INTRODUZIONE

Senza dubbio, l'Italia è stata una tra le protagoniste della scena mondiale durante il 2015.

Dal primo Maggio al 31 Ottobre dello stesso anno ha, infatti, ospitato nella città di Milano l'ormai famosissima esposizione universale EXPO: il più grande evento mai realizzato sull'alimentazione e la nutrizione.

Per sei mesi la metropoli si è trasformata in una vetrina mondiale in cui circa 140 Paesi hanno mostrato il meglio delle proprie tecnologie per cercare di dare una risposta a un'esigenza concreta e vitale, ovvero riuscire a garantire cibo sano, sicuro e sufficiente per tutti i popoli, nel rispetto del Pianeta e dei suoi equilibri.

Expo Milano 2015 è stata la piattaforma di un confronto di idee e soluzioni sul tema dell'alimentazione che ha voluto stimolare la creatività dei Paesi e promuovere le innovazioni per un futuro sostenibile.

Ma non solo.

Ha infatti offerto a tutti i visitatori la possibilità di conoscere e assaggiare i migliori piatti del mondo e scoprire le eccellenze della tradizione agroalimentare e gastronomica di ogni luogo.
La città e il Sito Espositivo sono stati quotidianamente animati da eventi artistici e musicali, convegni, spettacoli, laboratori creativi e mostre.
Per tutta la sua durata l'evento è stato tema di discussione di tutti i media e in particolar modo dei giornali italiani.
Vedremo di seguito in che modo e di che cosa hanno trattato.

Capitolo I

L'EXPO: storia, tema, struttura e numeri

1.0 L'esposizione universale

Expo 2015, la più recente esposizione universale, si è svolta proprio nella nostra penisola.

Non sarà però anche l'ultima in quanto queste mostre vengono ospitate ogni 5 anni da un paese nel mondo.

Il loro scopo è promuovere il progresso internazionale e tecnologico a livello globale, esponendo le ultime innovazioni tecniche e scientifiche che in qualche modo possono migliorare le condizioni di vita. L'organismo internazionale che regola la frequenza e l'organizzazione delle esposizioni è il B.I.E[1], *Bureau International des Expositions*, nato a Parigi il 22 novembre del 1928 da una convenzione sottoscritta da numerose nazioni nel mondo. Oggi il B.I.E. conta i ben 169 stati e organismi membri. Nella Convenzione sono espressi i criteri e le regole di organizzazione che ogni esposizione universale deve assumere, i rapporti di partecipazione tra gli stati membri e gli obiettivi che si vogliono raggiungere.

Dal 1933 ad oggi si sono susseguite diverse Esposizioni Universali e Specializzate riconosciute ufficialmente dal B.I.E ma alcune di esse, anche antecedenti a questa data, sono passate alla storia come quella di Parigi del 1798 con *Exposition publique des produits de l'industrie Française*.

Ma la prima Esposizione Universale, così come più o meno la intendiamo oggi, risale alla Londra del 1851, capitale dell'Inghilterra e centro industriale del mondo con tema *the Great Exhibition of the Works of Industry of all Nations*.

Dopo Londra, un gran numero di Esposizioni Universali interessano le più grandi capitali del mondo: è la volta di Parigi, di Vienna, di Melbourne e nuovamente di Parigi, con la straordinarie Esposizione Universale del 1889, dal 5 maggio al 31 ottobre 1889, intitolata *Celebration of the Centennial of the french revolution*. Quest'ultima, che aveva come tema il centenario della Rivoluzione Francese, ci ha lasciato la Tour Eiffel costruita appositamente per l'occasione. Il grande tornado delle esposizioni investe per la prima volta Milano, che esordisce nello scenario economico mondiale con l'Esposizione internazionale del Sempione del 1906.

[1]Organizzazione intergovernativa che gestisce le esposizioni universali e internazionali, creata nel 1928 tramite la Convenzione di Parigi e che diventa effettiva a partire dal 1931. Al momento i membri del BIE sono 169 Stati, ognuno rappresentato da uno o più delegati (al massimo tre). Qualsiasi Paese può diventare membro dell'organizzazione a patto di sottoscrivere la Convenzione del 1928 e i successivi protocolli.http://www.bie-paris.org/site/en/expos/past-expos/expo-milano-2015?id=193

Queste manifestazioni però rischiano di diventare lo strumento per i paesi che le ospitano di lanciare la propria economia e la propria immagine. Oramai troppi interessi sono entrati in gioco e la portata mondiale del fenomeno scaturisce la necessità di avere un regolamento a cui attenersi. Così, da questi presupposti, viene redatta la Convenzione di Parigi che segna la nascita del B.I.E. Nel 1928 31 paesi nel mondo firmano un accordo che regolamenta, sotto tutti i punti di vista, l'organizzazione di questi eventi. La nuova era delle Esposizioni Universali comincia con il nuovo secolo e soprattutto con la grande Esposizione di New York del 1939. La guerra però interrompe queste manifestazioni che riprenderanno solamente nel 1947.

Dal 1958 in poi, con l'Esposizione di Bruxelles, “Bilancio di un mondo, per un mondo più umano", si apre una nuova frontiera. Da allora in poi infatti le Expo diventano strumento di promozione politica, economica e sociale che prevede la collaborazione dei più potenti paesi del mondo per una crescita globale, che si confermerà definitivamente con l'ingresso nelle convenzione delle realtà asiatiche dall'Expo di Osaka nel 1970 e a quella di Shanghai nel 2010.

1.1 Tema

“Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita” è stato il Tema dedicato, il filo di Arianna che ha attraversato l’intera organizzazione.

L’evento ha fornito l’occasione per riflettere e confrontarsi sui diversi tentativi di trovare soluzioni alle contraddizioni del nostro mondo.

Tra queste la grossa fetta di popolazione che ancora soffre la fame nonostante l’avanzamento continuo della tecnologia. Secondo le analisi condotte dalla FAO[2] durante il 2015 795 milioni di persone non consuma cibo a sufficienza per una vita sana e attiva.

Pare però che un piccolo miglioramento rispetto al passato sia avvenuto.

Il mondo ha infatti la possibilità di sconfiggere la povertà estrema, le malattie, l'inquinamento ambientale ed innalzare la qualità della vita di ogni essere umano che abita il pianeta.

Possiede la ricchezza, la conoscenza e i mezzi per coronare il sogno di un'umanità liberata dalla miseria e dalla mancanza dei bisogni di base.

Questa è la filosofia che ha spinto i Capi di Stato e di governo di tutti gli Stati membri dell'ONU, riunitisi a New York dal 6 all'8 Settembre 2000 nel"Vertice del Millennio", la più ampia riunione di leader della storia, a porre la propria firma in calce alla "Dichiarazione del Millennio”(*United Nations Millennium Declaration*).

[2](Food and Agriculture Organization) è l'agenzia delle Nazioni Unite che si occupa della lotta alla fame e alla povertà, della sicurezza alimentare, dello sviluppo dell'agricoltura

In quest'occasione i leader mondiali hanno affermato la loro responsabilità non soltanto nei confronti dei rispettivi popoli, ma verso l'intera specie umana, definendo una serie di ambiziosi propositi da conseguire entro il 2015 (articoli 19 e 20 della Dichiarazione):

- Porre fine alla povertà e alla fame nel mondo;
- Promuovere la parità dei sessi;
- Incentivare l'istruzione primaria;
- Ridurre la mortalità infantile;
- Tutelare la salute delle gestanti;
- Combattere AIDS, malaria e le altre malattie che affliggono i paesi sottosviluppati;
- Promuovere lo sviluppo sostenibile;
- Creare una partnership globale per raggiungere gli scopi prefissati.

