

## I PROGETTI

# I marchi puntano sulla sostenibilità

## Tecnologia e ricerca per ripensare l'alimentazione del futuro

di Emanuele Scarci

**I**l food a Expo nel segno della sostenibilità e della conoscenza dell'eccellenza italiana. Grandi aziende nel ruolo di partner (official global partner, premium partner o official partner) hanno deciso di sostenere il progetto generale dell'Esposizione proponendo il proprio. I brand sono spesso molto noti: Ferrero, Coca Cola, Coop, Illy, Sanpellegrino, Algida, Birra Moretti-Partesa. E ancora Franciacorta e McDonald's.

Ferrero sarà a Expo con le sue iniziative di responsabilità sociale d'impresa. In molti punti del sito espositivo, la multinazionale di Alba presenterà alcune delle sue attività a sostegno delle comunità locali, promozione di stili di vita attivi tra i giovani nonché l'impegno verso pratiche agricole sostenibili e protezione dell'ambiente. I visitatori potranno scoprire questa storia attraverso sette installazioni multimediali: prodotti Ferrero e materie prime, Fondazione Ferrero, imprese sociali Ferrero, Kinder, Nutella, Tic Tac, Ferrero Rocher, nonché attraverso un'area dedicata a Kinder Sport, un luogo dove, secondo l'azienda, i visitatori saranno in grado di esplorare la mission e gli impegni di questo progetto educativo volto a promuovere stili di vita attivi tra le giovani generazioni.

Coop, nel ruolo di official food distribution premium partner, avrà il ruolo di progettare e gestire il supermercato del Futuro, nell'ambito dell'area tematica del Future food district. L'idea di questo distretto dell'alimentazione del futuro è di far comprendere ai visitatori, in particolare ai giovani e ai più tecnologici, in che modo la filiera alimentare funzionerà nel futuro. Un'ampia gamma di strumenti informatici sarà utilizzata per esplorare la conservazione, la distribuzione, l'acquisto e il consumo alimentare, con particolare attenzione alle scelte individuali dei consumatori.

Prima dell'evento, Coop collaborerà con il Mit senseable city lab per progettare il Supermercato del Futuro mentre durante Expo offrirà prodotti alimentari e della rete delle cooperative di consumatori. Coop si è impegnata a vendere 700mila biglietti di Expo. «Porteremo

a Expo - promette Enrico Migliavacca, vice presidente di Ancc Coop - 350 classi per 8mila studenti. Le scuole potranno andare a Expo con uno speciale biglietto da 16 euro, che include anche un pranzo, e partecipare gratuitamente ai laboratori didattici nel padiglione Coop».

Coca-Cola, official soft drink partner, è stata scelta da Expo per l'impegno globale sul fronte dell'innovazione, intesa come motore di crescita sostenibile. A Expo Coca-Cola avrà anche un padiglione corporate nel quale svilupperà il tema della promozione di stili di vita attivi e l'importanza di una alimentazione equilibrata. In primo piano anche il secolo di vita della botti-

glietta Contour. Da novembre poi il Padiglione sarà smontato e rimontato in un quartiere di Milano per utilizzarlo (senza alcun riferimento allo sponsor) come campo di basket. Sarà il regalo di Coca-Cola per i milanesi, insieme a un'iniziativa di BikeMe sharing con 2mila biciclette.

Nell'area delle bevande si colloca anche il gruppo Sanpellegrino, come official water partner. La società guidata da Stefano Agostini osserva che «la mission aziendale è quella di garantire all'acqua un futuro di qualità e di rendere il patrimonio idrico italiano disponibile per le generazioni presenti e future: obiettivi comuni con Expo che hanno contribuito alla nascita della collaborazione». Sanpellegrino sottolinea di rappresentare un punto di vista sul vivere all'italiana e si propone alla platea di Expo dichiarando l'inscindibile legame con il Paese di origine.

Dall'acqua alla birra, il legame con il nostro Paese rimane. Il gruppo olandese Heineken si presenta alla kermesse milanese con i brand Birra Moretti e Partesa, rispettivamente, official beer partner e official beverage distributor: l'intervento sarà all'insegna della valorizzazione della cultura alimentare italiana e della promozione dei nostri giovani chef nel mondo. Birra Moretti svilupperà «attività di educazione e formazione - sostiene l'azienda - coerentemente con il progetto cultura della birra di cui è pioniera e promotrice in Italia».

