



MILANO 2015

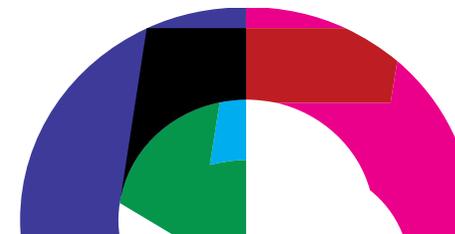
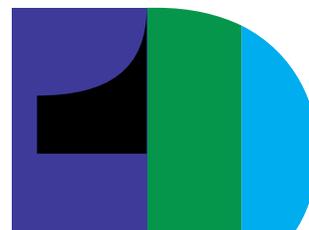
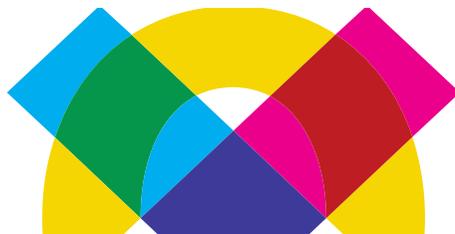
FEEDING THE PLANET
ENERGY FOR LIFE

EXPO MILANO 2015

Giunta di Unioncamere Lombardia

Milano, 10 maggio 2013

www.expo2015.org



Le sfide ambiziose di Expo Milano 2015



- Un Tema globale: “Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita”



- 184 giorni di esperienze indimenticabili:
1 Maggio – 31 Ottobre 2015

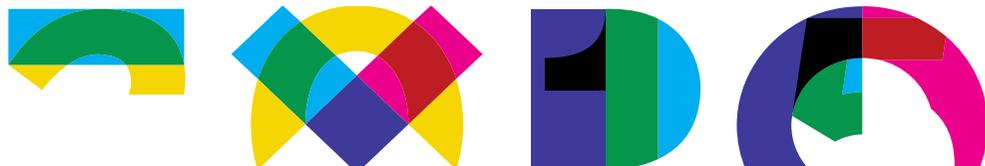


- I Principali obiettivi:
 - 130 Paesi partecipanti
 - 20 milioni di visitatori



- Il Sito Espositivo: circa 1 milione di metri quadri di tecnologia e innovazione

- Countdown all'evento: 721 giorni



Uno sguardo ai 20 milioni di visitatori attesi

STIMA VISITATORI ITALIA

13/14 milioni

Stima Visitatori europei
3 / 4 milioni



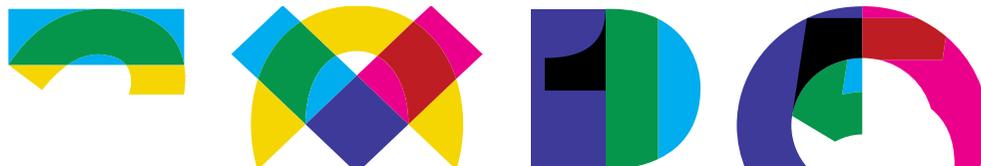
Stima Visitatori non europei
3 milioni



Top 10 Paesi di provenienza

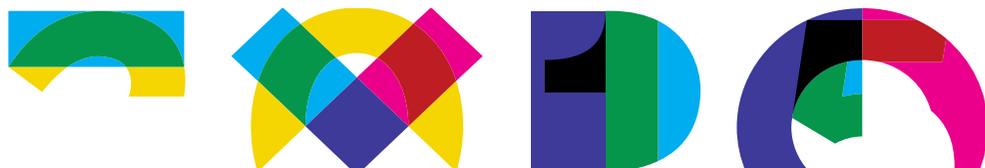


Top 10 Paesi di provenienza



Un grande investimento per il futuro

- Investimenti pubblici per l'Evento:
1,3 miliardi di Euro
- Contributo del Settore Privato:
circa 0,3 miliardi di Euro
- Investimenti dai Partecipanti
Ufficiali:
circa 1 miliardo di Euro

