

# IL PATTO PER EXPO 2015

## 1.Introduzione: verso Expo

Expo 2015 rappresenta un passaggio rilevante per Monza sia durante i sei mesi dell'esposizione internazionale, sia nella fase successiva dell'evento (legacy): un acceleratore di processi economici, infrastrutturali e culturali già avviati sul territorio e un'opportunità di riposizionamento strategico della Città di Monza in ambito nazionale e internazionale.

Expo 2015 coinvolgerà 147 partecipanti ufficiali (144 Paesi e 3 organizzazioni internazionali: UE, Nazioni Unite e CERN) e tratterà il tema Nutrire il Pianeta. Energia per la vita. Questa tematica prevede lo sviluppo delle tematiche relative all'alimentazione, declinandone gli aspetti legati alla nutrizione umana e al rapporto tra uomo e natura. Il tema intenzionalmente generico consente di includere riflessioni di varia natura in merito alla sostenibilità dei comportamenti umani, alle risorse naturali, alle problematiche di malnutrizione e denutrizione, ma anche aspetti legati alla produzione alimentare e alle nuove tecnologie ad essa connesse.

Il sito espositivo di riferimento avrà un'estensione territoriale di 1,1 milioni di metri quadrati, ospiterà circa 60 padiglioni Self-Built oltre ad aree tematiche (cluster) dedicati alle tradizioni culturali e alimentari a livello globale e si proporrà come modello di digital smart city con soluzioni ecocompatibili e sistemi tecnologici improntati all'uso razionale dell'energia. Insieme ai paesi parteciperanno, con proprie aree espositive, anche organismi internazionali, aziende private, enti locali e associazioni della società civile.

Expo 2015 non sarà solo una rassegna espositiva, bensì un processo partecipativo che coinvolgerà attivamente e mobilerà un'articolata filiera di soggetti interessati e di stakeholders: agricoltori, imprese alimentari, ristoratori e albergatori, imprese della logistica e della distribuzione, ma anche centri di ricerca, università amministrazioni pubbliche, associazioni di categoria di rappresentanza della pluralità di attività economiche coinvolte.

L'evento richiederà dal 1° maggio al 31 ottobre 2015 (184 giorni) circa 20 milioni di visitatori, di cui 6-8 milioni dall'estero (stime Camera di Commercio di Milano, dic.

2013), con una capacità massima giornaliera di 250mila visitatori e con il contributo attivo di 10.000 volontari. La maggioranza dei visitatori italiani è attesa nei mesi di giugno e settembre, i visitatori non europei nei mesi di luglio e agosto.

Stime Eurisko hanno calcolato il grado di notorietà di Expo a livello nazionale ed internazionale: la percentuale di intervistati che sa che Expo 2015 sarà a Milano è del 45% in Italia, 4% in Europa e 23% dei Paesi non Europei. Tra i Paesi più interessati all'evento emergono Spagna, Francia, Germania, Cina, Russia, USA, Regno Unito e India. Dagli studi effettuati è emerso inoltre che i visitatori di Expo saranno prevalentemente turisti e dunque avranno intenzione di visitare sia Milano che altre città italiane.

Secondo le ricerche di Gfk Eurisko e le stime effettuate dagli addetti ai lavori aumenteranno i visitatori dall'estero che soggiorneranno in città oltre a quelli provenienti dall'Italia.

Dall'analisi di impatto economico condotta da SDA Bocconi (dic. 2013) per la Camera di Commercio di Milano, se ad oggi il settore privilegiato è l'industria edile, durante l'evento saranno turismo e ristorazione, insieme a commercio e servizi alla persona a raccogliere i risultati maggiori e negli anni successivi l'Expo darà impulso soprattutto ad industria e servizi alle imprese. Tra i benefici da considerare la visibilità internazionale data alla città e alla produzione italiana.

I servizi attesi riguardano per lo più il consumo e la degustazione di prodotti tipici, i collegamenti da e per Milano e le esposizioni in ambito tecnologico. Dai sondaggi e dalle ricerche recenti emerge anche un particolare interesse per servizi e percorsi per bambini, concerti di musica, esposizioni d'arte e cultura all'interno dell'area Expo.