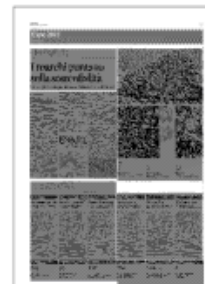
Nell'area del caffè, Illy è official partner di Expo e curerà il cluster caffè, il padiglione interamente dedicato alla bevanda che sarà intitolato «Dalla terra alla tazza». Il cluster caffè ospiterà la celebrazione del caffè attraverso un racconto tra passato, presente e futuro.

### ITEMI E LE AZIONI CONCRETE

Coop ha progettato il nuovo supermarket  
Ferrero coinvolge i giovani nello sport  
Illy cura la regia del cluster del caffè  
Birra Moretti valorizza il cibo italiano  
Il Padiglione Coca-Cola sarà campo di basket



● La responsabilità sociale d'impresa (in inglese corporate social responsibility) è, nel gergo economico, l'ambito riguardante le implicazioni di natura etica all'interno della visione strategica d'impresa. È una manifestazione della volontà delle aziende di gestire efficacemente le problematiche d'impatto sociale ed etico al loro interno e nelle aree di attività. La Ue la definisce come una azione volontaria, cioè come integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate.



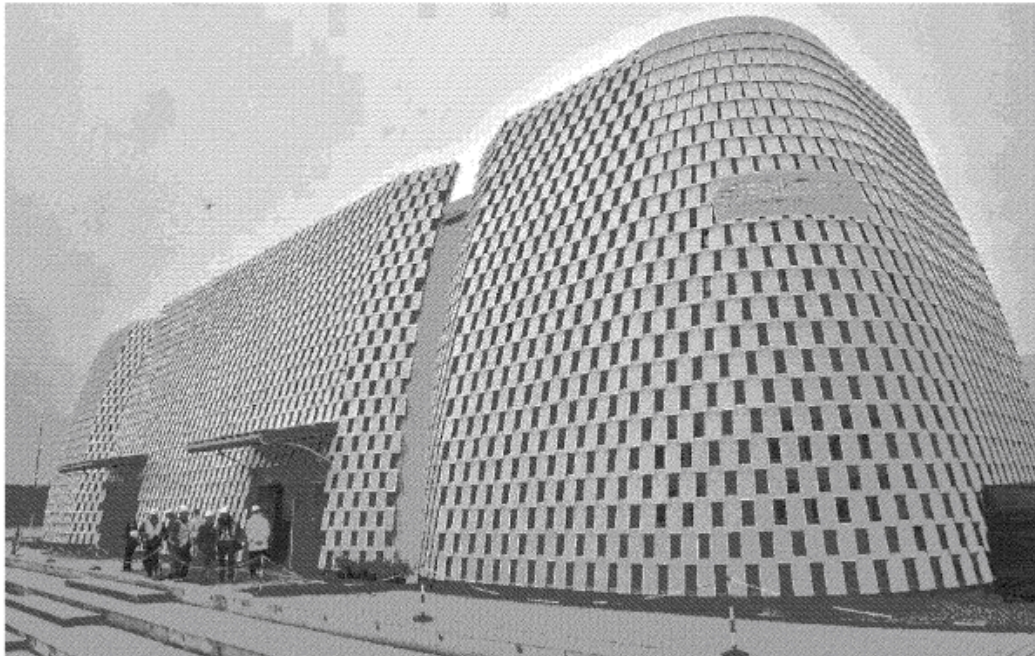
Data:  
sabato 18.04.2015

Il Sole **24 ORE** SPECIALE

Estratto da Pagina:  
17

Infine c'è spazio anche per un'altra eccellenza italiana, le bollicine di Franciacorta, official sparkling wine. Il Consorzio Franciacorta accompagnerà ogni evento ufficiale. Sarà inoltre realizzata una serie di attività ed eventi, sia a Milano che in Franciacorta, per far conoscere ai visitatori il vino e il territorio. E nel sito dell'Esposizione il Franciacorta avrà un wine bar sul Decumano, la via principale dell'Esposizione universale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**In dirittura d'arrivo.** Alcuni scatti dei cantieri. In alto il padiglione di Intesa Sanpaolo, di lato, a sinistra, un particolare del padiglione del Giappone. Sulla destra uno dei totem che pubblicizzano l'esposizione universale. «Nella giornata di mercoledì abbiamo raggiunto un record: 7.430 persone al lavoro in cantiere sul sito», ha detto ieri il commissario unico di Expo Milano 2015, Giuseppe Sala