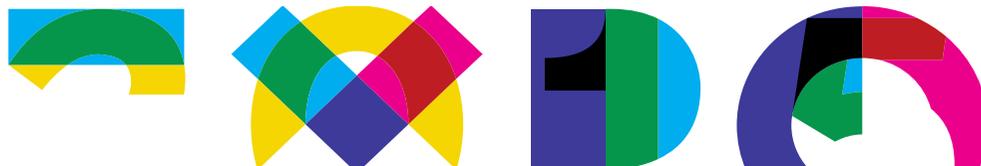
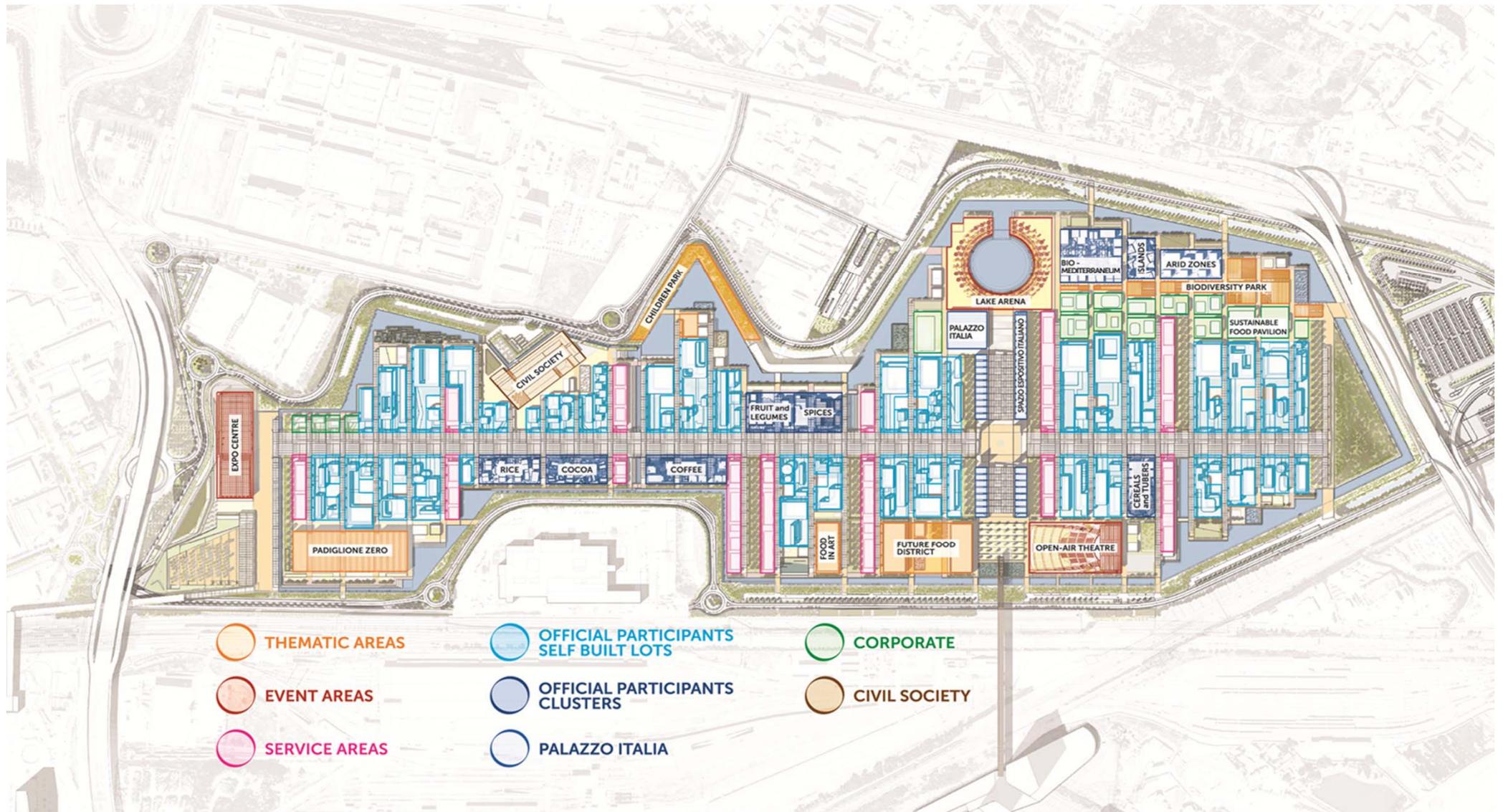


