

# Stranieri venite, siamo le Terre di Expo

## Campagna di marketing «estero» per Comuni e aziende del Nord-Ovest



di ROBERTA RAMPINI

— RHO —

È UN BRAND economico che al momento, tra reputazione e immagine, vale per Milano e l'intera area metropolitana quasi 60 miliardi di euro. Stiamo parlando di Expo 2015, vetrina del made in Italy e grande opportunità di business per gli imprenditori dell'hinterland milanese.

Lo sanno bene il Patto per il Nord Ovest (riunisce 16 Comuni di Rhodense e Bollatese) e Distretto 33 (riunisce le aziende del territorio) che ieri mattina hanno presentato il progetto di marketing territoriale «Crescita Nord-Ovest», un insieme di azioni per promuovere le attività commerciali, professionali, artigiane e pro-

duttive in vista di Expo. Una vera e propria campagna pubblicitaria a trecentosessanta gradi rivolta ai Paesi che hanno aderito all'Esposizione Universale affinché nella

### IL DISTRETTO 33

«Non staremo a guardare vogliamo cogliere l'occasione di creare nuovo lavoro»

fase di preparazione e nei 180 giorni di apertura dei padiglioni danno lavoro alle imprese del territorio. Dal settore edile al turismo, dal marketing a quello alla ristorazione.

«L'Expo 2015 sarà l'unico grande evento che avremo in Italia nei prossimi anni e rappresenta uno

straordinario volano per la nostra economia - spiega il presidente del Patto e sindaco di Rho, Pietro Romano - il Patto e Distretto 33 stanno lavorando insieme per intercettare tutte le opportunità culturali, turistiche e di lavoro che Expo può offrire al territorio.

Anche da parte della società Expo sono state date garanzie sulla volontà di coinvolgere gli enti locali in questa manifestazione. Spetta adesso alle aziende, alle associazioni e ai cittadini aderire ai progetti che si stanno definendo».

I COMUNI del Patto (Arese, Banzate, Bollate, Cesate, Cornaredo, Garbagnate, Lainate, Novate, Pero, Pogliano, Pregnana, Rho, Senago, Settimo, Solaro e Vanzago) inizieranno nei prossimi gior-

ni una campagna informativa rivolta alle aziende perché aderiscano alla grande operazione di marketing. Al raggiungimento di un buon numero di adesioni sarà attivata una App per smartphone e android, multilingua, che conterrà il profilo delle aziende, ma anche mappe e informazioni su arte, cultura, servizi e iniziative del territorio rivolte ai 20 milioni di visitatori attesi per l'evento.

Il progetto ha un logo e un nome, Terre di Expo: «Sicuramente è ambizioso - spiega Dario Ferrari, presidente Distretto 33 - ma crediamo che le nostre aziende - che sono 21.750 - abbiano molto da offrire. Non vogliamo stare a guardare, ma cogliere questa opportunità per creare lavoro».

### Qualche numero

Sono 21.750 le imprese del territorio che devono attirare l'interesse di investitori prima e durante i 180 giorni di apertura dell'evento

### Lo strumento

Un'applicazione per smartphone ricca di informazioni da presentare ai consolati dei Paesi partecipanti

### LE PROPOSTE

Fiumi, ville e una tavolata da Guinness

— RHO —

BUSINESS, ma non solo. Il Nord Ovest si prepara ad Expo 2015 con serie di iniziative e proposte culturali per i 20 milioni di visitatori attesi nei sei mesi di apertura. Dalla scuola di Expo per spiegare agli studenti delle superiori cos'è l'evento alla tavolata più lunga del mondo per entrare nel Guinness dei primati. Dall'anticipazione dei temi dell'Esposizione nella settimana di Supermilano 2014 alla mezza maratona tra le vie d'Acqua e le Ville di Delizia fino ai padiglioni dell'Esposizione. Ma anche un'edizione straordinaria della «Musica dei cieli» a ottobre 2015.

Giancarlo Cattaneo, direttore del polo Insieme Groane e project manager del sistema culturale Supermilano, lancia la sfida per valorizzare le eccellenze del territorio: «Dobbiamo fare un salto di qualità e promuovere il patrimonio culturale del Nord-Ovest». Un territorio ricco ma con una «ferita», il Museo Storico dell'Alfa Romeo nel febbraio 2011. «È un pezzo della nostra storia che ci auguriamo possa riaprire in tempi brevi».

Ro.Ramp.