

## **Bilancio di EXPO e “dopo EXPO”: all’agricoltura servono strategie di lungo periodo, non propaganda**

***Dall’analisi di ISVRA, più criticità che successi: per frenare il declino dell’agricoltura italiana, non bastano agevolazioni fiscali e contributi pubblici***

Dopo la conclusione di EXPO, l’*Istituto Italiano per lo Sviluppo Rurale e l’Agriturismo* (ISVRA) ha dedicato una attenta analisi ai risultati oggettivi della grande manifestazione universale di Milano e alle prime indicazioni su come si gestirà il “dopo EXPO”.

“E’ stata una riflessione - dichiara il presidente di ISVRA, **Mario Pusceddu** - che ha messo in luce, al di là delle dichiarazioni propagandistiche del Governo, più criticità che successi. Per non sprecare le opportunità che EXPO ha creato, è urgente pesare le parole e far seguire alle parole i fatti”.

Gli fa eco, per il Comitato tecnico-scientifico dell’Istituto, **Vito Bianco**:

“Intorno all’agricoltura c’è una cortina fumogena che induce ad un ottimismo irrazionale, dimenticando che l’agroalimentare italiano cammina solo, finché reggeranno, sulle spalle di imprenditori illuminati piuttosto che su scelte politiche di contesto”.

E il consigliere di ISVRA, **Nazzareno Grani**, aggiunge: “Sono stato ad EXPO e ho visto un evento unico, partecipato soprattutto da italiani, in particolare da lombardi, che hanno avuto la fortuna di visitare più volte l’area espositiva durante il periodo di apertura del sito. Gli aspetti negativi di EXPO sono la presenza di padiglioni orientati al marketing territoriale del singolo Paese partecipante più che al tema della esposizione universale e le file lunghissime per accedere ad alcuni padiglioni, eliminabili con accessi dedicati, previa una prevendita prenotazione on line del singolo padiglione. Pagare il biglietto per una giornata trascorsa per metà a fare le file non è stato un piacere!”

Veniamo alle valutazioni di ISVRA su come è andata EXPO.

**Visitatori e ingressi** - Nel dossier di candidatura presentato nel 2008, erano previsti 29 milioni di visitatori; strada facendo la previsione ufficiale è stata ridimensionata a 20 milioni, di cui 13 di italiani (65%) e 7 di stranieri (35%). Le valutazioni finali (dati certi non sono disponibili) riferiscono di un numero molto elevato di visitatori italiani (superiore all’80%) mentre i visitatori stranieri sarebbero stati circa 4 milioni.

Il dato sui visitatori reali non è stato reso noto. Expo ha comunicato il dato degli ingressi (un solo visitatore può essere entrato ad Expo più volte) rilevato dai tornelli di accesso: poco più di 21 milioni. Secondo le ultime previsioni della vigilia (non considerando quelle molto più ottimistiche del dossier di candidatura), ai 20 milioni di visitatori avrebbero dovuto corrispondere circa 24 milioni di ingressi: il risultato conclusivo è dunque inferiore del 12%.

**Turismo** - Nelle previsioni si parlava di come EXPO avrebbe incrementato il turismo, interno e proveniente dall'estero, in tutte le regioni italiane. In realtà, secondo i dati di Banca d'Italia pubblicati martedì scorso, il turismo dall'estero, nel periodo maggio-agosto 2015, è cresciuto complessivamente (pernottamenti) solo del 4,9%. Fra gennaio-agosto 2015, si registra, rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, una riduzione dei pernottamenti dei turisti stranieri in nove regioni su venti; con riferimento all'ospitalità extralberghiera, la flessione dei pernottamenti riguarda 14 regioni su venti. Non c'è stata l'annunciata "invasione" di Cinesi (-26,9% in 8 mesi, -28,4% nel solo agosto), mentre sono cresciuti del 38% i Giapponesi; in forte diminuzione anche i turisti russi (-31,8% in 8 mesi, -44,4% nel solo agosto).

**Conti** - Come ha spiegato il Presidente dell'Autorità Nazionale Anticorruzione (ANAC), Raffaele Cantone, ci vorrà molto tempo per fare i conti completi di EXPO, soprattutto per quanto riguarda lo sforzo compiuto, in vicinanza dalla data di apertura, per rimediare a ritardi e carenze precedenti. C'è anche incertezza sugli introiti procurati dai biglietti, che avrebbero dovuto contribuire al pareggio di bilancio: fra sconti e ingressi gratuiti, non si sa se l'incasso avrà raggiunto i preventivati 480 milioni di euro. Infine si dovrà considerare il costo di riconversione dell' "area Expo" prima che sia messa in condizione di sviluppare progetti economicamente autonomi. Alcune previsioni, basate sull'analisi dei dati disponibili, stimano per il bilancio dell'Expo un deficit fra i 300 e 400 milioni di euro.

