

NUMERO MONOGRAFICO

***Expo 2025
Osaka:
le Marche
protagoniste.***





Editoriale

Dott.ssa Monica Mancini Cilla · Direttore MarchEU e Consigliere Svem

4

Le Marche protagoniste a Expo 2025 Osaka: un'esperienza straordinaria che guarda al futuro

Andrea Maria Antonini · Assessore alle Attività Produttive della Regione Marche

6

Le Marche a Expo 2025 Osaka: tra artigianalità, innovazione e nuove prospettive globali

10

Interporto Marche guarda all'Oriente

14

Interscambio commerciale italia–giappone, aggiornato al primo trimestre 2025

18

Marche e Giappone: un ponte tra tradizione e innovazione nelle relazioni economiche e industriali

20

Affermare il brand Marche a livello internazionale

Intervista a Marco Spinosi · A.D. di Spinosi srl

28

Tipicità torna da Expo Osaka con un patrimonio 24 per il futuro!

32



L'Expo 2025 di Osaka, della durata di sei mesi, è un catalizzatore di attenzioni ed interessi a livello mondiale, rappresentando una vetrina prestigiosa ed unica in un momento in cui aprirsi ai mercati internazionali è cruciale per ogni Sistema economico.

Il tema dell'esposizione è "Progettare la società futura per le nostre vite", con l'obiettivo di presentare soluzioni innovative per una società sostenibile, tale da migliorare la qualità della vita in generale e delle persone.

La Regione Marche è stata tra i protagonisti dell'Expo di Osaka 2025, con una presenza dal 1° al 7 giugno 2025, caratterizzata dallo slogan "Ars: the Marche's genius and skills" ed attraverso una mostra dal titolo "Ars: tradition and innovation", ospitata all'interno del Padiglione Italia.

In particolare, Regione Marche ha voluto mettere in mostra imprese e produzioni regionali, conosciute in tutto il mondo per la pregiata manifattura e per lo stile identifica-

tivo sia del territorio, sia dei suoi abitanti.

Con l'accompagnamento di circa 60 imprese, le Marche si sono presentate in Giappone con una immagine di Sistema solido, creativo ed innovativo.

Già nei mesi scorsi, inoltre, un Bando regionale specifico ha mirato a favorire l'accesso e il consolidamento della presenza delle nostre imprese sia sul mercato giapponese, sia su quello del sud est asiatico, incoraggiando azioni di promozione e commercializzazione.

Svem monitora da sempre quelli che possono essere i mercati internazionali che offrono maggiori opportunità in chiave export per il Sistema produttivo marchigiano.

Il Giappone costituisce sicuramente uno fra i mercati extra Ue a più alto potenziale e l'interscambio con l'Italia e le Marche non potrà che essere incrementato proprio a partire dall'Esposizione Universale di Osaka.

Sono già moltissime le imprese delle Marche che operano in Giappone, in rappresentanza di tutti i settori merceologici regionali.

Questo numero della Rivista, focalizzato proprio sull'Expo giapponese, si apre con un intervento dell'Assessore regionale allo Sviluppo Economico Andrea Maria Antonini, un contributo tecnico degli Uffici regionali e la testimonianza di un insieme di rappresentanti di Organizzazioni ed Enti presenti in Giappone, che anticipano con i loro contributi lo spazio consueto riservato alle imprese.

Buona lettura a tutti!

Dott.ssa Monica Mancini Cilla

DIRETTORE MARCHEU E CONSIGLIERE SVEM





Le Marche *protagoniste a* Expo 2025 Osaka: *un'esperienza* *straordinaria* che guarda al futuro

Andrea Maria Antonini

Assessore alle Attività Produttive
della Regione Marche



Una missione importante non solo per promuovere l'immagine della nostra regione, ma per generare vere occasioni di sviluppo e collaborazione, ben rappresentata dallo slogan "Ars: genio e capacità Made in Marche".

Dal 1° al 7 giugno, la nostra regione è stata ospite del Padiglione Italia, protagonista di una settimana intensa, ricca di eventi, incontri e straordinarie opportunità. Abbiamo mostrato al mondo ciò che siamo: una terra che unisce tradizione e innovazione, cultura e produzione, arte e ingegno. Tutto questo racchiuso nel nostro slogan "Ars: genio e capacità Made in Marche".

Fin dal momento dell'inaugurazione – alla presenza del Commissario Generale per l'Italia Mario Vattani e del nostro presidente Francesco Acquaroli, collegato da Palazzo Raffaello – ho percepito con forza quanto questa missione fosse importante non solo per promuovere l'immagine della nostra regione, ma per generare vere occasioni di sviluppo e collaborazione.

Abbiamo vissuto giornate straordinarie, intense e altamente produttive. Le Marche si sono distinte per la qualità delle imprese coinvolte, per la ricchezza e originalità degli

eventi organizzati, per la bellezza e l'autenticità del nostro patrimonio culturale. Oltre 50 appuntamenti tra mostre, workshop, talk, seminari e performance, capaci di attrarre migliaia di visitatori e operatori internazionali.

Indimenticabile è stata l'esibizione degli Sbandieratori e Musicisti della Quintana





**Le Marche sono
pronte ad affrontare
le sfide globali
con competenza,
passione e spirito
di innovazione
in uno dei mercati
più competitivi
del mondo**

di Ascoli Piceno, che ha saputo incantare il pubblico giapponese. Emozionante e partecipatissimo il concerto del Maestro Giovanni Allevi alla Festival Station. E ancora, la mostra “Ars: Tradition and Innovation”, allestita per tutta la settimana, ha accompagnato migliaia di persone in un viaggio affascinante nel cuore del saper fare marchigiano. Il dialogo con gli operatori giapponesi e internazionali è stato continuo e proficuo: sono nate connessioni, contatti,

relazioni che già oggi stanno gettando le basi per nuove collaborazioni future.

