



CAMERA di COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO AGRICOLTURA
MONZA BRIANZA

Partner Istituzionale

BrianzAcque chiude le porte di Expo con l'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani e la Camera di Commercio di Monza e Brianza

Al mercato di Cascina Triulza, da oggi fino al 31 ottobre, in vetrina Esperienze di Brianza, eccellenze imprenditoriali del "made in Brianza" tra acqua, food e design

Milano, 27 ottobre 2015 – Con un brindisi simbolico a base di acqua pubblica di rete ha preso il via in Expo, la settimana di mercato **"Esperienze di Brianza"** promossa da BrianzAcque in collaborazione con la Camera di Commercio di Monza e Brianza. Da oggi, **fino a sabato 31, giornata conclusiva** del grande evento, **nella cornice di cascina Triulza, sede espositiva della società civile –progetto Anci per Expo-** sarà possibile scoprire alcune tra le realtà imprenditoriali più interessanti del "made in Brianza" che spaziano dal **food al design più innovativo** di cui la Brianza è una delle terre madri e distretto famoso nel mondo. Dopo il successo della giornata evento di fine luglio "Acqua e terre di Brianza" promossa con la Provincia di Monza e Brianza, BrianzAcque, gestore unico del servizio idrico sul territorio, torna e chiude le porte di Expo con questa nuova iniziativa, organizzata in collaborazione con la **Camera di Commercio di Monza e Brianza**. Obiettivi? Tenere alta l'attenzione sul tema dell'acqua pubblica, **evidenziare il nesso tra l'H₂O e il procedimenti produttivi da cui nascono le eccellenze del nostro territorio** e far vivere ai visitatori esperienze che meritano di essere il più bel ricordo nella mente, nel cuore e nel palato per il milione e mezzo di visitatori italiani e turisti stranieri previsti.

La "postazione" sotto i portici di cascina Triulza, è stata inaugurata a mezzogiorno, alla presenza dei vertici di BrianzAcque, di Camera di Commercio di Monza e Brianza e degli espositori.

"BrianzAcque e le eccellenze in vetrina si coniugano con un processo sinergico manifatturiero tipico del territorio brianzolo e anche del servizio pubblico idrico che la nostra monoultility sa dare all'imprenditoria locale – ha sottolineato il Presidente di BrianzAcque, Gianfranco Mariani - La buona acqua e la peculiarità dei servizi che forniamo costituiscono un elemento che concorre alla valorizzazione del prodotto brianzolo sempre più rivolto alle sfide, alla ricerca di un nuovo modello di sviluppo con al centro un uso sostenibile delle risorse".

"Il Made in Brianza negli anni è diventato un brand fatto di perfetta sintesi tra qualità e ricercatezza, tradizione e innovazione, con un'attenzione sempre maggiore verso il tema della sostenibilità – ha dichiarato Carlo Edoardo Valli Presidente della Camera di commercio di Monza e Brianza. Un marchio che racchiude in sé il valore del "fare impresa", dalla bottega artigiana alle industrie. In questi ultimi mesi i nostri imprenditori hanno avuto un'occasione senza precedenti, grazie a Expo, che è stata una vetrina unica e ci ha permesso di rafforzare la reputazione del Made in Brianza sui mercati mondiali".

La sostenibilità dei processi di coltivazione e di lavorazione dei prodotti, il rispetto dell'ambiente, l'importanza dell'elemento acqua, del suo utilizzo razionale e consapevole sono i trait d'union che accomunano i prodotti in vetrina. Leit motiv ancora più marcato nel cibo per la cui buona riuscita è ingrediente fondamentale un'acqua di qualità, come quella distribuita dagli acquedotti e dalle case dell'acqua in Brianza: un H₂O ottima sia per le caratteristiche sia perché controllata e certificata da assidui e stringenti controlli della Asl, dei laboratori di BrianzAcque che ora si avvalgono della prestigiosa partnership dell'Istituto Ricerche sulle Acque del CNR.

La Brianza da vedere - Ad accogliere i visitatori di Cascina Triulza e ad aprire il percorso

esperienziale è **Water-man**, l'ultima creazione di FuturoProject, l'azienda - laboratorio di Lissone nata dall'estro creativo di **Luigi Mariani**, in precedenza responsabile produzione di aziende nel settore dell'arredamento. Dopo i divani raffiguranti le bocche giganti e i visionari pouf scultura "scarpny" - pezzi unici esposti durante importanti mostre di design tra New York, Tokio, Osaka e Città del Capo - la sperimentazione artistica dell'impresa lissonese del legno-arredo ha dato vita, in occasione della settimana mercato a Expo, a Water-man, una creazione in legno multicolor, nelle sfumature degli azzurri, testimonial dell'importanza dell'acqua con lo slogan "sono fatto di acqua al 70%".

