

Il Presidente

EXPO: lettera aperta del Presidente dei Pubblici Esercizi

Pretendere di giudicare gli effetti di Expo sulla città a sole tre settimane dal suo inizio è certamente prematuro e anche sbagliato, perché vale il detto che *"i conti si fanno sempre alla fine"*.

Contemporaneamente, però, non si possono non considerare le lamentele e le preoccupazioni che si raccolgono sul cannibalismo commerciale che Expo sta generando, soprattutto al sistema delle aziende di ristorazione e d'intrattenimento.

Queste aziende non solo non vedono riscontri alle grandi aspettative che accompagnavano l'evento, ma registrano addirittura consistenti cali di fatturato per il nomadismo serale dei milanesi verso Expo, incuriositi dalla novità e dalla imponente campagna promozionale che lo accompagna, sollecitati anche da scontistiche nell'acquisto del biglietto di ingresso, da spettacoli e/o eventi di grande attrazione e dalla variegata e numerosa offerta gastronomica presente nel sito.

Sicuramente ad oggi Milano ha dato ad Expo, di tutto (sostegno, promozione, collaborazione, soldi), ma Expo ha restituito finora poco a Milano. Tra l'altro, il prolungamento alle 24:00, nei fine settimana, dell'apertura serale di Expo, trasferisce ed aggiunge altra preoccupazione.

Da qui nasce il preoccupato e forte invito di molti Esercenti a contrastare in ogni modo l'invasione e l'eccessiva impronta commerciale di Expo, che rischia di aggiungere danni ad Imprese già interessate da una crisi epocale, che pensavano di superare anche grazie ai ritorni della manifestazione.

Certamente Expo non ha ancora ben declinato l'obiettivo nobile della manifestazione, con l'approfondimento, cioè, dei temi etici del cibo e dei valori della nutrizione, avendo concentrato e richiamato attenzione sugli aspetti folcloristici, spettacolari e ludici della manifestazione.

Poco è stato fatto sulla diffusione dei valori che la *"Carta di Milano"* raccoglie e che vanno recuperati, anche per coerenza ai veri obiettivi della manifestazione.

Per anni abbiamo sentito parlare di Expo come occasione di confronto internazionale sui temi della fame, della eco-sostenibilità delle produzioni, di ambiente e natura, concetti chiave per arginare inquinamento, disuguaglianze, sprechi e malattie, e finora, invece, i temi ricorrenti e prevalenti riguardano il grande afflusso al sito, le sue bellezze, gli spettacoli, il grande successo della ristorazione, nonostante prezzi tendenzialmente alti.

La morale, l'etica e i contenuti veri, cioè, superati da uno sfrenato bisogno business, solo per dare copertura agli ingenti investimenti?

Spero non sia così e sono anche certo che gli effetti di Expo non finiranno con il 31 ottobre; gli investimenti realizzati, con i tanti interventi infrastrutturali e le diffuse manutenzioni e pulizie straordinarie, lasceranno una Milano più bella.

Con l'apertura, poi, della Darsena, l'esplosione di nuovi quartieri (Garibaldi, Portello, City Life, Porta Vittoria) si stanno disegnando nuove centralità, che concentrano e deviano flussi commerciali, sviluppando o indebolendo avviamenti di posizione, che toccano anche gli interessi degli Esercenti.

C'è però la necessità di ritarare la regia complessiva di Expo, non tanto o non solo per riscontrare le aspettative commerciali dei delusi Esercenti milanesi, ma per favorire sinergie, anche per il dopo Expo.

La città si è impegnata per accogliere al meglio i milioni di visitatori attesi, che non possono rimanere ghettizzati nel sito espositivo.

La città è piena di eventi coordinati da "*Expo in Città*", che vanno valorizzati e promossi di più, perché è Milano che deve promuoversi, con le sue eccellenze e le sue ricchezze culturali, museali, artistiche, paesaggistiche, produttive o commerciali, ed Expo deve essere lo strumento su cui sviluppare qualificato marketing territoriale, per il rilancio della città, valorizzando investimenti e progetti per la Milano a tripla A (Accogliente, Aperta, Attrattiva) che tutti vogliamo.

Sicuramente l'attuale visitatore di Expo è soprattutto milanese; manca ancora la componente straniera, che i dati dei tour operators annunciano in arrivo, con le punte nei mesi di giugno e settembre/ottobre.

Nel frattempo, però, le preoccupazioni degli Esercenti non devono essere considerate espressioni di fastidioso vittimismo; a questi Operatori è stato chiesto di fare investimenti, di prepararsi, di riorganizzare le loro ferie estive, di integrarsi con Expo, favorendo in tutti i modi la manifestazione, cosa che hanno fatto con entusiasmo e responsabilità, anche nel loro interesse.

Nel sistema di accoglienza della città hanno un ruolo preciso e fondamentale e, quindi, non possono vedere vanificati i loro sforzi, anche organizzativi, con una città desolatamente deserta, soprattutto di sera, che trasferisce poi l'immagine di città spenta, insicura e inospitale, allontanando i ritorni promozionali che Expo doveva valorizzare.

Se non riusciamo a fare questo perfetto amalgama, il rischio declassamento sul rating turistico è inevitabile.

Lino Enrico Stoppani

Milano, 23 maggio 2015