Expo, il count down è iniziato

Le date già ci sono, da tempo: **1 maggio-31 ottobre 2015**. Insomma, mancano poco più di 400 giorni al debutto ufficiale di Expo 2015, che vedrà Milano – e più in generale l'Italia – la protagonista indiscussa del panorama internazionale del prossimo anno. Le aspettative sull'evento che, lo ricordiamo, si sviluppa attorno al tema "**Nutrire il pianeta, energia per la vita",** sono molte, moltissime. In questi giorni inizia la prevendita dei biglietti e l'obiettivo è di **riuscire a vendere oltre 4 milioni di ticket entro luglio**, tra partner e tour operator, ovvero circa un quinto dei **24 milioni circa di biglietti che si prevede di staccare.** Altrettanto ambizioso il traguardo in termini di budget: toccare i **100 milioni di euro entro l'estate**. Infine, l'ultimo numero significativo. Cioè quei 20 milioni di visitatori, dei quali almeno un terzo straniero, attesi per il periodo dell'Esposizione Universale. Da quando Milano ha vinto la candidatura per l'evento – e parliamo del 2008 – tante cose sono successe. Certo, l'avvio non è stato esattamente da sprinter, però adesso il numero delle adesioni è già superiore all'edizione di Shanghai: **143 paesi partecipanti** (l'ultimo arrivato è il Sudan), **60 padiglioni**, **100.000 richieste di lavoro**. Secondo le stime del Governo e del commissario unico Giuseppe Sala, il giro d'affari legato alla manifestazione sarà di **25 miliardi**. A dire la verità, gli italiani sono tutto sommato fiduciosi: l'ultima analisi condotta dalla Camera di Commercio attraverso "Voices from the Blog" rivela che circa il 7 persone su 10 hanno un sentimento positivo verso l'Esposizione Universale. I dubbi sono solo sui possibili ritardi: chi ha fatto commenti negativi in Rete legati all'Expo, nel 40% dei casi criticava lo stato di avanzamento dei lavori.

Non si può però nascondere che i lavori richiesti dall'Esposizione siano un'opera immane. Anche qui, conviene affidarsi ai numeri: **bisogna costruire 60 padiglioni e 9 cluster tematici**. Lo faranno 4.000 operai che lavoreranno 20 ore al giorno per arrivare puntuali al primo maggio 2015. Il sito espositivo, progettato col supporto di architetti di fama internazionale, è volutamente semplice e fa riferimento alla struttura delle città romane. È organizzato intorno al "Decumano", un asse di 1,5 km, dove sorgeranno i padiglioni dei vari Paesi, e al "Cardo", una strada perpendicolare di 350 metri lungo la quale si distribuirà la partecipazione italiana con il Padiglione Italia. Il reticolo di percorsi che da essi si dirama porterà i visitatori alle Aree Eventi e alle Aree Tematiche, dove potranno approfondire la conoscenza del tema, e alle Aree di Servizio, che renderanno la visita più piacevole.

Dove sarà?

Il Sito di Expo 2015 si trova a **nord-ovest di Milano e interessa direttamente i Comuni di Baranzate, Bollate, Pero e Rho**, nella stessa porzione del territorio dove sorge il nuovo polo di Fiera Milano, inaugurato nel 2005. Per quanto riguarda la viabilità, l'Esposizione Universale è servita dalla linea 1 della metropolitana, dal passante ferroviario, dal servizio ferroviario locale, regionale e dall'alta velocità ferroviaria. Si trova a meno di un'ora dagli aeroporti di Malpensa e Linate e a un'ora da Bergamo-Orio al Serio. Questo sistema infrastrutturale sarà ulteriormente rafforzato anche a vantaggio della circolazione limitrofa: sono previsti uno svincolo per l'A4 in direzione Torino, il potenziamento della Strada Provinciale Rho-Monza, le nuove linee 4 (in forse, però) e 5 della metropolitana in ambito urbano, mentre l'alta velocità e il collegamento ferroviario Milano-Malpensa prevederanno un'apposita fermata.

Il tema e i Cluster

"Nutrire il pianeta, energia per la vita" è **il tema centrale** dell'Esposizione. Alimentazione, sostenibilità, ricerca e sviluppo sono **i focus** su cui si concentra l'evento per trovare il modo di garantire cibo e acqua a tutta la popolazione mondiale. Ad Expo Milano 2015 i Paesi partecipanti portano le loro competenze nei settori dell'agricoltura, della produzione industriale, del commercio dei prodotti e della ricerca scientifica. Prendendo spunto da queste expertise, lo scopo è quello di trovare dei modelli di sviluppo per assicurare a tutta l'umanità un'alimentazione buona, sana e sostenibile capace di tutelare la biodiversità indispensabile per la salute del Pianeta. All'interno del sito, sono previste **cinque aree tematiche**: si tratta di luoghi, eventi e strutture in cui i visitatori potranno approfondire, conoscere ma anche "provare" con esperienze multimediali i contenuti del tema portante. Queste aree sono: il **Padiglione Zero** , uno spazio di 38.000 mq dove viene raccontata la storia alimentare dell'uomo; il **Future Food District**, due padiglioni di 2.500 mq espositivi e una piazza di 4.500 mq dove cercare di comprendere come evolveranno gli scenari futuri della filiera alimentare; **Art&Food**, un percorso espositivo dedicato all'iconografia degli alimenti e del convivio; il **Parco della biodiversità**, dedicato alla diversità dei sistemi agro-alimentari; il **Children park** , uno spazio rivolto ai bambini da 3 a 10 anni e alle loro famiglie. Altra "area" presente all'interno di Expo 2015 saranno i **Cluster**: si tratta di spazi espositivi innovativi che raccolgono numerosi Paesi all'interno della stessa struttura architettonica, sviluppata intorno a un tema centrale condiviso da tutti e rappresentativo di ciascuno. I due criteri di Cluser sono le filiere alimentari - **Riso, Cereali e Tuberi, Spezie, Cacao, Caffè, Frutta e Legumi** - e l'identità tematica - **Agricoltura e Nutrizione in Zone Aride, Mare e Isole, gli ecosistemi del Bio-Mediterraneo**.

La commercializzazione e la promozione

Oltre a una rete di **Authorised Reseller** – il primo è il gruppo Alessandro Rosso - che possono commercializzare pacchetti turistici legati all'Esposizione universale, si sono fatti passi da gigante anche in ambito regionale. Il primo risultato tangibile è **Explora**, la società fondata da Regione, Unioncamere, Camera di Commercio ed Expo 2015 Spa col compito di promuovere e

commercializzare l’offerta turistica milanese e lombarda in vista dell’esposizione universale. Poi, la possibilità di “fare sistema” si è ampliata a tutti i territori presenti all’interno del Padiglione Italia. In base a un recente accordo, alle amministrazioni locali che saranno presenti all’interno degli spazi italiani dell’Expo verrà presentata un’offerta integrata che comprenderà anche i servizi di marketing messi in campo da Explora, siano essi b2b sia b2c.