

Expo Milano 2015, Italia Comieco 13 luglio 2010

Cap. 2 - Sviluppo del tema e Programma culturale

- L'alimentazione come:
 - Energia per la vita
 - Lotta alla fame
 - Innovazione per uno sviluppo sostenibile
 - Eccellenza dell'Italia
- Il concept di sviluppo del tema seguirà i seguenti principi ispiratori:
 - L'Uomo, essere naturale che trasforma la natura: la sfida della sostenibilità e la tutela della biodiversità
 - ✓ I bisogni dell'esser umano: cibo, sicurezza e qualità alimentare
 - L'Educazione alimentare per un miglior tenore di vita
 - Il sistema agroalimentare e la governance
 - La Cooperazione e solidarietà alimentare
 - L'innovazione nei processi e nelle filiere
 - Le dimensioni culturali, sociali e metaforiche del cibo



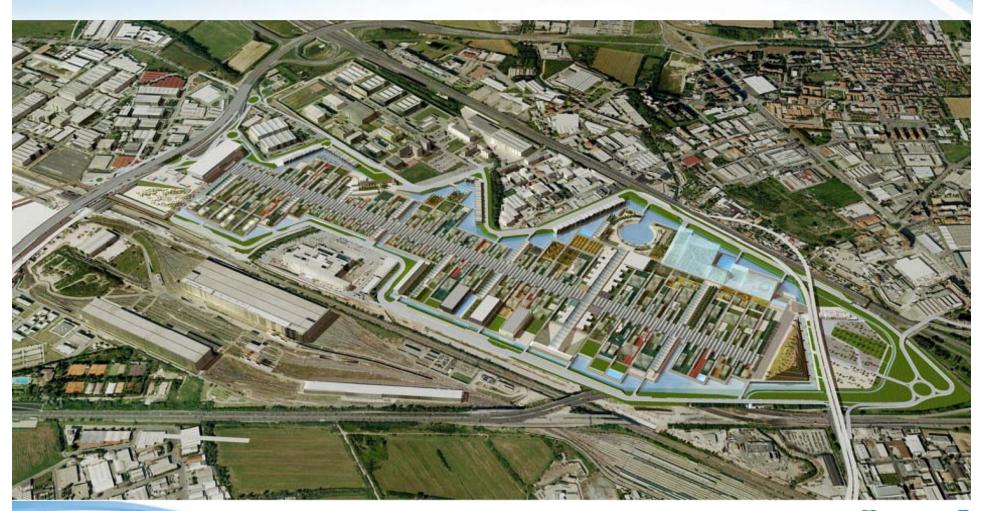


Cap. 3 - Progettazione del Sito espositivo Vista aerea delle aree - situazione attuale





Cap. 3 - Progettazione del Sito espositivo Vista aerea del Sito





Cap. 3 - Progettazione del Sito espositivo Vista canale verso collina







Cap. 3 - Progettazione del Sito espositivo Cascina







Cap. 3 - Progettazione del Sito espositivo Canale e spazi corporate







Cap. 3 - Progettazione del Sito espositivo Darsena





Cap. 3 - Progettazione del Sito espositivo Lago





Cap. 3 - Progettazione del Sito espositivo *Agro-ecosistemi*





Cap. 3 - Progettazione del Sito espositivo Villaggio housing





Cap. 3 - Progettazione del Sito espositivo *Villaggio, lago, Agro-ecosistemi*





Cap. 4 - Sostenibilità dell'Evento Aspetti di sostenibilità ambientale

Sostenibilità del Sito

- Minimo impatto ambientale
- Ridotto consumo del suolo
- Agro-ecosistemi
- Gestione delle acque
- Criteri di eco-sostenibilità dei materiali
- Soluzioni ed elevata efficienza energetica



Cap. 5 - Piano di Legacy (1/2)

- ✓ La progettazione di Expo 2015 dedica particolare attenzione al riuso delle aree successivamente all'Evento: il principio della flessibilità sarà lo strumento volto a garantire la massima riutilizzabilità delle stesse
- ✓ La trasformazione del Sito espositivo offrirà a Milano un parco tematico, un grande parco urbano pubblico ed un quartiere ecosostenibile di alta qualità, con una particolare attenzione agli aspetti sociali, culturali ed internazionali
- La legacy materiale consisterà anche nella realizzazione di infrastrutture importanti per la Città e la Regione