Per quanto riguarda il primo punto, è stato raggiunto un buon risultato: la maggioranza dei paesi - 72 su 129 – sono riusciti a dimezzare il tasso di denutrizione rispetto al 1990, come da immagine sotto riportata.

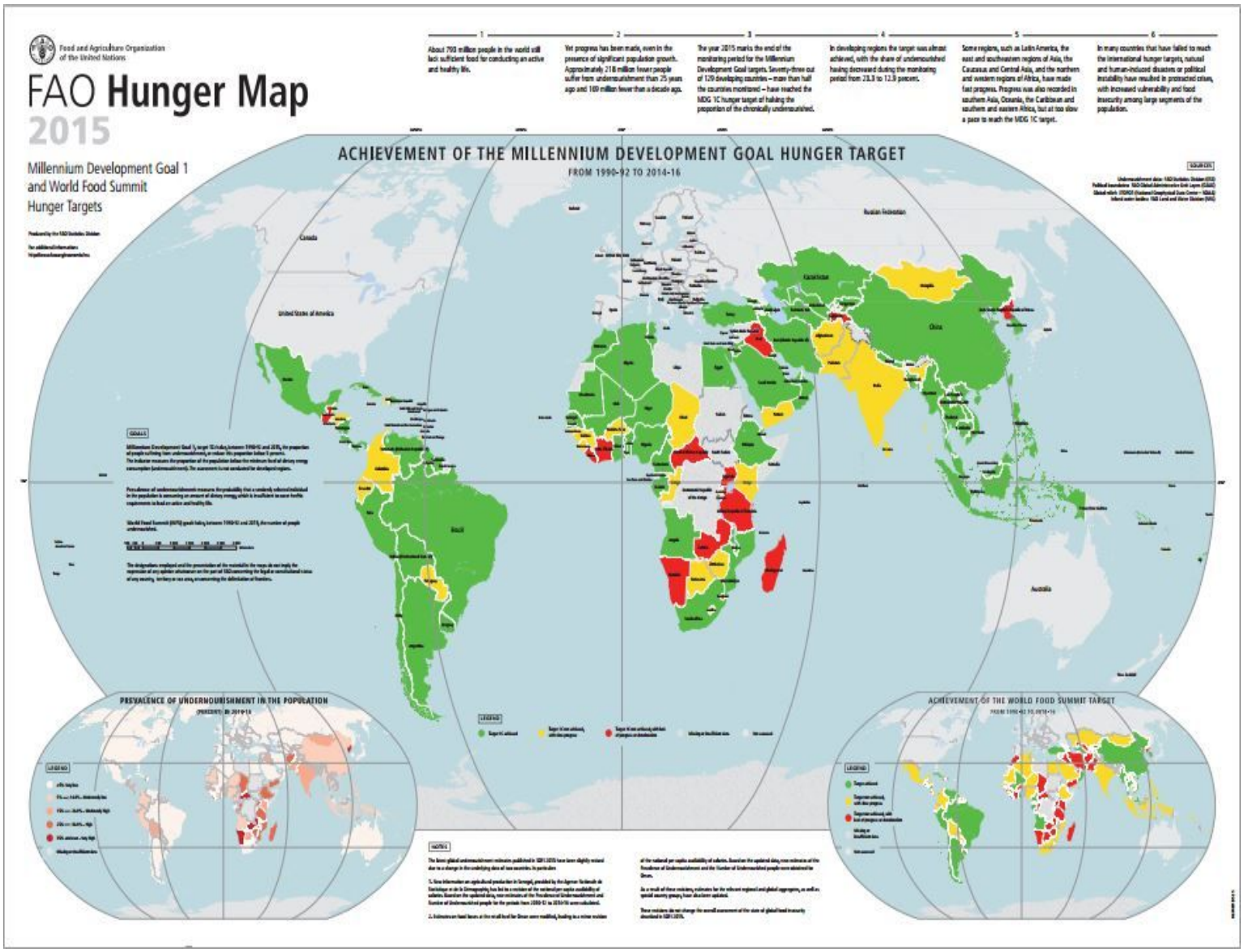

Figura 1: FAO Hunger Map 2014

Di seguito la legenda:

- paesi nei quali il livello di denutrizione è sceso notevolmente
- paesi nei quali il livello di denutrizione è in fase di calo ma a rilento
- paesi nei quali manca il progresso o nei quali il livello di deterioramento è ancora alto
- mancanza di dati o dati insufficienti

Ciò prova che, impegnandosi, non solo è possibile eliminare questa piaga ma, probabilmente, anche ridurre il numero di persone che si nutrono in maniera scorretta/esagerata e contenere lo spreco di cibo.

Per questo motivo sono assolutamente necessarie scelte politiche consapevoli, stili di vita sostenibili e l'utilizzo di strumenti all'avanguardia in modo da trovare un equilibrio tra disponibilità e consumo delle risorse.

Sono queste le basi da cui muove Expo 2015 e, prima fra tutte, l'educazione come concetto cardine che l'esposizione vuole veicolare. Il tema "Nutrireil pianeta, energia per la vita" non solo racchiude la volontà di porre l'attenzione sul tema della giusta ed equilibrata alimentazione umana, ma soprattutto sottolinea la necessità di cooperare per uno sviluppo globale comune.

Questa finalità educativa invita gli uomini a una riflessione su tematiche estremamente attuali come la cultura alimentare, la sostenibilità, i diversi stili di vita, la biodiversità, la custodia dell'ambiente e la cooperazione su scala globale.

Il Governo Italiano ha per questo voluto stilare un documento che richiamasse ogni cittadino, associazione, impresa o istituzione nazionale e internazionale ad assumersi le proprie responsabilità per garantire alle generazioni future di poter godere del diritto al cibo: *La Carta di Milano*[3].

La firma e la consegna della *Carta di Milano* al Segretario Generale dell'ONU BanKi-Moon, in occasione della Giornata Mondiale FAO dell'Alimentazione del 16 ottobre 2015, hanno rappresentato il compimento di un percorso iniziato mesi prima per giungere alla sintesi dell'ambizione di Milano, dell'Italia e dell'Expo ovvero, lasciare in eredità al mondo un messaggio potente sul diritto al cibo.

Il primo appuntamento legato alla Carta di Milano è avvenuto il 7 febbraio 2015 in occasione dell'evento "Expo delle idee" all'Hangar Bicocca[4], con il contributo di moltissimi esperti, ricercatori, docenti e personalità di spicco del mondo dello sport, della cooperazione e della comunicazione.

La Carta è stata poi ufficialmente presentata il 28 Aprile all'Università Statale di Milano, ultimo passo prima della elaborazione in un documento finale unitario.

Il percorso della *Carta di Milano* è stato sintetizzato il 10 ottobre 2015 all'interno del Sito Espositivo nell'ambito dell'evento "Expo dopo Expo: le eredità dell'Esposizione Universale" e successivamente reso disponibile on line. A ogni lettore, ogni "navigatore" e, dopo il primo Maggio, a ogni visitatore del Sito Espositivo e a ogni ospite, dagli scienziati ai contadini, dai religiosi ai capi di Stato, è stato

[3]Documento realizzato nei mesi precedenti a Expo che elenca diritti e impegni che i cittadini e le imprese possono sottoscrivere per trovare un modo di risolvere il problema del cibo e della malnutrizione in alcune partidel mondo. http://carta.milano.it/ (Allegato 1)

[4]Struttura ex industriale dell'Ansaldo-Breda trasformata in spazio espositivo per l'arte contemporanea.

chiesto di apporre la propria sottoscrizione a sostegno del messaggio della Carta di Milano: il diritto al cibo è un diritto umano fondamentale.

