

<http://www.ilgiornale.it/news/milano/artusi-1111635.html>

"Milano modello vincente con Expo in Città"

Alberto Taliani

Claudio Artusi, coordinatore del palinsesto di quasi 20mila eventi che si terranno nei sei mesi dell'Esposizione Universale: "Così puntiamo ad accrescere la reputazione e l'attrattività internazionale della metropoli e del suo territorio"

"Il punto di forza di Expo in Città ? E' il format, il modello che è stato pensato per realizzare l'iniziativa creare un grande fuori Expo che animasse Milano e il suo territorio durante i sei mesi dell' Esposizione Universale rendendolo attrattivo, ricco di idee e iniziative.

Expo 2015 è realizzato all'interno dei confini del sito espositivo ed è inevitabile che i 20 milioni e più di visitatori che arriveranno dall'Italia e da tutto il mondo per visitarlo trascineranno fuori dai confini della cittadella espositiva che non è in un deserto ma in una realtà fortemente conurbata con importante vissuto identitario ed è logico che chi viene ha interesse a fare esperienze anche fuori dall'Expo nell'area metropolitana milanese".

Claudio Artusi , coordinatore di Expo in Città spiega come è nato e come si è sviluppato il progetto del Comune e della Camera di Commercio che in pochi mesi è riuscito nell'impresa di mettere in calendario centinaia di eventi e quasi 20mila appuntamenti che faranno di Milano davvero una a place to be .

"La logica è stata win-win - aggiunge - ovvero: da un lato tantissima gente arriva a Milano per visitare l'Expo e poi va alla scoperta della città, dall'altro ci sono una serie di eventi che accadono nell' area milanese talmente gustosi e attrattivi che sono un buon pretesto per seguirli e andare anche a visitare Expo: può essere una grande mostra, un grande concerto, uno spettacolo musicale, teatrale, un avvenimento sportivo o per i bambini.

The screenshot shows the article page on the website. At the top, there's a navigation bar with categories like Home, Politica, Mondo, Cronache, Blog, Economia, Sport, Cultura, Tech, Milano, Salute, Speciali, and Cucina. Below the navigation bar, there are two featured reportage sections: "Reportage dalla Libia" by Gian Micalessin and "Reportage dalla Bosnia" by Fausto Biloslavo. The main article title is "Milano modello vincente con Expo in Città". Below the title, there's a sub-headline: "Claudio Artusi, coordinatore del palinsesto di quasi 20mila eventi che si terranno nei sei mesi dell'Esposizione Universale: 'Così puntiamo ad accrescere la reputazione e l'attrattività internazionale della metropoli e del suo territorio'". The author's name, Alberto Taliani, and the date, Mar, 31/03/2015 - 11:58, are also visible. On the right side, there's a search bar, a login/register section, and an advertisement for "SIAMO IN GU" (Siamo in guerra) with a price of €15,045 and 174 supporters.

<http://www.ilgiornale.it/news/milano/artusi-1111635.html>

Tutto in questo modo si tiene assieme, Expo 2015 ed Expo in Città si enfatizzano a vicenda..."

E per realizzare questo progetto è stato fatto un grande lavoro, sottolinea Artusi, "ho spinto per pubblicare molto in anticipo quello che sarebbe accaduto nei sei mesi dell'Expo a Milano: siamo partiti da fine ottobre scorso con il palinsesto .

Il motivo è chiaro: consentire al coreano di turno o al siciliano di turno di poter programmare la sua visita anche in termini di calendario, collegata agli eventi che ci saranno a Milano.

Faccio un esempio: gli appassionati di ciclismo che vogliono fare un'esperienza con l'ultima tappa del Giro d'Italia mescolandosi ai campioni, magari vengono il giorno dell'arrivo e poi il giorno prima o il giorno dopo vanno all'Expo.

Lo stesso vale per la grande mostra dedicata Leonardo aperta a Palazzo reale".

"Expo 2015 ed Expo in Città hanno due governance diverse, però si parlano molto: chi va all'Esposizione avrà informazioni su quello che accade fuori dall'Expo e chi viene a Expo in Città avrà una serie di informazioni su quello che accade all'Expo stimolando la curiosità dei visitatori e dei turisti in modo tale che i due mondi possono l'uno promuovere l'altro.

Il risultato è che l'Expo fa fare un'esperienza che vale la pena vivere sia nel sito che fuori e viceversa.

Questa è la partita che ci giochiamo.

Due eventi molto diversi ma intimamente correlati.

E vinciamo perché vinciamo insieme".

"Noi abbiamo un grande vantaggio : il sito è stato costruito ex novo mentre Milano esisteva, esiste ed internazionale, vivace, attrae ospiti per affari e per turismo.

Allora ci siamo posti il problema di governare con razionalità queste attività ed esperienze che si sovrappongono alla vita normale per evitare che la città diventi faticosa da vivere sia per i city users che per gli ospiti".

