazione dell'arredo a tutto tondo, ma all'Expo avete puntato soprattutto sul concetto dell'acustica. Quali sono i motivi di questa scelta?

«È un settore dove stiamo lavorando da anni e riteniamo che sia un grande passo avanti per la qualità del vivere, anche dentro casa. Per noi rappresenta una specie di cavallo di Troia per entrare nei grandi progetti internazionali. Pensiamo e speriamo che con i nostri pannelli assorbenti e con le nostre porte isolanti di aprire un business molto importante e possa anche diventare la parte più importante della nostra produzione perché abbiamo nuovi progetti in corso ed anche contatti importanti, tutto al fine di migliorare la qualità della vita delle persone».

A che punto è l'Italia su questo fronte?

«L'Italia non è ancora molto sensibile a questo tema, ma nonostante ciò si stanno facendo dei passi in avanti come testimonia la scelta degli architetti Ratti e Rota che hanno voluto inserire le soluzioni acustiche di Floema all'interno del padiglione. Con i nostri prodotti cerchiamo di coniugare da un lato tecnica e design, dall'altro innovazione e sostenibilità. Tutti i nostri lavori sono il frutto di un lungo e sapiente lavoro di ricerca e sviluppo, necessario ed indispensabile per un percorso di innovazione da cui è nato il Phonotamburato, un pannello d'arredo in legno che garantisce il benessere acustico assorbendo i rumori interni e contemporaneamente isolando da quelli esterni, con proprietà ignifughe e termo-isolanti».

m. g.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**lega
coop**
M A R C H E

Essere cooperativa con Legacoop Marche

www.legacoopmarche.coop

<https://www.facebook.com/legacoopmarche>

Tel. 071-2805882 Mail: info@legacoopmarche.coop



Expo Dubai Made in Marche



LA SCHEDA

ANNO 2017, ROTTA SUGLI EMIRATI

La rotta di Acanto, agenzia fondata da Carlo Beccatti e Carlo Piazzesi (a sinistra) verso

il Medio Oriente ha inizio nel 2017, anno in cui l'agenzia apre a Dubai, punto di partenza per cogliere le opportunità derivanti dal mercato emiratino e per diffondere la cultura sul design e sul digitale anche livello internazionale.

L'AGENZIA PESARESE FIRMA VIDEO E PROIEZIONI CHE ANIMANO LA FACCIATA DEL PADIGLIONE TRICOLORE «UN GRANDE ORGOGLIO PARTECIPARE AL PROGETTO»

ACANTO, ABITO MULTIMEDIALE DEL PADIGLIONE ITALIA

IL RACCONTO MULTIMEDIALE lungo la facciata di Padiglione Italia dell'Expo di Dubai è firmato dall'agenzia pesarese 'Acanto' fondata da Carlo Piazzesi e Carlo Beccatti 33 anni fa. «Una esperienza che fa immagine – dice Carlo Beccatti – quella che stiamo vivendo a Dubai in collaborazione con la Farnesina. Ma la nostra intenzione è quella, sfruttando questa vetrina, di lavorare per i privati e quindi per i grandi gruppi locali e che arrivano dall'Europa al fine di ampliare il nostro mercato. Dopo quattro anni non facili e cioè da quando abbiamo aperto questa sede negli Emirati, adesso stiamo iniziando a lavorare con gruppi anche dell'Arabia Saudita». «Un inizio non facile – continua Beccatti – perché la mentalità ed anche il modo di fare business è molto diverso dal nostro per cui questa esperienza diciamo che fa bagaglio ed esperienza al fine di crescere. Adesso stiamo avendo contatti con un grande azienda del luogo che opera nel campo della ceramica. Non facile ma stiamo cercando di farci largo in un mercato comunque non facile tenendo conto che occorre confrontarsi con una mentalità diversa della nostra. All'Expo stiamo curando tutti i filmati ed i video che vengono proiettati tutti i giorni sulla facciata del nostro padiglione. Una esperienza nuova, ma inutile nascondere, anche molto complicata».

