

L'ANALISI/ L'OBIETTIVO È MANTENERE L'ATTRATTIVITÀ

# Palinsesto, week e city le tre formule eredità dell'anno Expo

L'ANALISI

## Le tre formule eredità di Expo per mantenere il turismo alto

Diverse le novità in cantiere a partire dai musei. Nel 2017 si punterà sulla fotografia e il cinema. L'anno successivo sarà la volta della musica

ALESSIA GALLIONE

**I**N PRINCIPIO è stato il Fuorisalone e una mappa degli appuntamenti "off" legati al design che nel tempo ha conquistato sempre più quartieri e distretti. Ma nella Milano che vuole continuare a tenere accesi i riflettori (internazionali) e a mantenere lo stesso livello di «attrattività» e di turisti dell'anno di Expo (7,5 milioni di visitatori) la nuova parola d'ordine è diventata: «diffuso». Con una moltiplicazione delle formule per organizzare iniziative culturali allargate e disseminate in molti indirizzi e tre diversi modelli. Perché ormai c'è il "palinsesto" alla "Expo in città" che continua a cucire insieme eventi di generi differenti anche dopo la fine dell'Esposizione; ci sono le settimane, anzi le "week" dalla moda all'arte con l'aggiunta in futuro di fotografia, cinema e musica; e ci sono i fine settimana arricchiti dal suffisso "City" per segnalare l'invasione urbana dei pianoforti (Pianocity) dei libri (Bookcity) e, presto, per aprire le porte dei musei (Museocity) e in via straordinaria dei loro depositi.

**È** QUELLA l'ambizione di Palazzo Marino e dei suoi compagni di viaggio. Perché il tentativo di

far vivere Milano tutto l'anno, racconta l'assessore alla Cultura Filippo Del Corno, ha «un segreto». Ed è la capacità di «fare rete» tra le diverse anime e istituzioni. Un altro modo, insomma, per dire: «diffuso».

Nel 2015, è stato il taglio del nastro dei padiglioni di Expo a far partire anche le iniziative pensate per la città e in città: un calendario che, hanno tirato le somme Comune e Camera di commercio, alla fine ha prodotto 46mila appuntamenti (dalle mostre allo sport, dalla musica alla scienza) in sei mesi seguiti da undici milioni di persone. Quest'anno, il "grande evento" è stata la finale di Champion's League, un altro maggio, un'altra passerella internazionale. Nel 2017, ci sarà il debutto del Tempo di libri che si inserirà, però, in un "aprile d'oro". Perché questa volta, appunto, sarà la moltiplicazione delle cose da fare e da vedere e delle manifestazioni a segnare la strategia che, poi, continuerà. Seguendo le tre formule: "palinsesto", "week", "city".

Che cosa sono? E come si muoverà il Comune. Una delle eredità di Expo, dicono, è stata la nuova immagine della città proiettata nel mondo. Ed è su questo che la giunta Sala vuole continuare a lavorare. Per ora, il turismo ha tenuto. Nei primi otto mesi dell'anno sono stati registrati 5,2 milioni di arrivi, praticamente gli stessi del 2015. L'obiettivo è proseguire. Affrancandosi sempre di più dal ricordo dell'Esposizione. L'assessore al Turismo Roberta Guaineri dice di averne avuto conferma anche in Giappone, dove è volata per la prima missione internazionale: «Il nuovo skyline, molto apprezzato all'este-

ro, sta veicolando il messaggio di una città contemporanea e in evoluzione, tanto da invogliare non solo la prima visita, ma il ritorno per scoprirne le novità e i cambiamenti». E allora, a maggior ragione, ecco che il menù dovrà crescere. Anche "Expo in città", prosegue Del Corno, dovrà subire una trasformazione, «magari cambiando nome». Comune e Camera di commercio hanno deciso di continuare a fare da regia e, ogni settimana, approvano i nuovi appuntamenti che entrano nel "palinsesto" diffuso che viene offerto. «Ma potremmo sviluppare ulteriormente questa piattaforma aperta - spiega l'assessore - per raccontare la Milano del presente e del futuro con tutte le sue differenti stratificazioni. Finora, abbiamo puntato sugli eventi, ma coinvolgendo anche il mondo delle università e della formazione e delle fiere, potremmo proiettare ancora meglio il messaggio».

E poi ci sono le novità in cantiere per arricchire le altre due formule. Per le settimane, ad esempio, c'è già art week, con appuntamenti in città legati alla fiera Miart. C'è il design, naturalmente, è c'è la fashion week con l'appello del sindaco alla moda ad «aprirsi» maggiormente alla città. Nel 2017, si aggiungerà "foto week" dedicato alla fotografia (a giugno) e il cinema. Nel 2018 sarà la volta di music week. E agli ormai tradizionali Bookcity e Pianocity si aggiungerà un weekend di musei con tanto di depositi aperti.

CRIPRODUZIONE RISERVATA





**IL LOGO**

La presentazione del logo di Tempo di libri con Corrado Peraboni, Federico Motta, Renata Gorgani, Giuseppe Sala e Roberto Maroni