Expo: il Padiglione USA si affida alle agenzie del Gruppo Omnicom

Il Padiglione USA Milano 2015 sceglie le agenzie del Gruppo Omnicom, FleishmanHillard e Ketchum Italia come partner di comunicazione a Expo Milano 2015.
Il Dipartimento di Stato degli Stati Uniti d'America ha incaricato l'organizzazione no profit Amici del Padiglione USA Milano 2015 - costituita da James Beard Foundation e International Culinary Center in collaborazione con la **Camera di Commercio Americana in Italia** - di mettere a punto un programma di comunicazione che metta in luce gli elementi di forza degli Stati Uniti nel dibattito globale sul tema del cibo. Il focus della comunicazine verterà su temi quali sicurezza, politiche alimentari, scienza, tecnologia, nutrizione e salute; elementi riassunti dal concept del Padiglione "**American Food 2.0: Uniti per nutrire il Pianeta**".
FleishmanHillard e Ketchum Italia lavoreranno insieme alla strategia di comunicazione del Padiglione USA, sia in Italia sia negli Stati Uniti, per dare visibilità alle iniziative e i progetti correlati ad American Food 2.0, come il Food Truck Nation, il progetto dedicato agli studenti americani "Student Ambassadors" e il ristorante James Beard, che verrà aperto durante i sei mesi di Expo nel centro di Milano.