



Associazione Internazionale
Cultura Ambientale e Lavoro solidale

La piattaforma web AIKAL "versoExpo215"

"FARE ITALIA": VOCE E SOSTANZA ALL'OBBIETTIVO DI VALORIZZARE LE ECCELLENZE ITALIANE

...VERSO EXPO2015 MILANO



EXPO

AIKAL Associazione Internazionale Cultura Ambientale e Lavoro solidale



L'ISTITUZIONE SI DOTA

si dota di una...

Piattaforma web dedicata ad expo2015 in partnership con Aikal

Informazione e formazione per le imprese della Provincia.



"FARE ITALIA": VOCE E SOSTANZA ALL'OBBIETTIVO DI VALORIZZARE LE ECCELLENZE ITALIANE ...VERSO EXPO2015 MILANO



Briefing

Progettare un sito/area web che racconti e spieghi:

tematiche/obiettivi/progetti/iniziative/eventi verso la prossima **Esposizione Mondiale EXPO 2015** che si terrà in Italia (a Milano) **con particolare attenzione** alle informazioni **circa i Progetti espressione del Territorio e delle Imprese e Realtà del TERRITORIO segnalati e coordinati dalla CCIAA**

visione strategica,

lungimiranza,

Impegno e utilità verso il Territorio e le Imprese

sussidiarietà

dare voce e sostanza ad un obiettivo di valorizzazione delle eccellenze del Territorio in vista ed in ragione di un appuntamento strategico mondiale quale quello dell'EXPO2015 in Italia.

Elementi e spunti: omogeneità con il sito web ufficiale di Expo 2015, sintonia con le componenti morfologiche ed i contenuti richiamati nel tema dell'Expo 2015: *Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita*

"FARE ITALIA": VOCE E SOSTANZA ALL'OBIETTIVO DI VALORIZZARE LE ECCELLENZE ITALIANE

...VERSO EXPO2015 MILANO



EXPO

AIKAL Associazione Internazionale Cultura Ambientale e Lavoro solidale

Progetti culturali - Ideazione Progettazione Format di: MTK | METAKOM srl - pag 3

Il Tema dell'evento mondiale italiano dei prossimi anni "Expo Milano 2015" è: Nutrire il pianeta, energia per la vita

L'evento Expo 2015 Milano, prevede un flusso di visitatori da ogni parte del Mondo di circa 20 milioni, la maggior parte dei quali effettuerà una visita prolungata la cui tipologia si può certo assimilare a quella del turismo enogastronomico.

"Il turismo **enogastronomico** e rurale in Italia rappresenta un giro di affari calcolato in **5 miliardi di euro** e nel recente periodo è **cresciuto del 6%**, nonostante la congiuntura economica. I **prodotti tipici** sono al centro di questo successo. Ad esempio *BIT 2009* dedica a questo fenomeno un evento unico, Certicibit, che valorizza le tradizioni enogastronomiche **per lo sviluppo dei territori quali destinazioni di viaggio**. Cinque miliardi di euro. ... "il turismo enogastronomico e rurale in Italia, si conferma così come **uno dei veri "motori" del turismo** made in Italy. (**Fonte: Sondaggio Coltivatori Diretti**)

N.B. Secondo uno studio realizzato dall'Universita' Bocconi, l'Expo contribuirà fino al 2020 per uno 0,18% sul Pil italiano generando sull'intero sistema Paese fatturati di 69 miliardi di euro sull'indotto e immettendo nel mercato del lavoro mediamente 61 mila persone ogni anno, senza contare la parte legata all'immagine del nostro Paese.

"FARE ITALIA": VOCE E SOSTANZA ALL'OBIETTIVO DI VALORIZZARE LE ECCELLENZE ITALIANE
... VERSO EXPO 2015 MILANO



EXPO

AIKAL Associazione Internazionale Cultura Ambientale e Lavoro Solidale

Progetti culturali - Ideazione Progettazione Format di: MTK | METAKOM srl - pag 4

Lo scenario: VERSO EXPO 2015



“Ora la vera sfida e’ comunicare l’Expo ai Cittadini: un progetto importantissimo per l’Italia”,

e’ stato questo il primo monito che il **Presidente del Bureau International Des Expositions (BIE) Jean-Pierre Lafon ha lanciato alla Città di **Milano**.**

Il tema di Expo 2015 “Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita”, che indubbiamente favorisce l’Italia, Paese in cui è presente oltre quasi il 60% del Patrimonio mondiale culturale, ed in cui la Cultura legata al mondo dell’alimentazione è parte integrante della Cultura alta. Un esempio solo: la Dieta Mediterranea è ora considerata oggi dall’Unesco un Patrimonio dell’Umanità.