Appare dunque importante e necessario che la pluralità di soggetti interessati a questo grande evento condivida e sottoscriva il presente Patto per Expo 2015 al fine di confermare il proprio ruolo propositivo e progettuale dal punto di vista sia di considerazioni etiche e deontologiche sia di azioni concrete sul territorio.

## 2. Principi e contenuti del Patto: impegni dei soggetti aderenti

Il riconoscimento di valori comuni e di alcune linee guida saranno le premesse fondamentali dell'adesione, su base volontaria, al presente Patto in un'ottica di promozione della cultura auto disciplinare e dell'etica di mercato: sottoscrivere il Patto significa in primo luogo monitorare e garantire la qualità dei servizi erogati e verso questa finalità dovrà tendere la collaborazione tra Comune di Monza, Associazioni di Categoria, Distretti Urbani del Commercio, le Associazioni di consumatori e la pluralità di operatori economici e culturali coinvolti nell'evento.

Si espliciteranno di seguito lo stile e le modalità operative del Patto, definendo linee guida per tutti i soggetti coinvolti che si impegnano volontariamente, attraverso la condivisione di un approccio etico e deontologico, a creare ed alimentare una "rete informale" che renda la città di Monza accogliente e aperta, in grado di orientare imprese, visitatori e turisti durante e dopo Expo 2015.

L'adesione al Patto comporta l'impegno nel potenziare l'attrattività urbana e l'accoglienza turistica e commerciale garantendo innanzitutto trasparenza, flessibilità e accessibilità, promuovendo il "made in Italy", fornendo servizi di qualità crescente al visitatore.

Fondamentale nella filosofia del Patto è la gestione dei canali di comunicazione che dovranno essere incentrati sull'evento Expo.

Si prevede, ad esempio, la dotazione di vetrofanie ai soggetti partecipanti, la predisposizione di piattaforme informatiche quali siti internet e applicazioni specifiche per la localizzazione e l'orientamento del visitatore nel territorio monzese.

A questi obiettivi si aggiunge l'intento di presentare una Monza che coniuga l'etica del lavoro e dell'impresa con la correttezza verso visitatori, turisti e in generale clienti e si impegna a mantenere un corretto comportamento nella gestione dei prezzi finali al consumatore, garantendo un rapporto equilibrato tra offerta del servizio/prodotto e prezzo applicato.

Le azioni e gli interventi previsti per la realizzazione del Patto per Expo 2015 fanno riferimento all'arco di tempo compreso tra aprile 2015 e il 31 dicembre 2015.

Il patto intende abbracciare un arco di tempo più dilatato rispetto alla durata dell'evento: i principi esposti saranno validi sia nei mesi precedenti all'Expo sia in quelli successivi al fine di mantenere la continuità della rete di iniziative, garantendo così anche una crescita qualitativa dei servizi.

La storia e la letteratura recente insegnano come eventi di carattere internazionale di questa portata attrattiva abbiano contribuito significativamente al ridisegno fisico delle città ospitanti e al rilancio della loro immagine a livello sovra locale. In questo senso, il confronto con le esperienze legate ad altri grandi eventi è stata utile nella definizione della filosofia del Patto.

Riteniamo che questo insieme di proposte e obiettivi possa essere un fattore determinante perché Monza sia accogliente nel 2015 e negli anni successivi.

### 3. I contenuti del Patto: impegni dei soggetti aderenti

Expo 2015 assume un ruolo fondamentale come strumento di marketing urbano per la valorizzazione dell'immagine ed il riposizionamento a livello nazionale e internazionale della Città di Monza. Riconoscendosi in valori etici comuni e ai fini degli obiettivi esposti nel Patto, i soggetti aderenti si impegnano a garantire la qualità dei servizi erogati attraverso iniziative volte al consolidamento, all'estensione e alla promozione dell'offerta urbana. Il modello di "rete non formale" che si andrà a creare, basandosi su valori comuni, potrà essere considerato come potenziale codice etico da utilizzare anche nelle azioni da attivare nel dopo Expo.

