

EXPO FLOP?

Per il grande appuntamento milanese previsti 20 milioni di visitatori. Ma mancano 31 settimane e le prenotazioni sono quasi a zero. E gli operatori protestano: troppe incertezze e poca promozione

DI FRANCESCA SIRONI

Dietro la recinzione s'intravedono le prime architetture: pilastri di acciaio e cemento si alzano finalmente dal suolo. Il cantiere di Expo cresce: a immortalare i boccioli sono accorsi politici, ufficiali, autorità. Il problema è che mentre tutti guardano cosa si muove dentro il cantiere pochi si accorgono del deserto che c'è fuori. Quali spettacoli, quali meraviglie dovrebbero convincere il resto del mondo a correre alla nostra Esposizione Universale? Il governo continua a promettere numeri da colossal, tali da giustificare i miliardi di soldi pubblici spesi per la monumentale kermesse: 20 milioni di visitatori, 24 milioni di biglietti stampati. Ma al grande evento mancano meno di 31 settimane e ad ascoltare i più importanti albergatori di Milano e dintorni, «nulla si muove». Prenotazioni? Pochissime. Ottanta stanze di qua, meno di là, un flop le vendite online. Le delegazioni ufficiali iniziano solo adesso a farsi avanti. Delle 110 mila persone che dovrebbero accalcarsi nella metropoli lombarda ogni giorno per sei mesi, stando alle stime ufficiali, non c'è traccia all'orizzonte. E sì che gli appassionati della Settimana del Mobile di aprile hanno già confermato la loro presenza e fermato i posti letto a disposizione. La marea umana di Expo? Non pervenuta.

L'incertezza contagia così anche agenzie turistiche, tour operator, noleggiatori di bus. «Richieste? Ancora non ne abbiamo ricevute», conferma Claudio Astori di Zani Viaggi. «Ma è anche vero che i prezzi dei biglietti sono stati definiti da 15 giorni» (saranno 32 euro a ingresso a persona). «A Milano abbiamo fermato solo duemila stanze», aggiungono da Gartours, leader per gli arrivi dalla Russia. «No dal Veneto nessuno ci ha prenotato dei pullman. Pubblicità? Non ne ho viste», rispondono dalla

vicentina Oliviero Tours. Insomma, fra quegli operatori che secondo uno studio commissionato da Expo spa all'Università Bocconi dovrebbero fatturare grazie all'evento 3,5 miliardi di euro serpeggia più smarrimento che adrenalina pre partita. E l'allarme-promesse è arrivato anche dal numero uno di Confindustria, Giorgio Squinzi: «Venti milioni di turisti mi sembrano una cifra ottimistica», ha detto, pensando alle imprese che si sono esposte finanziariamente per agganciare l'opportunità dei record e temono adesso di rimanere a secco. «Le previsioni sono giuste», ha risposto piccato il ministro Maurizio Martina.

NEBBIA PADANA

Che succede? Che forse perché troppo impegnate a reagire agli arresti, agli scandali, ai ritardi, a trasformare il "fare presto" in un mantra nazionale, le istituzioni sembrano essersi dimenticate dei visitatori, di quel pubblico che andrebbe persuaso a venire in Italia per l'occasione. «Per un grande evento senza repliche come è l'Esposizione Universale, la comunicazione è essenziale», spiega a "l'Espresso" Alain Dupeyras, direttore dell'ufficio sul Turismo dell'Ocse: «Per questo l'informazione e la pubblicità dovrebbero viaggiare in largo anticipo, diciamo almeno due anni prima, con un crescendo d'intensità all'avvicinarsi dell'inaugurazione». Due anni prima? Non da noi. Secondo Philippe Daverio (intervistato a pagina 36) se le torme di turisti promesse tardano a manifestarsi è a causa di un'offerta culturale che manca, di una promozione balbettante dentro e fuori la nazione, di una «indifferenza pubblica che va oltre l'imbarazzo». Perché un francese, un russo, un cinese, dovrebbero affrettarsi a organizzare nel 2015 il loro grand tour d'Italie? Quali star saliranno sul palco? E quando? Quali Leonardo in mostra? Quale Caravaggio? I Bronzi di Riace? Le grandi case di moda proporranno qualcosa di speciale in quei sei

mesi oppure no? I produttori di design? E di formaggi? Gli unici ad essersi mossi sembrano essere i maestri del vino. D'altronde è difficile affermare certezze quando la fine dei lavori per una delle principali infrastrutture di Expo, il viale su cui sorgerà il padiglione italiano, è prevista per il 30 aprile 2015: il giorno prima dell'inaugurazione. E il ritardo medio è di 21 settimane.