Non meno significativa è stata la partecipazione di ben 115 giornalisti giapponesi, insieme a media, influencer e rappresentanti del mondo della comunicazione, che hanno contribuito a dare ulteriore visibilità alla nostra regione. Un ruolo importante lo hanno avuto anche le università di Camerino e Macerata, portando il valore della formazione e della ricerca. Il lavoro di squadra, supportato da ICE Agenzia, dalla Camera di Commercio Italiana in Giappone, dal Consolato Generale e dall’Istituto Italiano di Cultura, ha reso possibile una presenza compatta, efficace e sinergica.

Questa missione a Osaka ha rappresentato per noi molto più di una semplice vetrina: è stato un momento concreto di promozione,

relazione e strategia. Abbiamo portato con orgoglio la nostra identità in uno dei mercati più competitivi del mondo, mostrando quanto le Marche siano pronte ad affrontare le sfide globali con competenza, passione e spirito di innovazione.

Torno da questa esperienza con la certezza che il lavoro fatto non solo ha generato entusiasmo, ma ha anche aperto nuove strade. Le Marche hanno dimostrato ancora una volta di essere una regione capace di parlare al mondo, con la forza delle proprie eccellenze.

Andrea Maria Antonini **ASSESSORE ALLE ATTIVITÀ PRODUTTIVE DELLA REGIONE MARCHE**

Andrea Maria Antonini, Libero professionista, consulente beni e attività culturali. Laureato con lode alla facoltà di "Conservazione dei Beni Culturali" presso l'Università della Tuscia. Comincia fin da giovane a svolgere attività di amministratore pubblico. A soli 22 anni è consigliere anziano" del Comune di Ascoli Piceno essendo il più preferito della lista più votata delle elezioni amministrative del 1995. Dal 1995 al 1997 ricopre l'incarico istituzionale di Presidente del Consiglio Comunale di Ascoli Piceno. Dal 1997 al 1999 è Presidente della Commissione consiliare "Ambiente". Nelle elezioni del 1999 risulta nuovamente il più preferito del primo partito cittadino e viene nominato Assessore alla Cultura e al Turismo. Nel 2004, per la terza tornata elettorale consecutiva, è ancora una volta il più preferito della lista prima in città e, con la riconferma del sindaco uscente, gli viene attribuita, oltre alla delega della Cultura, anche

quella di Vicesindaco. Nel 2009 viene nominato Assessore della Provincia di Ascoli Piceno con deleghe alla Cultura, Ambiente, Pubblica Istruzione e Identità Locali. Nel 2020 viene eletto Consigliere Regionale e nominato Presidente della III Commissione Assembleare Ambiente e governo del territorio. Nel 2022 viene nominato Assessore Regionale, titolare di ben 26 deleghe, tra cui Agricoltura, Green Economy e Sviluppo economico. Per la Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome, sempre nel 2022 assume il ruolo di coordinatore della Commissione Sviluppo Economico e nel 2023 diventa Coordinatore della task force per Expo Osaka 2025. Nel 2024 viene nominato per rappresentare la Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome al Comitato consultivo del Fondo di Garanzia per le PMI.

**Le Marche
a Expo 2025
Osaka:
tra *artigianalità*,
innovazione e
*nuove prospettive
globali***



Si è tenuta dal 1 al 7 giugno la Settimana delle Marche a Expo 2025 Osaka, un evento che ha rappresentato un passo importante per l'internazionalizzazione del sistema produttivo del nostro territorio.

Ad aprire l'evento in Giappone è stato l'assessore regionale alle Attività Produttive Andrea Maria Antonini, presente nel Padiglione Italia – descritto come il più visitato di tutta l'esposizione – alla presenza del Commissario Generale per l'Italia e Expo 2025 Osaka.

La giornata inaugurale ha incluso la spettacolare esibizione degli Sbandieratori di Asco-



li Piceno e l'inaugurazione della mostra "Ars: tradition and innovation", dedicata al dialogo tra cultura manifatturiera marchigiana e tradizione giapponese. Non è mancato nel pomeriggio - mattina italiana - il saluto del Presidente della Regione Francesco Acquaroli, che ha evidenziato come la partecipazione a Expo rappresenti una straordinaria occasione per le imprese marchigiane e per l'intero "Sistema Marche", sottolineando la crescente attenzione internazionale verso qualità, design e artigianalità del Made in Marche.

Durante la settimana sono stati oltre 50 gli eventi, tra workshop, talk, mostre e performance, che si sono svolti non solo in padiglione Italia, ma anche in prestigiose locations nelle città di Osaka e Tokyo, che hanno coinvolto nella totalità 71 aziende marchigiane. Ma non solo aziende. La settimana delle Marche ha visto protagonisti anche 13 istituzioni regionali, 12 tra università ed istituti, oltre a più di 300 studenti per la maggior parte giapponesi.

Di rilievo anche l'esibizione del Maestro Giovanni Allevi, che ha segnato il suo emozionante ritorno in Giappone dopo la sua dura battaglia con la malattia che lo ha colpito, accompagnato per l'occasione da un'orchestra d'archi giapponese. Altro spettacolo di grande successo è stato quello degli Sbandiera-

tori e Musicisti della Quintana di Ascoli Piceno, che hanno animato la piazza antistante il Padiglione Italia, con il pubblico richiamato dal suono delle loro chitarre e tamburi e dai colori sgargianti delle bandiere che roteavano in aria.