E' riuscita a raccogliere più di un milione di firme con le quali si affermava <<la responsabilità della generazione presente nel mettere in atto azioni, condotte e scelte che garantiscano la tutela del diritto al cibo anche per le generazioni future; ci impegniamo a sollecitare decisioni politiche che consentano il raggiungimento dell'obiettivo fondamentale di garantire un equo accesso al cibo per tutti>>.

O almeno questi erano i propositi.

Tra i temi chiave della Carta figuravano l'accesso a cibo sano, sufficiente e nutriente, acqua pulita ed energia, importanza del ruolo delle donne nell'alimentazione e nell'educazione, rispetto del suolo e delle risorse naturali e sostenibilità dei processi produttivi.

Il documento doveva essere un contributo alle riflessioni sugli Obiettivi del Millennio delle Nazioni Unite, poco sopra presentati, e sostituiti quest'anno dai nuovi Obiettivi di Sviluppo Sostenibile[5].

È diventata, almeno fino ad ora, solo un eredità immateriale composta da un testo di sette pagine accompagnata dalle numerosissime firme e dal desiderio di Milano, dell'Italia e di Expo Milano 2015 di poter partecipare come protagonisti alla sfida per abbattere, per sempre, la fame nel mondo.

1.2 Struttura

L'area scelta per l'evento, settore nord-ovest di Milano, è stata posta per il 90% nel comune del capoluogo e per il restante 10% nella città di Rho.

Il conceptplan del sito espositivo di Expo 2015 è stato presentato l'8 Settembre 2009 e progettato da una consulta architettonica formata dai seguenti architetti: Stefano Boeri, Richard Burdett, Mark Rylander e Jacques Herzog.

L'idea principale era tracciare due nette linee di demarcazione all'interno dell'area, due viali, uno principale e uno secondario, che riprendessero l'antico modello romano del cardo e del decumano[6].

---

[5] Sono 17 obbiettivi creati e promossi dall'Organizzazione delle Nazioni Unite nell'Agosto 2015: 1. Sconfiggere la povertà. 2. Sconfiggere la fame. 3. Buona salute. 4. Istruzione di qualità. 5. Parità di genere. 6. Acqua pulita e servizi igienico-sanitari. 7.Energia rinnovabile e accessibile. 8. Buona occupazione e crescita economica. 9. Innovazione e infrastrutture. 10. Ridurre le diseguaglianze. 11. Città e comunità sostenibili. 12. Utilizzo responsabile delle risorse. 13.Lotta contro il cambiamento climatico. 14. Utilizzo sostenibile del mare. 15. Utilizzo sostenibile della terra. 16. Pace e giustizia. 17. Partnership per lo sviluppo sostenibile.

[6] Modello urbanistico romano dove il cardo maximus (strada che attraversava da nord a sud la città o l'accampamento) e il decumanus maximus (invece da est-ovest), si intersecavano al centro della città dove si trovava il Forum.

Al centro una grande tavola, disposta di fronte ai padiglioni nazionali per tutta la lunghezza del sito dove consumare i cibi effettivamente prodotti nei padiglioni stessi. Tutta l'area sarebbe stata coperta da grandi tende, a dare l'idea di un mercato globale.

Il master plan definitivo dell'area espositiva, che non ha del tutto sconvolto le idee principali del conceptplan, è stato consegnato al BIE da Stefano Boeri, coordinatore del progetto definitivo, durante la cerimonia di registrazione dell'Esposizione di Milano 2015 svolta a Parigi il 30 aprile 2010.

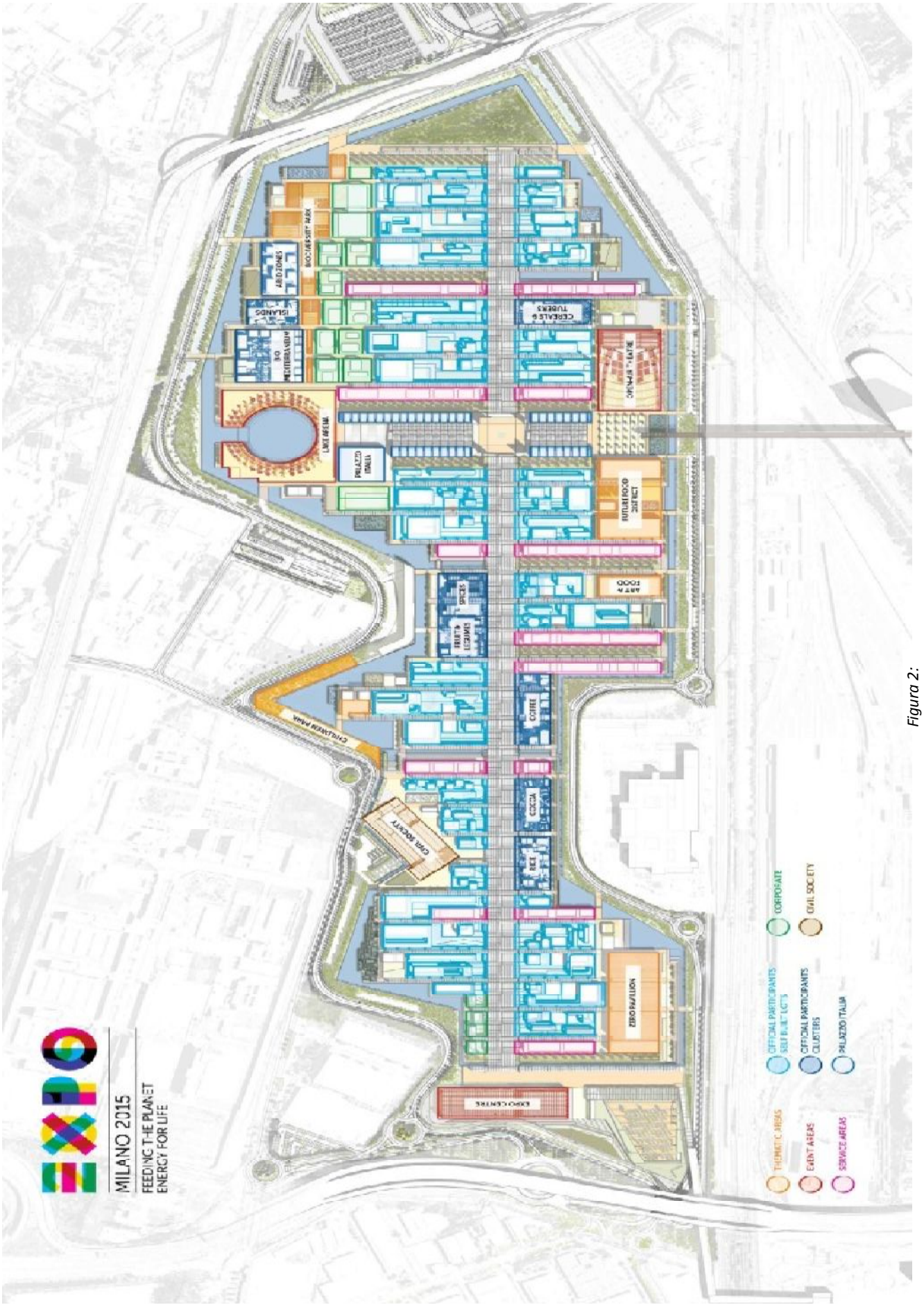

Figura 2: Piantina Expo 2015

Il sito ha dunque ripreso, come da piano iniziale, la struttura a forma di croce, eredità del castrum[7], con la conseguente formazione di quattro macro aree, Padiglione Zero escluso.

