

EXPO 2015

Fab Food: Confindustria si fa pop

Con oltre 450.000 visitatori, 800 scuole, 21 account museali, la mostra ha guadagnato un posto nella top 3 dei padiglioni Expo più divertenti tra quelli dedicati ai bambini.



“Nutrire il pianeta, energia per la vita” un tema, quello di Expo 2015, con cui l'Italia ha scelto di celebrare le sue tradizioni più profonde, da sempre espressioni di eccellenza nella cultura dell'alimentazione.

Il tema è anche parte viva della nostra storia industriale e della vita quotidiana delle imprese del settore che, attraverso i loro mondi produttivi, ci fanno crescere, conoscere e apprezzare a livello internazionale. Con questa consapevolezza Confindustria ha promosso in Expo 2015, più precisamente in Padiglione Italia, la mostra **“Fab Food. La fabbrica del gusto italiano”** con l'obiettivo di rispondere a un grande interrogativo: come sfamare i 9 miliardi di persone che nel 2050 popoleranno il Pianeta? E l'ha fatto insieme a 10 Associazioni e Federazioni partner, Federchimica, Federalimentare, ANIMA, Assolombarda, ACIMIT, **ANIE**, ASSICA, Assocomplast, Federunacoma, UCIMU-Sistemi per produrre, organizzando una mostra creativa, ma educativa, puntuale, ma emozionale, per provare a diffondere, attraverso le modalità del gioco, una cultura non ideologica sull'alimentazione sostenibile, dove ognuno deve fare la sua parte, senza soluzioni facili, ma con la piena fiducia nella scienza e nelle istituzioni.

Un vero e proprio viaggio attraverso i sensi, con il meglio del made in Italy che si affetta, si versa, si trasforma, fa venire l'acquolina in bocca. Dieci sale in cui il cibo è protagonista, piatti animati caratteristici del nostro Paese immersi in suoni della convivialità tipicamente italiana, immagini di alimenti appetitosi proiettate sulle pareti. Un'esperienza personale e unica per il visitatore che riflette sulle proprie scelte alimentari e sulle implicazioni che da esse ne derivano, con un occhio sempre attento alle problematiche di un pianeta in disequilibrio e a quello che può essere il contributo del singolo alla sostenibilità. L'industria protagonista, quindi, per spiegare come produrre di più, utilizzando le giuste risorse, con meno sprechi, garantendo sicurezza e prezzi accessibili. Non solo.

“Fab Food” è stata un'occasione imperdibile anche per il suo forte intento di dialogare con i giovani, dando loro la possibilità di comunicare e condividere l'esperienza di visita. Una novità questa per Confindustria che con la **“Fabbrica del gusto italiano”** ha potuto sperimentare un

linguaggio nuovo, fatto di post, selfie, tag, immagini e video sulle pagine social di Facebook, Instagram, Twitter e Google Plus attivate per l'occasione.

Un successo vinto, frutto di una scommessa per Confindustria che ha puntato su un'iniziativa divergente, da molti definita pop, favolosa, illuminante. Un Luna Park anni '60, con caroselli musicali e una grande bocca rossa all'ingresso - una visita inserita dal Corriere nella classifica delle 10 mostre show di Expo e nella top 3 dei padiglioni più divertenti tra quelli dedicati ai bambini - che ha registrato numeri record, ben oltre le iniziali aspettative degli organizzatori: più di 450.000 visitatori, 800 scuole, 21 account museali, con un coinvolgimento importante anche del mondo della politica, dell'industria, dello sport e dello spettacolo che nei mesi dell'Esposizione è passato da qui. ●