Il Padiglione dell'Italia a Expo 2020 Dubai è un'architettura ideata per mettere in scena con creatività e innovazione la bellezza che unisce le persone (il progetto è firmato da Carlo Ratti, Italo Rota, Matteo Gatto e F&M Ingegneria). L'agenzia pesarese ha una forte specializzazione in grafica animata 2D e 3D, web motion design, infographic e interactive design, ed ha realizzato una serie di video clip che saranno proiettati, per tutta la durata di Expo, sull'innovativa facciata multimediale di Padiglione Italia. «Un prestigioso incarico che rappresenta un ulteriore riconoscimento delle qualità e delle professionalità di una agenzia che, leggendo ed interpretando i continui cambiamenti in

27

Il perimetro della struttura di Padiglione Italia si sviluppa in un intreccio di corde nautiche, prodotte in plastica riciclata, rese multimediali grazie all'applicazione di Led. La costruzione, estesa per 3.500 metri per 27 d'altezza, fa uso di nuovi materiali da costruzione – dalle alghe ai fondi di caffè, dalle bucce d'arancia alla sabbia – offrendo una visione sull'architettura riconfigurabile e il design circolare il cui obiettivo è quello di affrontare l'attuale crisi climatica

atto nel mondo della comunicazione, ha sviluppato una visione sempre più internazionale, anche grazie alle nuove sedi di Milano e Dubai, mantenendo salde nel territorio le radici alla base della propria identità e dei propri valori. Contribuire con creatività a questo progetto è per Acanto motivo di grande orgoglio – continua Carlo Beccatti – Già da anni siamo presenti nell'area medio orientale con una sede e personale stabile e siamo ben consapevoli dell'importanza di Expo a Dubai in questo momento storico. Abbiamo sempre puntato sulla nostra radice italiana per promuovere stile e tecnologia alle aziende con cui collaboriamo. Essere protagonisti del primo messaggio che l'Italia esprime avvicinandosi al proprio padiglione di Expo 2020 è il massimo che potevamo ambire».

Il perimetro della struttura di Padiglione Italia si sviluppa in un intreccio di corde nautiche, prodotte in plastica riciclata, rese multimediali grazie all'applicazione di Led. La costruzione, estesa per 3.500 metri per 27 d'altezza, fa uso di nuovi materiali da costruzione – dalle alghe ai fondi di caffè, dalle bucce d'arancia alla sabbia – offrendo una visione sull'architettura riconfigurabile e il design circolare il cui obiettivo è quello di affrontare l'attuale crisi climatica. A completare l'esterno del padiglione tre scafi di navi arrivati a Dubai e poi capovolti a copertura dell'edificio. «La nostra presenza



sul territorio emiratino e la successiva apertura dell'ufficio di Milano – dice Fabio Balista, Head of sales dell'agenzia – ci hanno permesso di entrare in contatto con Assolombarda e partecipare ai primi tavoli di lavoro nei quali Padiglione Italia stava selezionando partner e supporter di rilievo che dessero un importante contributo alla realizzazione di quello che oggi, durante i prestigiosi Construction Innovation Awards, è stato insignito del premio come miglior progetto imprenditoriale dell'anno».

m. g.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**KING
GIFT CARD**

**-3 GIORNI
A NATALE!
GIFT CARD**

HAI FINITO DI FARE I REGALI?

TRA GLI IMPEGNI QUOTIDIANI IL NATALE SI AVVICINA SEMPRE TROPPO VELOCEMENTE.
SEI ALLA RICERCA DI UNA SOLUZIONE LAST MINUTE?
REGALA UNA GIFT CARD CON L'IMPORTO A TUA SCELTA!

I REGALI FALLI A MODO TUO, FALLI DA KING.

Acquistala anche su:
www.kingattitude.it

KING
FIND YOUR ATTITUDE

@kingattitude_it

INNOVAZIONE E SFIDE

Acanto è stata fondata da Carlo Piazzesi e Carlo Beccatti: «Abbiamo sempre puntato sulla nostra radice italiana per promuovere stile e tecnologia»

Expo Dubai Made in Marche



LA SCHEDE

UNA SQUADRA DI GIOVANI

Axylog conta su cinque dipendenti e vari collaboratori. Dipendenti e collaboratori sono

tutti laureati in informatica, matematica, ingegneria e hanno mediamente fra 25 e 30 anni. Axylog punta a raggiungere i 500 mila euro di fatturato nel 2022. I 180 metri della sede diventeranno a breve 270 metri.

L'AZIENDA FERMANA HA PRESENTATO ALLA RASSEGNA EMIRATINA IL PROGETTO 'ECO-LOGISTICS'

di **Emanuela Astolfi**

AXYLOG, LEZIONE DI ECO-LOGISTICA NEGLI EMIRATI

AGLI UFFICI con grandi vetrate che affacciano sul mare Adriatico, Axylog è diventato il quartier generale della logistica del presente e del futuro. Un futuro che porta l'azienda nata nel 2015 dall'Italia al resto del mondo per spostamenti sempre più green e sostenibili. Siamo a Marina di Altidona, sulla Statale Adriatica in provincia di Fermo. A pochi minuti dal casello di Pedaso della A14. È qui che Giuseppe Zazzetti, 49 anni perito industriale, e Fabrizio Petrini, 56enne con diploma all'istituto tecnico commerciale e un passato da manager aziendale, hanno dato vita ad Axylog. Una Pmi innovativa con 350mila euro di fatturato e clienti come Nestlé, Unilever e Sammontana che è diventata «la torre di controllo predittiva della tua supply chain», dicono i due fondatori.