In queste si sono sviluppati i temi della nutrizione e della sostenibilità secondo differenti ambiti: Future Food District, Children Park, Biodiversity Park e Arts e Food.

Novità assoluta: la presenza di 9 cluster ovvero padiglioni collettivi non organizzati su base geografica, come invece accadeva in passato.

Ad Expo 2015 infatti, per la prima volta, i Paesi sono stati raggruppati secondo identità tematiche e filiere alimentari.

In tutto sono 9 e si trovano in punti diversi del sito espositivo:

•Riso–Abbondanza e sicurezza

PAESI PARTECIPANTI: Bangladesh, Cambogia, Sierra Leone, Myanmar, Repubblica Democratica Popolare Laos.

• Cacao e Cioccolato – Il cibo degli Dei

PAESI PARTECIPANTI: Camerun, Costa D'Avorio, Cuba, Gabon, Ghana, Sao Tomé Principe.

• Caffè –L'energia delle idee

PAESI PARTECIPANTI: Burundi, Costa Rica, El Salvador, Kenya, Ruanda, Uganda, Yemen, Etiopia, Guatemala

• Frutta e Legumi

PAESI PARTECIPANTI: Benin, Gambia, Guinea, Guinea Equatoriale, Kyrgyzstan, Repubblica Democratica del Congo, Uzbekistan, Zambia

• Il mondo delle spezie

PAESI PARTECIPANTI: Afghanistan, Brunei Darussalam, Repubblica Unita della Tanzania, Vanuatu

• Cereali e Tuberi–Vecchie e nuove colture

PAESI PARTECIPANTI: Bolivia, Congo, Haiti, Mozambico, Togo, Zimbabwe

• Bio-Mediterraneo – Salute, bellezza e armonia

PAESI PARTECIPANTI: Albania, Algeria, Egitto, Grecia, Libano, Libia, Malta, Montenegro, San Marino, Serbia, Tunisia

•Isole, mare e cibo

PAESI PARTECIPANTI: Barbados, Belize, Capo Verde, Comore, Comunità caraibica, Dominica, Grenada, Guinea Bissau, Guyana, Madagascar, Maldive, Saint Lucia, Saint Vincent e Grenadine, Suriname

[7] L'accampamento romano che si distingueva per la pianta ortogonale e le strade tra di loro perpendicolari chiamate Cardo e Decumano

• L’agricoltura e l’alimentazione delle zone aride

PAESI PARTECIPANTI: Eritrea, Gibuti, Mauritania, Mali, Palestina, Senegal, Somalia

Come inoltre stabilito dalle regole del BIE, i Partecipanti all’ Esposizione Universale si sono distinti in Ufficiali e Non Ufficiali: quelli Ufficiali sono stati tutti i Paesi (145) e le Organizzazioni Internazionali (l’ONU Organizzazione delle Nazioni Unite), l’UE (Unione Europea) e il CERN (Organizzazione Europea per la Ricerca Nucleare) che hanno accettato l’invito inviato dal Governo della Nazione ospitante l’Esposizione; mentre i Non Ufficiali la pluralità di soggetti, istituzionali e non, autorizzata ad assistere direttamente dall’Organizzatore di ogni singola Esposizione.

Data la rilevanza del tema il Governo Italiano ha deciso quindi di invitare ufficialmente tutti i Paesi membri delle Nazioni Unite e di aprire le porte anche alle Organizzazioni della Società Civile e alle aziende private in quanto interlocutori chiave nel dibattito mondiale sulle sfide legate all’alimentazione e al cibo.

1.3 Numeri

Un evento così importante non poteva che assumere dimensioni gigantesche.

Ha occupato una superficie di circa 1,1 milioni di metri quadri di cui ben 170.000m² dai padiglioni self-built (tra 500 e 5000m² per ciascuno).

Ogni costruzione si è potuta sviluppare fino a 17m di altezza.

Nonostante l'infinita capienza dell'area, muoversi è stato difficile.

Lo dimostra il numero dei visitatori che hanno fatto tappa in Expo e sopportato le infinite ore di coda per accedervi.

Secondo l'indagine svolta da *Coldiretti/Ixè*[8] 21,5 milioni di persone avrebbero visitato l'esposizione, delle quali circa 6,5 stranieri nonostante la media di 2 ore e 45 minuti trascorse in fila.

L'88% dei visitatori totali si è dichiarato soddisfatto.

Per quanto riguarda gli italiani il 74% circa ha dato riscontro positivo, mentre il 16% è rimasto indifferente e solo il 7% l'ha ritenuto un insuccesso.

L'esito si è potuto dire positivo tutto sommato, non solo per i curiosi ma anche per gli organizzatori.

Si stima infatti che per far visita all'Expo siano stati "sborsati", tra viaggio, alloggio, ingresso e spese varie dentro e fuori l'area, circa 2,3 miliardi di euro. Di questi, la quota destinata al cibo è stata intorno a 570 milioni.

Questa edizione è stata accompagnata anche da tante curiosità: ad esempio i numerosi record come la baguette più lunga del mondo (122 metri),la pizza che di metri ne ha contati addirittura 1595, il risotto da oltre duemila porzioni, la colazione più internazionale che si sia mai vista, con le specialità di 55 Paesi diversi e infine il panino più grande del mondo (150 Kg per tre metri di pane di Altamura con cento chili di affettati).

[8] Organizzazione degli imprenditori agricoli a livello nazionale ed europeo.

Capitolo II

L'Expo e il giornalismo

L'evento dell'anno, chiaramente, non è passato inosservato, anzi.

Fin dai preparativi, per tutta la sua durata, e anche al termine, è stato sulla bocca di tutti, in particolar modo su quella dei media.

L'*Eco della stampa*[9], per esempio ha condotto uno studio in merito al numero degli articoli comparsi sulle testate italiane a riguardo.

Dal 01/05/15 al 20/10/15 ne ha contati ben 528.754, come da immagine di seguito riportata.

Figura 3: Numero di articoli dedicati all'Expo dal 01/05/15 al 20/10/15 secondo L'Eco della Stampa

Oltre alla quantità però, sarebbe interessante anche considerare la sostanza di tali pubblicazioni.

A tal proposito c'è chi sostiene che un avvenimento di questa portata abbia avuto bisogno di una piccola "spinta".

[9] Leader italiano e tra i più importanti operatori europei nell'industria del MEDIA INTELLIGENCE, ovvero il processo di riunione dei dati e delle informazioni dai Media.

In particolare il 27 Marzo 2015 Gianni Barbacetto e Marco Maroni hanno pubblicato in *Il fatto Quotidiano* l'articolo "Così Expo si compra i giornali"[10] evidenziando delle cifre alquanto interessanti.
I due giornalisti hanno infatti reso noto il fiume di denaro investito da Expo affinché avesse "una buona stampa".
<<Tutte iniziative positive di promozione redazionale>> che <<non cancellano del tutto le cronache negative sui guai giudiziari e sui ritardi dell'esposizione>>.
Lo scopo? Rifare l'immagine a un piano che ha avuto anni difficili.
Secondo i cronisti in questione gli investimenti in comunicazione hanno superato i 50milioni di Euro.
Il grosso dei finanziamenti sarebbe stato erogato attraverso la procedura della <<manifestazione d'interesse>>, il cosiddetto "Request of proposal".
In poche parole gli editori presentano le loro proposte su come parlare bene dell'evento ed Expo le finanzia.
Una buona fetta di questa somma sarebbe arrivata direttamente anche ai giornali e agli editori; finora circa 2,3 milioni di Euro.
In base ai dati forniti dai due autori ben 425 mila euro al *Corriere delle Sera* per 12 uscite da due pagine.
A seguire *La Stampa* con 400 mila euro per due pagine in uno "Special Green" a cui sono da aggiungere cinque inserti di 16 pagine che sono stati distribuiti anche con Secolo XIX.
La Repubblica invece 399.500€ per 72 pagine di "Guide Editoriali".
Al *Sole 24 ore* 350 mila per dieci uscite, 30 pagine in totale.
Di seguito l'articolo integrale:

<<*Solo nella giornata di ieri, il Corriere della sera ha dedicato a Expo un allegato di 44 pagine ("Orizzonti Expo"), oltre alle pagine 30 e 31 del quotidiano ("Il futuro immaginato", sotto la testatina "Eventi Expo"). In più, il quotidiano di via Solferino promette "ogni martedì due pagine di inchiesta sui temi globali dell'Expo: dopo l'Acqua toccherà a Terra, Energia, Cibo. È solo una delle iniziative del Corriere della sera per guidare i lettori verso l'Esposizione che parte il primo maggio. E poi le pagine Eventi e prossimamente i supplementi speciali. Attivo già ora il canale internet Expo Corriere".*
Tutte iniziative "positive" di promozione redazionale che, come quelle simili sulle pagine di Repubblica e di tanti altri quotidiani, non cancellano del tutto le cronache "negative" sui guai giudiziari e sui ritardi dell'esposizione: si aggiungono e cercano di controbilanciarle, per rifare l'immagine a una

[10]Barbacetto, Gianni e Maroni, Marco. "Così Expo si compra i giornali". *Il fatto quotidiano* 27/03/2015

iniziativa che ha avuto anni difficili. Certo è che nelle ultime settimane le soglie critiche dei quotidiani sembrano essersi molto abbassate e di scandali, ritardi e camouflage non si parla più. Expo ha pagato un fiume di denaro per avere buona stampa. Gli investimenti in "comunicazione" superano, finora, i 50 milioni euro. Pagati non soltanto, com'è normale, per fare pubblicità diretta, acquistando pagine sui giornali e spazi televisivi. Expo ha dato 6 milioni di euro al gruppo Havas per "Ideazione, sviluppo e realizzazione del piano di comunicazione"; 1,54 milioni per attività di media relations internazionali, incassati dalla Hill&Knowlton e dalla Sec di Fiorenzo Tagliabue, ex portavoce di Formigoni. Tanti soldi Expo sono arrivati anche direttamente ai giornali e agli editori. Il grosso dei finanziamenti diretti alla stampa è stato erogato con la procedura della "manifestazione d'interesse", il cosiddetto Request for proposal. Funziona così: gli editori presentano loro proposte su come parlare bene dell'evento ed Expo le finanzia. La spesa per queste iniziative è finora di 2,3 milioni di euro. Al Corriere sono andati 425 mila euro, per 12 uscite da due pagine. Segue La Stampa, con 400 mila euro per due pagine in uno "speciale Green" più cinque inserti di 16 pagine distribuiti con La Stampa e Secolo XIX e un accordo che prevede inoltre l'utilizzo dei contenuti, tradotti, su testate estere. Repubblica incassa 399.500 euro per 72 pagine di "Guide editoriali". Al Sole 24 Ore sono stati versati 350 mila euro per dieci uscite, per un totale di 30 pagine. Al Giornale della famiglia Berlusconi 200 mila euro, una pagina ogni settimana per venti settimane, più quattro pagine da pubblicare il 1 maggio, giorno dell'inaugurazione. Inoltre si aggiungono non meglio precisate "attività web, social e tablet". Il gruppo Class ha incassato 102 mila euro per sei uscite sul quotidiano economico Mf e sei su Italia Oggi. Il quotidiano Libero ha ottenuto 100 mila euro tondi per tredici uscite in doppia pagina.

A questi finanziamenti in "redazionali" si sommano, oltre alle cifre investite direttamente in pagine pubblicitarie, anche altri contributi come i 160 mila euro alla Fondazione Corriere della sera, spiegati con questa (vaga) motivazione: "Contributo per massima visibilità Expo", a cui si sono aggiunti altri 250 mila euro per l'organizzazione di una serie di incontri dal titolo "Convivio. A tavola tra cibo e sapere". Sempre in casa Rcs, 154 mila euro sono arrivati alla Rcs Sport, in quanto main sponsor della "Milano City Marathon" edizione 2012. Il gruppo Sole 24 Ore ha ricevuto 64 mila euro per un "Progetto Gazzettino del 2015". Il Foglio fondato da Giuliano Ferrara è stato beneficiato di 85 mila euro per la realizzazione di un non ancora visto "volume sull'Esposizione universale". Expo spa è poi tra i principali sponsor de "La Repubblica delle idee", la manifestazione pubblica di incontri e dibattiti, con ospiti di rilievo introdotti dal direttore Ezio Mauro. Quanto sia costata questa sponsorizzazione non è dato sapere, ma una fonte interna al gruppo Espresso-Repubblica fa sapere che i principali sponsor dell'iniziativa pagano attorno ai 500 mila euro. La Fondazione Mondadori ha portato a casa 850 mila euro per la "Realizzazione del progetto Womenfor Expo". La Fondazione Feltrinelli ha

ricevuto ben 1,8 milioni di euro, per un progetto internazionale, triennale, curato da Salvatore Veca che prevede la messa a punto dei contenuti scientifici dell'esposizione. Il contratto, benché preveda una cifra molto alta che tocca quasi i 2 milioni di euro, è stato classificato come "sponsorizzazioni e assimilabili", in modo da poterlo firmare senza gara. Alla CondéNast sono stati concessi, oltre alle inserzioni pubblicitarie, due finanziamenti per la realizzazione degli eventi "Wired NextFest" (13 mila euro) e "Fashion Night Out"(39 mila euro). Non stupisce così che il mensile Wired dedichi a Expo servizi celebrativi, compresa una guida dal titolo Expottimisti. Nel 2014, Expo ha versato 14.892 euro a Publimedia Srl per "prenotazione di uno spazio pubblicitario sul periodico Polizia Moderna-edizione aprile/maggio". Prezzo del tutto fuori mercato, ma meritato, visto il lavoro della polizia giudiziaria sui manager di Expo arrestati e sotto inchiesta.

Il record spetta però alla Rai:5 milioni di euro le sono stati assegnati per "Collaborazione Rai Expo". Sono serviti a costruire una nuova struttura "crossmediale con un modello produttivo a integrazione verticale", come si legge sul sito, con un organico di 58 persone tra dirigenti, impiegati, giornalisti, autori e tecnici e una sede predisposta ad hoc, ma non a Milano, dove si svolge l'esposizione, bensì a Roma. Così a partire da maggio 2015 per i dipendenti e collaboratori scatteranno sei mesi di trasferta, con costi aggiuntivi per altri 2 milioni>>.

Altri due giornalisti di *Il fatto quotidiano*, Lorenzo Bagnoli e Lorenzo Bodrero, avevano in precedenza riportato la questione.

Nel loro articolo "Expo 2015, 55 milioni a giornali e tv per "progetti". Ma solo 5 a testate estere"[11]pubblicato in il 21 Gennaio 2015 hanno citato la <<torta da 55milioni di euro>> destinata alla comunicazione del grande evento e definito l'intera questione una <<faraonica campagna d'immagine per l'esposizione universale>>.

Tanto denaro sarebbe stato destinato <<per lisciare le rughe che le inchieste giudiziarie hanno inciso sulla fronte di Expo 2015 Milano e per rifarsi il trucco agli occhi di un'opinione pubblica sempre più scettica>>.

Per questo la Spa avrebbe cercato il supporto dei più forti attori nel panorama mediatico italiano.