**Expo Osaka 2025:
non solo una vetrina
internazionale,
ma un ponte concreto
verso nuove
opportunità di sviluppo
economico,
culturale
e imprenditoriale.**

I dati finali testimoniano il successo dell'iniziativa: 220 accreditati agli eventi principali, 29 istituzioni e associazioni coinvolte, 447 stakeholder, per lo più giapponesi, raggiunti e una forte copertura mediatica, con 122 giornalisti giapponesi presenti ai vari eventi della settimana, confermando l'ampiezza del progetto e la sua efficacia.

A conclusione di questa avventura, il 24 luglio si è tenuto il convegno "Un ponte per il Giappone", che ha permesso di tracciare un bilancio finale ed iniziare a delineare le prospettive future. Alla presenza dei suoi prota-

gonisti che hanno raccontato la loro visione futura verso il mercato giapponese, il presidente Acquaroli ha parlato di riscontri positivi da un mercato "non convenzionale", ma altamente compatibile con il posizionamento qualitativo delle produzioni marchigiane. L'assessore Antonini ha inoltre evidenziato come la partecipazione a Expo abbia già attivato nuovi progetti di export e incoming, dando il via a un percorso di crescita stabile e strutturato.

E in questo percorso di crescita, il futuro guarda già al biennio 2025-2026, con una strategia chiara: rafforzare la visibilità del brand Marche in Giappone e sviluppare collaborazioni mirate nei settori del design, agroalimentare e moda. Tra le progettualità in programma, la creazione di premi congiunti tra scuole di design, eventi promozionali, e l'attivazione di due centri di cultura gastronomica a Camerino e Kyoto. Sono inoltre previste visite corporate durante Lineapelle, in collaborazione con ENIT Tokyo ed un incoming di importatori, previsto già per fine 2025, e di giornalisti giapponesi per il 2026.

Con uno sguardo proiettato al futuro, le Marche si confermano protagoniste nel dialogo con il mercato asiatico, grazie a un sistema coeso tra istituzioni, imprese e università. L'esperienza di Expo Osaka 2025 non è stata

solo una vetrina internazionale, ma un ponte concreto verso nuove opportunità di sviluppo economico, culturale e imprenditoriale che la Regione Marche è pronta ad attraversare.



**Interporto
Marche
guarda
all'Oriente**



"La logistica, nell'ottica di potenziare l'export delle Marche, è infatti fondamentale"

Lo scorso mese di giugno il Presidente di Interporto Marche, Massimo Stronati, ha partecipato all'inaugurazione della settimana delle Marche all'Expo di Osaka insieme all'Assessore Andrea Maria Antonini, al Commissario per l'Expo, Ambasciatore Mario Vattani e a una nutrita compagine di imprenditori e di rappresentanti di Enti e Organizzazioni.

Stronati ha evidenziato che il nuovo corso di Interporto Marche ha bisogno sempre di più di internazionalizzazione specie in un momento in cui Amazon sta per partire e che la struttura intermodale marchigiana sta concludendo i lavori di ristrutturazione ed efficientamento energetico oltre al rifacimento del manto stradale per tutta l'area prevista per la viabilità dei mezzi in arrivo ed in partenza per Amazon.

Il Presidente Stronati ha svolto a Tokyo una lunga serie di incontri istituzionali tra cui quello con l'ambasciatore italiano in Giappone, Gianluigi Benedetti, mentre a livello di business da segnalare quelli con i vertici delle società di Trasporti e Logistica tra cui la ECMS

Japan che opera in undici paesi dell'Asia e che ha mostrato interesse per l'Italia visto che già sono operativi Europa, in particolare in Inghilterra e Olanda e anche la sede della Sayu, uno dei principali importatori di beni alimentari.

Importantissimo l'incontro con la Yamato Transport, il più grande operatore della logistica in Giappone: un colosso con un fatturato di 1,8 trilioni di yen che opera in sette Paesi e che ha anche una sede in Italia.

Proprio i manager di Yamato Transport, infatti, hanno dimostrato interesse a far visitare l'Interporto delle Marche ai loro tecnici italiani che sono attualmente di stanza a Milano.

Incontro con Yamato Transport





"Abbiamo parlato di intermodalità – spiega Stronati - e soprattutto di poter creare un hub all'interno degli Interporto per inviare in Giappone prodotti come pasta, vino e olio e nello stesso momento per consentire anche un arrivo in Italia di prodotti tecnologici e poi, da lì, inviarli nei vari mercati, prevedendo magari anche delle piccole lavorazioni.

Inoltre, c'è anche la possibilità di una valutazione di sfruttare i piazzali di Interporto per le auto che dal Giappone arrivano in Italia per poi farle proseguire con i canali ferroviari verso il nord Italia e l'Europa".

La missione all'Expo ha consentito di dare la vera e giusta dimensione e importanza rispetto alle attività produttive, alla storia imprenditoriale e culturale della regione"

I vertici di Interporto Marche valutano che è molto probabile che una struttura rinnovata e in piena espansione come l'Interporto possa essere utile a questa grande società nipponica. È vero che le dimensioni attuali di Interporto potrebbero, come è auspicabile, aumentare e quindi dar spazio anche per queste iniziative molto importanti.

Tra gli incontri positivi, da segnalare anche quello con la Camera di Commercio Italo-Giapponese e l'ICE, l'Istituto del Commercio Estero. Una missione importantissima perché l'interporto dovrà sempre di più guardare all'estero per trovare nuovi partner internazionali.

"La logistica, nell'ottica della volontà di potenziare l'export delle Marche, è infatti fondamentale – conclude Stronati - C'è una grande voglia di riscatto per questa importante infrastruttura pubblica, per il cui rilancio ringrazio la



Regione Marche e SVEM. La missione all'Expo ha consentito anche di dare la vera e giusta dimensione e importanza rispetto alle attività produttive presenti nelle Marche, alla storia imprenditoriale e culturale della regione”.