A un passo dal target Partecipanti Ufficiali



128 Partecipanti Ufficiali (al 10/5/13)

Un progetto solido e apprezzato



I lavori di preparazione del sito



I grandi partner già a bordo



Set 2011

A settembre 2011 è stata annunciata la campagna di coinvolgimento dei Partner di Expo Milano 2015



www.expo2015.org/partnerships

Ott 2011 – Apr 2013

OFFICIAL GLOBAL PARTNERS

(a Aprile 2013)



OFFICIAL PREMIUM PARTNERS

(a Gennaio 2013)



OFFICIAL PARTNERS

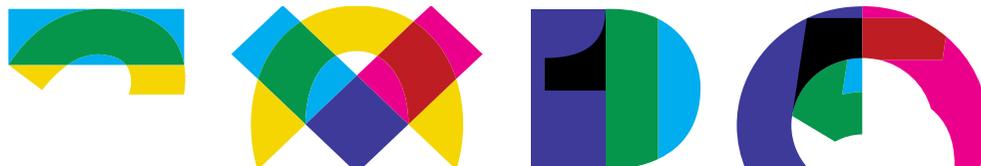
(a Gennaio 2013)



Da Mag 2013

Expo 2015 pubblicherà le nuove Requests for Proposal e procederà con la selezione dei Partner/ Sponsor:

- ✓ Food & Nutrition
- ✓ Sustainable Agriculture
- ✓ Terminali multimediali e schermi
- ✓ Future House



Opportunità per Unioncamere e per le aziende associate



Fornitura di prodotti, servizi e lavori

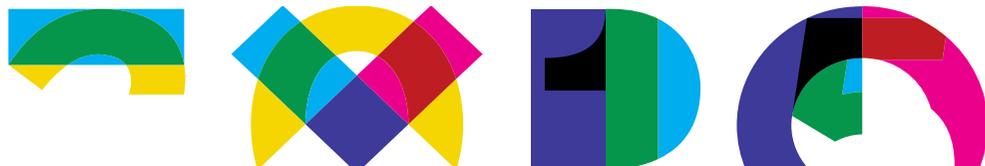
Partecipazione alle gare bandite da Expo 2015 S.p.A.

Risposta alle esigenze di preparazione e partecipazione dei Paesi e delle altre tipologie di Partecipanti ad Expo

Partnership e sponsorizzazioni

Contributo di prodotti, servizi, expertise e risorse finanziarie per lo sviluppo del tema e per la realizzazione del sito espositivo,

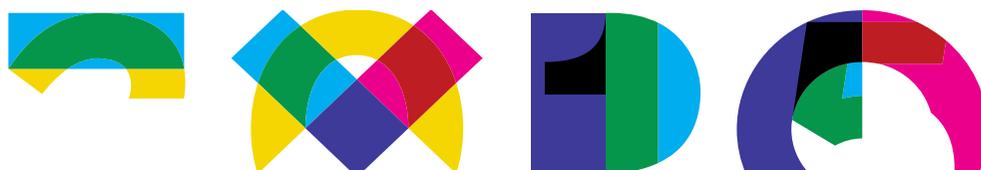
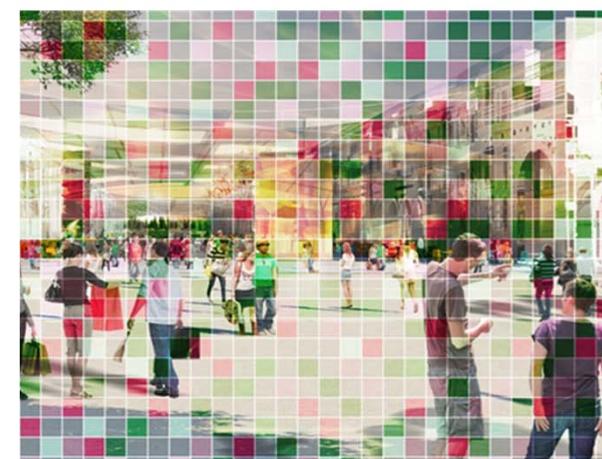
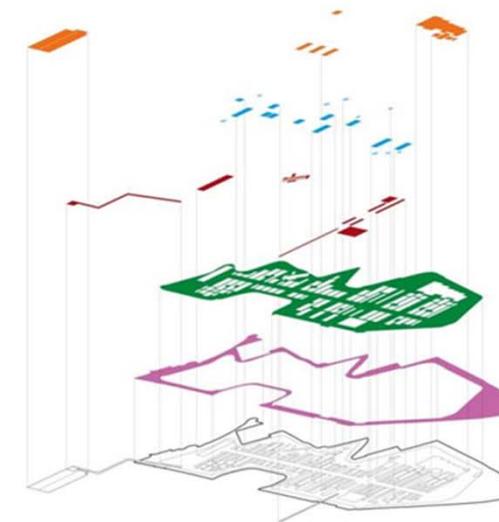
Opportunità di sponsorizzazione degli eventi di comunicazione e promozione di Expo Milano 2015 come occasione di visibilità.



