



Spuntano gli orti sui tetti della città Expo, in scena il genio delle donne

Nel Padiglione Italia spazio al concorso dedicato al talento in rosa

Luca Zortoni
MILANO

IL PROGETTO è partito all'indomani della candidatura di Milano a sede dell'Esposizione universale: «We - Women for Expo», un forum per coinvolgere il pubblico femminile nel dibattito sull'alimentazione. A meno di ottanta giorni dal taglio del nastro, il programma arriva al traguardo. Con l'annuncio che nei sei mesi di Expo il talento in rosa avrà un palcoscenico nel cuore di Expo, negli spazi del Cardo di Padiglione Italia, dove, oltre a essere accolte le delegazioni internazionali di donne, come anticipato dal ministero degli Esteri al commissario generale di Casa Italia, Diana Bracco, saranno organizzati convegni e seminari, dalla scienza all'arte. Il palinsesto di «Women for Expo» è solo uno dei tasselli che comporrà il programma di Padiglione Italia, che accoglierà anche le Regioni, Coldiretti e Copagri. Il calendario è allo studio, «ne abbiamo parlato mercoledì con il ministro delle Politiche agricole, Maurizio Martina - ha spiegato Diana Bracco - e lo presenteremo entro metà marzo».

NEL FRATTEMPO «Women for Expo» ha piantato una prima bandierina. Ieri sono stati assegnati i premi del concorso «We - progetti per le donne», un'idea lanciata lo scorso luglio per valorizzare il talento al femminile. Due i canali per candidarsi: da un lato le attività già messe in piedi (i cosiddetti «progetti per le donne»), dall'altro idee di startup da avviare (i



«progetti delle donne»). I numeri: 58 i progetti presentati nel primo caso (87 i partecipanti), 99 nel secondo (134 candidate), per lo più orientati al settore «dell'alimentazione, dell'agricoltura e dell'inclusione sociale», ha evidenziato Anna Puccio, segretaria generale della Fondazione Accenture (tra i partner dell'iniziativa). Dei 58 progetti finalisti, tre hanno ricevuto un assegno per sviluppare le proprie idee. Il primo classificato, «Orti Alti», sviluppato dall'architetto 46enne Elena Carmagnani, ha ricevuto 40mila euro dalla Fondazione Accenture per diffondere il suo sistema di agricoltura urba-

“ Diana Bracco

«Saranno organizzati convegni di scienza e arte per platee al femminile»

na sui tetti degli edifici. Sul secondo gradino «Alto Piemonte - Al top» di Marina Olwen Fogarty, laureata in filosofia, per promuovere i vini e le eccellenze enogastronomiche delle province dell'Alto Piemonte, con un fondo

di 30mila euro. Infine, i 10mila euro del «Premio Vivaio» per gli under 35 vanno a «Find my lost», un'applicazione per ritrovare oggetti smarriti creata da Elena Bellacica, 32 anni.

IL CONCORSO è parte di un più ampio programma, che comprende, oltre agli spazi nel Padiglione Italia, un'operazione di dibattito a livello internazionale (tra gli attori, Emma Bonino e lady Pesc, Federica Mogherini) e la nomina di cento ambasciatrici mondiali e cento scrittrici, invitate a mettere nero su bianco la loro idea di alimentazione. Un romanzo che sarà una delle eredità di Expo.

Le premiate



ELENA CARMAGNANI

All'architetto il primo premio per «Orti alti» e 40mila euro dalla Fondazione Accenture per diffondere il suo sistema di agricoltura urbana sui tetti



MARINA OLWEN FOGARTY

Secondo premio per «Alto Piemonte - Al top» e 30mila euro alla laureata in filosofia, per promuovere i vini e le eccellenze enogastronomiche delle province dell'Alto Piemonte



ELENA BELLACICA

Ha vinto i 10mila euro del «Premio Vivaio», dedicato agli under 35, per «Find my lost», applicazione da lei creata per ritrovare gli oggetti smarriti



DECISA Sara Nocentini, assessore regionale alla Cultura

IN VETRINA L'ANNO DELL'ARCHEOLOGIA, LA VIA FRANCIGENA E PIERO DELLA FRANCESCA COME EVENTI

E la Toscana parte dagli Etruschi per attrarre turisti

MILANO

È UNA «GEOGRAFIA del cuore», quella della Toscana turistica con Expo alle porte e un 2015 da consacrazione globale per una regione che aspira a diventare hub di cultura e pensieri alti più di quanto lo sia, con novità ed eventi destinati ad alzare ulteriormente l'asticella di un comparto turistico che già nel 2014 aveva fatto registrare una gratificante crescita di flussi turistici, specie dall'estero (12,3 milioni di arrivi, 209mila in più del 2013). Di tutto e di più, come ha confermato ieri alla Bit di Milano, Sara Nocentini, assessore regionale alla Cultura e al Turismo.

Il 2015 sarà l'Anno dell'Archeologia in una Toscana che dal 20 al 22 febbraio ospiterà a Firenze un vero e proprio «Salone Internazionale», sorta di Borsa del turismo archeologico che a seguire passerà il testimone alla mostra «Potere e Pathos. Bronzi nel mondo ellenistico» (14 marzo-21 giugno) e all'attesissimo «XI

International Congress of Egyptologists» che porterà sulle rive dell'Arno il gotha della ricerca egittologica, senza ovviamente dimenticare il progetto «Le vie degli Etruschi» e l'attivazione di itinerari tematici da scoprire a piedi, in

OFFERTA DI EMOZIONI

Nascerà una app per smartphone con il calendario degli appuntamenti

bici o auto. Il 2015 sarà anche la vetrina del primo «museo a cielo aperto» dedicato a Piero della Francesca. Come dire che il padre della prospettiva pittorica farà da *fil rouge* di itinerari particolari che dalla Valtiberina toscana si diffonderanno fino ad Arezzo e alla Val di Chiana. Per non parlare della Via Francigena, strada-mito dei nuovi pellegrini che in Toscana ha già una visibilità difficile da riscontrare in altre regioni e che nel 2015 punta a imporsi

come il must del turismo slow, ambizione verosimile se è vero che lo scorso anno ha fatto registrare la presenza di 150mila «viaggiatori lenti» (+50% rispetto all'anno precedente). Questione di autenticità, come ha ribadito l'assessore Nocentini: «Oggi i turisti, specie quelli stranieri, chiedono di vivere esperienze intense, di emozionarsi».

SLOGAN dichiarato in vista di Expo 2015: «Il buon vivere», con tanto di piattaforma dedicata (www.exposituscany.com) e una specifica app per smartphone con il calendario degli eventi spalmati lungo dieci percorsi tematici. Sullo sfondo, lo sforzo quasi militante della Regione a favore del Giglio, come rivela il piano di comunicazione ben visibile anche ieri, alla Bit, con lo stand della piccola isola a rivaleggiare con destinazioni ben più blasonate. Obiettivo fin troppo evidente: trasformare un luogo assillato a una tragedia immane in uno spot impagabile della famosa «Toscana del cuore».

Paolo Galliani