Massimo Stronati con l'Ambasciatore Italiano in Giappone Gianluigi Benedetti

Massimo Stronati, 63 anni, manager di Jesi, dopo essersi laureato in economia aziendale ha avuto diverse esperienze come imprenditore nel settore della cooperazione. Ricopre il ruolo di presidente nazionale di Confcooperative per il settore Lavoro e Servizi e di Confcooperative Marche. Dal 2022 è stato nominato presidente di Interporto Marche S.p.A., carica rinnovata nel 2025.



Interscambio commerciale *italia–giappone*, aggiornato al primo trimestre 2025

ANDAMENTO COMPLESSIVO DEL COMMERCIO ITALIA–GIAPPONE

Voce	Valore & crescita Q1 2025 vs Q1 2024
Export Italia verso il Giappone	+2 % su base tendenziale
Quota Paese nel milieu extra-UE	Il Giappone rientra tra i principali partner extra-UE con crescita dell'export italiana del +2 %
Importazioni italiane dal Giappone	Non specificamente dettagliate, ma fanno parte del +11,7 % su base annua delle importazioni totali extra-UE (€ 65,2 mld)

Secondo i dati UN COMTRADE, nel 2024 l'export italiano verso il Giappone ha raggiunto circa 8,9 mld USD, equivalenti a quasi €8 mld. I dati OSCE riferiscono inoltre che nel 4° trimestre 2024 l'Italia ha esportato €2,02 mld, segnando un calo lieve (-1,6 %) rispetto allo stesso periodo 2023.

CONTRIBUTO AL BILANCIO COMMERCIALE

Nel primo trimestre 2025, l'Italia ha registrato:

- **Esportazioni complessive: €160,1 mld**

(+3,2 % anno su anno)

- **Importazioni complessive: €152,2 mld**

(+6,9 %)

- **Surplus commerciale globale: €7,8 mld**

(in calo dai €12,8 mld del Q1 2024) Escludendo energia, il surplus è stato +€21,4 mld. Il Giappone si colloca tra i Paesi che hanno contribuito a questo mix, con +2 % di export verso il mercato nipponico.

MERCATI E SETTORI

Settori trainanti per l'export globale italiano:

- **Farmaceutici, chimico-medicinali**

& botanici: +41,9 %

- **Mezzi di trasporto (esclusi autoveicoli):**

+21,2 %

Verso il Giappone, sebbene non ci siano cifre settoriali dedicate, si possono presumere forti esportazioni da questi segmenti, viste le specializzazioni del Made in Italy e l'interesse giapponese per farmaceutica, macchinari e chimica.

OSSERVAZIONI TECNICHE E SFIDE

Crescita moderata: +2 % indica un consolidamento della presenza italiana in Giappone, ma l'andamento è più lento rispetto ad altri mercati extra-UE (+3,1 % su base totale).

Volatilità economica globale: Tensioni geopolitiche (US-Cina etc.) e dinamiche energetiche

influenzano i flussi commerciali.

Valute e competitività: L'apprezzamento dell'euro nei confronti dello yen può penalizzare la competitività dei beni italiani.

PROSPETTIVE E STRATEGIE

Diversificazione settoriale: puntare su farmaceutica di qualità e tecnologie avanzate, dove Italia ha un vantaggio competitivo.

Collaborazioni B2B ed eventi bilaterali: la partecipazione a forum (e.g. Forum Italia - Giappone) rafforza le sinergie strategiche

Sostenibilità dello slancio export: necessario incrementare esportazioni verso il mercato giapponese almeno al ritmo medio extra-UE (+3,1 %).

CONCLUSIONE

Nel Q1-2025, l'interscambio Italia-Giappone mostra segnali di stabilità e crescita misurata: export +2 %, mentre import cresce nel trend extra-UE (+11,7 %). Al contempo, il significativo surplus energetico ed extraenergetico dell'Italia, seppur in calo rispetto al 2024, evidenzia come **il Giappone resti un partner strategico** all'interno di una politica di rafforzamento delle esportazioni.

Per aumentare significativamente l'export verso il Giappone, l'Italia dovrebbe consolidare i settori di eccellenza (farmaceutica, macchinari, alimentare di qualità) e sfruttare occasioni di networking e innovazione nel contesto della transizione economica globale.

**Marche
e Giappone:
*un ponte
tra tradizione
e innovazione*
nelle relazioni
economiche
e industriali**

Le relazioni tra le Marche e il Giappone rappresentano un caso esemplare di cooperazione tra territori profondamente diversi, ma complementari per struttura industriale e vocazione culturale. Questo articolo analizza le dinamiche economiche, commerciali e industriali che uniscono la regione italiana al Sol Levante, con particolare attenzione ai settori strategici, alle sinergie in atto e alle prospettive future.

INTRODUZIONE

La regione Marche si contraddistingue per un tessuto produttivo fortemente orientato alla manifattura, all'artigianato evoluto e all'export. Sebbene non sia tra le aree italiane tradizionalmente associate all'internazionalizzazione asiatica, negli ultimi decenni le Marche hanno sviluppato un rapporto sempre più solido con il Giappone, potenza tecnologica e commerciale con una forte domanda per il "Made in Italy" di qualità.

INTERCONNESSIONI ECONOMICHE E COMMERCIALI

EXPORT MARCHIGIANO VERSO IL GIAPPONE

Secondo i dati ISTAT e ICE aggiornati al 2024, il valore dell'export marchigiano verso il Giappone ha mostrato una crescita costante, con punte significative nei settori:

Meccanica di precisione e automazione industriale, trainata da aziende del distretto fabrianese e anconetano.

Moda e pelletteria, con esportazioni di calzature di fascia alta provenienti dai distretti di Fermo e Macerata.