“L’assegnazione dell’Expo al nostro Paese è stato anche un riconoscimento dell’impegno dell’Italia in questo ambito, nonché dell’eccellenza della nostra tradizione ed innovazione nel settore agroalimentare”, ricorda **Diana Bracco, Presidente Expo 2015.**

“FARE ITALIA”: VOCE E SOSTANZA ALL’OBIETTIVO DI VALORIZZARE LE ECCELLENZE ITALIANE
...VERSO EXPO2015 MILANO



EXPO

AIKAL Associazione Internazionale Cultura Ambientale e Lavoro solidale

Progetti culturali - Ideazione Progettazione Format di: MTK | METAKOM srl - pag 5

VERSUS
Verso
Expo 2015

Tutti i diritti riservati © MTK IDEAZIONE E PROGETTAZIONE MTK METAKOM © 2009-11

Perché un sito/piattaforma internet -

- ❖ **Presentare a livello internazionale i temi della Cultura dell’Alimentazione e della Civiltà della Tavola**, cioè le diverse tradizioni enogastronomiche e della civiltà della tavola presenti nei cinque continenti (o 5-6 aree gastronomiche) , in coerenza con gli obiettivi dell’EXPO 2015
- ❖ **Facilitare il confronto di esperienze tra i vari Paesi con le rispettive “fonti” di cibo e rispettive “culture” della tavola.**
- ❖ **Promuovere confronti tra settori industriali, artigianali e commerciali legati alla CATENA del CIBO e dell’ALIMENTAZIONE** nei vari continenti; compresi i servizi di conservazione, di trasporto (aereo, treno, nave, pullman ecc.), servizi di ospitalità (alberghi, pensioni, villaggi turistici), strutture recettive e altri servizi correlati (guide turistiche; musei, fiere, parchi naturali e altre attrazioni; servizi di assicurazione per il viaggiatore; servizi di ristorazione e intrattenimento e via dicendo).
- ❖ **Favorire la solidarietà tra persone, intorno ad una tavola imbandita.** Il riconoscimento attraverso la cultura / civiltà della tavola, delle aree di miglioramento nella produzione e distribuzione alimentare

“FARE ITALIA”: VOCE E SOSTANZA ALL’OBIETTIVO DI VALORIZZARE LE ECCELLENZE ITALIANE

...VERSO EXPO2015 MILANO



EXPO

AIKAL Associazione Internazionale Cultura Ambientale e Lavoro solidale

Progetti culturali - Ideazione Progettazione Format di: MTK | METAKOM srl - pag 6

Perché un sito/piattaforma internet -

- ❖ verificare cosa accade attualmente nella **filiera agro-alimentare a livello internazionale nelle diverse aree**: sistemi di produzione agro-alimentare; controlli di filiera; sistemi di raccolta e conservazione; distribuzione preparazione degli alimenti,
- ❖ **valutare le condizioni per l'eventuale trasferimento del/dei modello/modelli più adeguati ad altre realtà dei Paesi Emergenti e/o sottosviluppati per assegnare valore aggiunto alle loro produzioni agro-alimentari da sviluppare con tecniche di marketing compatibili con nuove opportunità di utilizzo nella filiera, dei loro prodotti**
- ❖ **Portare la Civiltà della Tavola al centro dell'attenzione mondiale, in particolare della Nuova Europa (...Corridoio 5), in ragione della sua ricchezza intrinseca e di tutto quello che può offrire, sia in termini di cultura che in termini di turismo, di riposo e di svago.**
- ❖ **offrire un pacchetto completo logistico-culturale veneziano, veneto / lombardo veneto (ambiente, cultura, spettacolo) in preparazione dell'Expo 2015 coinvolgendo la più ampia filiera agro-alimentare e dell'ospitalità a livello planetario, internazionale, nazionale, regionale e locale**

"FARE ITALIA": VOCE E SOSTANZA ALL'OBIETTIVO DI VALORIZZARE LE ECCELLENZE ITALIANE

...VERSO EXPO2015 MILANO



EXPO

 AIKAL Associazione Internazionale Cultura Ambientale e Lavoro solidale

Progetti culturali - Ideazione Progettazione Format di: MTK | METAKOM srl - pag 7

