



**COMMISSIONE COMMERCIO, ATTIVITA' PRODUTTIVE,  
TURISMO E MARKETING TERRITORIALE  
COMUNE DI MILANO**

**AUDIZIONE DEL PRESIDENTE EPAM**  
*Lino Enrico Stoppani*

**Milano, 1 luglio 2015**

Ringraziamo per l'attenzione che ci viene riservata, offrendoci la possibilità di presentare la nostra valutazione su Expo e le ricadute sul sistema delle Imprese rappresentate.

Anticipiamo che ci dispiace presentare una posizione di critica verso il modello di gestione di Expo, essenzialmente per tre motivi:

- Il primo sta nel rischio che questa nostra posizione possa essere interpretata come fastidioso vittimismo o volontà di inconcludente polemica da parte di una categoria, che prende l'occasione di una situazione negativa, per strumentalizzare i fatti, affidando alla lamentela la spiegazione di qualche propria debolezza. E' una interpretazione comprensibile, ma lontana dall'atteggiamento di questa Associazione che, nel rispetto di ruoli e responsabilità, è abituata ad affrontare le situazioni, anche quelle critiche, affidandosi a obiettività di giudizio;
- Il secondo sta nel rammarico di non poter parlar bene di Expo, che l'Associazione ha sempre ritenuto una manifestazione di grande importanza, per la quale ha sempre condiviso l'orgoglio, la soddisfazione e l'impegno che hanno accompagnato il progetto "Expo Milano 2015", incominciando dal tema "Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita", con le declinazioni sociali, morali, scientifiche, religiose, oltre che economiche, sulle quali sono state chiamate a ragionare le migliori intelligenze del Mondo e nel quale continua ancora a credere;
- Il terzo motivo nasce dalla consapevolezza che gli effetti di Expo non finiranno il 31 ottobre, certi che la manifestazione lascerà una Milano migliorata, più forte e internazionalmente più accreditata, anche dal punto di vista turistico e che una valutazione complessiva non può essere castigata dagli attuali sofferenti numeri che emergono dal nostro osservatorio.

Ciò premesso, ci siamo sforzati di valutare l'effettivo impatto di Expo sulla città, con un approccio articolato, che non si limitasse cioè ai 6 mesi della manifestazione, ma che cercasse di cogliere la complessità, anche prospettica, di Expo, evitando di ricondurre le conclusioni a dati quantitativi che indicassero solo se i Pubblici Esercizi fatturassero di più o di meno nel periodo della manifestazione.

Abbiamo cercato di capire le dinamiche della domanda, interpretando i risultati, ovviamente con le nostre sensibilità e i nostri interessi, ma con un approccio costruttivo e collaborativo, con la speranza che si possano avviare migliorie, a nostro avviso nell'interesse generale.

Al riguardo, alleghiamo gli esiti di un sondaggio promosso tra i nostri associati, chiamati a dare un riscontro diretto sulla manifestazione, elaborato del Centro Studi della nostra Federazione.

I risultati hanno messo in evidenza che, ad eccezione di Piazza Duomo e dei Navigli, che hanno beneficiato rispettivamente del programma di apertura del Teatro alla Scala e dell'inaugurazione della nuova Darsena, in tutte le altre realtà cittadine, comprese alcune zone della movida, i locali hanno visto una diminuzione di fatturato, anche del 30%, a causa dell'apertura serale di Expo.

I problemi a nostro avviso sono essenzialmente due, tra loro collegati.

Il primo è l'eccessiva connotazione commerciale di Expo, che sta banalizzando la manifestazione, con rispetto parlando.

Per anni ci siamo sentiti raccontare e raccomandare gli obiettivi culturali e scientifici di Expo, con le strategie più corrette sui temi del cibo, dell'ambiente, del clima, con l'impegno a trovare soluzioni sui problemi della eco-sostenibilità delle produzioni, della fame, dell'inquinamento, della giusta distribuzione delle risorse, che hanno portato all'elaborazione della "Carta di Milano", vera eredità della manifestazione, sulla quale i Governanti dovrebbero impostare le politiche economiche del futuro dei loro Paesi.

La quota limitata al 20% di attività commerciali assegnate all'Organizzazione dal Bureau International des Expositions, rafforzava il principio scientifico e culturale di Expo, rimosso, invece, a favore del business e della promozione ludica del sito, diventato, almeno nella comunicazione, luogo di spettacolo, di promozione gastronomica, di eventi e una appendice della movida milanese.

Dove sono finiti i contenuti di Expo da diffondere nella Società, partendo dalle Scuole, anche per responsabilizzare al rispetto delle risorse naturali e riflettere sui temi etici del cibo?

Expo Milano 2015 non deve passare alla storia come una sagra internazionale del cibo, attività già ben presidiata da molte fiere di settore, ma essere ricordato per i risultati che riuscirà a dare sui temi della sostenibilità delle produzioni, della fame, degli sprechi, della siccità, dell'ambiente, della povertà, delle grandi speculazioni alimentari.

Su questi temi la Ristorazione ha dato il suo contributo e vorrebbe che su questi venisse ritarata la manifestazione.

Il secondo problema è l'apertura serale di Expo, che sta avendo un effetto letale sulle nostre attività.

E' stata questa una scelta sempre contrastata, perché si temevano gli effetti di spostamento della domanda e il venir meno dell'effetto "osmosi" tra sito espositivo e città.

E' stato un rischio sempre dichiarato, sottostimato dai nostri interlocutori, che hanno sempre privilegiato la necessità di dare copertura economica agli ingenti investimenti della manifestazione.

La stessa "Expo in Città" ha cercato di evitare questo rischio, con lodevole impegno, ma le scarse risorse a disposizione hanno impedito di sviluppare politiche attive di animazione della città e lo strumento è diventato solo il contenitore e il collettore di eventi, che non hanno mai avuto una regia comune e strategica, se non (forse) per il settore Cultura, dove però si è cercato di incrementare le presenze alle singole iniziative, piuttosto che attivare un'azione coordinata di offerta delle proposte culturali della città.

Le nostre preoccupazioni su questa nuova concorrenza, che interviene in un momento di grande difficoltà delle Imprese, con i consumi ancora in grande sofferenza, viene riscontrata con iniziative di ulteriore promozione estiva e serale del sito, che non ci spieghiamo.

Se Expo sta rispettando le previsioni di vendita di biglietti, soprattutto per la componente estera, che significato ha promuovere l'afflusso con gratuità sugli accessi, abbinandoli ai parcheggi, favorendo l'uso del mezzo privato, in contraddizione con gli investimenti effettuati dal Comune di Milano per potenziare il trasporto pubblico e con le politiche anti inquinamento, o le sconti sul biglietto per i centri estivi e/o per gli anziani/pensionati, o l'estensione negli weekend degli orari di apertura e gli annunciati progetti di una lunga estate tra i padiglioni tra notti bianche, party, incontri e spettacoli?

Non troviamo spiegazioni a queste iniziative, che la stessa Amministrazione accompagna con apparente distratto interesse, almeno dal nostro osservatorio.

C'è forse un vero problema di affluenza ad Expo, da compensare in qualche modo con visitatori attratti con politiche commerciali aggressive?

L'Amministrazione Comunale non può rimanere insensibile e neutrale su questo argomento o limitarsi a lamentare che Expo, per la prima volta, non ha dedicato un padiglione alla città ospitante.

Non è solo un problema economico dei Pubblici Esercizi, ma della città nel suo complesso, che deve contrastare le invasioni di una Organizzazione che ha usato fondi pubblici e quindi non può continuare ad avere una caratterizzazione privatistica del business.

Milano ha dato per Expo, ma Expo ha finora ritornato poco alla città.

