

Expo 2015, cresce l'interesse nel mondo

In un anno, le menzioni pubblicate in rete sono cresciute del 77%, come emerge dalla ricerca commissionata dall'ente camerale di Milano. A parlare dell'esposizione universale sono soprattutto Stati Uniti e Paesi europei. Vince il sentimento positivo in 4 post su 5. Il ruolo di Explora



Si avvicina l'appuntamento con Expo2105 e nel mondo cresce l'attenzione verso l'evento. Un balzo di interesse di ben il 77% nel bimestre settembre-ottobre rispetto a quello precedente, se si considera il numero di menzioni pubblicate in rete che parlano esplicitamente di Expo, anche se sono ancora limitate (4.125 menzioni rispetto a 2.332 di luglio-agosto). A parlare di Expo 2015 sono soprattutto gli Stati Uniti e i Paesi europei. Spicca poi l'attenzione da parte della Turchia all'evento, che supera quella della Francia e del Giappone. E quando si parla di Expo 2015, chi si esprime in senso positivo supera di gran lunga chi mostra scetticismo criticando l'evento: in quasi 4 commenti su 5 vince il "sentimento"

positivo, che trova il suo picco nei paesi BRICS (in Brasile, Russia, India, Cina e Sud Africa il sentimento positivo è all' 87.5%). Negli Stati Uniti (68.2%) e nei paesi UE (69.3%) l'evento Expo 2015 è soprattutto associato al tema dell'alimentazione e dell'ambiente, mentre nei paesi BRICS acquistano un peso decisamente maggiore i temi legati al business (12,6% rispetto al 3,5% nei paesi UE e al 5,1% negli Stati Uniti) e al turismo. Ma l'Esposizione Universale è un evento che toccherà profondamente anche l'immagine della città di Milano. E non a caso di Milano nel mondo si parla sempre di più: negli ultimi due mesi il capoluogo lombardo ha ricevuto oltre 1 milione di menzioni in rete, superando città d'arte come Venezia e Firenze, e in linea con il dato di Roma. Perfino in Corea del Nord si parla di Milano (154 volte in 60 giorni), mentre tra i paesi in cui si è parlato di più di Milano ecco all'ottavo posto l'Indonesia. E Milano piace: viene apprezzata di più di Torino, Roma e Napoli, soprattutto dai cinesi, in cima alla lista tra i Paesi al mondo.

Sono queste alcune delle principali evidenze emerse dalla ricerca "Expo 2015 e Milano viste dall'estero" effettuata dalla Camera di commercio di Milano e realizzata attraverso Voices from the Blogs (<http://voicesfromtheblogs.com/>), spin-off dell'Università degli Studi di Milano, analizzando in totale oltre 13 mila post che parlano di Expo 2015 negli ultimi 13 mesi e oltre 1 milione di post su Milano negli ultimi due mesi pubblicati sui canali social (Twitter, Facebook, Google+, Blog, Forum etc). I post considerati sono stati tutti pubblicati in un Paese diverso dall'Italia e scritti nelle più disparate lingue straniere. Una Torre di Babele che però ha trovato in Expo una parola universale ed un argomento sempre più ricorrente che si spera possa intensificarsi a breve ed incanalarsi nella giusta direzione grazie all'innovazione di Explora: "Explora - ha dichiarato Carlo Sangalli, presidente della Camera di commercio di Milano e di Confcommercio - ha l'obiettivo di organizzare, raccordare e valorizzare l'offerta turistica milanese e lombarda promuovendola all'estero. E' un motore innovativo del territorio al servizio delle imprese e delle istituzioni anche a livello nazionale". Le aspettative sono elevate ed è fondamentale l'impegno di tutti per non tradirle.

"I flussi di visitatori determineranno il successo di Expo, soprattutto quelli provenienti dai grandi Paesi emergenti - continua Sangalli -.

La Camera di commercio, attraverso la sua azienda speciale per l'internazionalizzazione Promos, e attraverso Explora, sta attuando un piano per la promozione di Expo 2015 nel mondo in raccordo con le altre istituzioni".

Explora, la società che promuove e gestisce il sistema integrato del turismo, è partecipata da Camera di commercio di Milano e Unioncamere Lombardia con il 60 per cento e da Regione Lombardia e Expo 2015, rispettivamente con il 20%. La missione di Explora è raccogliere l'offerta disponibile sul territorio, a partire da quello milanese e lombardo, per promuoverlo presso i grandi tour operator mondiali, fino a coinvolgere tutto il Paese, anche per mete meno conosciute. Un sistema integrato di riferimento per facilitare la nostra offerta turistica promuovendola all'estero, proponendo cultura, arte, enogastronomia, bellezze naturali per puntare ad avere soggiorni più lunghi e articolati. Explora sarà una delle più importanti eredità di Expo 2015.

Quanto si parla di Expo 2015? Complessivamente, nel periodo analizzato (dal 1° settembre 2012 al 31 ottobre 2013) ci sono state in rete, e in particolare sui canali social (Twitter, Facebook, Forum, Blogs, YouTube, Google+, ecc), oltre 13 mila menzioni (13.422) che hanno parlato esplicitamente di Expo 2015. Nel corso degli ultimi mesi questo interesse è cresciuto in modo significativo (+77% nel bimestre settembre-ottobre rispetto a quello precedente). Il picco di attenzione più rilevante si è registrato il 6 maggio 2013 in concomitanza con la Nomina del Commissario unico delegato del Governo per Expo Milano 2015 e con la conferenza stampa del Presidente del Consiglio Enrico Letta

Sono poi gli Usa il paese in cui nel periodo considerato si è parlato di più sinora di Expo 2015: oltre la metà dei commenti sui social provengono infatti da questo Paese. Un dato rilevante che appare solo in parte influenzato dalla maggiore diffusione dei social media negli Usa rispetto agli altri Paesi. A seguire ci sono cinque stati europei: Olanda, Germania, Grecia, Gran Bretagna e Svizzera. Da menzionare l'attenzione mostrata dalla Turchia su Expo 2015 che risulta maggiore di quella sinora registrata in Francia. Seguono poi Cina, Giappone e Russia. D'altra parte, è l'inglese la lingua di gran lunga più utilizzata quando si scrive a proposito di Expo 2015 non l'italiano, con il 69,4% del totale delle menzioni. A seguire lo spagnolo (6,6%), il tedesco (5,8%), il turco (4,2%), il francese (2,3%), il russo (2,2%) e il cinese (2%).