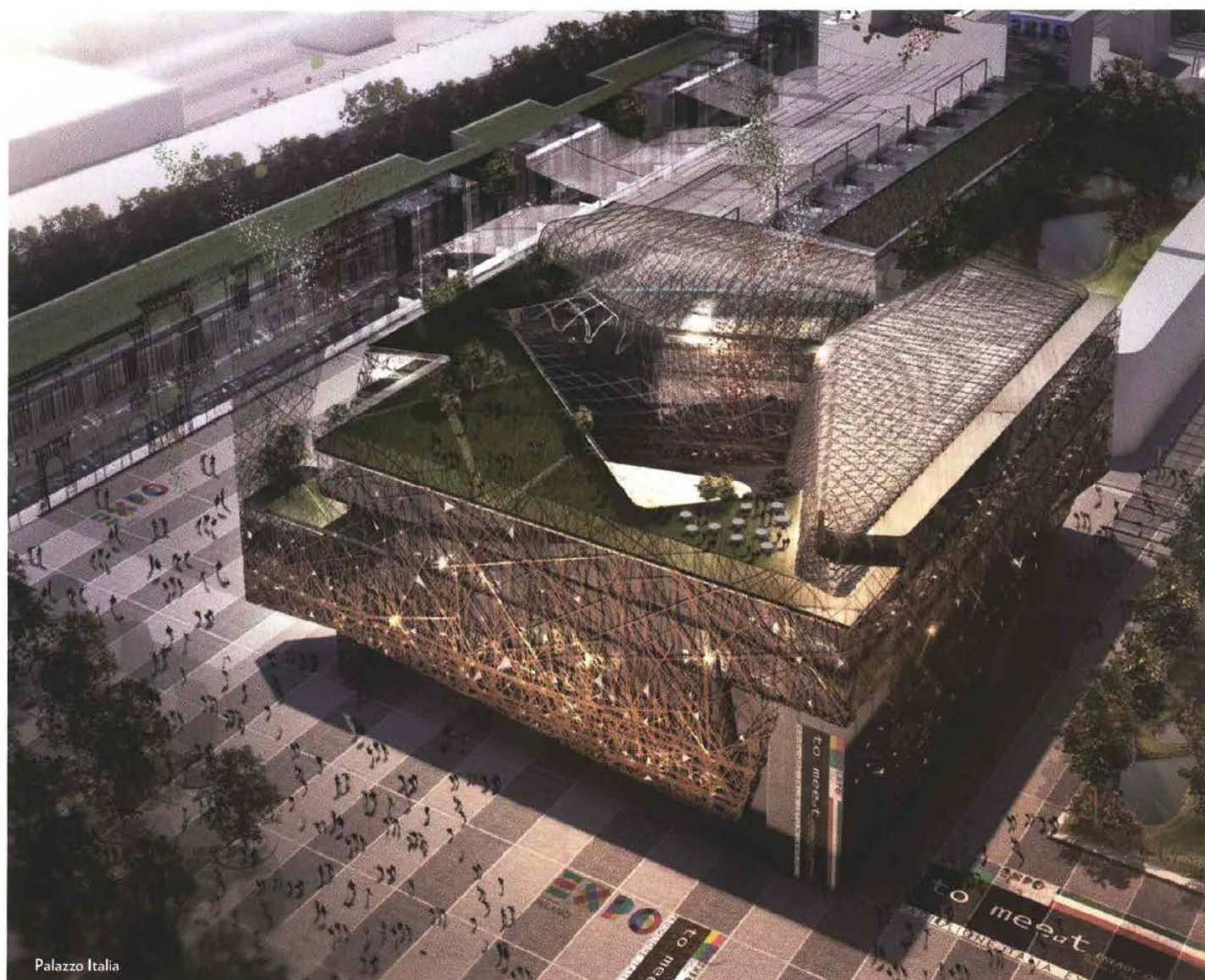


EXPO 2015: NULLA SARÀ PIÙ COME PRIMA

L'emersione di una nuova progettualità targata Expo, di skill originali e di approcci sistematici innovativi, è senz'altro, anche nel mondo della comunicazione, un forte segnale che si connette con il titolo di questa puntata: anche nel mondo della comunicazione nulla sarà più come prima.

di FABRIZIO BELLAVISTA



Palazzo Italia



Cluster "L'agricoltura e l'alimentazione delle zone aride"

fosi" senza la quale non possono esistere "nuovo" e "identità".