ASPETTANDO UNA SVOLTA

«Allora, vediamo, prenotazioni... Ad oggi abbiamo chiuso due contratti per gli staff di alcuni padiglioni istituzionali. Sono in totale 80 stanze al giorno». Tutto qui? «A maggio abbiamo messo in vendita delle camere a tariffe allettanti, sotto i 100 euro, per i sei mesi di Expo». Il risultato? «È stato nullo: abbiamo tirato su 15mila euro. Ma non ci aspettavamo molto di più. I viaggiatori si muoveranno più tardi». Renzo Iorio è amministratore delegato di Accor Italia, un gruppo che solo nella zona interessata dall'Esposizione conta 20 alberghi, dagli economici Ibis ai lussuosiissimi Memorable. Lui è convinto che «ce la faremo». Ma con previsioni molto ridotte rispetto alle promesse. Le 60mila stanze d'albergo di Milano, sostiene, non saranno occupate al completo, come avviene durante il Salone del Mobile, ma al massimo si riempiranno il 20 per cento in più del solito. «Guardi, ho chiesto ai direttori di tutti i nostri hotel, eravamo in riunione poco fa, e lo confermo: non abbiamo ancora alcuna prenotazione legata all'evento. Solo un gruppetto di amici italiani per un weekend di giugno e qualche richiesta rimasta sul vago», aggiunge l'amministratore delegato di un'altra catena - otto alberghi a Milano -, che preferisce non essere citato: «Questa immobilità per me non è normale. Soprattutto per i clienti "business": per il design, la moda, le moto, si muovono con largo preavviso. Ora no. E in questo caso dovrebbero dormire in città non migliaia, ma milioni di persone».

TOCCATA E FUGA

Iorio è anche presidente di Federturismo, e al di là delle magre premesse mostra una sincera fiducia nell'occasione-Expo: «È vero», ripete, «per ora segnali forti non ce ne sono stati, ma li attendiamo». Questo atteggiamento, di preoccupazione nient'altro che disperata, è costante fra gli operatori del settore. Alessandro Saccoccio, direttore marketing di Gartour, un tour operator che ogni anno porta in Italia 500mila stranieri, di cui 250mila dalla Russia, è rivenditore ufficiale di Expo dal settembre del 2013. «Non è facile», ammette: «Un anno fa nessuno la conosceva, toccava a noi spiegare all'estero di che si trattasse, per vendere i pacchetti. Poi a maggio ci siamo trovati a dover rassicurare i clienti che l'evento ci sarebbe stato nonostante gli scandali». Le previsioni sono buone: «Ci aspettiamo di portare 100mila russi in più rispetto al normale». Non manca d'ottimismo, visto che per ora «le conferme sono solo il 15 per cento». Adesso, sostiene, quello che ancora non si vede è un calendario di proposte straordinarie legate al tema di Expo, «Nutrire il pianeta». «L'unica città che l'ha fatto è Torino. Così stiamo proponendo tour in cui a Milano ci si ferma al massimo una notte. Poi via: gli outlet di Serravalle e i negozi della Repubblica di San Marino per lo shopping; Torino, Verona e Venezia, forse anche la Sicilia, per il turismo». Una prospettiva che incupisce Claudio Astori di Zani Viaggi, proprietario di oltre 80 bus fra cui ci sono i due piani dei «CitySightseeing»: «Per essere rivenditori ufficiali di Expo abbiamo investito parecchio», spiega, «anche perché abbiamo dovuto comprare in anticipo uno stock di biglietti. L'abbiamo fatto convinti che i visitatori arriveranno a Milano per scoprire Milano». Hanno anche aumentato la flotta di battelli per le visite guidate dai navigli, seguendo la promessa di Expo che la città si sarebbe trasformata, affacciandosi sull'acqua come nel Rinascimento, con l'apertura di nuove vie navigabili. Poco più di un sogno, visto che di canali ne verranno realizzati sì e no la metà. «Per ora c'è molta curiosità non approfondita», dice: «Ma dobbiamo insistere. È un'occasione che non possiamo perdere».

REGIONI DISTRATTE

Lontano dalla Madonnina questa determinazione s'offusca. Secondo i numeri dell'Università Bocconi, undici di quei 20 milioni di turisti dell'Esposizione dovrebbero arrivare dalle altre regioni italiane. Ma le aspettative non sono confortanti. «Expo? E che c'entriamo noi? No, qui non se ne parla. Non s'è mosso niente: autorità, agenzie, niente», dicono da Boldrini Trasporti, uno