#### I BRAND

7

**Official Global Partners**  
Si tratta di Tim, Intesa Sanpaolo, Samsung, Finmeccanica, Fca-Cnh, Enel, Accenture

2

**Official Premium Partners**  
Sono Coop per la parte food e Manpowergroup per la ricerca del personale

16

**Official Partners**  
Tra brand alimentari e non, tra cui anche Fiera di Milano e Regione Sicilia

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

# LE INIZIATIVE

## ACCENTURE

### Connessione costante con i sistemi digitali

Expo Milano 2015 è una piattaforma non solo fisica ma anche digitale. I visitatori vivranno una esperienza integrata grazie ai servizi messi a disposizione da Accenture, che ha progettato e realizzato l'architettura IT per la gestione dell'evento. In particolare, Accenture gestirà alcuni servizi digitali sul sito espositivo: il sistema di Presence Location Management, un innovativo servizio che consentirà ai sistemi digitali di fornire ai visitatori connessi informazioni in tempo reale basate sulla loro posizione, sulle preferenze o i punti di interesse, o sulla prossimità a eventi speciali o di intrattenimento; e l'e-couponing, un servizio digitale che consentirà ai partner di Expo, agli espositori e ai padiglioni dei diversi paesi presenti all'evento di inviare offerte promozionali e inviti speciali ai visitatori connessi sulla base delle loro preferenze e della loro prossimità a luoghi specifici. Inoltre, garantirà la completa integrazione di tutte le applicazioni dei partner, come ad esempio servizi di pagamento elettronici, biglietteria elettronica, eccetera.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## FCA-CNH INDUSTRIAL

### Mobilità sostenibile e auto ecologiche

Grazie ad una partnership siglata nel 2013, Fiat Chrysler Automobiles fornisce a Expo una flotta di vetture che saranno utilizzate in car sharing per le delegazioni ospiti che arriveranno da ogni parte del mondo. Nell'ottica della mobilità sostenibile e responsabile, il Gruppo ha messo a disposizione 35 vetture, 21 delle quali sono Fiat 500L a metano. Saranno poi consegnate altre 50 vetture 500L a metano/biometano in car sharing per le delegazioni, 10 vetture 500e elettriche di servizio e 10 vetture di rappresentanza. La partnership prevede anche un investimento in comunicazione con l'utilizzo del logo di Expo Milano 2015 su tutta la comunicazione dei marchi di FGA (Fiat Group Automobiles) e il supporto agli eventi nazionali e internazionali finalizzati alla promozione dell'esposizione. A Expo sarà presente anche CNH Industrial, altra società del gruppo, attraverso il suo brand New Holland Agriculture operante nel settore delle macchine agricole, che parteciperà con un suo padiglione di 1.600 metri quadrati, progettato e realizzato secondo i canoni dell'architettura eco-compatibile e del risparmio energetico.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## MANPOWERGROUP

### Personale formato con i valori globali

Il tema dell'esposizione universale, "Nutrire il pianeta, Energia per la vita", sarà trasmesso anche attraverso le capacità di relazione delle centinaia di persone che lavorano al sito di Expo 2015. È su questa filosofia che si basa la partecipazione di ManpowerGroup all'evento, filosofia garantita attraverso la scelta e la formazione delle persone, che dovranno riuscire a trasmettere i valori e la cultura del padiglione di riferimento. L'obiettivo di ManpowerGroup è duplice: offrire ai visitatori un'esperienza unica e coinvolgente dell'evento Expo attraverso il posizionamento della persona giusta al posto giusto, e permettere ai lavoratori di effettuare un percorso esperienziale e formativo completo e di valore. I servizi che ManpowerGroup offre vanno dal reclutamento e selezione del personale, alla gestione e formazione mirata dei candidati. Dalla consulenza giuslavoristica, alla attivazione di percorsi di outplacement individuali o collettivi. Il marchio internazionale ManpowerGroup è presente in Italia dal 1994, attraverso 250 uffici sul territorio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## NEL MONDO