PRIMO PIANO

La comunicazione diventa Experience
Experience, ecco il "Primo Piano" di questo numero. "Percorso tematico", "esperienza multisensoriale", "viaggio interattivo": ecco le tre keyword per capire cosa succederà nei sei mesi (ma anche prima e dopo) della grande Esposizione, insieme alla metakeyword per eccellenza, "emotions". Le nuove terre delle emozioni sono emerse con prepotenza e stanno guadagnando velocemente terreno in tutto il mondo; la rete digitale fa ovviamente da volano a questo fenomeno. Qualche esempio di percorsi esperienziali ed emozionali che caratterizzeranno l'Expo Milano 2015? Nel Cluster "L'agricoltura e l'alimentazione delle zone aride" il concept del Politecnico di Milano ci porta in un paesaggio desertico all'interno del quale il visitatore è coinvolto in uno spaesamento ottico e percettivo come all'interno di un "desert storm": 24.000 cannuce in pvc sospese nell'aria daranno l'idea di questo fenomeno mentre, nel Cluster "Isole, mare e cibo" ideato dallo IULM, 4.000 canne di bambù simuleranno il mare tra campellini a forma di pesce, vasche d'acqua e fontane. Nel padiglione degli Emirati Arabi, invece, una "experience" guidata della durata di 9 minuti: si farà la coda tra dune di sabbia e scorrere di acqua (dato dalle immagini del movimento delle onde su un moltitudine di tablet, che saranno di guida ai visitatori per interagire

➔ Il 2015, che ovviamente vede Expo fungere da catalizzatore, sta già rappresentando quell'occasione per "mutare DNA" che dopo il consolidarsi dell'era digitale, era da tempo nell'aria. Ora è il momento in cui il digital world e in genere la "innovative wave" si deve connettere in profondità con la realtà territoriale e con l'economia reale per fornire risposte che travalichino il mero aspetto comunicazionale e che incidano in profondità nell'identità stessa delle aziende: la "share economy" sarà uno dei pilastri portanti di questa Esposizione. Si radica nel territorio, finalmente, la visione di "reti di imprese" che ha tanto faticato a trovare spazio nella nostra nazione e che ha determinato parte del gap che ci ha allontanato dagli altri Paesi. Contemporaneamente, si moltiplicano agenzie con nuove strutture ibride nelle quali la specializzazione generica di comunicazione si coniuga, nei casi di eccellenza, attraverso una nuova visione di marketing territoriale, con una stretta connessione al territorio e alle sue ricchezze e tradizione, di cultura e di know how professionale in cui, per esempio, il nuovo artigianato (anche quello digitale cosiddetto Maker) si sviluppa in traiettorie e friendship inconsuete. Per ultimo alcune strutture - anche micro - propongono una metrica valoriale per accostarsi con maggiore coerenza alle opportunità di questa Esposizione Universale, percorrendo una strada che si rifà anche alla vision di Ovidio che vedeva nella valorizzazione delle proprie radici il must di una cultura solo se plasmato dalla "metamor-

LA "SHARE ECONOMY" SARÀ UNO DEI PILASTRI PORTANTI DI QUESTA ESPOSIZIONE. SI RADICA NEL TERRITORIO, FINALMENTE, LA VISIONE DI "RETI DI IMPRESE" CHE HA TANTO FATICATO A TROVARE SPAZIO NELLA NOSTRA NAZIONE



Cluster "Isole, mare e cibo"

→ CORROSIVO RISK MANAGEMENT ALLO SBANDO

Dagli orari di apertura si capisce (la vera natura popolare di un evento).

"ART IS FOOD. FOOD IS ART" è un'altra perla da incorniciare nella collana della comunicazione di questo Expo meneghino. Leggete attentamente...

Location: Milano, Pirellone; giorni e orari di apertura: dal lunedì al venerdì, orario 14.00-19.00. Insomma, una vera manifestazione aperta a tutti!

→ CONFRONTI LE OPINIONI

Salvatore Veca

Curatore Laboratorio Expo

"Penso che questo metterci alla prova con la diversità sia un must e non un optional se prendiamo sul serio la sfida globale che emerge dai contenuti di Expo 2015 a Milano".

Carlo Ratti

Direttore Mit Senseable City Lab di Boston

"L'Expo di Milano dovrà servire per sperimentare nuove forme di città, sarà un laboratorio ideale per testare alcune ipotesi di vivibilità e di sopravvivenza perché il modo migliore per prevedere il futuro è sperimentarlo".

Gianluca Spina

Professore MIP School of Management del Politecnico di Milano

"Expo 2015 mette in scena un tema radicale e sconvolgente che non è indifferente a nessuno. Anche rivoluzionario, perché pone delle domande sui nostri stili di vita e sul futuro del pianeta".

Franco Pomilio

Presidente Pomilio Blumm

"L'Expo 2015 è la fotografia del nostro Paese: ricco di idee e talento e allo stesso modo aggroviato sulle indecisioni dal punto di vista strategico: la percezione che si ha è che un progetto di queste dimensioni non sia ancora entrato nella pelle né di chi ci sta lavorando, né delle aziende che debbono aderire, né dei cittadini. Bisogna che tutti questi attori lo metabolizzino come una cosa propria, solo così questa scommessa si dimostrerà vincente".