La Brianza da sentire - Per assaggiare e consumare i piatti tipici del territorio, in mostra a Cascina Triulza, arrivano due pezzi selezionati dalla collezione dei 54 "**Posti a tavola**", realizzati da maestri artigiani della Brianza, in sinergia con studenti, designer e architetti del territorio brianzolo, nazionale e internazionale. L'inserimento nelle teche di una bottiglia in vetro "griffata" BrianzAcque sta a sottolineare il connubio acqua – creatività. In vetrina il progetto, attuato da **APA Confartigianato Milano Monza e Brianza**, all'interno di Meet Brianza Expo, rielabora il rito dello stare a tavola dei popoli, attraverso la collaborazione tra più professionalità e reinterpreta tutto quello che ha sempre composto la tavola nella tradizione attraverso materiali innovativi, forme, colori, coniugando la maestria del design brianzolo con la tematica della sostenibilità e dell'alimentazione.

La Brianza da gustare si offre con tutta la genuinità degli gnocchi di Oreno, preparati con la famosa patata a pasta bianca, dal sapore ricco e intenso. A proporli, la **società agricola Fortuna** di Vimercate, nata da un gruppo di amici con un amore sfrenato per l'ambiente che, negli ultimi anni, si è specializzata nella coltivazione e nella valorizzazione del tipico quanto antico tubero, noto anche come "la Biancona", primo prodotto doc nel suo genere, celebrato anche dal marchio "made in Brianza". Un altro aspetto fondamentale è che si tratta di ortaggi a chilometro zero fondato sulla filiera corta.

E per gli amanti dei dolci, direttamente da Monza, sono arrivati i **biscotti** Teodolinda con farina integrale lavorata a pietra, i biscotti Corona Ferrea con farina e miele di castagno e i taralli dolci Longobardi senza uova e senza burro. Li realizza con rigore artigianale e con materie prime reperite da aziende agricole del territorio, il **Laboratorio Verde Grano**, un progetto a sfondo sociale, ideato e voluto dai fratelli Cono e Concetta Bagnato, che vede coinvolti i detenuti della Casa Circondariale di Monza nella preparazione di vari tipi di pasta fresca.

Dai banchi espositivi, fanno mostra di sé i **vasetti di mostarde** di frutta artigianali, dolci e senapate, preparate da **Fredo**, storica azienda fondata e cresciuta nel Canton Ticino che di recente, seguendo un percorso inverso rispetto alle aziende che si trasferiscono Oltralpe, ha aperto la sede commerciale a Veduggio al Lambro e che sta cercando casa per trasferire anche la produzione dalla Svizzera. Per Expo 2015, i titolari Cristina Bovati e Massimiliano Belotti, hanno lanciato un'apposita linea "Mostarde d'Italia" composta da sette mostarde storiche ciascuna legata ad altrettante zone del nostro Paese (panettiere, pandoro, delle cime, delle signorie, delle vigne, delle torri del vulcano con mele annurche e limoni di Sorrento) da accompagnare a formaggi, carni, pesci e dolci.

La Brianza da toccare con gli abiti in cotone biologico, lana organica, bambù e fibra di cereali di **Made For Change**. Il brand di moda biologica ed ecosostenibile nato nel 2011 dall'unione di due giovani stiliste, Carlotta Redaelli e Simona Donadio. La visione etica e sostenibile della moda crea un marchio d'abbigliamento bio: dal disegno al cartamodello, dalla confezione fino alla vendita diretta. Il marchio brianzolo sfrutta tra l'altro anche l'upcycling, ovvero il riciclo creativo: vecchi jeans, scarti di tessuto e t-shirt dismesse vengono destrutturati per dare vita a nuovi capi, seguendo le tendenze e le richieste del mercato, mantenendo una particolare attenzione alla sostenibilità e al made in Italy.

Oltre alla degustazione degli alimenti tipici del territorio, disponibili in vendita, **BrianzAcque**, offrirà ai visitatori acqua pubblica da bere a volontà.

E-mail: ufficio.stampa@brianzacque.it; Mob: 338. 7105083

Ufficio Stampa Camera di Commercio di Monza e Brianza Tel: 039. 2807511

E-mail: ufficio.stampa@mb.camcom.it