

## Expo 2015: un marchio che vale 60 miliardi

**Pubblicato:** Giovedì 4 Marzo 2010

**Crescono la visibilità e la riconoscibilità, anche internazionale, di Expo 2015**, tanto che il brand economico, tra “reputazione” ed immagine dell’evento ospitato da Milano, vale per il capoluogo e per l’intera area metropolitana della “grande Milano” **quasi 60 miliardi di Euro**. L’evento, del resto, è considerato una grande occasione non solo per Milano ma anche per l’intero Paese dalla maggioranza dei lombardi (73%).

**Ed insieme alla visibilità, crescono anche le aspettative** delle imprese lombarde che per il 2010 sperano in un incremento del proprio giro d’affari legato a Expo di 8 miliardi di Euro. Circa il 40% del giro d’affari andrà a beneficio delle PMI lombarde fuori Milano, con un incremento di circa 525 milioni di Euro per le imprese bresciane, 500 milioni per quelle della Brianza e oltre 454 milioni per quelle del comasco. Per il 90% degli imprenditori lombardi Expo 2015, inoltre, avrà importanti conseguenze sul territorio. Più della metà (56,2%) si aspetta come principale beneficio di Expo un potenziamento della rete infrastrutturale, seguito dalla creazione di nuovi posti di lavoro (17,3%) e dal miglioramento dell’intera offerta turistica (15,6%). Del resto, l’indotto di Expo 2015 legato ai settori di ricettività, cultura e trasporti stimato per la Lombardia è di più di 9 miliardi di Euro che valgono, solo nel settore del turismo, 35 mila posti di lavoro in più in Lombardia, Milano esclusa.

**E’ quanto emerge da una stima dell’Ufficio Studi della Camera di commercio di Monza e Brianza**, nell’ambito del progetto ERI (Economic Reputation Index) su dati Anholt Brand Index, Registro Imprese, Istat, Censis, Isnart, Istituto Tagliacarne, e dalla indagine “Expo e imprese lombarde”, che ha coinvolto 1050 imprese lombarde, realizzata dalla Camera di commercio di Monza e Brianza e presentata in occasione del convegno “Verso il 2015: l’Expo che innova. Alimentazione, green economy e salute”, che si è tenuto oggi a Monza, presso l’Hotel de la Ville, alla presenza, tra gli altri, di Carlo Edoardo Valli Presidente della Camera di commercio di Monza e Brianza e Lucio Stanca a.d. Expo 2015 S.p.A.

“L’Expo è una grande opportunità – **ha dichiarato Carlo Edoardo Valli, Presidente della Camera di commercio di Monza e Brianza** – per Milano, la Brianza e l’intero Paese, sia in termini di indotto connesso alla preparazione sia, ancor di più, per l’Expo che resta, vale a dire per quelle ricadute economiche e di valore aggiunto che un grande evento globale produce. E per questa iniziativa, che è al tempo stesso un’importante occasione di sviluppo strategico, occorre trovare un orizzonte di crescita comune, così da puntare sulla sfida della qualità di un Made in Italy produttivo, innovativo e globale.”

“La sfida che abbiamo davanti tutti insieme è creare una serie di eventi e iniziative non solo nei sei mesi del 2015, durante i quali si svolgerà Expo, – ha dichiarato Lucio Stanca a.d. Expo 2015 S.p.A – l’obiettivo è concepire un percorso che costruisca una rete di relazioni con il territorio che consenta di valorizzare le eccellenze delle diverse aree e dei diversi settori produttivi del Paese. Dobbiamo lavorare in squadra, perché Expo lasci un’eredità concreta. In questa sfida non ci sono spettatori. Si vince se tutto il sistema si mobilita.”

**I risultati dell’indagine per provincia. Sono i comaschi i più convinti che l’Expo sia una grande occasione** per Milano e per il Paese (85,1%), ma lo credono anche gli stessi milanesi (70,8%) e complessivamente i lombardi (73%). I bergamaschi sono fra gli imprenditori lombardi i più “fiduciosi” in Expo 2015: il 53,8% crede in benefici diretti sulla propria impresa derivati dall’Esposizione Universale, seguono gli imprenditori comaschi (49,3%), lecchesi (46,8%) e milanesi (45,7%). E sono gli imprenditori bergamaschi i più convinti “dell’effetto Expo”: il 64,5% pensa ad uno sviluppo delle infrastrutture mentre sono i lecchesi e i comaschi a puntare più degli altri lombardi su un miglioramento dell’offerta turistica, da quella culturale a quella enogastronomica.

Redazione VareseNews  
redazione@varesenews.it