I Pubblici Esercizi della città sono stati invitati ad organizzarsi, a investire, ad offrire il loro contributo per Expo e hanno dato dimostrazione di attenzione alla manifestazione.

Vedi le iniziative "Expo Friends" promossa da Confcommercio per vestire la città, offrendo un riferimento diffuso ai visitatori, il sostegno al progetto "Country Friendly Accomodation" per rafforzare la cultura dell'accoglienza verso i turisti cinesi, indiani e del mondo arabo, oppure il Patto per Expo 2015 promosso dal Comune di Milano, che prevede l'incondizionata disponibilità da parte dei Pubblici Esercizi dei servizi igienici, senza cioè l'obbligo di consumazione, o la caraffa del Sindaco al tavolo, il menu turistico o la carta in più lingue o ancora la promozione, con Caritas, Diocesi e Comune di Milano dell'iniziativa "Cena Sospesa" per dare un tangibile riscontro ai significati etici di Expo, con la distribuzione del "Buono Pasto Solidale".

Sono iniziative che rafforzano anche il ruolo sociale dei Pubblici Esercizi, utili però a tutto il sistema città, che sul loro tessuto sviluppa la sua attrattività, diffonde la sua cultura e la sua storia, trasferisce sicurezza, presidio, pulizia e decoro, promuove i valori della convivialità e dello stare insieme e ne riceve anche un sostanzioso contributo in termini tributari.

Questa è una categoria abituata a lavorare, a rapportarsi rispettosamente con chiunque, che spesso subisce dignitosamente situazioni di difficoltà, che si permette di richiedere interventi correttivi sulla invadenza di Expo e degli interessi anche privati che alimenta, nel suo interesse, ma della stessa città.

Milano ha bisogno di presentarsi viva, sicura, ospitale, per promuoversi anche turisticamente.

E' sconcertante vedere una città deserta, spenta e abbandonata nelle ore serali, salvo poche eccezioni che riguardano alcuni nuovi punti di aggregazione, con turisti disorientati nei loro percorsi di conoscenza della città, con locali svuotati dalla concorrenza di Expo, che promuove un luogo senza storia e le cucine del mondo, con livelli di qualità, di servizio e di sicurezza igienica indeboliti dai numeri della domanda, mettendo a repentaglio imprese che su Expo hanno investito e il futuro di una città, che non sa raccogliere compiutamente le opportunità di valorizzazione turistica che la manifestazione deve dare.

Expo e la città sembrano separati in casa, con il primo soggetto che stressa l'aspetto affaristico della manifestazione e il secondo che subisce, quasi indifferente, incapace a recuperare il forte ruolo che, invece, gli compete.

Il "Dopo Expo", con l'esperienza che lascerà, deve essere rafforzato nel "durante", affinché Milano diventi ancora di più un centro di competitività globale, attrattore di progettualità per la città, magari anche Capitale delle conoscenze sul cibo, ma per diventarlo la città deve essere valorizzata nel suo complesso e non sacrificata per gli obiettivi commerciali di Expo.

Con questi risultati guardiamo anche con preoccupazione il "Dopo Expo" e di cosa succederà nel sito, che non vorremmo consolidasse l'effetto boomerang in corso per le nostre Imprese.

Nel ringraziare, affido a questa Commissione queste documentate riflessioni, con la doppia speranza di essere riuscito a trasferire il disagio e la preoccupazione di imprenditori, certamente portatori di interessi economici, ma anche di valori allargati, e di trovare nell'Amministrazione Comunale un'autorevole interlocutore, capace di proporre ad Expo correttivi ad un progetto che sta snaturando una Manifestazione, fortemente voluta da tutta la città, certamente non per sviluppare un nuovo polo del divertimento e dello spettacolo.

Grazie per l'attenzione.

Lino Enrico Stoppani

Allegati:

Centro Studi Fipe - "Impatto di Expo 2015 sui Pubblici Esercizi milanesi"