In particolare, tutti i soggetti e le categorie sottoscrittrici del presente Patto condivideranno con l'amministrazione comunale una serie di impegni standard e specifiche iniziative peculiari delle singole attività economiche. I soggetti aderiscono alla campagna di comunicazione comune anche attraverso l'uso di vetrofanie concordate con il Comune di Monza.

Per quanto riguarda gli impegni standard ci si riferisce a:

- Promozione della cultura autodisciplinare e dell'etica di mercato monitorando garantendo la qualità dei servizi;
- Informazione e distribuzione di materiale divulgativo sull'evento e sulla città (Expo in Città);

- Calendari e fasce orari e di apertura coerenti con un servizio ottimale per il flusso di utenza di Expo;
- Forme di scontistica da praticare ai visitatori di Expo;
- Trasparenza nell'esposizione dei prezzi;
- Disponibilità a veicolare informazioni sulle attività di Expo, attraverso l'uso della vetrina e/o del sito internet;
- Particolare attenzione alla pulizia e al decoro, specie nelle aree esterne;
- Formazione del personale su lingue, usi, costumi e stili di vita delle diverse popolazioni attese;
- Esposizione in vetrina del logo "Patto per Expo"

### 3.1 Attività di somministrazione di alimenti e bevande

Geografia dell'offerta: Monza è caratterizzata dalla presenza di 600 esercizi di somministrazione (Archivio, Comune di Monza) distribuiti in forma capillare sul territorio comunale con forme di concentrazione spaziale dell'offerta lungo i principali assi commerciali urbani e in numerosi spazi pubblici di interesse sovra locale.

Impegni condivisi:

- Garantire un menù bambini e un menù turistico Expo;
- Favorire una particolare accessibilità ai servizi igienici (anche ai non consumatori);
- Accompagnare automaticamente il servizio al tavolo ad un bicchiere/caraffa d'acqua "del Sindaco";
- Predisporre menù, carte e listini in più lingue;

- “Moral suasion” sui prezzi di alcuni prodotti di larghissimo consumo (es ½ bottiglietta d'acqua e tazzina del caffè al banco);
- Specifica attenzione nella vendita e somministrazione di bevande alcoliche (es. particolare attenzione ai divieti per minori e a persone in stato di ebbrezza);
- Formazione linguistica di base di lingua inglese;
- Promozione prodotti locali dell'eccellenza lombarda;

## 3.2 Attività di vendita al dettaglio (Esercizi di vicinato e medie strutture di vendita)

Geografia dell'offerta: la presenza sul territorio comunale di 2744 esercizi di vicinato (C.C.I.A.A di Monza e Brianza) e 77 medie strutture di vendita (Archivio, Comune di Monza), posiziona Monza tra le città italiane caratterizzate da una significativa dotazione di servizi commerciali urbani in rapporto alla popolazione residente.

Impegni condivisi:

- Mantenere la qualità del servizio o prodotto fornito, oltre ad un corretto comportamento nella gestione dei listini prezzi nel rispetto del turista/visitatore;
- Garantire l'esposizione dei prezzi palese e chiara anche e soprattutto della merce disposta in vetrina. In periodo di saldi e promozioni, ogni prodotto deve evidenziare il prezzo di partenza, il nuovo prezzo richiesto e anche la percentuale di sconto;
- Evidenziare i metodi di pagamento accettati (favorendo l'uso di moneta elettronica), rendere evidenti e trasparenti le scelte del consumatore che comportano costi aggiuntivi (es. il servizio sartoria) nonché la politica sui cambi “di cortesia”;
- Promuovere suggerimenti pratici per i “cambi merce” per “vizio” del prodotto:

entro un certo periodo di tempo a seconda della categoria merceologica, in caso di vizio grave, va sostituita interamente la merce o rimborsata, in caso di vizio lieve (quando cioè il bene risulta comunque idoneo all'uso e non risulta ridotto in modo significativo il suo valore) va applicata una riduzione di prezzo. Attivazione di sportelli per consulenze agli imprenditori;

- Predisporre listini preparati ad hoc per l'evento, tradotti in una pluralità di lingue straniere;
- Definire percorsi degustativi in città con particolari offerte eno-gastronomiche e di promozione del circuito del food;
- Fornire una disponibilità all'apertura degli esercizi commerciali nel periodo estivo (agosto) e in occasioni di eventi e iniziative attrattive sul territorio.

