

SIPARIO SU EXPO, "UNA SCELTA VINCENTE CASA ABRUZZO FUORI DALL'ESPOSIZIONE"

3 Novembre 2015



MILANO – Va considerata una scelta avveduta, a posteriori, quella di pubblicizzare l'Abruzzo a Milano in occasione di Expo 2015 installando il suo quartier generale non dentro l'esposizione, come fatto da altre regioni, ma a una manciata di chilometri dal sito espositivo.

Lo assicura in un'intervista ad *AbruzzoWeb* Mattia Martinelli, presidente dell'Associazione commercianti di via Fiori Chiari a Brera, la zona esclusiva di Milano, amata per lo shopping ma anche per il passeggio di turisti e dei milanesi, "la parte viva della città".

"Expo è un grande contenitore molto bello, molto piacevole, ma c'è un pubblico mordi e fuggi. C'è polemica per lo scarso collegamento tra l'Expo e la città, l'Abruzzo è un'isola felice perché ha creato connessioni con la città e mettendosi in Brera ha fatto in modo che pubblicizzasse l'Expo implicitamente", assicura.

AbruzzoWeb ha visitato Casa Abruzzo già a fine agosto in occasione dell'evento organizzato per la presentazione del Polo di innovazione Capitank: si è notato molto movimento, una location molto frequentata anche se, forse, poco caratterizzata anche come insegne, dato che la porta a vetro con il grande logo, una volta aperta nascondeva la 'griffe' abruzzese.

"Abbiamo registrato sempre molto interesse e l'arrivo di tantissima gente di vario genere, molti si sono rivelati interessati al fenomeno Abruzzo e alle centinaia di presentazioni che abbiamo organizzato", spiega Daniele Di Tommaso, responsabile della struttura, che ha lavorato insieme a Tiziana Di Renzo, entrambi di Abruzzo sviluppo, società regionale che ha coordinato l'operazione.

Per Di Tommaso "la scelta è stata felice, altre regioni che hanno scelto di stare fuori dall'Expo sono venute in questa zona a fare volantaggio perché c'era grande movimento. L'Abruzzo ha attratto molti".

Centrata anche la partecipazione a un evento popolare come la Vogue fashion night: "Essere parte di questi eventi non è facile – rimarca Martinelli – farne parte ed essere tanto apprezzati è ancora più difficile: questo è quello che è accaduto con l'Abruzzo".

A Expo concluso, la scelta della Regione Abruzzo di delocalizzare la propria presenza all'Expo sembra essere risultata felice. Ci può dare qualche dato?

Bisogna considerare dove siamo. Fiorichiari è la zona centrale, la zona pedonale di Brera, che è la zona turistica più importante di Milano. Oltre alla Pinacoteca, Brera ospita i più importanti alberghi, dal Bulgari all'hotel di Armani, al Four Season, tutti collocati a pochi passi da Brera. Questo fa sì che ci sia un turismo di elite, non un turismo normale. Vengono sì le persone normali, che usufruiscono dei locali che ci sono per strada, ma ci sono anche persone scelte che vedono in Brera e nella bellezza architettonica della città e che vengono a vedere la città, un turismo che non c'entra nulla con Expo. Expo è un grande contenitore molto bello, molto piacevole, però ci sono molte scolaresche, molti giovani che vanno a vedere la manifestazione ed è un pubblico mordi e fuggi, cioè che si ferma una giornata, mangia qualcosa lì, passa lì la giornata e poi va a casa. Non persone che usufruiscono e che godono della città. Infatti c'è una polemica sul fatto che ci sia poco collegamento tra l'Expo e la città per quanto riguarda gli eventi. L'Abruzzo è un'isola felice perché ha creato collegamenti con la città e mettendosi in Brera ha fatto in modo che pubblicizzasse l'Expo implicitamente, ma anche che voi poteste avere il pubblico dei grandi eventi della città.

Questa sua posizione è supportata dai fatti?

