



Expo ai blocchi di partenza A Milano prove di futuro

A cosa serve, quanto costa, quali benefici porta la «kermesse» 2015?

di **Fabrizio Galimberti**

Fra cinque giorni si apre a Milano l'Expo 2015, una quinquennale kermesse che fa del suo nome ufficiale ("International Registered Exposition", più comunemente "Esposizione Universale") l'occasione per una grande vetrina. Queste Expo risalgono al secolo scorso e hanno in molte occasioni cambiato natura e frequenza. Oggi sono regolate da un organismo internazionale con sede a Parigi (il Bie - Bureau International des Expositions), e come nel caso delle Olimpiadi (presiedute da un altro organismo, lo Ioc - International Olympic Committee - con sede a Ginevra), questi organismi ricevono le candidature dei Paesi membri, le vagliano e assegnano la sede per la prossima Expo.

A cosa servono queste Expo? Quanto costano? I benefici sono superiori ai costi? E come si calcolano i benefici? Cominciamo dalla prima domanda.

Lo scopo ultimo non manca di idealismo: le Expo servono a uno scambio culturale fra i popoli. Di solito gli incontri internazionali (escludendo l'ordinaria amministrazione e le guerre) sono di tipo sportivo, dalle Olimpiadi ai vari campionati mondiali. Ma c'è spazio anche per incontri culturali, dai festival cinematografici a esibizioni come la Biennale di Venezia. L'Expo è il più grosso, fra questi veicoli di scambio culturale: tenuto ogni 5 anni, tiene aperto per sei mesi un grande spazio espositivo, dove i Paesi partecipanti (a Milano saranno 145, che coprono il 94% della popolazione mondiale) costruiscono un proprio padiglione e illustrano il tema dell'Expo.

Ogni Expo ha un tema particolare e quello del 2015 è "Nutrire il pianeta, **Energia** per la vita". Nella prossima puntata del Sole Junior illustreremo gli aspetti economici di quel tema, ma oggi parleremo più in generale delle convenienze di questi grandi eventi.

Prendiamo per esempio l'evento più famoso: i Giochi olimpici. In un interessante recente libro un economista dello sport (l'economia ha molte specializzazioni...), Andrew Zimbalist (vedi il riquadro "Per saperne di più"), ha condannato con poche possibilità di appello le Olimpiadi, nel-

l'aspetto economico dei costi/benefici. I costi, sia per le Olimpiadi che per le Expo, stanno soprattutto negli investimenti. Per le Olimpiadi, il budget operativo (cioè le spese di funzionamento per il periodo dei Giochi) è a carico dello Ioc, mentre per l'Expo è a carico del Paese ospitante. Ma, come detto, sono gli impianti fissi, le spese in conto capitale che costituiscono la maggior parte dei costi. Per le Olimpiadi, gli stadi, le piscine, i velodromi e le altre installazioni necessarie per i millanta sport presenti ai Giochi. Per l'Expo, la costruzione del sito espositivo (i padiglioni sono a carico dei singoli Paesi) e soprattutto le infrastrutture di accesso, viabili e ferroviarie.

Mentre i costi dell'Expo sono facilmente calcolabili, i ricavi si sfrangiano in visibili e invisibili. Ci sono naturalmente i ricavi da vendita dei biglietti, e le sponsorizzazioni di società private: questi sono i ricavi 'visibili'. E quelli invisibili? La risposta a questa domanda è cruciale, dato che i costi complessivi di questi grandi eventi - i costi di investimento e costi operativi - sono di regola ben superiori ai ricavi visibili.

La teoria del marketing ha sempre sottolineato l'importanza del "marchio". Quello che spinge la gente ad acquistare è in molti casi il marchio, che esprime affidabilità e garanzia. Gli investimenti che gli Stati fanno per costruire gli stadi per i Giochi o i siti espositivi per l'Expo hanno - dicono i sostenitori dei grandi eventi - due tipi di ritorni. Primo, un ritorno di marchio: migliora la reputazione del Paese ospitante e migliora, se i padiglioni vengono apprezzati, la reputazione del Paese che espone il proprio padiglione (ci sono anche padiglioni di grandi imprese, di organismi internazionali e di Ong - organismi non governativi). Questo "ritorno" è difficilmente quantificabile, ma ha sempre un grande appeal quando si tratta di metter su la candidatura di un Paese e di raccogliere i finanziamenti necessari.

Il secondo tipo di ritorno è più concreto: chi viene all'Expo non sborsa solo i soldi del biglietto, ma spende e spande anche per il viaggio e il soggiorno. Per l'Expo 2015 di Milano i benefici per il turismo sono stati stimati in un multiplo di quello che lo Stato e gli enti locali hanno speso.

