

Home > MilanoItalia > Expoincittà: Milano in vetrina anche nel 2016

Expoincittà: Milano in vetrina anche nel 2016

Dopo Expoincittà 2015, il sindaco Giuliano Pisapia e il presidente di Camera di Commercio Carlo Sangalli hanno presentato Expoincittà - #MilanoaPlaceToBE, che accompagnerà la vita della città metropolitana durante l'Esposizione Internazionale della Triennale e tutti i weekend dell'anno

Martedì, 2 febbraio 2016 - 15:08:00

Giuliano Pisapia

Dopo il successo di **Expoincittà 2015**, il Sindaco **Giuliano Pisapia** e il Presidente di Camera di Commercio di Milano **Carlo Sangalli** hanno presentato oggi a Palazzo Marino Expoincittà - #MilanoaPlaceToBE, che accompagnerà la vita della città metropolitana promuovendola quotidianamente durante i sei mesi della XXI Esposizione Internazionale della Triennale (2 aprile-12 settembre 2016) e tutti i weekend nei restanti periodi dell'anno.

"Expoincittà è un altro successo del Sistema Milano: un format inedito di impatto straordinario sulla capacità di impresa, la creatività e l'innovazione di istituzioni pubbliche e privati. Il lavoro di squadra paga, i numeri lo confermano. Ecco perché Comune e Camera di Commercio rilanciano: Expoincittà sarà uno strumento strategico per il futuro della città attraverso un coordinamento ancora più stretto e la semplificazione amministrativa dello sportello unico. Obiettivo: rendere la città metropolitana sempre viva, piena di proposte e affascinante. Il luogo dove essere nel 2016 e negli anni a venire, sette giorni su sette. Per i milanesi e per i turisti sempre più numerosi in arrivo da tutto il mondo", ha dichiarato il Sindaco Giuliano Pisapia.

"Con la nuova Expoincittà, Milano ha iniziato a costruire il suo futuro dopo Expo 2015. Alla base di questo format di successo c'è l'alleanza tra Comune e Camera di commercio che ha realizzato un modo innovativo di attrarre, strutturare e collegare le iniziative su tutto il territorio milanese. Expoincittà, infatti, ha saputo coinvolgere non solo il centro ma anche le periferie e l'intera area metropolitana con ricadute positive per l'economia e il sistema imprenditoriale. Oggi, grazie anche all'Esposizione Universale, Milano è una città più globale e attrattiva, una città dove esserci anche in futuro e Expoincittà dovrà essere lo strumento di marketing territoriale più importante per vincere questa nuova sfida", ha dichiarato Carlo Sangalli, presidente della Camera di commercio di Milano.

Expoincittà, il modello di marketing territoriale adottato nella Grande Milano per rendere più fruibili le sue iniziative nel periodo dell'Esposizione Universale, ha visto alternarsi sul suo palcoscenico oltre 46 mila appuntamenti declinati in dieci tematiche. Oltre 11 milioni di persone che hanno partecipato alle iniziative diffuse nella Città metropolitana, di cui il 35% in centro, il 56% in altre zone e il 9% nell'area metropolitana.

Expoincittà - #MilanoaPlaceToBE propone, grazie allo stesso modello organizzativo che rinnova l'alleanza tra Comune di Milano e Camera di Commercio di Milano, un modello di valorizzazione e promozione coordinata delle iniziative di interesse culturale, commerciale e turistico che la Città metropolitana offre, facilitando l'incontro tra l'offerta di eventi e iniziative con la domanda di fruitori, cittadini e turisti. Attraverso lo Sportello Unico Manifestazioni, nato proprio in occasione di Expoincittà, gli operatori milanesi potranno essere accompagnati nell'acquisizione di autorizzazioni e permessi per l'uso degli spazi pubblici, mentre sul sito expoincitta.com, è sempre attiva la piattaforma gratuita e georeferenziata in cui sono censiti 967 luoghi e spazi - 826 dei quali a Milano e 141 nella sua provincia - proposte da privati e da enti pubblici, all'aperto e al chiuso, per realizzare iniziative.

Le iniziative, per entrare a far parte del programma di Expoincittà #MilanoaPlaceToBE dovranno essere proposte attraverso la compilazione di un form sul sito expoincitta.com e poi approvate dal Comitato di Coordinamento di Expoincittà. Il form è attivo a partire da oggi. Attraverso il sito web, i social network e le pubblicazioni, Expoincittà - #MilanoaPlaceToBE permette di conoscere in tempo reale, giorno per giorno, mese per mese, tutte le attività in programma.

Prosegue anche la vocazione internazionale di Expoincittà e già oggi alcuni Paesi e città straniere hanno riconfermato l'interesse ad essere presenti in città anche nel 2016 con loro eventi e iniziative. Per facilitare la ricerca e l'orientamento nelle proposte, le iniziative sono raggruppate in dieci parole chiave che rappresentano altrettanti filoni tematici: Arte, Città mondo, Feed the planet, Kids, Media, Milano Creativa, Scienza e tecnologia, Solidarietà e no profit, Spettacolo, Well being.

