

IDEE & INCHIESTE

LETTERA DI SALA

Dopo l'Expo
c'è il turismo

di Giuseppe Sala

«L'eredità di Expo? Il turismo, perno del rilancio economico»: così in una lettera al Corriere il commissario unico di Expo, Giuseppe Sala.

a pagina 32

di Giuseppe Sala

Eccellenza italiana L'esposizione universale sta per concludersi, ma il dibattito non va limitato all'utilizzo dell'area che la ospita. In questi mesi siamo stati apprezzati per la capacità di organizzazione e accoglienza, quindi il nostro sistema funziona e andrebbe valorizzato

IL RILANCIO DEL TURISMO È L'EREDITÀ DELL'EXPO

C

aro direttore, passano rapidamente le ultime settimane di Expo Milano 2015. Già oggi, ed è naturale che sia così, l'attenzione di molti è concentrata sul futuro dell'area dove si è tenuto l'evento. E si annunciano toni e scetticismi che ci riportano al pre-Expo.

È vero, c'è un post-Expo che riguarda l'area e il suo utilizzo ed è importante che siano definiti progetti concreti, finanziati e realizzabili. Ma non si può limitare a questo. C'è infatti un post-Expo che può e deve riguardare l'Italia nel suo insieme. Il turismo sta radicalmente cambiando. Nel 2015 i cinesi che stanno andando all'estero per turismo sono più di 100 milioni, un numero pari a tutti gli europei messi assieme che si muovono per lo stesso motivo in un anno. Si tratta di persone che hanno una settimana all'anno di vacanza, poco flessibili sui tempi e sulle modalità del viaggio e che devono essere molto assistiti. L'Italia, rispetto a questa nuova ondata turistica, regge ma non sfrutta appieno il suo potenziale.

Con Expo il nostro Paese ha dimostrato di poter essere competitivo nell'offerta di opportunità turistiche e culturali a livello delle migliori esperienze del pianeta. Non è vero, dunque, che dobbiamo rassegnarci al declino dell'Italia come meta delle miriadi di persone che al mondo cercano esperienze basate su un mix soddisfacente di cultura, intrattenimento e gusto. È possibile, al contrario, pensare al futuro del turismo nel nostro Paese in termini contemporanei, dare un segnale forte della volontà di mettere mano alla questione turistica. Possiamo superare l'eterno rimpianto di non

essere capaci di «vendere» il più grande patrimonio culturale, artistico, di bellezza, di paesaggio e di gusto esistente al mondo. Innovazione, Sicurezza e Servizio sono le parole chiave di un disegno che deve garantire livelli di accoglienza e gestione della visita adeguati agli standard contemporanei. E il tutto si deve associare alla promozione di altri brand di intrattenimento legati al gusto, allo shopping, all'artigianalità, alla moda e al design. Se l'Italia sceglie questo nuovo modello organizzativo, il turismo può veramente essere uno dei perni del suo rilancio, anche e soprattutto dal



punto di vista economico e occupazionale. Applicare i modelli organizzativi di Expo significa sfruttare fino in fondo un'esperienza che ha visto come protagonisti il mondo pubblico con quello privato, l'innovazione tecnologica con quella di processo, la capacità di rivolgersi al meglio dell'eccellenza italiana insieme al contributo di migliaia di volontari, giovani e meno giovani. Applicare questi criteri ad altri ambiti italiani significherebbe qualificare la nostra offerta in modo da continuare ad attrarre nel nostro Paese il nuovo turismo internazionale proveniente soprattutto dai Paesi asiatici. Significherebbe garantire ai gioielli dell'Italia condizioni di sicurezza, pulizia



Primato

Si può superare l'eterno rimpianto di non essere capaci di «vendere» il più grande patrimonio artistico e culturale al mondo

e accoglienza di grande qualità. Tutti i visitatori di Expo, ce lo dicono le ricerche, hanno apprezzato scelte e metodologie di lavoro che, normalmente, non vengono riconosciute alle organizzazioni latine. Il sistema funziona, regge anche in condizioni critiche. E questo dimostra che anche e soprattutto in Italia si può essere efficienti senza perdere quell'estro che rende la nostra genia per molti versi irripetibile. Certamente, non sarebbe una strada facile anche per la decisione con cui andrebbero affrontati temi complessi che riguardano la gestione di tanti preziosi luoghi d'Italia, ingarbugliata da logiche che poco hanno a che fare con la modernità e, soprattutto, con la domanda di efficienza e di accoglienza che viene dal turismo internazionale. Il rilancio del turismo non potrebbe limitarsi alla valorizzazione dei suoi luoghi: il nostro sistema ha bisogno di un fondamentale rafforzamento del suo sistema di offerta, migliorando la sua comunicazione e potendo contare su organizzazioni di vendita italiane al livello delle migliori esperienze internazionali, soprattutto, ma non solo, sul fronte on line.

L'Italia merita quel successo popolare che si è visto in Expo: è possibile prolungare quel grande entusiasmo, anche italiano, che ha trovato nei giovani e nei giovanissimi uno stimolo fondamentale. Sono stati loro a tornare a casa dall'Expo e a convincere la nostra generazione a guardare con altri occhi a questa opportunità. Sono stati loro, con le scuole e con i loro gruppi, ad avviare un fenomeno di popolo che porterà un italiano su quattro, escludendo i bambini piccoli e gli anziani che non si muovono facilmente, a visitare l'Expo. Con loro tutti i potenti della Terra sono passati per Expo lodando il nostro Paese per quello che ha saputo fare e dimostrare. Gli estremi si toccano.

L'Expo del 1906 rivelò all'Italia la sua nuova vocazione industriale. Dal 2015 può nascere un'esperienza capace di rispondere in modo contemporaneo alla grande «fame» di Italia che percorre tutto il mondo.

Commissario unico di Expo

© RIPRODUZIONE RISERVATA