Cap. 5 - Piano di Legacy (2/2)

- Sul piano paesaggistico Expo contribuirà alla valorizzazione del territorio attraverso la realizzazione di:
 - Via d'Acqua Parco dell'Expo, che con i suoi 800 ettari sarà il più grande parco urbano d'Europa
 - Via di Terra, che costituirà un'attrazione turistica permanente per la città
- ✔ Il Centro per lo Sviluppo Sostenibile rappresenta il landmark immateriale di Expo Milano 2015: Milano quale snodo di una rete mondiale di conoscenze, formazione e cooperazione sui temi dell'alimentazione e dello sviluppo sostenibile
- Sul piano socio-culturale, l'obiettivo dell'Expo 2015 è quello di rivalorizzare la Relazione tra Città e Campagna, incentivando l'agricoltura urbana e periurbana anche in relazione ai bisogni dei cittadini





Cap. 5 - Piano di Legacy Opere infrastrutturali - Accessibilità

- ✓ I previsti progetti di potenziamento delle infrastrutture lombarde renderanno ancora più accessibile il Sito espositivo
- Rete ferroviaria: connessione diretta tra la stazione RFI di Rho Fiera Milano e l'Aeroporto di Malpensa
- Rete metropolitana:
 - Realizzazione linea M4 Lorenteggio Linate
 - Realizzazione linea M5 Bignami San Siro
 - Estensione linea M1 Sesto FS Monza Bettola
- Viabilità stradale:
 - Realizzazione Bre.Be.Mi.
 - Realizzazione Pedemontana
 - Realizzazione Tangenziale Est Esterna di Milano (TEM)
 - Realizzazione Strada Provinciale 46 Rho-Monza

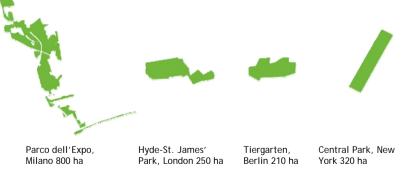


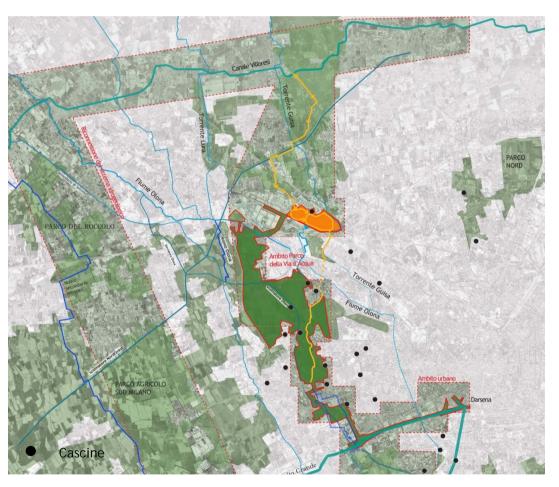
Cap. 5 - Piano di Legacy Via d'Acqua - Parco dell'Expo

Benefici

- Riconnessione ambientale delle aree verdi e dei parchi attraverso il collegamento
 Parco Groane e Parco Agricolo Sud Milano
- Messa in sicurezza idraulica del Nord-Ovest milanese
- Potenziamento del sistema irriguo per scopi agricoli

800 ettari di spazio pubblico e verde









Cap. 7 - Piano di Business Operations

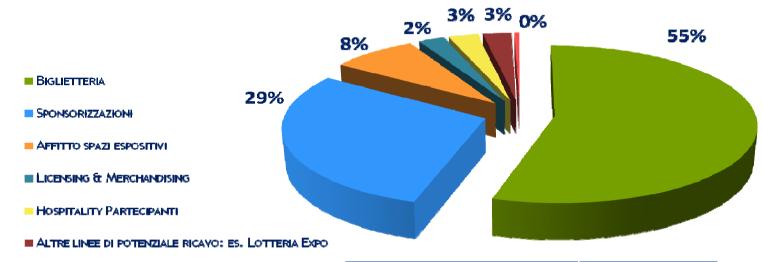
- Expo Milano 2015, Italia punta ad attirare circa 20 Mln di visitatori (per un totale ingressi stimato nel range 24-29 Mln), sia italiani che provenienti dall'estero, contribuendo allo sviluppo del turismo in Italia
- Expo Milano 2015, Italia punta al coinvolgimento di imprese italiane con l'obiettivo di aumentare la visibilità e la valorizzazione del "Made in Italy"
- Le voci di potenziale ricavo più rilevanti sono:
 - Vendita biglietti e sponsorizzazioni
 - Affitto spazi espositivi
 - Royalty da utilizzo marchio





Cap. 7 - Piano di Business Operations Ricavi attesi

√I ricavi saranno generati principalmente dalle seguenti voci:



SERVIZI	ΑI	VISE	ΑT	ORI
---------	----	------	----	-----

Attività	Euro (mln)	
Biglietteria	528	
Sponsorizzazioni	283	
Affitto spazi espositivi	75	
Hospitality partecipanti	26	
Lotteria Expo	25	
Licensing & Merchandising	23	
Servizi ai visitatori	3	
TOTALE	963	



Cap. 7 - Piano di Business Operations Tipologie di sponsor

- Le sponsorizzazioni sono essenziali per
 - Ricavi
 - Media Exposure → rafforzare la brand essence di Expo 2015, l'immagine e la percezione esterna dell'Evento.
- ✓ I livelli di sponsorizzazione:
 - Partner
 - Sponsor
 - Official Supplier
 - Friends of Expo
 - Value in kind
- Standard di selezione:
 - coerenza con l'immagine e il tema di Expo Milano 2015;
 - solidità e potenzialità finanziaria;
 - investimento media a livello nazionale e internazionale;
 - motivazioni nel divenire sponsor di Expo Milano 2015.





Cap. 8 - Piano di Comunicazione e Promozione

- Modello di comunicazione che trasformerà la manifestazione da un Evento che si svolge per sei mesi ogni cinque anni in un'occasione di dialogo che dura cinque anni e che troverà il suo culmine nei sei mesi da maggio a ottobre 2015
- Grande opportunità di promozione del "Made in Italy" nel mondo, grazie al coinvolgimento del tessuto imprenditoriale
- Expo Milano 2015, Italia dovrà essere percepito come un Evento, un'esperienza di vita unica, irripetibile, da ricordare per sempre attraverso un ricco palinsesto di iniziative dal 2010 al 2015 che mirano a creare attesa crescente
- Si svolgeranno diverse migliaia di eventi nazionali ed internazionali, dal 1° maggio al 31 ottobre 2015, che coinvolgeranno i vari media e target (Paesi, pubblico, imprese, giovani, ecc.)





Elementi caratterizzanti l'Evento (2/3)

Aspetti principali	Dossier di Registrazione	Note	
Investimenti in opere infrastrutturali	€ 1.746 MIn	Di cui € 1.235 MIn per il Sito espositivo	
Fonti di finanziamento opere infrastrutturali	48% Governo-MEF 37% Enti Locali 15% Privati	Sostanziale conferma degli importi di candidatura	
Costi / Ricavi operativi	€ 1.277 MIn	Principali ricavi: Biglietti (€ 528 Mln) Sponsorizzazioni (€ 283 Mln)	
Estensione Sito espositivo	110 ettari	Inclusa l'area di pertinenza dell'adiacente Polo Fieristico di Milano	
Spazi verdi e canali d'acqua nel Sito espositivo ¹	53 ettari (56% dell'area del Sito)	Messa a dimora di circa 15mila alberi (rapporto 1 albero/50 mq)	

