

# #EXPO, Comunicazione e fatturazione

L'EXPO può essere definito "*Comunicazione e Fatturazione*". Le spese per la comunicazione dell'EXPO sono finite in mille rivoli, in pratica un intero elenco telefonico di aziende per comunicare il nulla e in questo "*non comunicare*" la pletora dei beneficiati ci è riuscita benissimo, con una pioggia di soldi pubblici perché i biglietti non copriranno i costi dell'EXPO. Quello che c'era da comunicare lo hanno fatto invece le procure.

Iniziamo questo elenco dantesco, tenetevi forte e non incazzatevi troppo. Comunque vada sarà un successo. (Dati e informazioni riportate dal libro Excelsior – Il gran ballo dell'EXPO di Barbacetto – Maroni, edizioni Chiarelettere):

- Movimento ecclesiale rinnovamento nello Spirito Santo per l'organizzazione dell'evento "*10 Piazze per 10 comandamenti*" → 80.000 euro
- Servizi di organizzazione dello spettacolo "*La via d'acqua*" presso il Teatro Dal Verme di Milano → 95.712 euro (il progetto delle vie d'acqua (totalmente inutile) non è mai partito in quanto contestato dagli abitanti della zona che volevano evitare la distruzione del territorio, ndr)
- AB Comunicazioni "*Affidamento del servizio di coordinamento, progettazione, organizzazione e realizzazione di eventi e/o servizi e forniture annesse*" → 1.750.000 euro
- AB Comunicazioni "*Progettazione dell'immagine coordinata, organizzazione e gestione dell'evento Working Group Cluster*" → 94.000 euro
- Triennale Milano, mostra "*Arte & Foods*" → 5,3 milioni, curata dal critico Germano Celant per un onorario (addizionale) di 750.00 euro per "*servizi per la curatela e la direzione artistica*" 1(\*)
- Triennale di Milano, mostra "*Pianeta EXPO 2015. Conoscere,*

gustare, divertirsi", la cui curatela è affidata a Felice Limosani *"creativo multidisciplinare"* e *"digital storyteller"* 2(\*) per → 335.000 euro

– giurato per il concorso *"Nutrire la musica – composizioni dal mondo"* Carlo Boccadoro → 30.000 euro

– Gruppo Havas *"Ideazione, sviluppo e realizzazione del piano di comunicazione"* → 6 milioni di euro

– Hill & Knowlton e Sec di Fiorenzo Tagliabue 3(\*) attività di *"media relations"* internazionali → 1,54 milioni di euro

– Fondazione Corriere della Sera *"contributo per massima visibilità EXPO"* → 160.000 euro

– RCS Sport (gruppo Rizzoli Corriere della Sera) per la partecipazione come main sponsor alla *"Milano City marathon"* → 154.000 euro

– Sole 24 Ore *"Progetto Gazzettino del 2015"* → 64.000 euro

– Il Foglio *"Volume sull'Esposizione universale"* → 85.000 euro

– La Repubblica delle idee è stata sponsorizzata da EXPO, la cifra non è disponibile, ma una fonte interna al gruppo fa sapere che per i principali sponsor le cifre sono attorno ai 500.000 euro

– Mondadori (fondazione) *"Realizzazione del progetto Women for EXPO"* → 850.000 euro

– Feltrinelli (fondazione) cura dei contenuti scientifici dell'esposizione, progetto triennale e internazionale → 1,8 milioni di euro

– Condè Nast. responsabile delle inserzioni pubblicitarie, e di due eventi:

*"Wired Next Fest"* → 13.000 euro

*"Fashion Night Out"* → 39.000 euro

– Publimedia srl *"prenotazione di uno spazio pubblicitario sul periodico "Polizia Moderna" – edizione aprile/maggio"* → 14.892 euro

– RAI *"Collaborazione RAI EXPO"* assegnata a una nuova struttura *"crossmediale con un modello produttivo a integrazione verticale"* formata da 58 persone per le quali viene ristrutturata una nuova sede, ovviamente a Roma, non a

Milano. -> 5 milioni di euro

La trasferta della redazione romana a Milano per i sei mesi dell'EXPO costerà circa altri -> 2 milioni di euro

- Four in the Morning produttrice del documentario *"Exchanges. EXPO cambia il mondo"*, su soggetto di Monica Maggioni, direttrice di RAI News 24, il cui solo progetto editoriale ha il costo di 90.000 euro

- Impresa Luigi Schmid *"Affidamento del servizio di ideazione e realizzazione di contenuti e animazioni digitali per il progetto di partecipazione di EXPO Milano all'esposizione internazionale di Yeosu, Corea"* -> 127.400 euro

- Db2 Srl di Roma *"Video dimostrativi e presentazioni del Cyber EXPO"* -> 184.870 euro

- Movie People di Milano documentario *"Paesaggi e sulla produzione alimentare"* per complessivi 1,189.000 euro

- Walt Disney *"Produzione del video della mascotte Foody"* -> 660.000

- Filmaster Events *"Servizio di ideazione, progettazione, realizzazione e organizzazione di eventi e attività connesse finalizzate alla promozione di EXPO 2015"* -> 3 milioni di euro

1(\*) Celant (inventore dell'Arte povera, sic), per confronto il direttore della Galleria degli Uffizi di Firenze percepisce 1.890 euro al mese

2(\*) Limosani, punto di riferimento delle iniziative musicali finanziate dal Comune di Milano

3(\*) Tagliabue (ex portavoce di Formigoni)

ARTICOLLO: Bracco-balda show #Expo

ARTICOLLO: #Expo: la grande fiera dei cibi che non fanno bene alla salute, di Franco Berrino

ARTICOLLO: Tessera pd e biglietto Expo: due pacchi al prezzo di uno

ARTICOLLO: #Expo, the final countdown (meno 39 giorni)

VIDEO: Passaparola: Expo, la fiera della corruzione - di Gianni Barbacetto

VIDEO: