

Ristorazione & Catering



cateringgross

CONTATE SU DI NOI www.cateringgross.it

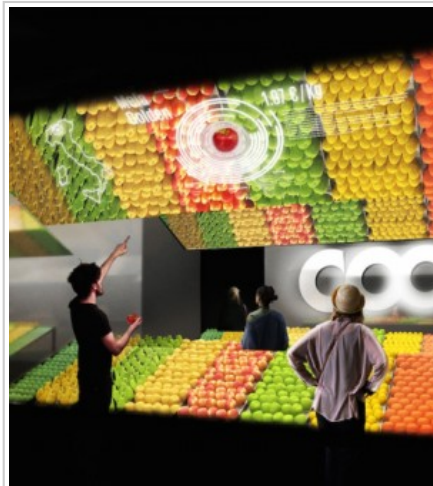
ELENCO
GROSSISTI

Ricerca articoli

Future Food District a Expo Milano 2015

By *Redazione* on marzo 19, 2015

Ai visitatori di **Expo 2015** verrà offerta anche la possibilità di trovare le risposte alle tante domande che ci si pone spesso al **supermercato**, quando si deve scegliere tra i vari prodotti esposti. Nel Padiglione del Cibo del Futuro, 6.500 metri quadri nel cuore del sito espositivo, si troverà uno spazio nato dalla collaborazione tra **Coop**, il **MIT Senseable City Lab** e lo studio **Carlo Ratti Associati**. Il **Future Food District** vuole essere un



esperimento e incarnare uno dei possibili **scenari futuri del retail**. È composto da un vero e proprio supermercato, dove chi vorrà vivrà una reale esperienza d'acquisto (ovviamente diversa da quella a cui si è abituati) e **dall'Exhibition Area**, una struttura polivalente che si proietta verso un orizzonte ancora più lontano. Il solo **supermercato occuperà un'area di 2500 metri quadri**, su due livelli, uno spazio sperimentale, capace di generare **nuove interazioni tra consumatori, prodotti e produttori**: un luogo in

cui ritrovare un rapporto diretto con la filiera. Inizialmente i visitatori entreranno in un corridoio d'ingresso dove prenderanno coscienza di essere in un supermercato Coop e concettualmente effettueranno un **viaggio nel tempo**, dal magazzino di previdenza a Torino, il primo negozio Coop in Italia datato 1854, fino ai giorni nostri. Con lo stesso sistema poi si potrà visualizzare **l'evoluzione del mercato** dal medioevo al prossimo futuro.

Oltre al personale in carne e ossa i visitatori incontreranno **YuMi**, un robot di nuova generazione realizzato da ABB in grado di interagire con le persone dotato di braccia, vista e tatto, pensato per una nuova era dell'automazione in cui gli esseri umani e i robot eseguiranno congiuntamente le stesse operazioni.

Infine al piano superiore ci si immergerà nella vera e propria superficie di vendita, con i prodotti disposti su tavoli seguendo un ordine che andrà dalle materie prime, la frutta, il grano, il latte, ai prodotti via via più trasformati e elaborati, valorizzando il patrimonio agroindustriale italiano. **Cinque le filiere**: latte e derivati, the, caffè e cacao, cereali e birra, carne e pesce, ortofrutta e vino. **Sfiorando con la mano i prodotti sarà possibile ottenere varie informazioni**, compreso tutte quelle che oggi o non sono disponibili o lo sono parzialmente solo in rete ma che, in ogni modo, non si riesce a far stare in un'etichetta tradizionale. Attraverso queste **"etichette aumentate"** il prodotto è in grado di raccontare se stesso, le sue proprietà, la sua storia, il suo tragitto.

"Il progetto originario datato 2013, chiamato GeoCoop, è frutto di un contest sull'innovazione riservato a 80 dipendenti under 35, si basava sull'esperienza diretta di un gruppo di giovani dipendenti che hanno enfatizzato valori cari a Coop quali la trasparenza e la genuinità indispensabili per un atto di acquisto consapevole, necessario oggi ma ancora di più domani. Valori che noi riteniamo essere sempre più condivisi", spiega **Marco Pedroni**, presidente di **Coop Italia**.

Il supermercato non sarà solo un luogo esperienziale e d'acquisto, ma anche luogo dove si **incontreranno le eccellenze grandi e piccole della produzione del cibo nazionale**, dalle grandi aziende partner Coop ai piccoli fornitori e ristoratori locali fino ai singoli consumatori. Sarà infatti possibile per alcuni soggetti selezionati da Coop utilizzare il supermercato come **una vera e propria infrastruttura** per poter vedere i propri prodotti con una logica simile a quella di piattaforme quali ebay o Airbnb dove il consumatore potrà diventare venditore. In tutto saranno coinvolte **90 imprese** – dalla multinazionale al piccolissimo produttore – che hanno condiviso la mission originaria di Coop, quella che già oggi applica a circa 1.400 dei suoi prodotti a marchio, ovvero raccontare fino dalle origini la storia dei loro prodotti. E per gli appassionati di statistiche sarà anche possibile, all'uscita, trovare varie informazioni, in tempo reale, sul numero dei visitatori, con quali prodotti stanno interagendo, e la top ten dei prodotti più venduti.

Infine, l'Exhibition Area dedicherà uno spazio in collaborazione con

la **Società Umanitaria di Milano**, dove si vedranno i primi prodotti commestibili derivanti dalle oltre **1.900 specie di insetti** di cui si cibano già oggi circa 2 miliardi di persone. Nella piazza ci saranno prototipi e installazioni volti a esplorare alcune **tecnologie innovative in materia di agricoltura urbana e produzione di cibo e energia**, oggi eccezioni domani normalità.

La sostenibilità e l'interattività sono le basi su cui poggia il **Future Food District** che, nelle intenzioni di Expo Milano 2015, sarà uno spazio coinvolgente e stimolante in grado di raccontare come le tecnologie di ultima generazione e l'applicazione di know-how e conoscenze d'avanguardia possano contribuire allo sviluppo del tema "Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita" e aprire nuove frontiere in campo agroalimentare.

Lucilla Meneghelli