# 293

mila

I professionisti che operano a livello mondiale in Accenture

## LA DOTAZIONE

# 35

Le vetture messe a disposizione dal Gruppo, 21 delle quali sono Fiat 500L a metano

## SUL TERRITORIO

# 250

Gli uffici attivi in Italia della società di reclutamento personale e somministrazione di lavoro

## ENEL

## La smart grid tangibile e visibile

Una rete intelligente per la distribuzione dell'energia, realizzata con le più moderne tecnologie disponibili, e un sistema di energy management per i padiglioni per il controllo dei carichi, l'ottimizzazione dei flussi di energia, l'integrazione degli impianti da fonte rinnovabile e gli storage e la gestione dell'illuminazione. Grazie a Enel, i visitatori di Expo potranno comprendere come le smart grids trasformino l'energia elettrica da semplice commodity a servizio a valore aggiunto. Nello show-room predisposto da Enel, collegato con tre postazioni di controllo della rete elettrica di Expo e con una postazione di controllo della mobilità elettrica, i visitatori potranno capire come i flussi energetici si muovano all'interno della smart grid dell'Expo Milano 2015. Vedranno in tempo reale come si integrano e lavorano in sinergia tutte le fonti di energia del sito espositivo, qual è il mix produttivo che alimenta l'esposizione, e quali sono i consumi che possono essere opportunamente programmati e regolati per ottimizzare l'efficienza del sistema.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## EUTELSAT

## Otto satelliti per coprire l'evento

Saranno otto i satelliti messi a disposizione da Eutelsat per tutta la durata di Expo, a copertura dell'evento. L'azienda partner comincerà il suo impegno per l'esposizione a partire dalla sera del 30 aprile con la trasmissione in mondovisione del concerto di Andrea Bocelli. Gli eventi dell'esposizione verranno coperti in tutto il mondo grazie alla collaborazione con Rai Way, Telecom Italia e Globecast. Il canale televisivo via satellite dedicato esclusivamente ad Expo Milano 2015 arriverà in circa 140 milioni di abitazioni, in Europa, Nord Africa e Medio Oriente attraverso i 13 gradi Est di Hot Bird. Inoltre, Eutelsat attiverà un'innovativa piattaforma tecnologica, allestita assieme ad altri partner, basata su 34 satelliti con copertura globale al fine di consentire collegamenti in alta qualità tra i padiglioni e il resto del mondo e vice versa. Le risorse satellitari di Eutelsat sono in prima linea nell'alimentare la CyberExpo dove si aprono le porte ai percorsi virtuali che permettono la partecipazione diretta di quanti non potranno recarsi a Milano. «Prevediamo - afferma Renato Farina, ad di Eutelsat Italia - di raggiungere un miliardo di partecipanti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## TECHNOGYM

## Wellness e salute, la palestra che verrà

La relazione fra alimentazione ed esercizio fisico, ovvero l'equilibrio fra l'energia immessa nel corpo attraverso il cibo e l'energia consumata attraverso l'esercizio, sarà il tema centrale del progetto di Technogym per l'Expo. Attraverso l'integrazione di attrezzi fitness, apps, dispositivi "wearable", tecnologie audio-visive, programmi wellness, Technogym metterà a disposizione dei visitatori modalità di movimento e di esercizio fisico fruibili nei luoghi della vita quotidiana: a casa, al lavoro, a scuola, in ospedale, in viaggio, in palestra e all'aperto. All'interno del sito espositivo Technogym allestirà un'area di attivazione in cui i visitatori potranno esplorare la palestra del futuro, un vero e proprio hub dello stile di vita connesso ai luoghi in cui le persone svolgono le proprie attività quotidiane, che saranno rappresentati attraverso nove isole interattive lungo il Decumano, la via principale del sito. In linea con il "Wellness on the go", verranno messe a disposizione dei visitatori soluzioni wellness, con l'obiettivo di promuovere movimento in tutto l'arco della giornata e non solo nelle poche ore settimanali dedicate allo sport.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## TELECONTROLLO

**100**

Le cabine elettriche interconnesse ad una rete di media tensione che controllano l'intera area

## WORLDWIDE

**140** milioni

Le abitazioni nel mondo che raggiungerà il canale televisivo satellitare dedicato esclusivamente a Expo Milano 2015

## LEADER

**5**

Le ultime edizioni delle Olimpiadi di cui l'azienda è stata fornitrice ufficiale