La stessa somma è stata rilevata anche da Expoleaxs, progetto di IRPI[12] - Investigative Reporting Project Italy – dal quale si evince che troppo denaro è piovuto sulle redazioni del giornali, senza gare d'appalto e senza procedure di assegnazione.

[11]Bagnoli, Lorenzo e Bordero, Lorenzo. "Expo 2015, 55 milioni a giornali e tv per "progetti", Ma solo 5 a testate estere". *Il Fatto Quotidiano* 21/01/2015

[12]Associazione non profit, nata nel 2012 che si dedica al giornalismo di inchiesta.http://www.expoleaks.it/

Il fatto Quotidiano, contrariamente alle testateche critica (e che verranno successivamente prese in esame), sin dalle sue prime fasi, ha manifestato la volontà di rinunciare ai fondi del finanziamento pubblico per l'editoria e di volersi sovvenzionare soltanto con i proventi della pubblicità e delle vendite. Per enfatizzare ciò, a partire dal numero di giovedì 21 gennaio 2010, al logo della testata è stata aggiunta la frase <<Non riceve alcun finanziamento pubblico>>.

Il problema della commistione tra informazione e pubblicità è infatti una delle cause più gravi della scarsa credibilità del giornalismo italiano.
Occorrerebbe incentivare l'editoria, o almeno quella parte di essa che lo desideri, a liberarsi dalla dipendenza pubblicitaria, ma di questo parleremo in seguito.
Lo scopo di questa mia tesi sarà dunque analizzare le pubblicazioni delle testate "accusate" da Barbacetto e Maroni riguardo a Expo 2015 e stabilire se veramente il giornalismo italiano abbia sostituito, o stia sostituendo, l'informazione con campagne pubblicitarie.

Capitolo III

L'Expo raccontato dal Corriere della Sera

CORRIERE DELLA SERA

3.1 Il *Corriere della Sera* prima dell'Expo

Il Corriere della Sera ha senza dubbio dedicato molto, forse fin troppo spazio, all'Expo e lo ha fatto in tutte le forme possibili: tramite articoli cartacei, una pagina web appositamente dedicata e perfino dal vivo grazie all'iniziativa Casa Corriere.

Il suo *pay-off* <<La buona informazione è cibo per la mente>>.

Ma di cosa ha parlato realmente?

Dopo averne analizzato le pubblicazioni si ha la sensazione che da Febbraio 2015 ad Aprile 2015, ovvero prima che l'Expo aprisse i tornelli, il *Corriere della Sera* si sia subito catapultato sull'argomento, a differenza delle testate che seguiranno, cercando di:

- introdurre e informare i lettori sui temi globali trattati dall'evento dedicando ogni martedì del mese due pagine di inchiesta;
- ma anche osservare con occhio critico lo sviluppo del progetto portandone alla luce le diverse problematiche (dai ritardi, alle infiltrazioni mafiose ecc).

Per quanto riguarda il primo punto, la parola chiave di una di queste inchieste è <<Terra>> del 17 Marzo 2015, pubblicata da Laura Guardini[13].

Si tratta di un breve viaggio nell'agricoltura italiana e nella sua ricchezza, raccontato dai contadini italiani che esclamano "La nostra forza? La biodiversità".

Tra questi c'è Luigi Chierico che nel 1988 ha cominciato a mettere il salvo le razze delle tradizioni agricole italiane che <<una modernizzazione a volte precipitosa stava spazzando via dalle stalle>>.

Un settore che vale ben 52 miliardi all'anno, peccato che la grande industria si rifornisca all'estero.

Bisognerebbe quindi cercare di recuperare gli allevamenti e i prodotti italiani <<riprendere un percorso che nel nostro paese è iniziato tre secoli fa ed è stato interrotto negli anni Settanta: si tratta

[13]Guardini, Laura. "Terra" *Il Corriere della Sera* 17/03/2015

di riportare su ogni territorio gli animali che vi si adattano (quindi non si ammalano, non hanno bisogno di medicine) per ottenere prodotti di altissimo livello>>.

Il 31 Marzo 2015 invece la giornalista Daniela Natali, pubblica l'inchiesta sulla "Dieta[14]", intitolata "Mediterranea, vegetariana o proteica? Non siate ideologici".

Qui vengono brevemente descritti queste tre diverse forme di nutrizione.

Ad esempio la prima prevede <<un'alimentazione povera di grassi di origine animale, sostituiti dall'olio di oliva, ricca di cereali, frutta, verdure e legumi, con pesce e poca carne>> che <<manterrebbe più lunghi i telomeri, segmenti di cromosomi che giocano un ruolo fondamentale nei processi di invecchiamento>>.

La dieta mediterranea però è stata accusata di far ingrassare.

C'è chi quindi riduce drasticamente i carboidrati e privilegia le proteine per poter perdere peso.

Introducendo troppi grassi animali però si rischia l'ipercolesterolemia, oltre che andar in acidosi, in quanto si sovraccaricano fegato e reni e vengono a mancare vitamine, minerali e fibre di indubbio ruolo protettivo.

All'estremo opposto della dieta a base di carne c'è quella vegetariana ma "contrariamente a quello che ancora molti pensano, si tratta di un regime alimentare equilibrato, a patto di sapere quello che si fa". Infatti il pericolo che si corre non è affatto la carenza di proteine, dato che quelle di carne e pesce possono essere compensate da quelle assunte con cereali e legumi, ma semmai l'eccesso.

Un altro argomento interessante è il "Cibo"[15] di cui ha scritto il cronista Roberto Rizzo il 14 Aprile 2015.

Nell'articolo "Filosofia (e moda) degli orti urbani << Salvo il paesaggio e mangio sano>>" riporta che <<in Italia la superficie coltivata dietro o accanto alle città è triplicata tra il 2011 e il 2013>>. <<Zappare all'ombra dei palazzi non è più un'occupazione da pensionati>>.

Infatti, in base ad un'indagine condotta da Coldiretti e Censis, ben il 46,2% degli italiani si dedica alla coltivazione di orti, giardini e terrazzi.

La confederazione italiana agricoltori dichiara che nel nostro Paese i contadini urbani sono circa 5 milioni, <<un esercito con la zappa in mano>>.

E nonostante si possa coltivare in città inquinate, la scienza dimostra che un buon lavaggio elimina le impurità che si depositano sulla superficie degli ortaggi. <<Solo lavorando la terra si comprende che quel che più importa in agricoltura sono i primi 50 centimetri di terreno, lo strato coltivabile>>.

Anche "Frigo[16]" di Elvira Serra è un' interessante inchiesta uscita il 28 Aprile 2015.

---

[14] Natali, Daniela. "Dieta" *Il Corriere della Sera* 31/03/2015
[15] Rizzo, Roberto. "Cibo" *Il Corriere della Sera* 14/04/2015
[16] Serra, Elvira. "Frigo" *Il Corriere della Sera* 28/04/2015

Il titolo “E’ la carta d’identità alimentare: noi siamo quello che mangiamo”.

Scrittori, magistrati, manager, politici, atleti e chef hanno aperto davanti allo staff del *Corriere della Sera* il loro frigorifero, creando un’occasione per riflettere su che cosa compriamo e che cosa gettiamo.

Gli interlocutori hanno confermato di essere fortunati poiché fanno la spesa senza doversi preoccupare dello scontrino.

C’è chi purtroppo non lo è. Andrea Segrè, fondatore di Last Minute Market[17] ha di fatti lanciato un allarme: tre italiani su quattro non comprano cibo di qualità, un bene che troppo spesso viene sottovalutato.

Le ricerche rivelano che all’anno 13,7 chili di cibo pro capite finiscono nella spazzatura.