Agroalimentare, in particolare vino (Verdicchio dei Castelli di Jesi e Rosso Conero), pasta artigianale e olio extravergine.

L'approccio giapponese, attento alla qualità e alla cura del dettaglio, si sposa con l'eccellenza produttiva marchigiana, creando un canale commerciale stabile e profittevole.

IMPORT E COLLABORAZIONI TECNOLOGICHE

Dal lato import, le Marche si avvalgono di tecnologie giapponesi nel campo dell'automazione, dell'elettronica industriale e della

robotica applicata alla produzione. Non mancano collaborazioni R&D tra PMI marchigiane e aziende nipponiche, supportate da università locali (come l'Università Politecnica delle Marche) e programmi europei per l'innovazione transfrontaliera.

PRESENZA INDUSTRIALE E INVESTIMENTI DIRETTI

AZIENDE GIAPPONESI NELLE MARCHE

Benché non numerose, alcune imprese giapponesi hanno avviato partnership produttive o commerciali con aziende marchigiane, attratte dal know-how locale e dalla logistica favorevole verso i mercati europei. In particolare:

Settore medicale e biomedicale (nella zona di Civitanova Marche) con joint venture per la produzione di dispositivi medicali ad alto contenuto tecnologico.

Elettronica per la domotica: interesse crescente per le applicazioni smart home sviluppate localmente.

INVESTIMENTI MARCHIGIANI IN GIAPPONE

Non mancano casi di imprese marchigiane che hanno scelto il Giappone come piatta-

forma strategica in Asia. Marchi del lusso e della moda (soprattutto calzaturiero) hanno aperto showroom e retail outlet nelle principali città giapponesi (Tokyo, Osaka), spesso in partnership con distributori locali.

OSTACOLI E OPPORTUNITÀ

BARRIERE CULTURALI E NORMATIVE

Nonostante le opportunità, permangono barriere legate a:

Diversità culturale nei modelli di business e nella comunicazione commerciale.

Regolamentazioni stringenti, specialmente in ambito alimentare e medicale, che richiedono una profonda conoscenza del mercato giapponese.

SUPPORTI ISTITUZIONALI

A facilitare il dialogo economico ci sono:

- La Camera di Commercio Italo-Giapponese
- L'Ambasciata del Giappone in Italia
- Progetti regionali di internazionalizzazione, come quelli promossi da SVEM (Sviluppo Europa Marche) e Confartigianato.

PROSPETTIVE FUTURE: GREEN ECONOMY, TURISMO E DIGITALE

Guardando al futuro, si profilano nuove aree di cooperazione:

■ **Green economy:** energie rinnovabili, gestione sostenibile delle risorse e bioedilizia. Turismo culturale ed esperienziale: il Giappone rappresenta un target strategico per un turismo di qualità, interessato a borghi storici, itinerari enogastronomici e arte rinascimentale.

■ **Digitale e AI:** le università marchigiane stanno avviando progetti con partner giapponesi in ambito intelligenza artificiale e cybersecurity applicata all'industria 4.0.

CONCLUSIONI

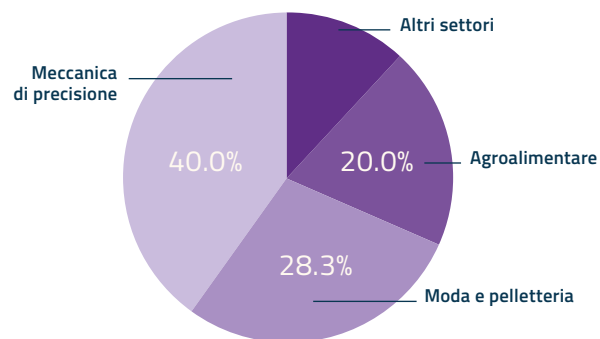
Il rapporto tra le Marche e il Giappone è destinato a rafforzarsi grazie a una crescente affinità valoriale e produttiva. Se da un lato il Giappone cerca qualità, design e autenticità, le Marche offrono un modello industriale snello, innovativo e attento al dettaglio. Rafforzare i canali istituzionali, investire nella conoscenza interculturale e puntare su filiere ad alto valore aggiunto sarà la chiave per consolidare un ponte economico tra Adriatico e Pacifico.

Import/Export

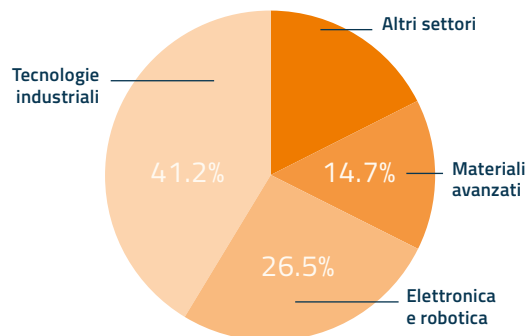
L'infografica che rappresenta i principali flussi economici tra le Marche e il Giappone:

(dati in milioni €)

Export Marche > Giappone



Import Giappone > Marche



■ **Esportazioni:** dominate da meccanica di precisione, moda/pelletteria e agroalimentare.

■ **Importazioni:** incentrate su tecnologie industriali, elettronica e materiali avanzati.

Export regionale: le Marche

■ **Esportazioni delle Marche** nel primo trimestre 2024: circa **3.590 milioni €**, in calo del 55% rispetto al 2023, ma senza considerare farmaceutico l'andamento migliora (-2,6%)

■ Settori trainanti positivi: mezzi di trasporto (+150%, 181 mln €), apparecchi elettrici (+2,9%, 347 mln €), agroalimentare (+4,4%, 108 mln €)

■ Calzature: 366 mln € nel Q1, -8,9% rispetto al 2023

Il trend conferma forte export regionale nei settori moda, meccanica e agroalimentare a cui si rivolgevano parzialmente mercati esteri come il Giappone.

