

MADE IN EXPO

COME VINCERE LA SFIDA E TRADURRE EXPO NELL'OPPORTUNITA' PAESE?

Padiglione Italia, infrastrutture, mobilità, investimenti.

SCENARIO

Tra un anno si apriranno le porte dell'Expo a Milano, un appuntamento importantissimo per il nostro Paese. Non solo una rassegna espositiva, ma anche un processo partecipativo che intende coinvolgere attivamente numerosi soggetti attorno a un tema decisivo: Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita. Un evento unico che incarna un nuovo *concept* di Expo: tematico, sostenibile, tecnologico e incentrato sul visitatore. Dal 1 maggio 2015, 184 giorni di evento, oltre 140 Paesi partecipanti, un sito espositivo sviluppato su una superficie di un milione di metri quadri per ospitare gli oltre 20 milioni di visitatori previsti. ItaliaCamp intende contribuire a questa grande opportunità con il progetto "ItaliaCamp per il Padiglione Italia", mettendo a disposizione del Padiglione Italia per l'EXPO 2015, il network collaborativo di Istituzioni, Imprese, Università per raccogliere, nel corso di un *road show* nelle scuole e Università italiane, progetti e idee e alimentare il "vivaio delle idee" previsto nel Padiglione.

Idea maker, startupper, operatori dei settori legati alle tematiche del cibo e dell'alimentazione, del turismo e delle tecnologie digitali sono chiamati a giocare un ruolo da protagonisti per valorizzare, grazie al "faro" dell'Expo, l'enorme giacimento culturale, turistico, commerciale ed economico della Lombardia e dell'Italia.

SFIDE

- Favorire la concreta percezione dei valori dell'EXPO da parte della cittadinanza e in particolare delle giovani generazioni;
- Raccogliere l'opportunità di sviluppo dell'evento non solo per i territori limitrofi ma per l'intero Paese;
- Trasformare una grande vetrina in una grande occasione, non solo per il turismo, ma anche per una maggiore internazionalizzazione del *made in Italy*;
- Offrire alle imprese le strutture e il supporto necessario per poter cogliere al meglio le potenzialità dell'evento;
- Attrarre investimenti internazionali promuovendo, in specifiche sessioni di "*pitching*", le *best practice*, idee e *startup* d'eccellenza (con particolare riguardo al settore agroalimentare) verso gli investitori degli oltre 140 Paesi aderenti.

PROBLEMA DA INDIRIZZARE

Quali strategie per espandere i benefici generati dall'Expo ai territori limitrofi e soprattutto al Paese? Come sfruttare al meglio i flussi turistici che arriveranno in occasione dell'Expo 2015? Come ottimizzare la presenza di *players* italiani nei mercati *target*?

INVITATI A PARTECIPARE

Task force per EXPO della Presidenza del Consiglio dei Ministri, Food and Agriculture Organization (FAO), Ministero delle Politiche, Agricole, Alimentari e Forestali, Comitato Scientifico del Comune di Milano per EXPO 2015, Istituto di Scienze dell'Alimentazione (in collaborazione con CNR), Confagricoltura, Coldiretti, Federalimentare, Università e scuole coinvolte nel road show (Bari, Pisa, Trento, Torino, Catania).