Fornitura di prodotti, servizi, lavori



- Gare per la realizzazione del sito espositivo: i manufatti architettonici
 - Cascina Triulza
 - Passerella Expo-Fiera
 - Passerella Expo-Cascina Merlata
- Gara per la costruzione del Padiglione Italia (Palazzo Italia e Cardo)
- Gare per lo sviluppo e la costruzione dei 9 Cluster e delle 5 aree tematiche
- Gare per le il progetto delle Vie d'Acqua
- Gare per l'acquisto di beni e servizi



Opportunità di partnership e sponsorizzazioni

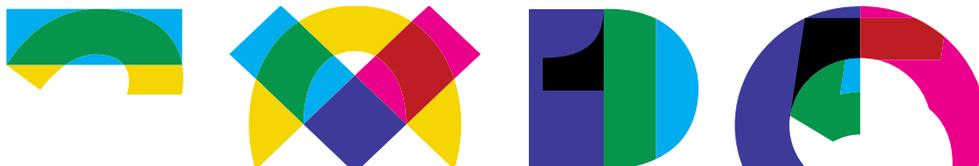


- Sponsorizzazione di un Cluster come Official Partner Food & Theme di Expo
- Sponsorizzazione di una Area Tematica di Expo



Allestimento di un padiglione proprio o di uno spazio aperto all'interno del Sito Espositivo:

- Self-Built Pavilion
- Alredy-Built Pavilion
- Piazzette e altri luoghi fisici



Allestimento di Padiglioni/Spazi Aperti

Partecipare a Expo attraverso costruzione e/o l'allestimento di un padiglione proprio o di uno spazio aperto - "piazzetta"

Padiglione(Self Built o Already Built)

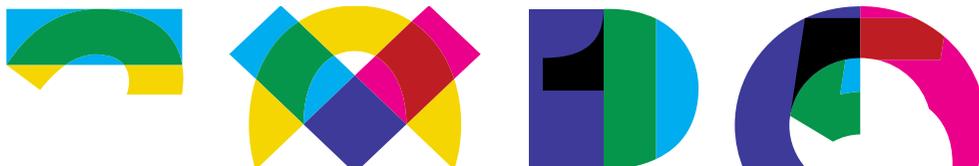
- Lotti da 580 mq o multipli per costruzione Padiglioni Self built da parte di aziende/ associazioni
- Aree di diversa tipologia:



- Padiglioni already buit di circa 500 mq per allestimento e personalizzazione

Piazzetta

- 17 piazzette da 400 mq progettate come aree di sosta dei visitatori per allestimento, organizzazione di eventi, aree ristoro/degustazione o altro



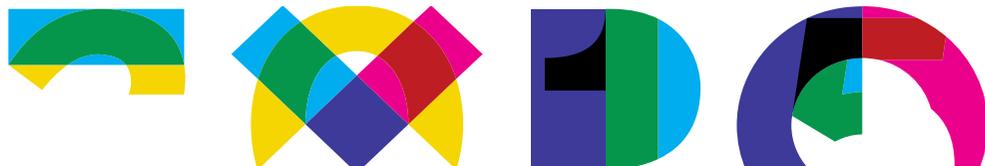
Opportunità di coinvolgimento delle PMI

Sono state individuate diverse opportunità di coinvolgimento delle PMI in 3 ambiti:

Ambiti di coinvolgimento PMI

Opportunità per le PMI

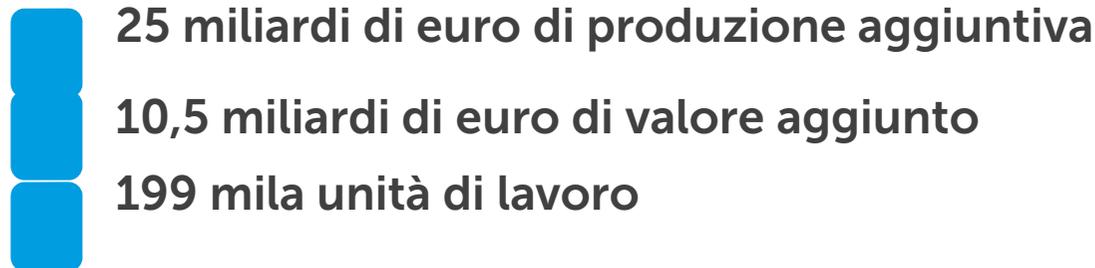
- | | | |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>A</p> <p>Sponsorizzazioni sul Sito Espositivo/ Catalogo</p> |  | <ul style="list-style-type: none">■ Sponsorizzazione di luoghi "fisici" del Sito■ Visibilità sul "Catalogo Sponsor" di Expo Milano 2015■ Fornitura di arredi/ allestimenti per spazi aperti e coperti del Sito |
| <p>B</p> <p>Advertising & Comunicazione</p> |  | <ul style="list-style-type: none">■ Sponsorizzazione di eventi■ Acquisto di pacchetti pubblicitari: spazi nel Sito Espositivo (es. digital signage), nel Cyber Expo lungo il 3D virtual tour e/o spazi pubblicitari Expo fuori dal sito (es. su digital signage Expo in aeroporto) |
| <p>C</p> <p>Co-branding</p> |  | <ul style="list-style-type: none">■ Sviluppo e commercializzazione di prodotti in co-branding (opportunità sviluppata nel "Piano per lo sviluppo di Official Expo Milano 2015 Products") |



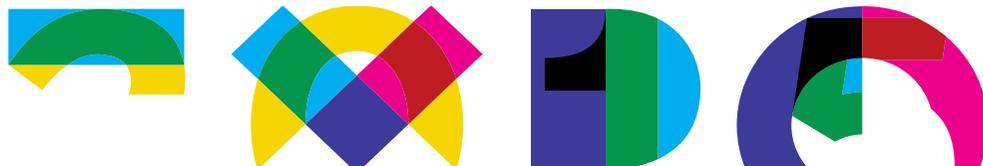
L'indotto di Expo 2015



- Expo 2015 S.p.A. e Camera di Commercio di Milano hanno promosso un progetto di ricerca sull'impatto economico diretto e legacy dell'evento Expo 2015 sul territorio nazionale (studio Bocconi)
- Indotto economico Expo 2015 a Milano e in Italia nel periodo tra 2012 e 2020 è stimato in:



- Accordo quadro per l'occupazione e la formazione dei lavoratori interessati dall'evento Expo 2015 in via di definizione tra Camera di Commercio di Milano, Provincia di Milano, Comune di Milano, Expo 2015 S.p.A. e le Organizzazioni Sindacali



Progetto sistema turismo

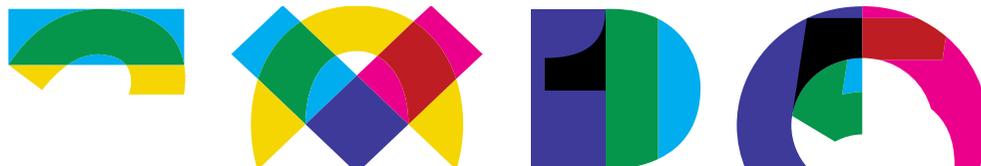


- **“Progetto Sistema Turismo” (Camera di Commercio di Milano e Expo 2015) per la promozione delle attività turistiche prima, durante e dopo Expo Milano 2015 e la creazione di offerte ad hoc nel settore accoglienza e ricettività, *leisure*, cultura e commercio.**
La Camera di Commercio di Milano curerà l’integrazione con le altre Camere di Commercio.