E’ necessario adottare delle soluzioni antispreco.

Ad esempio Riccardo Illy ricicla verdure e avanzi per le sue frittate. L’amministratore delegato di L’Oreal Italia, Cristina Scocchia, invece ripete al suo bambino che <<non si spreca per rispetto verso chi è meno fortunato di te e per la difesa dell’ambiente>>.

Altre inchieste istruttive sono state inserite tra le pagine del giornale, come quella sull’acqua o sull’energia ecc.

Pure sulla rivista “Sette” sono apparsi degli articoli a riguardo come “Per non sprecare cibo dobbiamo copiare l’Italia”[18] di Nicola Scavola del 17/04/16, oppure “Puntiamo sul buon cibo per educare alla salute”[19] scritto da Giorgio Calabrese, in edicola undici giorni dopo.

In merito al secondo punto è possibile affermare che, inizialmente, il *Corriere della Sera* non abbia chiuso gli occhi di fronte alle difficoltà e agli scandali che hanno coinvolto la mostra universale.

Anzi, si è preoccupato di farli emergere.

Per l’appunto il giornalista Cesare Giuzzi il 25/02/15 pubblica il l’articolo “Antimafia: <<Alla ‘ndrangheta appalti Expo per cento milioni di euro>>”[20].

In questo riporta che <<gli appetiti della mafia sui grandi lavori di Expo sono un fatto ormai, tristemente, assodato. Lo testimoniano decine di inchieste giudiziarie e le 46 interdittive della Prefettura che hanno messo in luce i legami tra decine di imprenditori e le famiglie mafiose>>.

---

[17] Last Minute Market è una società spin-off dell'Università di Bologna nata nel 1998 come attività di ricerca. Dal 2003 diventa realtà imprenditoriale ed opera su tutto il territorio nazionale sviluppando progetti volti al recupero dei beni invenduti (o non commercializzabili) a favore di enti caritativi.

[18] Scavola, Nicola. “Per non sprecare cibo dobbiamo copiare l’Italia” *Sette* 17/04/2015

[19] Calabrese, Giorgio. “Puntiamo sul buon cibo per educare alla salute” *Sette* 28/04/2015

[20] Giuzzi, Cesare. “Antimafia: <<Alla ‘ndrangheta appalti Expo per cento milioni di euro>>” *Il Corriere della Sera* 25/02/2015

Il volume economico dei appalti e subappalti Expo sui quali i clan pare siano riusciti a mettere le mani: cento milioni di euro.

Pure la collega Fiorenza Serafini[21] non perde occasione per mettere nero su bianco l'accaduto.

Il 6 Febbraio 2015 esce il suo articolo "Expo, rilievi per 8 appalti su 10. Ma Cantone[22] << Ce la faremo>>" nel quale indica quanto tracciato dall'Autorità nazionale anticorruzione. Quest'ultima, a tre mesi dall'avvio dell'esposizione, ha infatti indicato il bilancio dell'attività di controllo avviata nel Giugno 2014: l'80 per cento delle procedure di appalto dell'Expo di Milano superiori a 40 mila euro ha subito "rilievi".

La relazione racconta quanto accaduto nei mesi passati, "dopo gli arresti ordinati dai giudici milanesi che avevano coinvolto alcuni manager chiamati a gestire l'evento e fatto emergere dubbi sulla possibilità di far svolgere la manifestazione che porterà in Lombardia milioni di visitatori".

Paolo Foschini invece si preoccupa dell'altro problema in cui è incorsa la mostra: i ritardi.

In "Expo, la rincorsa nei cantieri. Raddoppiati gli operai"[23]del 28 Marzo 2015 e "Expo, la corsa per finire in tempo: completati 30 padiglioni (su 54)" del 18 Aprile ammette che il problema dei rallentamenti riguarda molti singoli padiglioni.

Eppure dal primo Maggio 2015, grande giorno di apertura, si ha la percezione che nelle pagine del *Corriere* (ma non solo) qualcosa sia cambiato.

Da un numero notevole e costante di pezzi iniziali inerenti la mostra, si passa ad una vera e propria esplosione.

In questi poi si va affievolendo la paura di non terminare in tempo, scompare il timore per quegli affari poco regolari e le pubblicazioni di carattere istruttivo e costruttivo vengono a mano a mano sostituite da quelle promozionali.

Crescono invece la fiducia e il sostegno per un'esposizione che sempre più viene presentata come una grande fiera, assolutamente da non perdere.

---

[21] Serafini, Fiorenza. "Expo, rilievi per 8 appalti su 10. Ma Cantone << Ce la faremo>>" *Il Corriere della Sera* 06/02/2015

[22] Raffaele Cantone (Napoli, 24 novembre 1963) è un magistrato italiano. Dal 27 marzo 2014 presiede l'Autorità nazionale anticorruzione.

[23]Foschini, Paolo. "Expo, la rincorsa nei cantieri. Raddoppiati gli operai"; "Expo, la corsaper finire in tempo: completati 30 padiglioni(su54)" *Il Corriere della Sera* 28/03/2015 e 18/04/2015

3.2.Il *Corriere della Sera* durante l'Expo

A partire dal 01/05/15 dalle pagine del *Corriere della Sera* si comincia a scorgere un accentuato entusiasmo per questa iniziativa, che il giornale cerca di trasmettere anche ai suoi lettori nelle numerosissime pubblicazioni dedicate

Pare però che, ad entusiasmare maggiormente, siano state le stupende strutture, gli eventi, i numeri, gli ospiti d'onore e le multinazionali, piuttosto che il tema e il vero scopo della mostra.

Questi infatti emergono come gli argomenti più trattati dal giornale; l'obbiettivo, forse, è pubblicizzare la mostra universale, descritta più come un luna park che come un'occasione di apprendimento e sviluppo.

Peccato, perché Il *Corriere della Sera* sembra partire con il piede giusto.

All'avvio di Expo Milano 2015, pubblica "Orizzonti Expo: Porte aperte sul mondo[24]" un ampio speciale di 80 pagine, bilingue, da conservare e collezionare, distribuito in 4,5 milioni di copie.

Nell'inserto infatti compaiono importanti contributi, seppur brevi.

Ad esempio l'intervento dell'oncologo Umberto Veronesisulla malnutrizione e obesità, un paradosso da eliminare.

Afferma che "Nutrire il pianeta, energia per la vita"debba essere un'occasione di dibattito e riflessione per tutti i visitatori e spiega che su una popolazione attuale di 7 miliardi, da una parte ci sono 805 milioni di persone che soffrono la malnutrizione; dall'altra, nei paesi più ricchi, l'emergenza è invece la sovralimentazione.

E' necessario quindi trovare un equilibrio fra questi estremi.

Purtroppo, nei mesi successivi, l'argomento è stato tralasciato dal *Corriere*.

Anche l'intervista a Emma Bonino sul ruolo delle donne nell'agricoltura e sulla lotta agli sprechi ha fornito informazioni interessanti e utili.

Secondo l'interlocutrice il tema scelto per Expo 2015 proietta immediatamente le donne al centro della scena <<e questo non solo perché le donne sono naturalmente e teoricamente le prime agenti della nutrizione", ma anche per "una realtà oggettiva di fatto>>.

E se Milano ambisce a segnare su questo argomento un grande passo in avanti, <<deve diventare la prima Expo con un forte accenno sul ruolo delle donne>>.

Da non perdere è anche la disquisizione del filosofo Carlo Sini sull'albero della vita e il significato che riveste nelle religioni di tutto il mondo.