⁽¹⁾ Esclusa l'area dell'adiacente Polo Fieristico di Milano





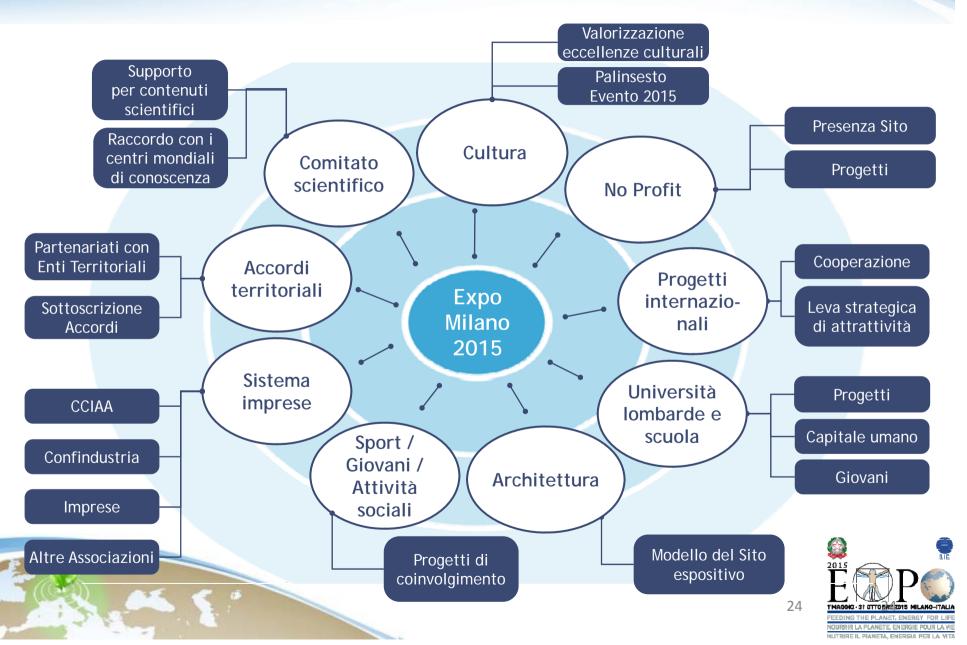
Elementi caratterizzanti l'Evento (3/3)

Aspetti principali	Dossier di Registrazione	Note	
Opere connesse	Bre.Be.Mi., Pedemontana, Tangenziale Est Esterna Milano, M4, M5, Connessione ferroviaria a Malpensa,		
Ricadute economiche sul territorio	€ 42 MId ⁽¹⁾ € 60 MId ⁽²⁾		
Posti di lavoro generati ⁽¹⁾	~ 70.000	Di cui 43% nel settore costruzioni, 16% ICT e servizi alle imprese	
Gettito fiscale (1)	€ 1.529 MIn	Di cui € 960 Mln di imposte dirette, € 569 Mln di imposte indirette	

- (1) Stima 2010 di CCIAA di Milano
- (2) Stima 2010 di CCIAA di Monza e Brianza



Cap. 2 - Svil. del tema e Programma culturale Modello di costruzione dei contenuti



Cap. 3 - Progettazione del Sito espositivo (1/2)

- ✔ Il Sito di Expo Milano 2015, Italia è un'area di circa 110 ettari a Nord-Ovest del Centro di Milano in un territorio agricolo caratterizzato da elevata accessibilità grazie alla fitta rete infrastrutturale che lo circonda
- ✓ Il Sito è interamente progettato come incarnazione del Tema ed è modellato come un paesaggio unico: il paesaggio diventa un monumento orizzontale, che celebra la trasformazione continua che è alla base dei cicli dell'alimentazione e della sostenibilità ambientale





Cap. 3 - Progettazione del Sito espositivo (2/2)

- Vi saranno sei aree tematiche concepite come interpretazioni creative di aspetti dei sottotemi:
 - 1. L'essere umano e le risorse naturali: adattamento, preservazione e trasformazione
 - 2. Equilibrio: bisogni e scelte
 - 3. La fabbrica del cibo
 - 4. Il cibo del futuro
 - 5. L'esperienza di cittadinanza del visitatore: la sua interazione con il tema
 - 6. La partecipazione della società civile
- All'interno di una di queste aree sarà organizzato anche lo spazio denominato Women and Expo, concepito per evidenziare il contributo di pensiero e azione delle donne in tutti i settori dello sviluppo globale ove i progetti di sviluppo realizzati troveranno la loro conclusione