MISSIONI ISTITUZIONALI E DIPLOMAZIA REGIONALE

MISSIONE A OSAKA (NOVEMBRE 2024)

Una delegazione regionale ha incontrato rappresentanti politici e dell'ente turistico di Osaka. L'occasione è stata sfruttata per promuovere l'agroalimentare marchigiano (es.

Piazza Italia alla stazione Umeda) e sviluppare contatti per incoming turistico.

EXPO OSAKA 2025: FOCUS SU CULTURA, ECONOMIA E INTERNAZIONALIZZAZIONE

*Settimana della Regione Marche
(1-7 giugno 2025)*

All'interno del Padiglione Italia, la Regione ha organizzato una "Settimana delle Marche" durante Expo Osaka. Il presidente Francesco Acquaroli e l'assessore Andrea Maria Antonini hanno sottolineato la capacità attrattiva regionale in termini di artigianato, manifattura e creatività nel contesto internazionale.

PROMOZIONE DELLE PMI MARCHIGIANE

Grazie al bando PR MARCHE FESR 2021 2027, la Regione ha supportato la partecipazione di 12 imprese marchigiane del settore moda all'evento "The Power of Fashion Marche" durante l'Expo. L'intervento è stato co-finanziato e coordinato da Regione, Confefercenti e MC Consulting.

SCUOLA, EDUCAZIONE E SCAMBI FORMATIVI

Durante la settimana regionale a Osaka, sono stati firmati accordi tra istituti marchigiani e scuole giapponesi: l'IIS "Galileo Gali-

lei” di Jesi con Kogakkan High School di Ise; l’IIS “Einstein Nebbia” con partner in Hyogo per un programma Erasmus+. Questi accordi simbolizzano lo sviluppo di ponti nell’educazione e nella cittadinanza globale.

PROMOZIONE ARTISTICA E CULTURALE

La Fondazione Marche Film Commission e l’Accademia Poliarte di Ancona hanno realizzato un cortometraggio d’autore (progetto Metaverso Raffaello) presentato in anteprima al Padiglione Italia il 2 giugno 2025. L’opera unisce arte, territorio e tecnologie digitali per raccontare identità marchigiana al pubblico giapponese e globale.

TIPICITÀ E CUCINA ITALIANA NEL MONDO: INIZIATIVE BITEMPORALI

Missioni tipicità (novembre 2025)

Dal 18 al 23 novembre 2025, una delegazione regionale parteciperà alla “IX Settimana della Cucina Italiana nel Mondo” in Giappone. L’evento promuove Made in Marche: agroalimentare, turismo, cultura e formazione, in collaborazione con Ambasciata italiana, Consolato, e istituzioni giapponesi come l’Università Ritsumeikan e Mazda Museum.

OSSERVAZIONI

La diplomazia regionale è sempre più proattiva e integrata: eventi internazionali, missioni e bandi regionali favoriscono i legami diretti con istituzioni giapponesi sul piano culturale, educativo ed economico.

Il focus su agroalimentare, moda, arte e turismo risulta particolarmente efficace nella valorizzazione del brand Marche in Giappone. I percorsi di cooperazione includono scuola, cultura e formazione, un approccio efficace per costruire relazioni durature generazionali.



I RAPPORTI TRA LE ISTITUZIONI DI RICERCA

Il rapporto tra istituzioni di ricerca marchigiane e giapponesi è un ambito di cooperazione in crescita, sostenuto da una crescente convergenza negli interessi su tecnologia, sostenibilità, manifattura avanzata e salute. Di seguito una panoramica dettagliata delle collaborazioni più rilevanti:

UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE (UNIVPM)

È l'ateneo più attivo nelle relazioni scientifiche con il Giappone, grazie al suo focus su ingegneria, medicina, economia e scienze agrarie.

Collaborazioni chiave:

Scienze e ingegneria dei materiali: partnership con istituzioni giapponesi come l'Osaka Institute of Technology e la Tohoku University, su progetti relativi a:

- nanotecnologie,
- materiali innovativi per la sensoristica e l'automazione,
- stampa 3D e prototipazione industriale.

Progetti Horizon Europe e internazionali:

la Politecnica è partner in progetti multilaterali su:

- transizione energetica (con Kyoto University e AIST),
- robotica per la medicina (con RIKEN Institute),
- agricoltura di precisione e sostenibilità.

Scambi accademici:

UNIVPM ha attivato accordi di doppio titolo e mobilità docenti/studenti con università giapponesi, nell'ambito dei programmi Erasmus+ e MEXT (Ministero giapponese per l'Istruzione).

UNIVERSITÀ DI MACERATA (UNIMC)

Specializzata in discipline umanistiche, economico-giuridiche e studi internazionali.

Collaborazioni attive:

Studi giapponesi, cultura e diritto comparato: collaborazione con l'Università di Tokyo e la Kansai University in:



- ricerca sul diritto internazionale comparato e business interculturale,
- scambi per studenti di Lingue orientali (incluso giapponese),
- studi sul management tra Italia e Asia Orientale.

Progetto EU-Japan Centre for Industrial Cooperation:

UNIMC partecipa a seminari e summer school con focus su economia e cooperazione industriale.

UNIVERSITÀ DI URBINO "CARLO BO"

Forte nei settori delle scienze sociali, psicologia, filosofia e comunicazione.

Collabora con istituzioni accademiche giapponesi su comunicazione interculturale, filosofia comparata e didattica innovativa. Partecipa a iniziative del Japan Foundation e al programma MIRAI (scambi accademici e scientifici con il Giappone per giovani ricercatori europei).