**Altri impegni (in particolare per medie strutture di vendita in condivisione con grande distribuzione):**

- Il "sacchetto del turista Expo" che ogni singolo esercente potrà definire nelle quantità e merceologie secondo le proprie preferenze e logiche commerciali;
- Messaggi audio di produzione Expo (sicuramente nella diffusione e, ove possibile, nella produzione);
- Posizionamento CORNER informativo (ove possibile e nella discrezionalità dell'esercente);
- Esposizione, in vari punti dell'esercizio, a discrezione dell'esercente, del logo "Patto per Expo" che sarà fornito dal Comune;
- Promozioni di prodotti FOOD dell'eccellenza lombarda;

### **3.3 Attività di artigianato alimentare e di servizio**

Geografia dell'offerta: la consistenza dell'offerta dell'artigianato alimentare e di servizio è caratterizzata dalla presenza di artigiani alimentari e da artigiani di servizio distribuita in forma diffusa nel territorio comunale.

Impegni condivisi:

- Rispetto del criterio di equilibrio tra servizio e prezzo applicato e adesione ad eventuali iniziative promozionali;
- Impegno a garantire una maggiore accessibilità e flessibilità, estendendo gli orari di apertura per un maggiore accesso alle strutture da parte dei turisti;
- Promozione di percorsi di artigianato tradizionale e del made in Italy con particolare attenzione alle botteghe storiche;
- Promozione prodotti locali dell'eccellenza lombarda.

**Per i soli artigiani alimentari di produzione e vendita immediata:**

- Garantire un menù bambini e un menù turistico Expo;
- “Moral suasion” sui prezzi di alcuni prodotti di larghissimo consumo (es. ½ bottiglietta d’acqua);
- Specifica attenzione nella vendita di bevande alcoliche (es. particolare attenzione ai divieti per minori e a persone in stato di ebbrezza);
- Ove presenti, accessibilità ai servizi igienici;

**Per i soli artigiani servizi o alla persona:**

- Consulenza gratuita di immagine (trucco, acconciatura...);
- Sconto del 5% sui prodotti di vendita;
- Predisposizione di stampati nelle varie lingue;
- Servizi “su misura” anche in funzione delle diverse etnie;



### 3.4 Grandi strutture di vendita

Geografia dell'offerta: la presenza di 5 grandi strutture di vendita (Archivio, Comune di Monza), caratterizza l'offerta della grande distribuzione commerciale monzese concentrata prevalentemente negli ambiti di trasformazione urbana e in alcuni nodi infrastrutturali.

#### Impegni condivisi:

- Distribuzione materiale informativo (volantini, brochure, iniziative, ecc. aventi a tema Expo);
- Il “sacchetto del turista Expo” che ogni singolo esercente potrà definire nelle quantità e merceologie secondo le proprie preferenze e logiche commerciali;
- Messaggi audio di promozione/informazione Expo (Sicuramente nella diffusione e, ove possibile, nella produzione);
- Posizionamento CORNER informativo (ove possibile e nella discrezionalità dell'esercente);
- Esposizione, in vari punti dell'esercizio, (a discrezione dell'esercente), del logo “Patto per Expo” che sarà fornito dal Comune;
- Promozioni di prodotti FOOD dell'eccellenza lombarda;
- Favorire la connettività wireless;

### 3.5 Mercati settimanali scoperti

Geografia dell'offerta: 7 mercati settimanali scoperti e 21 punti vendita distribuiti in forma diffusa sul territorio comunale per un totale di 645 posti (archivio Comune di Monza).