dei principali noleggi di bus di Rimini, sempre impegnato per le fiere locali. «Expo? Ma che domande sono? Dalla Sicilia non ci sono richieste. E non penso ci saranno», ribadiscono gli amministratori di Cuffaro trasporti, una delle più grandi autolinee del Sud. «La regione Veneto non c'entra con Expo. Noi non ne saremo toccati», aggiunge la proprietaria vicentina di Oliviero Tours. L'andazzo è questo anche altrove. «Pochissimi italiani sentono proprio l'evento. Le amministrazioni regionali non ci hanno investito», sostiene Renzo Iorio: «Non solo non lo comunicano ai residenti. Ma non lo promuovono nemmeno all'estero». Così, mentre Dubai sta già facendo volare aerei Emirates con un enorme «Expo 2020» scritto sul fianco, cinque anni in anticipo rispetto all'inaugurazione, la promozione oltreconfine della nostra Fiera Universale non è decollata. «I miei colleghi stranieri non la conoscono», ammette Iorio. «Negli incontri extraeuropei dobbiamo ancora spiegare», aggiunge Saccoccio. Finisce che anche il massimo esperto di Turismo dell'Ocse, Dupeyras, è confuso sulla natura dell'iniziativa: «Expo 2015: il tema è quello dell'acqua, giusto? Dell'acqua come risorsa e dei canali di Leonardo, no?», chiede durante l'intervista, dimostrando di non sapere che la città non diventerà una Nuova Venezia come previsto.

VIVA LA CINA

«Fino all'inizio dell'anno è andata piuttosto bene: qualche richiesta, curiosità. Ma da maggio riceviamo soprattutto preoccupazione. C'è incertezza su date, eventi, prezzi delle stanze», racconta il titolare di una delle principali agenzie per il turismo cinese in Italia. E si che la Cina è una vera speranza: da Pechino dovrebbero atterrare a Malpensa un milione di turisti in sei mesi. Il padiglione del gigante asiatico sarà fra i più sontuosi. I visti concessi da Roma sono stati raddoppiati per l'occasione: supereranno i 600mila nel 2015. Il tour operator Alessandro Rosso, da solo, li ha bloccati praticamente tutti, stipulando un contratto per 750mila Expo biglietti destinati al mercato cinese. Il partner è Boya Investment Consulting, una società domiciliata nel paradiso fiscale delle Isole Vergini: «Gli anticipi sono stati versati, Boya provvederà a saldare il resto entro aprile 2015», spiega Rosso: «Nei prossimi mesi Expo organizzerà incontri nelle principali città insieme al governo di Pechino, e questo sicuramente aumenterà le vendite».

LA PAURA FA SIVIGLIA

A preoccupare gli albergatori lombardi è il fantasma di Siviglia, l'ombra lunga dell'Expo andalusa del 1992, quando per dimostrare di aver raggiunto i 40 milioni di visitatori promessi gli organizzatori conteggiarono anche gli ingressi giornalieri di tutto il personale, compresi came-

rieri e receptionist, mentre nei padiglioni erano entrati meno di tre milioni di turisti, come racconta Pieter van Wesemael in un libro sulla sorte delle fiere universali. Lo scivolone che proprio non possiamo permetterci, conclude l'esperto dell'Ocse, Dupeyras, è deludere chi verrà: «La chiave del successo saranno i primi giorni, le prime settimane. Se i visitatori avranno un'esperienza positiva, se sentiranno che l'Expo e la città offrono qualcosa di straordinario, allora saranno loro stessi a comunicarlo, accelerando il successo della manifestazione. Se invece i primi commenti saranno negativi, rialzarsi in pochi mesi sarà molto difficile». ■

“NEI NOSTRI VENTI HOTEL SOLTANTO 80 CAMERE PRENOTATE. ANCHE L'OFFERTA ONLINE È ANDATA MALE. MA RESTIAMO FIDUCIOSI”

IL TOUR OPERATOR: È TOCCATO A NOI SPIEGARE ALL'ESTERO DI COSA SI TRATTA, SPERO DI PORTARE 100 MILA RUSSI MA SOLTANTO IL 15 PER CENTO HA GIÀ CONFERMATO

ALEGGIA IL FANTASMA DI SIVIGLIA 1992: NELLA CITTÀ SPAGNOLA ARRIVÒ MENO DI UN DECIMO DEI TURISTI CHE ERANO ATTESI

PROMESSE

20 milioni di visitatori
di cui:
6 dall'estero
14 dall'Italia

Spesa turistica indotta: 5 miliardi

Investimenti esteri: 914 milioni

130 mila occupati in un anno

COSTI

Spesa prevista per le sole "opere essenziali":

2.129,2 milioni di euro

Fondi pubblici stanziati ad oggi "opere essenziali":

1.305,6 milioni di euro

di cui:

828,6 milioni dallo Stato

477 milioni da Regione Lombardia,
Provincia di Milano, Comune di Milano,

Camera di Commercio di Milano

Sponsor privati: 321 milioni di euro

Spesa per la gestione delle **infrastrutture Expo**:

298 milioni di euro all'anno

TEMPI

Inaugurazione: 1 maggio 2015

Chiusura: 31 ottobre 2015

Ritardo medio di consegna dei lavori
rispetto alla data prevista all'inizio:
408,5 giorni