Perché un sito/piattaforma internet -

Per avere un luogo nella rete:

- che presenti il **grande obiettivo** del Territorio per **EXPO 2015**, nello *sviluppare Progetti e Programmi culturali e solidali inerenti gli obiettivi di EXPO 2015, in una logica di portale sussidiario*;
- come un **biglietto di accesso a questa grande sfida mondiale** per lasciare all'impresa il tempo e la comodità di **re-incontrarsi** anche **dopo**, o **a volte prima**, dell'avvenimento;
- dove gli imprenditori possano esprimere e possano **comunicare** con l'esterno **in modo omogeneo**, pur nella consapevole diversità, secondo standard comunicazionali decisi e stabiliti;

"FARE ITALIA": VOCE E SOSTANZA ALL'OBIETTIVO DI VALORIZZARE LE ECCELLENZE ITALIANE
...VERSO EXPO2015 MILANO



EXPO

AIKAL Associazione Internazionale Cultura Ambientale e Lavoro solidale

Progetti culturali - Ideazione Progettazione Format di: MTK | METAKOM srl - pag 8

Perché un sito/piattaforma internet -

- Un **sito web dinamico** consente all'imprenditore tra le altre cose la libertà di porre ogni domanda utile per **approfondimenti e chiarimenti circa il progetto** di l'Associazione AIKAL e che....
- consente al singolo Associato di **completare e tenere aggiornati**, a beneficio reciproco **i contenuti dei progetti** proposti;
- Un sito per presentarsi, accreditarsi e poi fare integrazione sinergia **progettuale business ti business** Perché è necessario **fidelizzare** gli Imprenditori, è necessario **curare e approfondire le relazioni** con loro, negli **spazi più moderni**.
- Un **sito web che di fatto è un portale dinamico** sull'Expo 2015 dal quale poi, in futuro erogare servizi alle imprese.

"FARE ITALIA": VOCE E SOSTANZA ALL'OBIETTIVO DI VALORIZZARE LE ECCELLENZE ITALIANE
...VERSO EXPO2015 MILANO



EXPO

 AIKAL Associazione Internazionale Cultura Ambientale e Lavoro solidale

Progetti culturali - Ideazione Progettazione Format di: MTK | METAKOM srl - pag 9

LA SCELTA DEL FORMAT COMUNICAZIONALE: ...MIMETISMO e UTILITY

A seguito di un eventuale **brifieng** si potrà confermare la scelta di creare (e di comunicare) un:

- **sito web-piattaforma dinamica**, che nella forma **espressiva** si **sintonizza con le componenti morfologiche** (e dove possibile) **contenutistiche** di EXPO 2015. Nel cui interno vi sia l'area dell' **ALFABETIZZAZIONE** formativa di expo con **Avatardfad**
- **Saperi & Sapori** verso Expo2015 Programma televisivo per digitale terrestre territoriale
- **iPad iPhone iPod** applicazione verso expo 2015 collegata al sito internet

Naturalmente l'avvio può essere graduale e soprattutto l'ambiente potrà essere sostenuto finanziariamente da sponsor territoriali interessati particolarmente a Expo2015 ed all'incredibile movimentazioni di merci e denaro che comporterà.

"FARE ITALIA": VOCE E SOSTANZA ALL'OBIETTIVO DI VALORIZZARE LE ECCELLENZE ITALIANE
...VERSO EXPO2015 MILANO



EXPO

BREVE ILLUSTRAZIONE DELLO STANDARD DI PORTALE

- 1) **Testata** (logo e marchio Verso Expo2015)
- 2) **Banner dinamico** (con foto ed immagini anche del Logo ufficiale EXPO 2015)
- 3) **Fascia centrale** con evidenza dei progetti ed altre iniziativa speciali o di richiamo (ad esempio "Campagna Associati..") -doppio Banner-
- 4) Sinistra: **Area News** (più importanti); Centro: **Area "I Progetti"** (con un progetto in evidenza..); Destra: **Guida Expo2015** (ci da modo di evidenziare uno stretto legame con EXPO20151 spa quindi con l' ufficialità !) -per ciascun menu esiste Approfondisci...-
- 5) Fondo: **Media Gallery** - **Glossario**- **Area Rassegna stampa** - Facebook etc...