#### Impegni condivisi:

- Avvio di vestizione di alcuni mercati settimanali scoperti, attraverso la definizione di un'immagine unitaria eco ordinata (es. tende e stessa copertura) con logo “Patto per Expo”;
- Impegno di installare, almeno nei principali mercati del sabato, un corner con logo “Patto per Expo” di distribuzione di materiale divulgativo sul grande evento;

- Prevedere particolare attenzione alla pulizia e al decoro, in specie alla pulizia anche durante il mercato e al ricovero dei rifiuti durante il tempo del mercato, ove presenti in contenitori temporanei (compattatori)

## 3.6 Consumatori

Geografia dell'offerta: le associazioni presenti sul territorio Monzese promuovono e difendono gli interessi ed i diritti fondamentali dei consumatori con azioni focalizzate su un servizio gratuito di assistenza e consulenza su problemi di carattere giuridico, tecnico, economico/fiscale e sulla rappresentanza nell'interesse del consumatore in commissioni ed organismi provinciali e regionali.

**Impegni condivisi:**

- MOVIMENTO DIFESA CITTADINO: creazione casella e-mail dedicata all'evento;

## 3.7 Servizio taxi

La cooperativa si impegna a promuovere il potenziamento del servizio anche mediante allungamento dell'orario nei momenti di maggiore richiesta legati alle diverse manifestazioni o eventi organizzati sul territorio comunale.

## 3.8 Distretto Urbano del Commercio. DUC

Geografia dell'offerta: il distretto urbano promosso dal Comune di Monza rappresenta l'elemento strategico per valorizzare e sostenere la competitività del commercio urbano e degli esercizi di somministrazione mediante la qualificazione, lo sviluppo e il consolidamento delle polarità commerciali espresse dal territorio monzese.

**Impegni condivisi:**

Expo 2015 è una grande occasione per mostrarsi su scala internazionale, appoggiandosi anche alla politica del distretto commerciale, vero e proprio incubatore di eccellenze territoriali e urbane a livello locale.

Il distretto urbano del commercio si impegna ad acquisire la disponibilità dei singoli

operatori economici ad aderire al Patto, anche attraverso lo sviluppo delle aggregazioni di imprese commerciali come i contratti di rete, le iniziative di valorizzazione sinergica dei vari segmenti commerciali (in sede fissa, ambulante, mercati, ecc.) e favorendo la partecipazione delle varie forme di identità territoriale (Associazioni di Via, Associazioni Culturali, Comitati di Quartiere, ecc.). Le parole chiave che legano il distretto a Expo 2015 sono l'attrattività degli ambiti, la capacità di sviluppare sinergie pubblico - privato, il sostegno alla competitività delle imprese attraverso iniziative integrate e la possibilità di offrire un'immagine forte a livello internazionale.

Il distretto del commercio propone azioni coordinate, promozionali e di servizio all'assetto imprenditoriale, per garantire certezza e capacità nell'assistere e attrarre flussi turistici e investitori esteri, mirando anche a favorire iniziative di raccolta di capitali e collaborazioni nei territori distrettuali. Il distretto urbano del commercio è connotato da una specifica identità e la partecipazione al Patto permette di porre in rilievo il carattere identitario del singolo DUC. Si intendono perseguire due indirizzi principali: migliorare la qualità dei servizi da parte del DUC che per sua stessa natura è già attrattore turistico e proporre eventi da parte del Distretto che viceversa manifesta tale esigenza.