Ritardo medio di consegna
dei lavori rispetto alla data
autorizzata: 158,2 giorni

SPAZI

Estensione area:

1,1 milione di m²

Paesi partecipanti: 147

LAVORO

Posizioni di lavoro aperte
in questo momento: 850

di cui:

357 apprendistato

296 tempo determinato

153 tirocini

38 stage

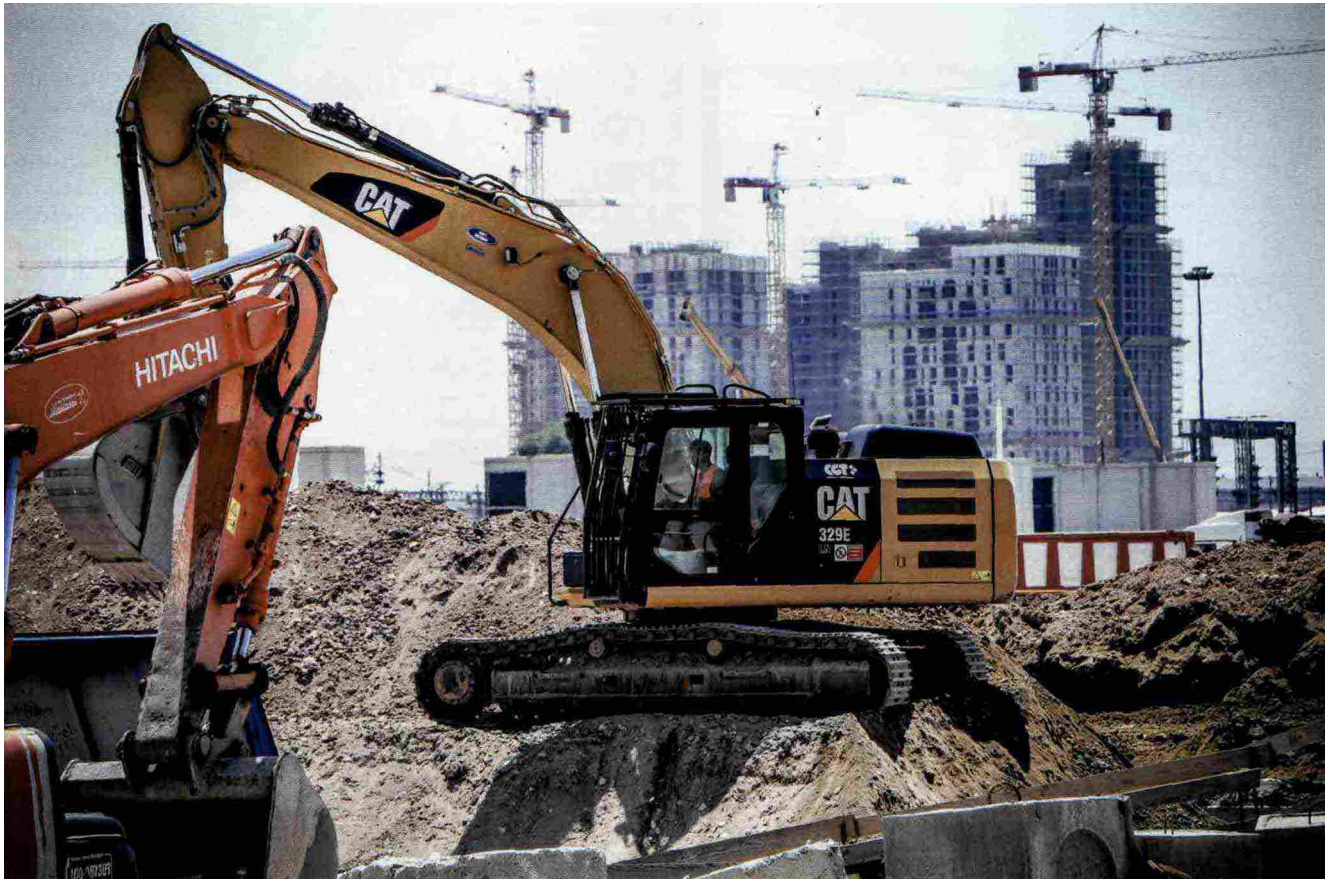
6 altro

Dipendenti Expo spa: 224



DUE IMMAGINI DEL CANTIERE DELL'AREA ESPOSITIVA, CHE SARÀ INAUGURATA IL PRIMO MAGGIO





TURISTI DAVANTI ALL'EXPOGATE, LA STRUTTURA NEL CENTRO DI MILANO CHE PROMUOVE L'ESPOSIZIONE. A SINISTRA: PUBBLICITÀ DELL'EXPO DURANTE UNA FIERA