Tradotto? Cosa fa in concreto Axylog?

«Digitalizziamo i processi di distribuzione delle aziende, facciamo un controllo in tempo reale e l'analisi delle performance per l'intero processo di approvvigionamento e consegna delle merci».

Un esempio pratico?

«Prendiamo una catena di supermercati che vuole tracciare tutto quello che succede tra i loro centri di distribuzione e i negozi che stanno in periferia: utilizza noi per sapere quanti chilometri fanno i mezzi, quanto consumano, se arrivano puntuali o no. Una cosa che attualmente non si può fare a meno che uno non chiama l'autista. Con i nostri sistemi a bordo, connessi con tutti quelli satellitari presenti in Italia, controlliamo e ottimizziamo gli spostamenti».

Come è nata questa idea?

«Lavorando nel mondo della logistica ci siamo resi conto che c'erano lacune di collegamento tra i vari attori: aziende, trasportatori, clienti finali. Tutto ciò che avviene sulla strada da quando la merce partiva a quando arrivava non veniva tracciato. La logistica sta diventando sempre di più un fatto-

re distintivo nell'offrire servizi al consumatore finale. Pensiamo all'e-commerce, vediamo recensioni negative se il corriere arriva il giorno dopo e questo incide».

Chi sono i vostri concorrenti?

«In Italia su questo aspetto siamo molto indietro la concorrenza più forte è di aziende estere».

Il lavoro è cambiato con la pandemia e il boom delle vendite online?

«C'è stata un'accelerazione nel senso che gestiamo anche le consegne dirette a privati, l'e-commerce».

Un mese fa a Dubai avete presentato 'Eco Logistics'. Di che si tratta?

«Abbiamo iniziato a lavorare nel 2019, con un bando della Regione Marche, alla catena logistica anche dal punto di vista della sostenibilità. Visto che siamo predittivi sui tempi ampliamo il focus e lo portiamo sul fronte dell'impatto ambientale cercando di far fare all'azienda in maniera consapevole delle scelte che abbinano economie, fino a una riduzione del 10% dei costi, al basso impatto ambientale».

Che significa?

«Ottimizzare i percorsi dei mezzi, cercare di farli viaggiare sempre pieni, utilizzare il minor numero di mezzi e utilizzare quelli che inquinano meno».



Censiamo le aziende, conosciamo ogni mezzo con la sua targa. Usiamo le informazioni sul traffico anche con un sistema complesso che stiamo affinando, elaboriamo i dati e diamo in maniera trasparente una pianificazione puntuale così anziché fare mille chilometri ne fa 900. L'imprenditore deve risparmiare CO2 e denaro e utilizza poi questi dati anche in termini di immagine, come azienda green. Il progetto è stato presentato alla Camera di commercio di Dubai che ci ha selezionato per tavole rotonde con aziende global innovator di tutto il mondo. Eravamo l'unica italiana».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

350

Axylog è una Pmi innovativa con 350mila euro di fatturato e con clienti come Nestlé, Unilever e Sammontana. «Digitalizziamo i processi di distribuzione delle aziende – spiegano i fondatori Giuseppe Zazzetti e Fabrizio Petrini (a destra) – facciamo un controllo in tempo reale e l'analisi delle performance per l'intero processo di approvvigionamento e consegna delle merci. Lavorando nel mondo della logistica ci siamo resi conto delle lacune di collegamento tra i vari attori: aziende, trasportatori, clienti finali»



SOSTENIBILITÀ

«Abbiamo iniziato a lavorare nel 2019, con un bando della Regione Marche, alla catena logistica anche dal punto di vista della sostenibilità»

Expo Dubai Marche & imprese

LA SCHEDA

DEBUTTO NEL 2012
NEL MONDO DEL DESIGN

Nato da un'idea dell'architetto Alberto Fiorenzi (a destra) i-Mesh viene lanciato nel 2012

in occasione di Made Expo per il progetto «Green home design 2012: Come vivere il presente per preservare il futuro», dove è stato scelto da Aldo Cibic per un'area riservata ma permeabile all'interno della sala conferenze.



