

DailyMedia

Il quotidiano della comunicazione

anno XXV 082

mercoledì 06 maggio 2015

p. 32



Strategie Mondadori lancia "Expo City Events" e una guida in 300.000 copie per seguirli. L'evento vale 3 mln di euro

Il d.g. Periodici Italia del Gruppo, Carlo Mandelli, e l'a.d. di Mediamond, Davide Mondo, hanno presentato le iniziative per l'Esposizione Universale realizzate con Expo in città, di cui è coordinatore Claudio Artusi, e che coinvolgono varie testate di Segrate

di Vittorio Parazzoli

In occasione dell'Esposizione Universale, Mondadori lancia "Expo City Events", un articolato palinsesto di eventi con gli appuntamenti da non perdere a Milano da maggio a ottobre 2015. Realizzata in collaborazione con Expo in città, l'iniziativa - che è stata presentata fieri dal d.g. Periodici Italia del Gruppo, Carlo Mandelli, l'a.d. di Mediamond, Davide Mondo, e il coordinatore del progetto di Comune di Milano e Camera di Commercio, Claudio Artusi - accompagnerà infatti per 6 mesi il pubblico italiano e internazionale alla scoperta delle eccellenze del capoluogo lombardo: un progetto con cui il Gruppo Mondadori darà la possibilità a tutti i visitatori della città di scoprire i luoghi, spesso inediti, in cui fervono le eccellenze del sistema imprenditoriale milanese e del made in Italy. "Expo City Events" offre un'ampia rassegna di attività, tra cultura e intrattenimento, che si compone di opening, mostre, eventi,



showcooking e incontri con personaggi del mondo della cultura, del design e del food, organizzati all'interno di showroom, musei, location e siti storici del territorio cittadino. Il tutto declinato in quattro itinerari tematici dedicati al meglio del Made in Italy: design, food, fashion&beauty e culture&innovation. Cuore pulsante del primo è Interni, che lancia, in collaborazione con il Comune di Milano e i Saloni del Mobile, "Design Meets Food. Milano Meets the World", un percorso nei flagship store e negli showroom di arredamento che, per l'occasione, si trasformeranno in luoghi di incontro e performance tra le eccellenze del design e della cultura gastronomica italiana. All'itinerario della testata diretta da Gilda Bojardi, che si svilupperà soprattutto tra

questo e il prossimo mese, hanno aderito Meritalia, B&B Italia, Molteni&C, Dada, FAB Architectural Bureau, Giorgetti, Modulnova, Zanotta, Scavolini, Berloni, Surcanapé, Poliform e Varenna, Del Tongo, Flexform, Villeroy&Boch, Arper, Poltrona Frau, Arclinea e KitchenAid. La cucina è protagonista assoluta del secondo percorso, una commistione tra buon cibo e lifestyle. Milano è una città ricca di luoghi dedicati al cibo di qualità, con una vastissima scelta anche per chi vuole apprendere l'arte della gastronomia: ad appassionati e aspiranti gourmet, "Expo City Events" in collaborazione con Philips (main sponsor insieme a Saeco, mentre food partner è Pellicini Top) propone i corsi della nuova Scuola di Cucina di Sale&Pepe. Nata dall'esperienza dell'omonima rivista di cucina, la scuola viene inaugurata l'11 in piazza Diaz 5, all'interno di Ca'puccino, e offre un variegato programma di appuntamenti con i migliori chef, corsi per adulti e per i più piccoli. "Expo City Events" parlerà anche di moda attraverso un percorso di eventi dedicati al fashion&beauty: tra quelli in calendario a giugno, "Icon Night", una serata organizzata da Iconi in collaborazione sempre con Philips. Ma anche Grazia e Donna Moderna firmeranno degli eventi a settembre. "Expo City Events" è infine anche cultura e innovazione. Non mancheranno, infatti, percorsi tematici dedicati all'arte contemporanea, con iniziative nelle più importanti gallerie d'arte cittadine, visite guidate a siti architettonici ed edifici storici atti a valorizzare il patrimonio artistico e culturale della città, insieme alle grandi

mostre già nel calendario di Expo in città, "Mito e Natura. Dalla Grecia a Pompei" (dal 31 luglio) e "Giotto, l'Italia" (dal 2 settembre), entrambe organizzate e prodotte da Comune di Milano - Palazzo Reale con Electa (che fa parte di Gruppo Mondadori). Tutti gli eventi e gli itinerari tematici saranno raccolti infine ogni mese in "Expo City Events Guide", una guida gratuita disponibile in italiano e in inglese, edita da Electa con progetto grafico a cura di Leftloft. Il primo dei cinque numeri di "Expo City Events Guide" sarà distribuito in 300.000 copie in oltre 110 punti in città: location e showroom aderenti al circuito, librerie Mondadori, bookshop ufficiale di Expo, bookshop di Palazzo Reale, Museo del '900, Triennale di Milano, Eataly, hotel qualificati, Gallerie d'arte contemporanea, locali e ristoranti. Le uscite successive saranno a giugno, luglio-agosto, settembre e ottobre. La prima ha generato 59 clienti, una parte dei quali ha già deciso di pianificare anche le successive. La guida è disponibile anche in versione digitale su www.expoctyevents.it; e a breve, attraverso l'app gratuita "Expo City Events", sarà scaricabile su iTunes e Google Play. Il progetto ha previsto il coinvolgimento anche di Kiver e Cemit. Ad Advertteam è stato affidato il supporto all'organizzazione degli eventi. È stata sviluppata inoltre una campagna su stampa, esterna, dinamica e i vari mezzi del Gruppo, curata dall'agenzia interna di quest'ultimo, Cross Media Lab (già Project Lab), con grafica di Leftloft. Complessivamente, per Gruppo Mondadori, tutte queste iniziative hanno generato un ritorno di circa 3 milioni di euro. «Dopo aver sistemato il portafoglio-testate in due anni - ha spiegato Mandelli - ora sviluppiamo i periodici come brand in logica multiplatforma che coinvolge da ultimo anche la tv, come mostrano le 40 puntate "live" di Donna Moderna appena partite su La5, e qualcosa di simile potremmo fare anche per i magazine food, mentre per Tv Sorrisi e Canzoni è in arrivo una nuova app».