Home page



Home page con banner "associarsi"...



Second page con menu "PROGETTI"

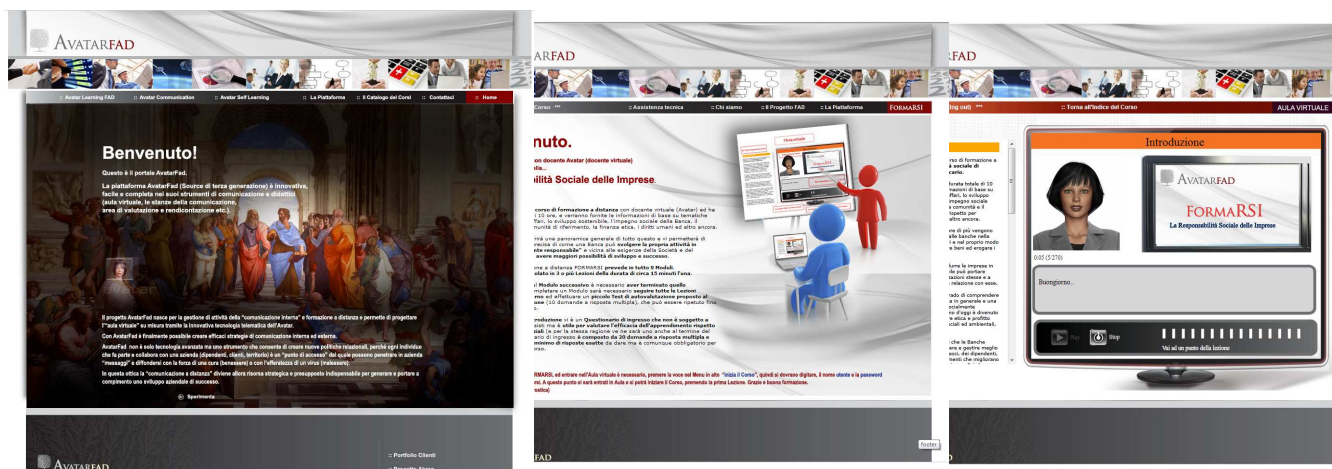
"FARE ITALIA": VOCE E SOSTANZA ALL'OBIETTIVO DI VALORIZZARE LE ECCELLENZE ITALIANE

...VERSO EXPO2015 MILANO



ALFABETTIZZAZIONE EXPO 2015 -

Uno dei servizi significativi che la L'AMBIENTE PIATTAFORMA WEB TERRITORIO, potrà offrire alla **Comunità DELLE IMPRESE** è l'apprendimento di minime basiche nozioni delle strategie e delle finalità di EXPO2015 attraverso viva voce immagini con lo strumento **Avatarfad ...**



Attraverso **Avatarfad**, strumento semplice ed immediato, per la **conoscenza diffusa e di gradevole accettazione**, si potrà **creare, nel tempo, un legame forte** con le Imprese che vogliono stabilire un rapporto più concreto culturale e di affari **VERSO EXPO2015**.

"FARE ITALIA": VOCE E SOSTANZA ALL'OBIETTIVO DI VALORIZZARE LE ECCELLENZE ITALIANE

...VERSO EXPO2015 MILANO



EXPO

AIKAL

Associazione Internazionale Cultura Ambientale e Lavoro solidale

SAPERI&SAPORI VERSO EXPO 2015 -



**La filosofia della trasmissione e la sua strategia internazionale:
Verso Expo2015**

Una trasmissione, inserita all'interno del contesto di Expo2015 e della istituenda Biennale dell'Alimentazione e della Civiltà della Tavola mira a:

- Diffondere la **Cultura Alimentare** e la **Civiltà della Tavola**, sia in termini di cultura che in termini di turismo.
- Partecipare al successo del **PAESE ITALIA**, nel mondo,
- Aggregare interessi convergenti sui progetti alimentari attraverso una collaborazione con **Enti / Istituzioni Pubbliche e Private Nazionali e Comunitarie**.

SAPERI: Storia, Cultura, Arte, Tecnologia, Sostenibilità, Salute, Spiritualità, Conoscenza, Informazione, delle **PRODUZIONI** agricole e dell'**ALIMENTAZIONE**. Annuario ragionato degli ingredienti, della cucina e dei piatti nell'evoluzione e nei luoghi in Italia e nel Mondo. Il mondo del vino e non solo: **scenari e realtà**.