IL TESSUTO HI-TECH E GREEN DELL'AZIENDA DI NUMANA
COPRE LA PROMENADE DI EXPO DUBAI 2020

di **Silvia Santini**

I-MESH 'SFILA' NELLE PASSERELLE DEGLI EMIRATI



GIOVANISSIMO BRAND di Sailmaker international, i-Mesh è l'azienda di Numana (Ancona) che produce l'omonimo materiale, un tessuto tecnico innovativo per l'architettura nato da un'idea dell'architetto navale Alberto Fiorenzi. Un'esclusiva tecnologia brevettata frutto di un know-how maturato in oltre 30 anni di attività nella produzione di tessuti per la nautica e l'aerospaziale, settori dove le elevate prestazioni sono un requisito fondamentale. i-Mesh ha realizzato la copertura della promenade di Expo 2020 Dubai. Due chilometri e 700 metri di tessuto tecnico per l'architettura per una superficie totale di 52mila e 500 metri quadrati fatto in Italia: un materiale tessile high-tech e green, risultato più performante, più sostenibile, più versatile per il clima locale. i-Mesh ha infatti superato il test di resistenza ad una tempesta di sabbia rimanendo intatto, senza tagli, grazie alla robustezza e flessibilità delle sue fibre, alla morbidezza del materiale, al suo peso ben calibrato.

Applicato per la prima volta su grande scala urbana, i-Mesh copre le passerelle principali che collegano le aree di Expo 2020 Dubai, non impedisce la visione del cielo e il passaggio dell'aria ma respinge le radiazioni solari, dando una sensazione di comfort e mantenendo un microclima piacevole. Una soft architecture che disegna spazi più «morbidi», flessibili e versatili, in cui l'uomo e il suo benessere sono al centro. Il tema di Expo 2020, in programma fino al 31 marzo 2022, è «Con-

necting minds, creating the future» e «collegare le menti, creare il futuro» è proprio la filosofia di Fiorenzi. «Il nostro obiettivo è promuovere i-Mesh nel mondo e nel contempo stimolare l'economia locale nei paesi dove lo diffondiamo – racconta l'architetto –. Siamo un'industria 4.0 perché abbiamo creato un modello di produzione su larga scala e al contempo multiforme, sempre personalizzato, circolare e a basso impatto ambientale. Per noi guardare al futuro significa immaginare i-

IL TEST CON LA TEMPESTA DI SABBIA
i-Mesh ha realizzato la copertura della promenade di Expo 2020 Dubai: due chilometri e 700 metri di tessuto tecnico per l'architettura per una superficie totale di 52mila e 500 metri quadrati. Il materiale tessile italiano, high-tech e green, è risultato più performante, più sostenibile, più versatile per il clima locale, superando il test di resistenza ad una tempesta di sabbia rimanendo intatto

necting minds, creating the future» e «collegare le menti, creare il futuro» è proprio la filosofia di Fiorenzi. «Il nostro obiettivo è promuovere i-Mesh nel mondo e nel contempo stimolare l'economia locale nei paesi dove lo diffondiamo – racconta l'architetto –. Siamo un'industria 4.0 perché abbiamo creato un modello di produzione su larga scala e al contempo multiforme, sempre personalizzato, circolare e a basso impatto ambientale. Per noi guardare al futuro significa immaginare i-

Mesh come un esempio virtuoso perché capace di portare gli architetti a cercare soluzioni macro in dettagli micro, nella natura stessa della materia. Il mercato delle costruzioni genera il 40 per cento della produzione mondiale di CO2, per questo speriamo che il nostro approccio, innovativo nel pensiero e nella tecnica, possa essere seguito anche da altre aziende di produzione: solo così la transizione verso un'architettura sostenibile può diventare reale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SEMOLA DI GRAND DURO 100% ITALIANE UOVA FRESCHE

SFOGLIA RUVIDA TENACE MARCHIGIANA

LUCIANA MOSCONI

PASTA ALL'UOVO
Tagliatelle all'uovo
250g e

PASTA ALL'UOVO
Buontagliati
250g e

RUVIDA TENACE MARCHIGIANA

Ruvida, tenace. Marchigiana.

