



GIRO DI VITE

DI ALDO GRASSO

Expo e cultura del fare

PER L'APPUNTAMENTO DEL 2015 SUGGERIREI DI RITROVARE UN ORGOGLIO ANTICO, SQUISITAMENTE MENEGHINO: POCHE PAROLE E MOLTI FATTI. POSSIBILMENTE FATTI POSITIVI. SENNÒ SI FINISCE COME PER L'AUTOSTRADA MILANO-SERRAVALLE

[P] iù mi occupo dei meccanismi retorici della comunicazione di massa e più scopro che la "cultura del fare", di antico stampo meneghino, è quella che alla fine paga di più. Se dietro una campagna pubblicitaria, una strategia di comunicazione non c'è qualcosa di solido e di ben fatto, il rischio dell'insuccesso è pressoché assicurato.

Faccio due esempi, molto concreti, di gestione dell'immagine. Il primo, negativo, riguarda l'autostrada Milano-Serravalle di proprietà delle Province e dei Comuni di Milano, Genova e Pavia.

La A7 decide di costruire la terza corsia, da Gropello al raccordo con la A21, la Torino-Piacenza. In tutto, nemmeno 30 km. Per allargare un breve tratto di autostrada sono più di due anni che la Milano-Serravalle sottopone i suoi clienti a un vero e proprio calvario, spesso anche pericoloso.

[E] non è ancora finita. Sì, c'è un ponte sullo Scivvia, ci sono vecchi cavalcavia da abbattere e nuovi da costruire. Ma siamo nel terzo millennio e nel cuore della Pianura Padana: non ci sono gallerie, non ci sono viadotti. Possibile che ci voglia un tempo biblico per allargare 30 km? Ogni automobilista che passa

ha un'immagine pessima dell'autostrada e sarà molto difficile ribaltare l'opinione. La A7 sembra gestita da sprovveduti che però fanno pagare il biglietto per intero. Dov'è finita l'imprenditorialità lombarda? Perché viaggia come una lumaca?

[I] Il secondo esempio, positivo, riguarda l'Istituto Stomatologico Italiano di Milano, che proprio in questi giorni festeggia i suoi primi cent'anni di vita. Ogni giorno, all'Istituto

c'è la fila di persone che vogliono farsi curare i denti, e non solo: persone meno abbienti, extracomunitari, ma anche distinte signore. L'Isi è un centro d'eccellenza che cerca di reperire le risorse necessarie per curare anche i soggetti svantaggiati. Senza discriminazione. Secondo un pragmatismo da vecchia Milano, all'Isi curano i denti «a un prezzo mediamente basso con una professionalità mediamente alta». Adesso ha intrapreso iniziative di prevenzione dedicate ai bambini in età scolare.

Se posso permettermi un consiglio per la campagna stampa di Milano Expo 2015, suggerirei di ritrovare un orgoglio antico, e con esso la cultura del fare. Possibilmente del fare bene.



Filippo Penati,
presidente della Provincia di Milano