Non solo quindi design, arte, architettura, moda, cinema, comunicazione e società; ma anche benessere, sport, alimentazione, editoria, attività per i bambini, danza, musica, teatro, fotografia,

In vetrina

Sanremo, Carlo Conti: "Il mio Festival sarà Pop". E risponde a Checco Zalone



Zurich Connect ti permette di risparmiare sull'assicurazione auto senza compromessi sulla qualità del servizio. Scopri la polizza auto e fai un preventivo



Il video più apprezzato

aiTV

Soldi in cambio di foto e video hard. Amore tossico, donna in trappola

Shopping : Scegli il tuo Smartphone con Ciao!

Il tuo tempo è prezioso con Ciao!

Trova casa su

Immobiliare.it

Provincia

Tipologia

pittura, scultura, video arte, radio, tv, web. Così come per Expoincittà, sei nuove icone d'arte saranno la cornice di racconto di Expoincittà - #MilanoaPlaceToBE durante il semestre della 21^a Triennale, ma quest'anno le icone verranno scelte dal pubblico tra 25 capolavori custoditi nei musei milanesi attraverso un sondaggio online sul sito expoincitta.com, a partire da oggi 2 febbraio. Il pubblico potrà votare le proprie icone preferite, cioè quelle che in base alla propria esperienza e sensibilità meglio rappresentano Milano, la sua storia, la sua identità presente, passata e, perché no, futura.

Ogni persona potrà votare cliccando al massimo su 6 dei 25 capolavori proposti. Le opere scelte a chiusura del sondaggio (online fino al 29 febbraio) diventeranno l'immagine guida di ogni mese di Expoincittà - #MilanoaPlaceToBE durante il semestre della 21^a Triennale, oltre a diventare il soggetto del ciclo d'incontri aperti al pubblico dal titolo "Conversazioni d'arte" che anche quest'anno, grazie alla regia di Marco Carminati, ospiteranno a Palazzo Marino personalità prestigiose del mondo dell'arte (curatori e direttori di musei) per raccontare la storia delle opere e dei loro autori. (In allegato le 25 opere presenti nel sondaggio on line)

A giorni sarà online, sempre sul sito expoincitta.com, anche il bando per la ricerca di sponsor per Expoincittà - #MilanoaPlaceToBE. Expoincittà, l'iniziativa di Comune e Camera di commercio, va resa permanente per l'84% degli operatori coinvolti. Lo chiedono le imprese che hanno organizzato circa 50 mila eventi per 11 milioni di persone nei sei mesi di Expo. Il 77% delle iniziative era gratuita, quindi la città ha offerto un intrattenimento senza costi a 35 mila appuntamenti e per 8 milioni di persone da maggio a ottobre, in media 40 mila persone al giorno tra milanesi e turisti. Emerge da un'indagine della Camera di commercio di Milano attraverso Eulab Consulting, su 202 organizzatori di eventi (CAWI).

Circa 10 mila i "focchi rosa", tante sono le nuove iniziative nate in città spinte anche dal progetto. Tutte sono state seguite con vantaggi nei tempi burocratici e risparmi nei costi. Perché mantenere il progetto? Dà un valore aggiunto agli eventi per il 70%, ha aumentato il numero di partecipanti per il 54%, ha fidelizzato quelli nuovi per l'89%.

I numeri di Expoincittà nei sei mesi di Expo. 46mila le proposte nel calendario durante i sei mesi di Expo. Il mese ottobre ha segnato il picco rispetto ai mesi precedenti: dopo gli 8mila appuntamenti di maggio, giugno e luglio, i 6mila di agosto, i 7 mila di settembre. Milano e provincia sono state animate da una media di 280 iniziative al giorno, per un totale di 8.700 nell'arco dell'intero mese. Emerge da un'elaborazione della Camera di commercio di Milano sulle iniziative di Expoincittà.

Il centro storico è stato scelto per un evento su tre (35% sul totale degli eventi). Un'iniziativa su due era nelle altre zone dell'area cittadina (56%) e una su dieci negli altri comuni dell'area metropolitana (9%). Tra gli organizzatori prevalenza dei privati, tre su quattro (74% sul totale).

TROVA

RICHIEDI ONLINE IL TUO MUTUO

Finalità del mutuo
-- Seleziona --

Importo del mutuo Euro **Durata del mutuo** anni

In collaborazione con  **CONFRONTA >**



Shopping



219 € **Vedi**
CLOPPI shop



138 € **Vedi**
drudd



22,55 € **Vedi**
RelaxsanShoo



Scegli l'intimo per la tua estate **Vedi**

POLITICA

Europa

ESTERI**ECONOMIA**

Finanza

CRONACHE**CULTURE****SPORT****MILANO****ROMA****REGIONI**

Puglia

Campania

LAVORO**COSTUME****SALUTE**

Sport & Emofilia

SERVIZI

Meteo

Oroscopo

Shopping

Casa

Mutui

Giochi

WeChat

SPETTACOLI

Cinefestival

Musica

I BLOG

Destinazione Sud

Cinque alle cinque

#avvocatonline

#LoveAndDogs

#SocialFactor

Acrostico

Action Woman

Adelante a los 60

Affari...di intimità

Alla salute

Belli miei

Bit Economy

MARKETING

MEDIATECH

FOOD

IL SOCIALE

MOTORI

VIAGGI

FOTO

aiTV

RUBRICHE

VIGNETTE DI GIORGIO FORATTINI