SAPORI: Letteratura e Poesia del Sapore: ciò che non sappiamo... dall'etimologia alla letteratura. La cucina Italiana locale e regionale e le sue specialità, tra tradizione ed innovazione tecnologica: brevi prove di creazione di piatti tipici. Spazio: dal fuoco al microonde. **IL MONDO DELLA RISTORAZIONE**, I **RISTORANTI** (Gli chef ed i ristoratori) **LA RISTORAZIONE ALBERGHIERA**, **LE TRATTORIE**, **GLI AGRITURISMI**, **I CATERING QUALIFICATI** E **L'INDOTTO MANIFATTURIERO** e **TECNOLOGICO**.

BONTON: Come si stà in tavola, come si prepara la tavola, come si riceve. L'alimentazione senza cultura e bon ton è solo una parte della civiltà della tavola.

TESTIMONIANZE E TESTIMONIAL: Nelle testimonianze vi sono i pareri della gente comune, interviste esperienze dirette e valutazioni/racconti del consumatore. Nei testimonial gli Imprenditori eccellenti, le iniziative politiche a sostegno della nostra cultura alimentare, e passo per passo verso EXPO2015. vi sarà' interattività telefonica : La cucina nell'arte: un quadro/ un epoca e il cruciverba/quiz della puntata.

"FARE ITALIA": VOCE E SOSTANZA ALL'OBBIETTIVO DI VALORIZZARE LE ECCELLENZE ITALIANE
...VERSO EXPO2015 MILANO




AIKAL Associazione Internazionale Cultura Ambientale e Lavoro Solidale

Progetti culturali - Ideazione Progettazione Format di: MTK | METAKOM srl - pag 14

iPAD iPHONE IPOD verso EXPO2015

Il motivo di realizzare un'applicazione (App) verso EXPO2015 è la consapevolezza della necessità di cogliere l'occasione di un avvenimento così importante per dare avvio ad una rinnovata conoscenza degli **elementi essenziali della Cultura della Storia e delle nostre eccellenze ALIMENTARI E TERRITORIALI E TURISTICHE DEL TERRITORIO** attraverso un percorso di comunicazione interattiva con gli appassionati di Italia in Italia e di quelli, molti di più, diffusi in tutto il Mondo.



"FARE ITALIA": VOCE E SOSTANZA ALL'OBIETTIVO DI VALORIZZARE LE ECCELLENZE ITALIANE
...VERSO EXPO2015 MILANO



EXPO

AIKAL Associazione Internazionale Cultura Ambientale e Lavoro solidale

Progetti culturali - Ideazione Progettazione Format di: MTK | METAKOM srl - pag 15

Verso Expo2015

BIENNALE della Cultura dell'ALIMENTAZIONE e della CIVILTA' della TAVOLA 2012

CULTURA DELL'ALIMENTAZIONE – ALIMENTAZIONE DELLA CULTURA

I protagonisti sono da una parte l'**Alimentazione** intesa sia come **bisogno di cibo**, ma anche come uno degli ambiti privilegiati per l'espressione dell'identità delle persone e come **valorizzazione dei prodotti della filiera alimentare** e dall'altra la **Civiltà della tavola** cioè del **gusto**, dei **sapori** nonché delle **tradizioni**, in una parola della **cultura materiale degli uomini e dei loro territori**.

Una vera e propria sfida culturale tra Produttori, Conservatori, Distributori, Albergatori, Ristoratori, Cuochi, Uomini di cultura e d'arte, retta e governata dal **piacere di stare a tavola**, di **stare insieme** e dalla volontà di integrare realtà differenti per la promozione del progetto Italia.

“Il cibo crudo è natura, quello cotto cultura” (C. Lévi-Strauss)

“FARE ITALIA”: VOCE E SOSTANZA ALL'OBIETTIVO DI VALORIZZARE LE ECCELLENZE ITALIANE

...VERSO EXPO2015 MILANO



EXPO

AIKAL Associazione Internazionale Cultura Ambientale e Lavoro Solidale

Progetti culturali - Ideazione Progettazione Format di: MTK | METAKOM srl - pag 16

UN **progetto del TERRITORIO** e **AIKAL** per :

- ❖ Offrire una **vetrina di presentazione** dei **Progetti** e della **capacità di Leadership** delle imprese del territorio;
- ❖ Favorire l'utilizzo delle moderne tecnologie da parte degli imprenditori a tutto vantaggio della Comunità Globale (glocale) e degli interlocutori Istituzionali;
- ❖ Favorire la **comunicazione dei contenuti strategici** e la circolazione logistica di tutte le **opportunità creative**;
- ❖ Offrire un mezzo (internet) che è un messaggio (velocità, sintesi e solidarietà).