Fiorenzo Galli

Direttore Museo della Scienza e della Tecnica

"Expo 2015 è una occasione di conoscenza

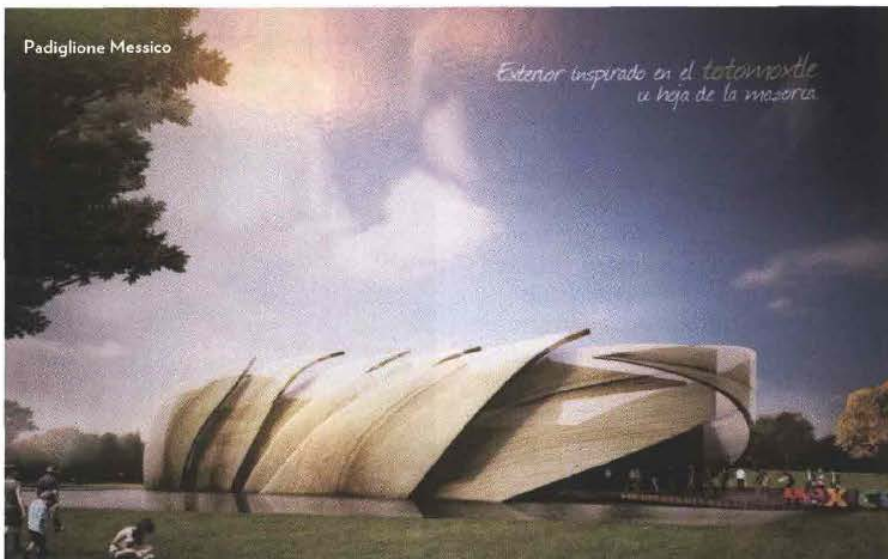
Padiglione New Holland



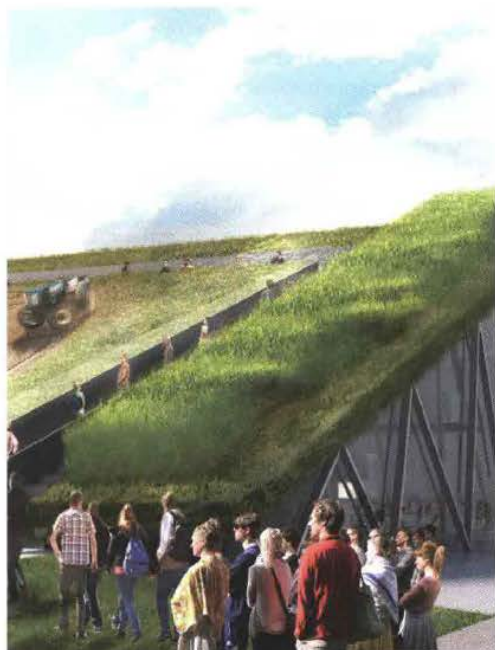
con le installazioni disseminate lungo il percorso), si entrerà nell'iMax più grande della storia, si farà un viaggio sopra il golfo Persico attraverso gli occhi di un'aquila che è il simbolo di Dubai, per atterrare sul grattacielo più alto del mondo. Il padiglione giapponese, invece, sorgerà alimentato da energia solare e da altre fonti rinnovabili e sarà costruito con materiali riutilizzabili e riciclabili, privilegiando legno e bamboo. Solo? No, il tutto insieme a nuovi sistemi di agricoltura e tecnologie d'avanguardia, a grandi display, schermi 4K e 3D, realtà virtuale e soluzioni di design innovativi,

"multisensory oriented". Nel padiglione New Holland, invece - sotto il titolo "Earth Screening", due trattori robotizzati a emissione zero e alimentati con energia autoprodotta realizzeranno un incessante viaggio di aratura su un campo agricolo, allestito sul tetto con il coinvolgimento della stampa in 3D: all'interno, proiezioni multiple su grandi schermi riguardanti la coltivazione in tutto il mondo, in un tour alla scoperta dei vari cicli stagionali e dell'agricoltura sostenibile; e, ancora: il progetto Messico (dell'architetto Francisco Lopez Guerra Almada, dello chef Jorge

Padiglione Messico



Estador inspirado en el totomoxtle u nga de la mesoria.