- **Creazione di un soggetto Promotore autonomo per:**
 - **promuovere e valorizzare i territori di riferimento, in coordinamento con le realtà istituzionali e associative del territorio**

 - **creare un’offerta distintiva e dedicata ai potenziali visitatori di Expo Milano 2015 per promuovere tutti i soggetti economici coinvolti**

 - **aggregare le diverse componenti dell’offerta turistica**



Internazionalizzazione e marketing territoriale

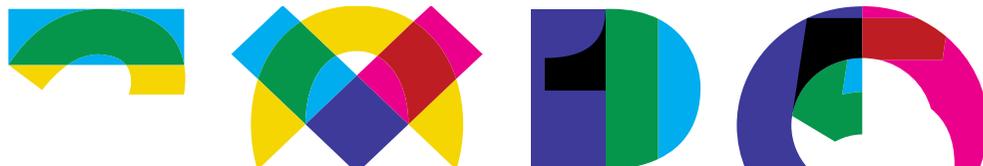


Favorire l'internazionalizzazione delle imprese del territorio in occasione di Expo 2015 verso alcuni Paesi target attraverso l'Azienda speciale Promos

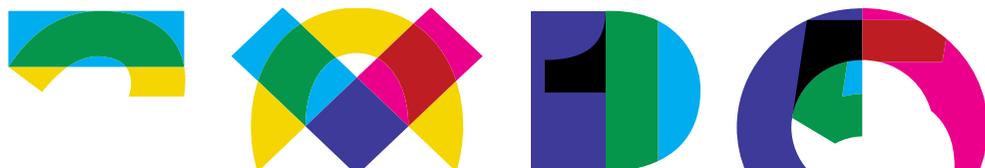
“China Special Project”, primo progetto d'intesa con il Governo Cinese e con il Ministero Affari Esteri per il programma di partecipazione della Repubblica Popolare Cinese ad Expo Milano 2015.

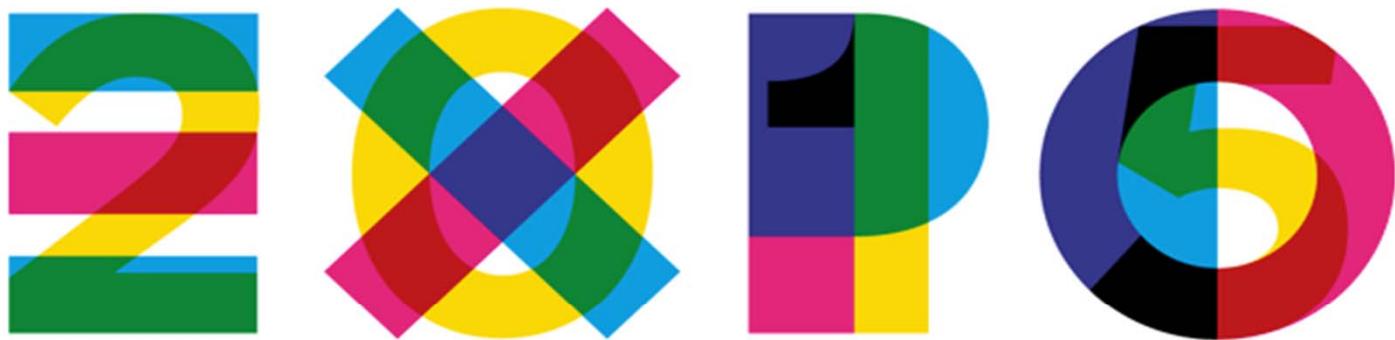
Il progetto sarà declinato in alcune aree chiave, tra cui:

- **l'attrazione di un milione di visitatori e turisti cinesi durante Expo 2015**
- **l'incontro tra gli operatori economici delle Province Cinesi e le imprese del territorio italiano.**



«Expo: cuore della ripresa»





MILANO 2015