Innanzitutto voi siete collocati a 10 metri da Gucci, in mezzo ai negozi migliori e più importanti della città. E i negozi, soprattutto a Milano, capitale della moda, sono un veicolo di attrazione del turismo e di conoscenza. Il primo argomento è il turismo e il milanese. Il milanese, secondo me, conosceva relativamente l'Abruzzo. Il milanese sapeva che si mangia bene, che è un bellissimo posto eccetera, ma non lo conosceva a fondo. La vostra campagna pubblicitaria radicata qui ha fatto sì che ci fosse molto interesse e le varie manifestazioni fatte hanno creato ancora più curiosità.

Il turismo è l'unico segmento secondo lei?

No, assolutamente. In Brera ci passano tutti, anche i più grandi industriali. Io ho parecchi negozi d'arte, tutti in Brera e li ho collocati qui non a caso. Ci passano tutti.

Quindi oggi Brera è il cuore di Milano?

Brera è la Montmartre di Milano: non è il quadrilatero della moda, bellissimo, scintillante, che però alle 7 chiude, ma è la parte viva della città, dove anche a un milanese piace passeggiare.

Quindi lei, da abruzzese acquisito, ai nostri conterranei dice che è stata una scelta felice?

Una scelta coraggiosa, che pagherà, perché avrete visto lungo. Gli amministratori regionali hanno visto lungo. All'inizio dell'Expo vai a sapere che tipo di target ci potesse essere. Noi commercianti eravamo convinti che venisse tantissima gente, ci avevano detto 20 milioni di visitatori. Non è stato così! Noi abbiamo tenuto sempre i negozi aperti, anche a Ferragosto, e invece a livello di passaggio per l'Expo è stato poco. Il rovescio della medaglia è che abbiamo lavorato molto con i nostri clienti, che non si aspettavano di trovarci aperti ad agosto e sono venuti perché a Brera la gente ci passeggia, ci passa. Io stesso, quando devo fare una passeggiata, con mio figlio, la faccio a Brera.

Oltre alle persone che passavano ci sono stati molti eventi che hanno attirato gente, come per esempio la Vogue fashion night.

Il momento di punta, tra i vari eventi che avete fatto, molto esplicativi per la tipologia di turismo sia dal punto di vista culinario che delle bellezze che si possono trovare in Abruzzo, un momento importante è stata la Vogue fashion night che organizzo io stesso per quanto riguarda Brera. C'è da fare un piccolo excursus: la Vogue fashion night è una manifestazione che per i milanesi è molto importante. Sono già 8 anni che si fa a Brera, è aspettata e voluta. È venuta Franca Sozzani, la direttrice di Vogue, ci tiene moltissimo è stata lei a inventarla e si fa in tutte le città della moda del mondo e crea degli eventi. Essere parte di questi eventi non è facile, farne parte ed essere tanto apprezzati è ancora più difficile: questo è quello che è accaduto con l'Abruzzo.

Da milanese, l'Expo che cosa ha significato per Milano e poi anche per l'Europa e per il Mondo?

Devo dire subito la parte negativa, in quanto commerciante e presidente di un'associazione di commercianti lo devo dire. Non c'è stato collegamento a livello di eventi tra la città e l'Expo. Non è stato creato un rapporto doppio. Il sito della città che prende gli eventi sotto il patrocinio della città collegati all'Expo, sta facendo i ponti d'oro a chiunque abbia un evento che sia collegato all'esposizione. Questo è perché siamo stati male amministrati. Non per quanto riguarda l'amministrazione dell'Expo, che ha fatto delle cose incredibili e devo dire che Expo è molto bello, va visto ed è un evento importante per tutto

il paese. Per Milano è mancato un collegamento diretto. Esclusa qualche singola iniziativa, come quelle dell'Abruzzo, che ha creato collegamento e ha portato. Da commercianti non abbiamo avuto un aumento delle vendite per l'Expo. Solo in quest'ultimo mese un po' di più.

E l'interesse del mondo?

Ci avevano detto che sarebbero venuti 20 milioni di persone, noi pensavamo che sarebbero venuti anche in città, ma in città no, non sono venuti. Io credo che la ricaduta sull'Expo sia positiva, la ricaduta sulla città no. Non ci siamo fatti lustro della nostra città, non credo ci sia stato un aumento per vedere L'ultima cena né la pinacoteca di Brera. Detto questo, l'Expo è bello: è un momento di agglomerazione del mondo meraviglioso. (b.s.)