- Lavorazione unica simile all'antico mattarello
- Essiccazione lenta, statica, a bassa temperatura
- Sfoglia porosa che abbraccia ogni sugo

Il grano e le uova 100% italiane sono solo alcuni dei punti di forza che rendono inimitabili le specialità Luciana Mosconi. La nostra Pasta all'uovo nasce dalle radici più profonde della nostra terra, nel rispetto di un'antica ricetta di famiglia, secondo il **Metodo Luciana Mosconi**: un processo unico ed esclusivo.

www.lucianamosconi.com

Seguici anche su

Expo Dubai Made in Marche

LA SCHEDA

LA PASSIONE PER ROCK E CHITARRE

Claudio Orciani (a destra e sotto) ha fondato l'azienda nel 1978. Tra le sue passioni anche

la musica rock. Una passione che lo stilista marchigiano traduce anche creando chitarre artistiche realizzate dall'assemblaggio di parti di cinture, borse, guanti e portafogli. Tutti prototipi realizzati in fase di ricerca.



L'AZIENDA DI FANO FA DELLA RICERCA UN PUNTO DI FORZA PER SCOPRIRE TUTTE LE POTENZIALITÀ DEL MATERIALE

di **Vittorio Bellagamba**

L'INNOVAZIONE È NELLA PELLE DI ORCIANI



LA ORCIANI di Fano è una delle aziende protagoniste del Made in Italy che la Regione Marche ha voluto inserire nel video che il regista Gabriele Salvatore ha realizzato in occasione dell'Expo di Dubai. L'azienda fa ricerca e studio dei materiali, sperimentazione di lavorazioni inedite, manipolazione creativa dei pellami con l'obiettivo e l'aspirazione di scoprire tutte le potenzialità fisiche ed estetiche di questo materiale così versatile per la creazione di borse e cinture. Claudio Orciani ci ha illustrato quali sono i progetti di sviluppo dell'azienda soprattutto nei mercati internazionali: «Quando si ama il proprio lavoro, non si ha fretta di arrivare, ci si impegna per creare basi solide, perché l'azienda possa diventare importante. In 42 anni di attività questa è stata la nostra filosofia che ci ha portati a realizzare un prodotto, ben fatto, ricercato, di qualità e bello. Ci siamo fatti conoscere così, la clientela sparsa nel mondo ci apprezza per questo e grazie all'e-commerce, può raggiungerci ovunque. I nostri investimenti vanno in questa direzione».

Come giudicate la presenza a Expo Dubai?

«Essere stati selezionati per rappresentare l'Italia in un video diretto dal grande regista Salvatore, è una grande soddisfazione, questo ci consentirà di farci conoscere ulteriormente e di rafforzare la nostra immagine e il valore del marchio».

Il Made in Italy è il vostro tratto distintivo.

«Anche negli anni in cui molte aziende trasferivano la produzione all'estero per incrementare i profitti, noi siamo rimasti dell'idea che il Made in Italy

FEDELI AL MADE IN ITALY

«Anche negli anni in cui molte aziende trasferivano la produzione all'estero – racconta Claudio Orciani, numero uno dell'azienda marchigiana – per incrementare i profitti, noi siamo rimasti dell'idea che il Made in Italy fosse fondamentale, solo così avremmo potuto proseguire il nostro obiettivo di Ben Fatto»

fosse fondamentale, solo così avremmo potuto proseguire il nostro obiettivo di Ben Fatto. Le nostre produzioni sono per il 90% realizzate nelle Marche, il restante fra Emilia e Veneto».

Come giudicate la collaborazione tra le aziende e le istituzioni per la conquista di nuovi spazi commerciali all'estero?

«Nel 1982 feci il mio primo viaggio di lavoro negli Stati Uniti e rimasi molto sorpreso quando a bordo di una compagnia aerea americana ci diedero del vino tedesco, lo rimasi ancora di più quando il

mio agente americano mi disse che l'import di abbigliamento americano aveva come primo partner la Germania. Forse lo ignoro ma non ho mai messo fra i più grandi produttori di vino i tedeschi, e tantomeno produttori di abbigliamento. Credo di aver risposto con questo esempio, solo aggregandosi fra aziende e istituzioni si possono raggiungere certi risultati e i tedeschi c'è lo insegnano. È tempo di mettere a frutto il nostro saper fare le istituzioni devono rendersene conto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

FOOD BRAND MARCHE
ASSOCIAZIONE PRODUTTORI AGROALIMENTARI MARCHE

EGGI LIBRIO PER FETTO

- Maccheroncini di Campofilone IGP
- Pasta BIO

PSR Marche 2014-2022
Unione Europea / Regione Marche
PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE 2014-2020
FONDO EUROPEO AGRICOLA PER LO SVILUPPO RURALE: L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI

UNIONE EUROPEA
MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE ALIMENTARI E FORESTALI
REGIONE MARCHE

www.foodbrandmarche.it