Così è sono state avviate politiche per valorizzare il territorio utilizzando location diffuse sul territorio, evitando che fossero utilizzate solo quelle già note.

"E' stata anche la prima vera partita della nuova area metropolitana - prosegue il coordinatore di Expo in Città -.

Marketing territoriale per promuovere presso i proprietari privati e pubblici la possibilità di mettere a disposizione le location anche in aree e luoghi non centrali o fuori Milano che infatti sono presenti nella nostra bacheca , a disposizione degli organizzatori che possono scegliere dove essere presenti.

Quindi cerchiamo di valorizzare tutto quello che c'è, anche quello meno conosciuto e di spalmare le cose che avvengono fino al giorno prima della chiusura dell'Esposizione: il 31 ottobre.

Chi chiede di fare qualcosa per quel giorno ci troverà pronti, come chi decide di mettere in cantiere

<http://www.ilgiornale.it/news/milano/artusi-1111635.html>

un'iniziativa mentre Expo è in corso.

Questo è il primo merito di Expo in Città".

"Poi, sempre per cercare di rendere più fruibile il tessuto urbano e quello che avviene, abbiamo cercato di convincere a dilatare nel tempo gli eventi.

Ad esempio abbiamo detto guardate, in luglio e agosto Milano non è chiusa per ferie ...

Chi non ha un motivo specifico per scegliere maggio, giugno o settembre e ottobre, è stato invitato a mettere in calendario le iniziative nei due mesi centrali dell'estate.

Anche nell'interesse di chi organizza gli eventi, per una ragione di visibilità, evitando che l'evento sia cannibalizzato da tanti altri che si sovrappongono.

E abbiamo lavorato sugli orari, sul tempo della città, su quello dei visitatori, soprattutto stranieri al di fuori della visita dell'Esposizione, sul loro portafoglio di ore libere".

Un'altra caratteristica di Expo in Città è quella di non aver limitato le iniziative ai temi dell'Esposizione, "che ci saranno, come è ovvio che sia", ma di aver offerto "la possibilità di essere presenti con una serie di attività in altri campi: arte cultura, scienza, design, moda, sport, musica, spettacoli, teatro".

In questo modo un visitatore che all'Expo fa una grande viaggio del mondo del cibo in tutte le sue declinazioni e nel fuori Expo trova molto altro a cui può essere interessato, a cominciare dalle famiglie con i bambini, con "tutte le iniziative presentate e raccolte nel cartellone sotto le dieci icone tematiche che facilitano la scelta".

Un elemento chiave del successo di Expo in Città è l'attenzione rivolta agli operatori pubblici e privati, italiani e stranieri che hanno intenzione di proporre eventi.

"Hanno bisogno di essere accompagnati e aiutati perché questa attività possa avvenire nel modo più facile possibile - sottolinea Artusi -.

Il bellissimo claim Milano a Place to be! è rivolto anche a loro, non solo per questi sei mesi ma anche per il dopo Expo perché potrebbero diventare investitori per Milano immaginando che sia una città dove si può fare abbastanza facilmente.

La creazione da parte del Comune dello Sportello Unico è stata una carta importante: racchiude tutte le competenze necessarie a ottenere velocemente e senza errori autorizzazioni e altre pratiche burocratiche che di solito sono un percorso a ostacoli, un gioco dell'oca spesso scoraggiante.

Lo Sportello, dove è presente anche la Siae, facilita chi organizza eventi, incoraggia a fare, mostra il volto di una città friendly , che incoraggia a fare.

E' la prima volta che accade a Milano".

Altro aspetto importante è la comunicazione "una grande operazione che avrà l'App dedicata, il web, la free press, la radio, ma un cosa in più, davvero importante: l'amplificazione di tutto quello che accade attraverso un grande tam tam rappresentato da quello che ciascun organizzatore farà anche per le altre iniziative del palinsesto, di tutti gli altri eventi.

<http://www.ilgiornale.it/news/milano/artusi-1111635.html>

Una grande passa parola allargato, un segnale di partecipazione condivisa su cui contiamo molto".

Un esempio è rappresentato dagli sponsor di Expo in Città, Edison , Intesasanpaolo e Vodafone Italia che organizzeranno molti eventi di spessore culturali, scientifici, di intrattenimento.

Expo in Città è realmente un laboratorio di idee e buone pratiche utili anche per il futuro, una "sperimentazione apprezzata anche dal Bie che ha ritenuto questo format esportabile e replicabile per le prossime Expo", conclude Claudio Artusi che aggiunge: "Se le cose andranno bene penso che questa esperienza debba continuare, con alcune delle sue buone pratiche come la bacheca delle location, il palinsesto di Milano, il patto con gli esercizi pubblici, la modalità di comunicazione, lo Sportello Unico.

Per rendere sempre migliore la reputazione e desiderabilità della città di Milano".