"FARE ITALIA": VOCE E SOSTANZA ALL'OBIETTIVO DI **VALORIZZARE LE ECCELLENZE ITALIANE**
...VERSO EXPO2015 MILANO



EXPO

 **AIKAL** Associazione Internazionale Cultura Ambientale e Lavoro solidale

Progetti culturali - Ideazione Progettazione Format di: MTK | METAKOM srl - pag 17



Il main contractor tecnico-operativo: MTK –METAKOM

Metakom sistema esperto nella comunicazione istituzionale e finanziaria, progetta e realizza soluzioni innovative attraverso strumenti culturali evoluti, sia in aree tradizionali sia in territori inediti. Presidiare il territorio incrementandone la qualità dell'interazione, il valore della relazione: lì dove è noto che la strategia è "un programma dove si prevede la scansione temporale ed organizzativa delle azioni" e che conduce a dei risultati se è attuato come processo sistematico e non con il "navigare a vista"

Comunicazione istituzionale e finanziaria:

- Ministero delle Finanze –Agenzia delle Entrate *Guida Fiscale Casa – tutte le agevolazioni sulla fiscalità della casa 2004* (diffusione 110.000 copie) e *Progetto Euromondo - Cd rom interattivo* (diffusione scuole italiane) 2002
- Ministero dei Beni Culturali - *La nuova legge sul mecenatismo- prefazione di Giuliano Urbani 2004* (diffusione 30.000 copie) 2003
- Dirigenza Banca d'Italia -*Il confronto competitivo nelle banche locali - A cura di Claudio Clemente -* (diffusione 3.000 copie) 2003
- Comune di Padova - *Campagna per la Nuova patente a punti* (diffusione 200.000 copie) 2004
- Mariana Militare Italiana *Progetto Scilla e Cariddi - Traversata in gondola dello stretto di Messina* 2003
- Unicef - *Progetto Overland* 1999

Banche e Assicurazioni: Unicredit Banca - Banca Generali - Assicurazioni Generali - Monte dei Paschi di Siena e Antonveneta - Bancamarche - Mps Merchant Bank - AXA Assistance - Banca Cassa di Risparmio di Savigliano - Banca Valsabbina –Banca di Credito Cooperativo di Roma – Federazione BCC Veneto - Banca Popolare di Marostica - Catalogo Abiservizi -

GDO: Autogrill SpA - Conad SpA - Carrefour Spa - Kimberly Clark (Scottex)- Gruppo De Longhi - Gruppo Selex - Gruppo A&O - Supermercati GS SpA - Supermercati Unicom SpA (Famila) – Le Case History sono riportate nel sito www.metakom.net

Metakom è Socio Fondatore di donazione del Progetto Microfinanza Campesina in Ecuador – Codesarollo – che ha ricevuto i seguenti riconoscimenti: 1) premio "Sodalitas" 2002 - settore finanziario 2) premio "Takunda" del Cesvi – settore finanziario 3) premio "World Business Awards 2003" – Programma di Sviluppo delle Nazioni Unite (UNPD) e dell' International Chamber of Commerce (ICC) (unica iniziativa italiana)

Metakom è socio fondatore di ISIONLUS imprenditori solidali italiani – progetto di asset building per la creazione di ricchezza nel terzo mondo attraverso la realizzazione delle imprese scuola e della micro impresa. Metakom, inoltre, sostiene la Fondazione Baschirotto per lo studio delle Malattie Rare. Metakom ha ideato progettato e realizzato il "Premio Nazionale per la Responsabilità Sociale dell'Impresa" 2005 – Città di Rovigo – Le informazioni dettagliate si trovano al sito www.premirovigocsr.it

"FARE ITALIA": VOCE E SOSTANZA ALL'OBIETTIVO DI VALORIZZARE LE ECCELLENZE ITALIANE

...VERSO EXPO2015 MILANO



EXPO

AIKAL Associazione Internazionale Cultura Ambientale e Lavoro Solidale

Progetti culturali - Ideazione Progettazione Format di: MTK | METAKOM srl - pag 18