Con riferimento al DUC, anche attraverso la cabina di regia, si definiscono i seguenti impegni:

1. Potenziare il rapporto con le strutture ricettive presenti all'interno del distretto e valorizzare gli assi commerciali;
2. Integrare l'offerta di somministrazione con l'offerta culturale, collegando i pubblici esercizi a punti di interesse storico; curare in particolare l'impatto esterno con servizi di accoglienza, coinvolgere anche i commercianti;
3. Migliorare l'accoglienza turistica anche grazie alla formazione di personale specializzato nell'accoglienza e l'ampliamento dell'orario serale di apertura;
4. Integrare le tipiche attività di somministrazione con l'offerta culturale;
5. Potenziare i circuiti dell'artigianato locale oltre che della convivialità e dello slow food;
6. Ampliare qualitativamente la relazione e l'integrazione tra cultura, arte e design;

7. Valorizzare la caratterizzazione culturale e socio-economica della città con particolare riferimento ai visitatori provenienti dal contesto della Cina;
8. Sempre nel DUC vanno perseguite forme di integrazione tra le importanti attività di somministrazione con iniziative culturali e aggregative diffuse nel distretto anche attraverso la collaborazione Italia-Cina e il potenziamento nel confronto fra le culture europea e cinese;
9. Promuovere lo sviluppo e il consolidamento della food court urbana, nonché il design e l'innovazione;
10. Proporre eventi per costruire sinergie con ambiti di offerta contigui rendendo più attrattivo il contesto urbano locale.

## 3.9 Strutture Ricettive

Geografia dell'offerta: 48 attività ricettive alberghiere (alberghi, residence ed ostelli) e attività extralberghiere (B&B, Case Vacanza e Affittacamere) (Camera di Commercio di Monza e Brianza).

Confcommercio si impegna a promuovere presso gli operatori l'intesa "Explora" al fine di raccogliere eventuali adesioni.

## 4 I contenuti del Patto: impegni del Comune di Monza

Il Comune si propone di favorire il mantenimento di un pluralismo dell'offerta commerciale e di potenziare la visibilità e la qualità dei servizi erogati da parte dei soggetti aderenti al Patto. L'obiettivo pubblico è quello di facilitare pratiche di consumo e di acquisto orientate da linee comportamentali di carattere qualitativo finalizzate all'erogazione di servizi a valore aggiunto ai numerosi visitatori del grande evento.

**Inoltre il Comune di Monza si impegna a:**

- Predisporre e trasmettere il programma dei vari avvenimenti ricorrenti nell'arco dei sei mesi di Expo a coloro i quali hanno sottoscritto il Patto.
- Attivare una campagna di comunicazione efficace, offrendo ai soggetti aderenti un'ampia visibilità attraverso la pubblicizzazione delle singole adesioni con

diversi strumenti di comunicazione.

- Consentire pubblicità gratuita come l'uso di vetrofanie, totem, la promozione del logo "Patto per Expo", l'utilizzo di piattaforme in formati che come siti internet e applicazioni specifiche per la localizzazione e l'orientamento del visitatore;
- Sostenere iniziative socio - culturali diffuse;
- Promuovere mercati qualificati, in specie in campo agricolo e artigianale;
- Dotare il centro cittadino di sistemi per l'utilizzo wireless;
- Prevedere il monitoraggio e un tavolo permanente sull'applicazione del Patto;
- Promuovere, d'intesa con le Associazioni degli operatori dei mercati scoperti, un programma di vestizione dei mercati;
- Confermare la previsione di semplificazione delle pratiche per l'organizzazione di eventi da parte degli operatori economici e culturali attraverso il SUAP, al fine di orientare e gestire tutte le esigenze di organizzatori di eventi nella città;

Tra i compiti del soggetto pubblico ci sarà il coordinamento e il monitoraggio del processo di attuazione del Patto e l'impegno verso azioni specifiche di contrasto alla microcriminalità, alla contraffazione e all'abusivismo.

Aprile 2015



SCANAGATTI ROBERTO  
Sindaco



VILLANI CARMINE  
Presidente Provinciale



MACONE STEFANO  
Direttore Ipermercato



STRAZZER STEFANO  
Property Manager



FERRARIO PAOLO  
Segretario Generale



PANIGO CARLO ALBERTO  
Presidente



**PAININI ANDREA**  
Presidente



**ROBERTO VALENTI**  
Presidente



**LANZANOVA FABRIZIO**  
Presidente



**UNIONE ARTIGIANI**  
*della Provincia di Monza e Brianza*

**MARIANI WALTER**  
Presidente