ALTRI ATTORI MARCHIGIANI COINVOLTI NELLA COOPERAZIONE SCIENTIFICA

CRITT (Centro Regionale Innovazione e Trasferimento Tecnologico): coinvolto in progetti congiunti in ambito automazione industriale e digital manufacturing.

Cluster Meccatronica Marche: interazione

con aziende e poli di ricerca giapponesi per innovazioni nell'Industria 4.0, in collaborazione con istituti come il National Institute of Advanced Industrial Science and Technology (AIST) giapponese.

INIZIATIVE E PROGRAMMI CONGIUNTI

Japan Society for the Promotion of Science (JSPS): diversi docenti marchigiani hanno ottenuto borse di studio per svolgere attività di ricerca in Giappone.

■ Fondazione Italia-Giappone: partner di iniziative culturali e scientifiche, ha ospitato eventi di dialogo scientifico tra regioni italiane (incluse le Marche) e il Giappone.

■ Internazionalizzazione delle imprese + ricerca: tramite Camera di Commercio delle Marche, connettendo poli di innovazione e spin-off universitari con cluster tecnologici giapponesi.

Le relazioni tra istituzioni di ricerca delle Marche e del Giappone non sono ancora sistemiche come quelle tra grandi atenei nazionali, ma stanno crescendo attraverso:

- interessi comuni in meccatronica, sostenibilità, manifattura avanzata e studi culturali;
- partecipazione a programmi europei e asiatici;
- alleanze tra università, cluster industriali e imprese innovative.

Affermare il *brand Marche* a livello internazionale

Intervista
all'A.D. di Spinosi srl
Marco Spinosi



Marco Spinosi: "Fondamentali occasioni come quella offerta dalla Regione Marche ad Osaka per affermare il brand Marche a livello internazionale"

Dopo il successo delle precedenti edizioni di Expo Milano 2015 e Dubai 2020, il pastificio Spinosi ha rappresentato ancora una volta l'eccellenza italiana a Expo 2025 Osaka, nella prestigiosa cornice del Padiglione Italia, in occasione della Settimana della Regione Marche (1–7 giugno 2025).

L'evento si è svolto all'interno della mostra "Ars: tradition and innovation", un viaggio tra cultura, maestria artigianale e innovazione tecnologica. L'allestimento presenta una simbolica casa giapponese poggiata su un territorio marchigiano, a rappresentare l'armonia tra due culture profondamente legate da valori condivisi: rispetto per la tradizione, equilibrio con la natura e arte del "saper fare". All'interno della bottega espositiva dedicata al food, Spinosi ha presentato:

➤ Video dimostrativi sottotitolati in giapponese e inglese che illustrano il processo artigianale di produzione della pasta: dalla sgusciatura manuale delle uova fino alla "pettinatura" dei Maccheroncini di Campofilone IGP.

➤ Dimostrazioni pratiche dal vivo con Marco Spinosi, rappresentante della terza generazione dell'azienda, che mostrerà la lavorazione tradizionale della pasta marchigiana.

➤ Focus sull'innovazione di prodotto, con la presentazione degli Spinosini Zero+ alla spirulina, pensati per ricette fusion come il ramen, a testimonianza del dialogo tra la cultura alimentare italiana e quella giapponese.





Qual è stata l'accoglienza del pubblico, delle istituzioni giapponesi e dei potenziali clienti durante la vostra presenza ad Osaka?

Un sistema logistico moderno, sostenibile e Molto positiva. I giapponesi sono molto interessati a tutto ciò che è Italia. Il nostro padiglione era quello più visitato con accessi giornalieri di circa 5.000 persone e tempi di attesa di cinque ore. Il pubblico e le istituzioni giapponesi sono molto accoglienti. Erano molto interessati a tutti i prodotti della nostra regione, in primis all'enogastronomia. Nel nostro stand sono stato coadiuvato dalla signora Kumiko Muraji che tutti i giorni ha dato dimostrazione di sfoglina. La signora Kumiko, che conosciamo da anni, è titolare ad Osaka di una osteria marchigiana che si chiama "La Cicerchia", dove nel menù propone gli Spinosini. Più marchigiana di così! Voglio aggiungere che durante tutto il pe-

riodo dell'Expo, nel menù del ristorante di Eataly all'interno del padiglione Italia erano presenti i nostri maccheroncini di Campofilone IGP al tartufo di Roccafluvione abbinati ai vini Umani Ronchi. I nostri maccheroncini sono anche presenti nel cortometraggio realizzato da Poliarte – Gruppo Rainbow che è stato presentato da Iginio Straffi: un viaggio esperienziale attraverso la nostra regione c̃ihe si dispiega tra paesaggi, antichi borghi, enogastronomia e artigianalità tipica della nostra regione.

La vostra è un'azienda dal respiro internazionale. Avevate già una vostra presenza in Giappone?

È dal 2000 che mio padre, Vincenzo Spinosi, frequenta con successo il Giappone. Siamo abituali frequentatori della fiera Foodex, nello spazio della Regione Marche, che si svolge a Tokyo ogni marzo. Il periodo del covid ha naturalmente costituito un brusco stop, che è coinciso oggi con uno Yen svalutato rispetto all'Euro. Quindi l'Expo di Osaka è stato un'occasione fondamentale per riallacciare proficui rapporti. Per l'occasione abbiamo anche messo online un sito in giapponese <https://www.spinosi-japan.com/> nel quale è anche presente un video.

Avete stretto dei nuovi contatti commerciali che state portando avanti?

Con l'Expo abbiamo finalizzato un importante accordo commerciale con la catena di supermercati Aeon e valutiamo che ad ottobre-novembre inizieremo l'invio in Giappone dei nostri prodotti.

Su quali punti di forza deve concentrarsi la nostra regione per far conoscere il brand "Marche"?

