

26 Febbraio 2014

Gatti: «Ecco come Bergamo può salire sul treno dell'Expo»

Parla il direttore generale della Divisione Participants dell'Esposizione universale: «Decisivo essere sulla mappa, sul radar, fare vedere ai Paesi in arrivo a Milano che Bergamo è una realtà con diverse competenze, risorse e capacità». «Sarebbe un errore considerare l'Evento un momento speculativo, meglio affrontarlo come un investimento di lunga durata»



Bergamo è sulla mappa di Expo grazie all'organizzazione in Fiera del Clusters Participants Meeting, che ha visto per la prima volta riuniti tutti i Paesi interessati a far parte degli innovativi padiglioni tematici dell'Esposizione Universale. La presenza sul "Gps" dell'immaginario e delle aspettative dei 94 Paesi rappresentati nei Clusters è un importante fattore competitivo, come sottolinea Stefano Gatti, direttore generale della Divisione Participants di Expo 2015. Ma è anche un motivo in più per le imprese del territorio di non perdere la Trebisonda e andare dritte alla meta capitalizzando questo vantaggio per intercettare la domanda di servizi, gestione ed opere infrastrutturali dei Paesi partecipanti (che ammontano ad oltre 1 miliardo e 200 milioni di euro) e cercare di ospitare almeno una parte dei 4 mila lavoratori di Expo e dei 20 milioni di turisti attesi.

Dove nasce la scelta di portare a Bergamo i Paesi clusters?

“La Lombardia è la regione che sta accogliendo l'Esposizione Universale. Come ha ospitato il primo International Participants Meeting e a Bergamo l'anno scorso si è tenuta la prima riunione tecnica con i Paesi dei padiglioni e ci siamo trovati estremamente bene. Abbiamo subito visto che il territorio come sistema si prestava ad accogliere molto bene

questo tipo di iniziativa. In secondo luogo, il sottosegretario di Stato per Expo (da venerdì anche Ministro dell'Agricoltura, ndr) Maurizio Martina ha avanzato la candidatura di Bergamo per ospitare il Clusters Meeting e abbiamo accolto l'idea. E' anche l'occasione per vedere questi Paesi che tutta Italia accoglie e non solo Milano. Perché Expo è un evento per tutta Italia e non solo per Milano. E' soprattutto qui il senso di portare iniziative anche fuori dal territorio milanese".

Quali sono i plus di Bergamo e gli asset su cui puntare?

"Sono sempre diversi i livelli di beneficio e coinvolgimento dei territori per Expo. Basti pensare che i Paesi partecipanti all'Esposizione investono complessivamente 1 miliardo e 200 milioni di euro tra opere infrastrutturali da realizzare all'interno dei loro padiglioni e servizi e gestione. E' ovvio che il territorio vicino a Milano si pone come bacino naturale, per l'ovvia considerazione che più si vanno a cercare servizi lontano più lievitano i costi e quindi c'è una naturale competitività del territorio. Ospitare questi eventi significa per Bergamo e per il sistema di imprese del territorio di rapportarsi con i Paesi che hanno aderito ai padiglioni tematici. La cosa importante è essere sulla mappa, sul radar: fare vedere a questi Paesi lontani che Bergamo è una realtà non solo ospitale ma che ha anche diverse competenze, risorse e capacità. A meeting ultimato abbiamo dedicato la giornata di venerdì alla visita della città e alla scoperta del suo tessuto imprenditoriale".

Expo è l'occasione da cogliere per ogni impresa. Quali sono le qualità che l'imprenditore deve mettere in campo per vincere la sfida dell'internazionalizzazione?

"Siamo in un sistema estremamente competitivo. Più volte il commissario Giuseppe Sala ha richiamato le aziende italiane, invitandole a proporsi e ad essere competitive. Non si può pensare che i benefici economici arrivino dal cielo. Bisogna stare sul mercato, avere un'offerta interessante e coerente con i servizi proposti e poi se si è bravi imprenditori ci si "mette sulla mappa" e si fanno offerte competitive allora i risultati non tardano ad arrivare. Gli investimenti stimati in non arriveranno tra tre anni, ma stanno già diventando una realtà. I primi Paesi costruiscono dal prossimo mese sia il sito espositivo che i loro padiglioni. Stanno firmando adesso i contratti anche perché le risorse saranno spalmate nei prossimi 18-20 mesi sul nostro territorio".

Si parla di oltre 20 milioni di visitatori. Come vincere la sfida dell'accoglienza?

"La ricettività ha un ruolo di primo piano. Questo territorio è in grado di ricevere e ospitare questi Paesi e il loro staff con un'offerta competitiva, beneficiando anche del forte flusso turistico di visitatori che Expo porterà l'anno prossimo. Anche in questo caso bisogna entrare nel circuito, fare una proposta valida e dare dei buoni motivi di visita a Bergamo. Il territorio è molto competitivo su più fronti: sul cibo, sulla tradizione agroalimentare e ha circuiti gastronomici di interesse. Il vantaggio naturale c'è, ma va ribadito che sta al territorio, agli operatori del territorio e alle aziende l'opportunità di sfruttarlo al meglio. Quello che possiamo fare come Expo è portare i Paesi che parteciperanno ai padiglioni tematici qui. Noi abbiamo portato Bergamo sul tavolo: sta al sistema produttivo cogliere quest'opportunità".

Quali consigli darebbe al territorio su questo fronte?

"Ci sono due forme diverse di accoglienza. In primis calcoliamo che tutti i Paesi che verranno all'Expo avranno uno staff che dovrà essere qui per circa un anno di tempo che ammonta a 4mila persone. Una cifra importante e un'occasione unica per il territorio di ospitare il resto del mondo per un soggiorno davvero lungo. Con prezzi competitivi 45 minuti di strada diventano più corti, ma bisogna avere un'offerta davvero competitiva. La seconda opportunità è quella di proporsi come una tappa per i milioni di turisti attesi e che sono naturalmente interessati al cibo, alla sostenibilità ad un'esperienza particolare".

Expo 2015 è l'occasione di proporsi al mondo e di conquistare clienti anche negli anni a venire. C'è ancora chi pensa che Expo sia l'occasione per recuperare fatturato alzando i prezzi?

"Bisogna essere lungimiranti. E' ovvio che se qualcuno pensa di fare profitto speculativo sull'Expo e non un investimento di lunga durata e decide di quadruplicare i prezzi degli alberghi o delle offerte sul territorio non solo non verrà nessuno, ma si perderà anche l'occasione di costruire rapporti di lunga durata al giusto prezzo. Nessuno chiede di svendere, ma di sicuro non di speculare. Esiste la lungimiranza nel territorio? E' una risposta che non possiamo dare noi. Non possiamo

che invitare le imprese a cogliere questa opportunità”.

Qual è l’appeal di Expo. C’è chi indica che solo il 2% degli europei sia oggi interessato all’Esposizione di Milano...

“Registriamo da studi e opinion pool un interesse crescente che piano piano data la complessa e lunga organizzazione di Expo inizia a colpire i diversi aspetti dell’Esposizione, a partire dai clusters, dai Paesi partecipanti. Gli ultimi dati rilevano un 70 % di opinioni positive a Milano e in Lombardia. E’ il segno che la gente è incoraggiata a venire a Milano perché intravede nell’evento un’opportunità. Sta a noi come società dimostrare che Expo ha dei contenuti forti ed è all’altezza delle promesse e delle aspettative., che è una grande occasione per i Paesi partecipanti e una grande esperienza per il visitatore. Le previsioni sono dalla nostra e vanno oltre i 20 milioni di visitatori”.