Vallejo e del biologo John Guzzy) si ispira al mais, con un padiglione realizzato in materiali naturali che esternamente avrà le foglie che rivestono la pannocchia. Tutto sarà ricoperto da una fibra naturale semitrasparente che di giorno permetterà il passaggio della luce solare; di notte lascerà invece filtrare la luce all'esterno. Internamente, tra le altre cose: un orto dedicato alle coltivazioni tipiche e una serie di giardini con un corso d'acqua che si snoderà attraverso i vari piani del padiglione. Concludiamo parlando del Padiglione Italia sulle eccellenze, la cultura e la tradizione italiane. È composto dagli spazi espositivi, disposti lungo il Cardo e dal Palazzo Italia, l'edificio di rappresentanza dello Stato e del Governo Italiano. Sul Cardo, il viale largo 35 metri e lungo 325 metri, si avvicenderanno attività espositive e istituzionali che rappresentano la varietà e la ricchezza dell'Italia. In particolare ospiterà: un'installazione leggera e "intelligente", fruibile anche attraverso un'app, che guiderà alla scoperta delle ricchezze del Padiglione e che si snoderà lungo tutta la passeggiata, una specie di onda che unirà gli edifici e gli spazi delle regioni; 6 stazioni-fermate, disegnate da Dante Ferretti, con ingredienti-icone di una ricetta italiana; una scultura/installazione raffigurante la bocca di un uomo, porta di ingresso alla mostra-esposizione sul tema del "cibo dei desideri", che approfondirà la relazione tra cibo, alimentazione, salute e benes-

sere. L'edificio principale sarà costituito dal Palazzo Italia e dall'Albero della vita di Marco Balich: ecco il simbolo iconico e fortemente italiano della nostra nuova identità. Una grande struttura interattiva in legno e acciaio, alta 35 metri, che raccoglie i nostri semi migliori e li porta in alto, sulle sue fronde, per offrirli a tutto il mondo. L'Albero della Vita che spunterà dall'acqua del Lake Arena, oltre ad ospitare eventi, si trasformerà con il trascorrere delle ore, creando uno show interattivo di luci, colori e musica.

PROGETTI / INIZIATIVE DEL MONDO DELLA COMUNICAZIONE

Continuiamo la nostra vetrina su una serie di aziende di consulenza e agenzie di comunicazione che offrono servizi finalizzati all'Esposizione meneghina. Ecco alcune di queste realtà.

Nutrimentum. "Nutrimentum. L'Arte alimenta l'uomo" si fonda sulla costruzione di contenuti nati dalla stretta sinergia di settori diversi chiamati a contaminarsi sul tema dell'alimentazione. Arte e Scienza, Medicina e Antropologia, Neuroscienze e Agraria (www.nutrimentum.org). **Sharexpo** (costituito da un network: "Collaboriamo", "Fondazione Eni Enrico Mattei - FEEM", "Moda-Cult - Università Cattolica di Milano" e "Secolo Urbano") è un percorso volto a individuare proposte e iniziative per la sperimentazione della sharing economy durante Expo 2015 (www.sharitaly.com). **Quanta 4 Expo.** Il progetto del Gruppo Quanta si rivolge alle aziende italiane e straniere per affrontare Expo Milano 2015 con un partner dedicato alle soluzioni HR e logistiche nei settori più direttamente coinvolti: agroalimentare, energia e agricoltura. L'approccio è orientato verso l'eticità e la sostenibilità (www.quanta4expo.com). Riguardo, invece, alla serie di bandi verticali per la comunicazione di Expo 2015, ecco due risultati di forte valenza: sarà Havas Worldwide Milan ad affiancare Expo Milano 2015 nello sviluppo delle campagne di comunicazione che accompagneranno la nascita e il programma dell'Esposizione; sul lato eventi invece, sarà Filmmaster ad accompagnare l'Esposizione Universale nella progettazione di appuntamenti e occasioni di incontro nel corso dell'ultimo periodo di attività prima dell'apertura del grande evento.



formidabile, forse anche irripetibile, non solo sullo stato attuale del mondo ma soprattutto sul "dove e come" il mondo vorrà andare in futuro".

Rossella Roncaia

Amministratore Delegato Studio Chiesa

"Purtroppo in questi anni (abbiamo anche istituito un raggruppamento di imprese che si chiama Area 2015 - venti quindici - che lavora con vari interlocutori) Expo è stato interpretato come un grande show cooking e una manifestazione fieristica e turistica. L'esposizione Universale è caratterizzata anche da questo aspetto però è molto altro: pensiamo infatti che Expo possa essere un'opportunità riqualificante della cultura di impresa".

Silvia Ghisio

Coordinatrice Quanta-Progetto EXPO

"Expo 2015 è il momento della verità per Milano e per il Paese Italia. Attendiamo fiduciosi la parte delle Istituzioni, nel frattempo lavoriamo a fianco di imprese che, come noi, condividono i valori di eticità e sostenibilità e che intendono incontrare il mondo a Milano fra meno di un anno. Noi interveniamo nella filiera "feeding" e forniamo opportunità di lavoro etico e sostenibile pronti a co-costruire la progettualità con chi come noi è #expottimista e crede nel valore della rete".