**Carta di Milano** - Il testo della Carta di Milano ha sofferto della necessità di accogliere il contributo degli istituti, nazionali ed internazionali, chiamati ad elaborarlo. Di conseguenza è, in molte parti, prolisso e ripetitivo, certamente poco comunicativo e non proprio adatto ad una condivisione popolare immediata. Secondo il ministro delle politiche agricole, Maurizio Martina, le firme sono state più di un milione: alla vigilia si immaginava, con una certa enfasi, che i sottoscrittori sarebbero stati 20 milioni, quanto i visitatori di EXPO. Considerando che gli utenti di internet nel mondo sono più di tre miliardi, e che EXPO è stata un evento universale, si poteva certamente fare di più. In effetti EXPO, all'estero, tramite internet, è stata poco promossa; la promozione all'estero è stata veicolata soprattutto dagli operatori turistici. Ci sono perplessità anche sulle modalità di firma on-line: chi ha seguito questa strada avrà visto che non era impedita la firma multipla e non appariva, come di solito nelle sottoscrizioni on-line, il numero dei firmatari precedenti. La consegna della Carta di Milano, e del milione di firme, al Segretario generale dell'ONU, Ban Ki-Moon, in visita ad EXPO in occasione della Giornata Mondiale dell'Alimentazione, il 16 ottobre scorso, è stata un evento mediatico di sicuro effetto, ma difficilmente potrà apportare novità significative all'impegno, già molto articolato e competente della FAO, per il contrasto alla fame nel mondo.

**La reputazione del Made in Italy agroalimentare** - Nei primi otto mesi del 2015, secondo i dati ISTAT, l'export italiano di prodotti agricoli è cresciuto, rispetto all'anno precedente, del 13,5%; quello dei prodotti dell'industria agroalimentare segna un +7%. Risultati certamente positivi, e più consistenti, quanto a crescita, di quelli registrati negli anni precedenti: dunque un effetto EXPO sull'export (valutabile in un +2-3%) c'è stato. Ora si tratta di capire se l'accelerazione dell'export agroalimentare innescata da EXPO si consoliderà nei prossimi anni.

**Il “dopo Expo”** - La discussione su cosa fare del sito di EXPO dopo la chiusura della manifestazione apre interessanti prospettive ma anche perplessità sui costi e i risultati concreti. Sembra certo che saranno salvati il Padiglione Zero e Palazzo Italia per destinarli al supporto organizzativo di un polo scientifico per l'innovazione. L'ambito tematico di queste novità si annuncia solo in minima parte coerente con quello di EXPO (cibo, agricoltura, salvaguardia dell'ambiente e del paesaggio, sostegno all'economia rurale).

**L'iniziativa politica** per sostenere l'agricoltura italiana e l'export agricolo e agroalimentare deve mettere a fuoco questioni precise che non è stata certo EXPO a risolvere. Occorre investire, non spendere “a casaccio” con risultati improduttivi.

- 1) Non basta certo il “segno unico distintivo per le produzioni agricole e alimentari italiane”, marchio recentemente istituito dal Ministero delle politiche agricole, a sostenere export italiano; occorre un'assistenza puntuale e competente alle imprese agricole per l'introduzione dei loro prodotti in nuovi mercati all'estero.
- 2) L'agricoltura italiana ha sempre meno terreno su cui lavorare ed è in costante declino di produzione, occupazione e reddito. La legge sulla tutela del suolo agricolo (c.d. “sul consumo di suolo”) deve essere celermente approvata.
- 3) La diminuzione delle immatricolazioni ai corsi di agraria nelle università, registrata nell'anno accademico 2014-2015, è un segno preoccupante della già notevole mancanza di ricambio generazionale in agricoltura e diffusa improvvisazione: non basta dare incentivi finanziari per l'insediamento dei giovani in agricoltura, bisogna governare un processo culturale e conoscitivo che “ringiovanisca” ed innovi profondamente la nostra agricoltura;
- 4) L'innovazione in agricoltura non può prescindere dall'informazione e dalla commercializzazione tramite internet. L'Italia continua ad essere nelle prime posizioni per il “digital divide” (deficienza digitale), infrastrutturale e culturale.

Gli insuccessi dei siti internet pubblici destinati a sostenere il turismo, sono ben noti (compreso wonderfulexpo2015 realizzato su vari domini in occasione di Expo). Bisogna mettere in piedi, in questo campo, una straordinaria rivoluzione culturale che allinei il nostro Paese alle iniziative dei Paesi concorrenti.

16 novembre 2015