Occasioni come l'Expo di Osaka sono fondamentali per fare esperienza. La Regione Marche ci fornisce delle opportunità fondamentali per riunire aziende diverse accomunate dal nostro "saper fare" e in questo modo fare massa critica. L'apertura internazionale è un motore potente anche per conoscere meglio i più diversi mercati e trarre delle idee che possono essere applicate in contesti diversi.

Marco Spinosi

A.D. DI SPINOSI SRL



Marco Spinosi. Classe 1978, sposato, con 2 figli. Dopo la laurea all'Università Bocconi con focus su strategia per le PMI e un periodo in Pirelli, entra nell'azienda di famiglia dove oggi ricopre il ruolo di Amministratore Delegato. Appassionato di innovazione, nuove tecnologie e sistemi ERP (Enterprise Resource Planning). Ha un forte interesse per tutti gli aspetti legati alla finanza (commerciale, operativa e strategica) e alla trasformazione digitale. Gli piace viaggiare, ascoltare musica, cucinare e trascorrere del tempo con la famiglia e gli amici.

**Tipicità torna
da Expo Osaka
con un *patrimonio*
*per il futuro!***



*Life style ed economia delle relazioni le chiavi vincenti.
Più di centocinquanta soggetti ed organizzazioni nipponiche incontrate
nel corso delle giornate trascorse nel Far East.*

Dal Paese del Sol Levante all'Italia, un ritorno con le valigie cariche di un consistente patrimonio di contatti e conoscenze per il futuro! Così si può sintetizzare l'esito della missione di Tipicità in Giappone, comprendente un vasto ed articolato programma di presentazioni dedicate al "vivere all'italiana" ed alla "Marche Experience", ma anche scenografici show cooking, master class e serate di networking.

Sviluppata tra Osaka, Kyoto e Tokyo, l'iniziativa è stata resa possibile grazie al progetto per **Expo Osaka** a regia regionale che, nella settimana dal 1 al 7 giugno, ha visto le Marche protagoniste del Padiglione Italia e di molteplici iniziative fuori Expo.

"Sono oltre centocinquanta – afferma Angelo Serri, direttore di Tipicità – le organizzazioni ed i soggetti giapponesi direttamente coinvolti nelle attività da noi proposte nel corso di questa trasferta nell'Estremo Oriente. In questa lunga lista figurano autorevoli importatori e grossisti, soprattutto dei settori food, arredo e fashion, insieme a docenti e studenti dell'Università Ritsumeikan di Kyoto, ma anche associazioni di promozione dell'italianità in Giappone e rappresentanti delle più importanti testate giornalistiche giapponesi, oltre alle più alte cariche della diplomazia italiana".



Dal canto suo Andrea Maria Antonini, Assessore regionale alle Attività produttive e all'Internazionalizzazione commenta:

"Siamo orgogliosi dei risultati raggiunti da Tipicità in Giappone. Durante la settimana delle Marche all'Expo è stato possibile dare ampio risalto alla promozione della nostra regione e delle nostre eccellenze; questo grazie anche al contributo di Tipicità, dimostrando che il nostro territorio è in grado di competere a livello internazionale e di costruire relazioni solide con partner stranieri".



"L'organizzazione di Tipicità – ricorda il project manager, Alberto Monachesi – aveva iniziato a lavorare per Expo già da due anni e mezzo ed ora sono arrivati i frutti. Con i giapponesi non puoi improvvisare, ma se ti dimostri costante e affidabile puoi costruire un patrimonio fiduciario che dura per sempre. E sono proprio questi ponti di fiducia ben strutturati il patrimonio più importante che Tipicità riporta a casa dalla missione Expo, in quanto saranno estremamente utili per sviluppare più agevolmente nuove relazioni commerciali e culturali durevoli nel tempo, a favore della vasta comunità economica e culturale di Tipicità".

Tipicità è la public-private partnership animata da oltre duecento entità che si riconoscono sotto un "brand ombrello" pluripremiato, negli oltre trenta anni del suo percorso, per la capacità di valorizzare in una strategia complessiva i tratti distintivi dell'italianità e, in particolare, della marchigianità, con iniziative in Italia, come il Festival di Fermo e tanti altri eventi, missioni all'estero in collaborazione con Ambasciate e Consolati, ma anche innovativi progetti di marketing territoriale che esplorano continuamente nuovi modi per valorizzare l'esperienza e le produzioni di qualità.

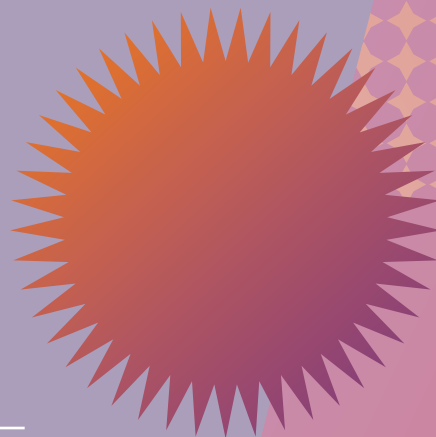




SVILUPPO
EUROPA
MARCHE



AGENZIA DI SVILUPPO
DELLA REGIONE MARCHE
DEVELOPMENT AGENCY
OF MARCHE REGION



SVEM — Sviluppo Europa Marche Srl

è il proprietario del periodico:

“MarchEU. Rivista d’Europa”.

Iscrizioni al registro dei Giornali e Periodici
del Tribunale di Ancona in data 19/09/2023.

R.G. 2852/2023.

Direttore responsabile:

Monica Mancini Cilla

Editore:

Andrea Santori

Via Raffaello Sanzio, 85 · 60125 Ancona (Italy)
+39 071 22 10 347 · segreteria@svemarche.eu
www.svemarche.eu