Sono attendibili queste stime? Bisogna stare attenti. Nel libro di Zimbalist l'autore

ricorda che per le Olimpiadi si fanno sempre generose proiezioni degli introiti che verranno al Paese ospitante dagli stuoli di turisti attirati dai Giochi. Ma sottolinea che nelle due ultime Olimpiadi - Pechino nel 2008 e Londra nel 2012 - i visitatori nelle due città sono stati meno dei visitatori nello stesso periodo dell'anno prima. Poi c'è un'altra considerazione. I finanziamenti pubblici hanno bisogno di un ritorno pubblico, cioè a livello nazionale. Anche se i visitatori fossero di più di quelli previsti, questo non vuol dire che il Paese ci guadagni. I soldi spesi per la visita all'Expo sono soldi che vengono sottratti ad altre spese, non sono necessariamente un aumento netto della spesa dei singoli.

Certamente, le spese pubbliche di investimento, come quelle fatte per il sito dell'Expo e per la viabilità, fanno in ogni caso bene all'economia, specie se vengono fatte in una situazione in cui - è il caso dell'Italia - l'economia è debole e ci sono risorse inutilizzate. Ma questa non è necessariamente una buona ragione per fare un'Expo: quei soldi avrebbero potuto essere usati per altre infrastrutture - case, scuole, ospedali... - di cui c'è sempre un gran bisogno.

Forse la ragione principale per un Paese che si candida all'Expo stanel "costringersi a spendere". Il miraggio di un miglioramento del marchio-Paese e la speranza di un sostanzioso indotto da turismo mettono in opera un meccanismo di spesa da cui scaturirà - bene o male - uno stimolo all'economia. Ma - ed è questa la raccomandazione finale - il "dopo" dell'Expo o dell'Olimpiade è importante quanto e più del "prima" e del "durante". Nel libro di Zimbalist ci sono esempi impressionanti di tanti stadi e piscine e piste per il bob e percorsi per il kayak e tante altre installazioni sportive che sono state abbandonate dopo i Giochi. Anche per le vecchie Expo ci sono esempi di "elefanti bianchi", soldi spesi male; anche se ci sono altri esempi di monumenti tirati su per l'Expo che, poi, sono rimasti: il più famoso è la Torre Eiffel, che fu costruita per l'Expo del 1889. Allora, costruite pure dei bei siti; ma pensate a delle cose che possano durare nel tempo ed essere utili anche dopo che il palcoscenico dell'Expo ha tirato le tende.

fabrizio@bigpond.net.au

OPERAZIONE MARKETING

Gli investimenti fatti per l'Expo possono avere un ritorno di «marchio» sulla reputazione del Paese e uno, più concreto, basato sui livelli di spesa dei visitatori

Dietro le quinte di un grande evento. Se le spese organizzative sono abbastanza facilmente calcolabili, meno lo sono i ricavi diretti e indiretti

PER SAPERNE DI PIÙ

- "Circus Maximus: The Economic Gamble Behind Hosting the Olympics and the World Cup", di Andrew Zimbalist - 174 pagine, pubblicato il 5 febbraio 2015 dalla Brookings Institution Press
- "Fleeting Cities. Imperial Expositions in Fin-de-Siècle Europe", di Alexander C. T. Geppert - Basingstoke/New York, Palgrave Macmillan, 2010.
- "Encyclopedia of World's Fairs and Expositions", editori Findling, John E. e Kimberly D. Pelle - Jefferson, North Carolina e Londra - McFarland, 2008.
- http://it.wikipedia.org/wiki/Ufficio_internazionale_delle_esposizioni
- http://www.comune.roma.it/PCR/resources/cms/documents/IBAC_Expo2015.pdf
- http://www.repubblica.it/economia/affari-e-finanza/2015/02/23/news/expo_a_due_mesi_dal_via_i_conti_tornano_e_con_lindotto_i_ricavi_fanno_il_pieno-108144701/



Prove luci. L'Albero della Vita, simbolo di Expo

GRANDI EVENTI COME L'EXPO CONTRIBUISCONO ALLO SCAMBIO CULTURALE TRA I POPOLI. SI AFFIANCANO A EVENTI SPORTIVI COME LE OLIMPIADI, O CULTURALI COME LA BIENNALE DI VENEZIA. MA L'EXPO È L'EVENTO PIÙ «GRANDE»: È ORGANIZZATO OGNI 5 ANNI, E TIENE APERTO PER SEI MESI UN GRANDE SPAZIO ESPOSITIVO, DOVE I PAESI PARTECIPANTI (A MILANO SARANNO 145, IL 94% DELLA POPOLAZIONE MONDIALE) COSTRUISCONO UN PROPRIO PADIGLIONE

IL TEMA DI QUEST'ANNO, CON IL QUALE MILANO SPERA DI CONTRIBUIRE AL PROGRESSO DI TUTTI, È «NUTRIRE IL PIANETA, ENERGIA PER LA VITA». MA I GRANDI EVENTI COME L'EXPO POSSONO «LASCIARE IL SEGNO» ANCHE AL LIVELLO ARCHITETTURALE: BASTI PENSARE ALLA TORRE EIFFEL, COSTRUITA A PARIGI PER L'EXPO DEL 1889, O ALL'ATOMIUM DI BRUXELLES (1958). L'IMPORTANTE SAREBBE REALIZZARE SEMPRE OPERE CHE, UNA VOLTA FINITA LA MANIFESTAZIONE, RIMANGANO FRUIBILI DA TUTTI