

Amerigo Vespucci in tour
A Tokyo 63 mila visitatori
al Villaggio Italia —p.15

Amerigo Vespucci, la tappa di Tokyo chiude con 63mila visitatori al Villaggio Italia

L'ad di Difesa Servizi, Andreoli: «Affluenza imponente. Soddisfatti anche per le importanti relazioni consolidate»

Made in Italy

**In cinque giorni 25mila visite a bordo dello storico veliero
Successo anche sui social**

**Il ministro Guido Crosetto:
«Abbiamo rafforzato il legame con il Giappone»**

Giovanna Mancini

Un'affluenza di pubblico «imponente», secondo gli organizzatori, e dunque un successo dal punto di vista della promozione del made in Italy in Giappone. Ma anche, forse soprattutto, un successo dal punto di vista delle relazioni istituzionali, economiche culturali e scientifiche che si sono consolidate durante la tappa di Tokyo della nave scuola della Marina militare Amerigo Vespucci, accanto al Villaggio Italia, l'esposizione itinerante delle eccellenze della cultura, dell'industria, della ricerca e dello sport italiani. In cinque giorni, da lunedì scorso fino a ieri, 63mila persone hanno visitato le mostre e gli eventi del Villaggio, mentre 25mila sono quelle salite a bordo del veliero.

«Il tour mondiale di Nave Vespucci e il Villaggio Italia, in concomitanza con la presenza in Giappone del Carrier Strike Group con la portaerei Cavour, hanno portato in Giappone un pezzo d'Italia dell'arte, della cul-

tura e soprattutto dell'eccellenza della nostra tecnologia e della nostra Difesa. Abbiamo rafforzato il nostro legame con il Giappone consolidando la cooperazione nel settore della Difesa», ha dichiarato il ministro della Difesa Guido Crosetto, presente a Tokyo, che ha voluto questa iniziativa supportata dalla collaborazione con altri dieci ministeri, realizzata e gestita da Difesa Servizi, la società in house del ministero della Difesa, assieme all'agenzia NinetyNine.

Già alla sua seconda tappa (su otto previste) il Villaggio Italia si sta configurando come «la grande piattaforma che avevamo in mente – commenta Luca Andreoli, amministratore delegato di Difesa Servizi –: è un luogo fisico, ma anche digitale ed emozionale, in cui far convergere tutte le energie italiane che poi si materializzano in eccellenza». Il riscontro di pubblico, aggiunge, è stato straordinario e non solo in termini di numeri, ma anche per «l'apprezzamento e l'affetto dimostrato nei confronti dell'iniziativa e, più in generale, del nostro Paese, sia dal grande pubblico, sia dagli operatori».

Sta crescendo la consapevolezza delle potenzialità di questo strumento, aggiunge Andreoli, anche in termini di iniziative collaterali, dunque le aspettative degli organizzatori è che sempre più soggetti, istituzionali, culturali ed economici, vorranno utilizzare questo contenitore per promuovere i propri progetti e prodotti nelle prossime tappe.

All'interno del tour del veliero infatti (salpato da Genova nel luglio 2023 e in viaggio per 2 anni in 31 Paesi), il Villaggio sarà allestito in otto città: le prossime destinazioni sono Darwin, Singapore, Mumbai, Doha,

Abu Dhabi e Jeddah. In ogni tappa, il Villaggio ha una sua diversa identità, che terrà conto degli aspetti logistici, ma anche della natura stessa delle città ospitanti: una flessibilità e una capacità «sartoriale» nel realizzare gli eventi che è del resto una componente fondamentale del saper fare made in Italy.

La tappa di Tokyo ha avuto un grande seguito anche sui sei canali dedicati al Tour Vespucci, dove i contenuti pubblicati hanno ottenuto oltre 65milioni di visualizzazioni con 8,5milioni di interazioni, mentre oltre 40mila sono stati i contributi generati in tutto il mondo dagli utenti della Rete.

Gli eventi sono stati 40 e 90 le ore di show che hanno animato popolato il palinsesto del Villaggio Italia, facendo registrare spesso il tutto esaurito: dalle sessioni di wine tasting e show cooking alle esibizioni musicali della Banda della Marina Militare, il concerto a cura dalla Italian Opera Academy del Maestro Muti realizzato nell'ambito delle attività sostenute del Ministero del Turismo ed Enit, il concerto dell'Accademia Teatro alla Scala e dell'artista Serena Autieri.

«Questa tappa ha segnato nel modo più significativo l'inizio della «nuova era» nelle relazioni tra Italia e Giappone avviata nel gennaio 2023 dai primi Ministri Giorgia Meloni e Fumio Kishida», ha dichiarato l'Ambasciatore d'Italia a Tokyo, Luigi Benedetti.

«Ringrazio tutti coloro i quali hanno contribuito all'ottima riuscita del villaggio Italia a Tokyo», ha dichiarato l'Ammiraglio di Squadra Antonio Natale Comandante delle scuole della Marina Militare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - S.30525 - L.1620 - T.1677



I numeri del progetto

31

I Paesi del tour Vespucci

Salpata da Genova nel luglio del 2023, dove rientrerà a giugno del 2025, la nave scuola della Marina Militare italiana toccherà nel suo tour mondiale quasi 40 città di 31 Paesi. In otto di queste tappe sarà allestito, accanto al veliero, anche il Villaggio Italia: esposizione itinerante delle eccellenze della cultura, dell'arte, dell'economia, della ricerca e dello sport italiani.

8

DS6901

DS6901

Le tappe del Villaggio

Dopo le due tappe di Los Angeles e Tokyo, il Villaggio sarà presente a Darwin in Australia dal 4 al 7 di ottobre, a Singapore dal 24 al 28 ottobre, a Mumbai in India dal 28 novembre al 2 dicembre, a Doha in Qatar dal 18 al 21 dicembre, ad Abu Dhabi negli Emirati Arabi Uniti dal 23 al 26 dicembre e a Jeddah in

Arabia Saudita dal 20 al 24 gennaio del prossimo anno. All'iniziativa partecipano, oltre al Ministero della Difesa, la Presidenza del Consiglio dei Ministri – con il Ministro per la Protezione civile e le Politiche del Mare e il Ministro per lo Sport e i Giovani – e i ministeri: Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale; Economia e Finanze; Infrastrutture e Trasporti; Imprese e Made in Italy; Agricoltura; Ambiente; Cultura e Turismo.



Il saluto.

Il pubblico giapponese saluta la Vespucci, salpata ieri dal porto di Tokyo alla volta di Manila (Filippine)