L'intervento però è affiancato da una dichiarazione di Marco Balich[25] che lascia perplessi:

---

[24] "Orizzonti Expo: Porte aperte sul mondo" *Il Corriere della Sera* 01/05/2015

[25] Ideatore del conceptplan del padiglione Italia

<< L'Albero della Vita sarà l'oggetto più fotografato, sarà lo sfondo di milioni di selfie, sarà il disegno dei bambini quando racconteranno la loro visita all'Expo>>.

Ed è su quest'onda che non solo l'Albero, ma tutti i padiglioni, sono stati presentati da molti articoli di questo giornale: attrazioni.

Paolo Meddu ad esempio nel proprio "Expo Topten dei padiglioni più visti", del 28 Agosto 2015, ne ha stilato una classifica. Sul podio salgono Usa, Oman e Qatar"[26] si impegna a fornire il numero dei visitatori per struttura <<Stati Uniti in testa con 2 milioni e 850 mila>>, seguiti da <<Oman e Qatar che hanno superato i 2 milioni. Giù dal podio per un soffio, la Russia, che dovrebbe annunciare il duemilionesimo visitatore proprio nel fine settimana>>.

Soprattutto è interessante sottolineare quanto afferma nelle righe successive, ovvero <<Quel che è certo è che l'annuncio del milionesimo cliente è un'occasione per far parlare del proprio padiglione, per farsi belli con la madrepatria >> e ancora <<per fare un po' di gara con i propri avversari storici: gli asiatici in particolare si marcano strettissimo, mentre tra gli europei, come a scuola, si è più attenti a portare a casa bei voti sullo svolgimento dei temi di Expo>>.

In altri due articoli, pubblicati ad Ottobre dalla redazione online, vengono invece presentati i padiglioni premiati.

Il primo (23/10/15) è intitolato"Expo, il Padiglione della Svizzera vince il premio per la migliore interpretazione del tema"e presenta brevemente le ragioni che hanno portato il Dipartimento federale degli affari esteri (DFAE)[27] ad attribuire tale titolo al paese.

<<Il progetto "*Confooderatio Helvetica*" è una "icona del consumo responsabile">> , <<il padiglione è stato visitato quotidianamente in media da 12.000 persone. Nei sei mesi sono stati messi gratuitamente a disposizione del pubblico rondelle di mele, caffè, sale e acqua, contenuti in quattro torri. Queste ultime erano però costruite in modo che i prodotti fossero disponibili solo in una certa misura. Un esempio di uso attento delle risorse limitate>>.

Il secondo (30/10/15) "Expo, premiati i grandi padiglioni. Oro a Francia, Germania e Giappone" racconta invece i premi che la BIE ha assegnato ai vari paesi, attribuiti in base a tre tipologie di padiglioni: i self-built sotto i 2 mila metri quadrati, i self-built sopra i 2 mila metri quadrati e i cluster. Nella categoria maggiore, quella dei padiglioni self-built hanno trionfato il Giappone, oro nell'exhibition design (davanti a Corea e Russia), la Germania per lo sviluppo del tema (seguita da

[26]Meddu, Paolo. Expo Topten dei padiglioni più visti. Sul podio salgono Usa, Oman e Qatar" *Il Corriere della Sera* 28/08/2015

[27] Il DFAE coordina la politica estera e collabora all'elaborazione, all'adozione e all'attuazione dei trattati internazionali. È il principale interlocutore dei Governi stranieri e delle rappresentanze straniere in Svizzera. Coltiva le relazioni della Svizzera con gli altri Stati attraverso la sua fitta rete di rappresentanze e sostiene le posizioni del Paese nei consessi internazionali.

Angola e Kazakistan) e la Francia nell'architettura e nel paesaggio (davanti a Bahrein e Cina). Nella tipologia dei padiglioni Self-built con superficie inferiore ai 2mila mq per il progetto espositivo ha vinto l'Austria con il suo bosco (seguita da Iran e Estonia); per lo sviluppo del tema la medaglia d'oro è andata alla Santa Sede (argento a Monaco e bronzo all'Irlanda), mentre per l'architettura e paesaggio ha vinto l'alveare del Regno Unito (secondo posto per il Cile, terzo per la Repubblica Ceca).
Bastano questi pochi articoli per fa sorgere delle prime riflessioni su come il Corriere abbia affrontato l'Expo.
Conferisce molto spazio ad esso, ma non si sofferma sufficientemente sul cuore dell'argomento: "Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita".
Rimane sconosciuto infatti, o per lo meno non molto evidente, quale sia lo scopo che ciascun paese ha voluto presentare riguardo ad un tema così importante.
Il quotidiano preferisceparlare degli ospiti d'onore, di cui non si è per nulla dimenticato.
Da Putin, recatosi nel nostro paese il 10 Giugno per la festa della Russia a Michelle Obama arrivata a Palazzo Italia, indossando <<un abito coloratissimo firmato Missoni>>come riportato dalla redazione online nell'articolo"Milano Expo, arriva Michelle Obama: <<Spero che lo visitino più americani>>" del 18/06/2015.
Si ritieneper l'appunto significativo tracciare le tappe compiute dalla first lady e le sue figlie.
Ma ciò che in assoluto *Il Corriere* sottolinea è l'affluenza dei visitatori all'Expo.
Infatti durante tutta la durata dell'evento ne tiene in evidenza il numero.
Già il 27 Febbraio Elisabetta Soglio riporta in "Expo, il commissario Sala: «Speriamo nel tutto esaurito da subito»"[28] le affermazioni di quest'ultimo che esclama: <<Mi piacerebbe anzi che il primo giorno arrivassimo al livello massimo di ricettività previsto>>.
Successivamente la giornalista riporta la quantità di biglietti già venduti direttamente ai visitatori o attraverso i tour operator che hanno acquistato pacchetti in tutto il mondo (coperti da fideiussioni bancarie).
La società è a quota 8,5 milioni, 5,2 piazzati all'estero. E se già si era detto del milione di turisti cinesi che hanno programmato la visita, se ne sono nel frattempo aggiunti 700 mila dagli Stati Uniti (e presto si dovrebbe arrivare al milione, anche grazie a convention in corso proprio questi giorni) 300 mila dall'Argentina (un boom inatteso legato, a detta della società, ad una sorta di «effetto papa Francesco»), 200 mila dagli Emirati Arabi, ma anche 150 mila dal Bangladesh e 25 mila dal Pakistan. "Il mondo a Milano".

[28] Soglio, Elisabetta. "Expo, il commissario Sala: «Speriamo nel tutto esaurito da subito»" *Il Corriere della Sera* 27/02/2015

Il giorno dell'apertura viene invece riassunto da Silvia Turin che pubblica l'articolo "Milano Expo, oltre 200 mila i visitatori. Renzi: << E' il domani>>"[29].

Riporta che <<Alle 15.00 erano già oltre 200 mila i visitatori venuti al sito dell'evento dalle 10 di mattina. Lo si apprende da fonti dell'organizzazione, a quota 250 mila è prevista la chiusura dei tornelli>>.

Ancora Elisabetta Soglio il primo Giugno 2015 in "Milano Expo, il weekend fa il pieno, 200 mila visitatori"[30] parla di un <<un fine settimana da record>> in quanto si è stimato che più di 200 mila persone abbiano visitato Expo tra sabato e domenica. E proprio la sera prima la società ha comunicato i dati del primo mese: 2,7 milioni di ingressi, che significa una media di 90 mila presenze al giorno con un trend che la società garantisce in crescita.

Il 16 Agosto 2015 anche la giornalista Silvia Morosi attraverso l'articolo "Milano Expo, Sala: <<Ferragosto nel segno della tradizione. Arriveremo a 20 milioni>>"[31] riprende i numeri dell'esposizione attraverso le seguenti parole del commissario: <<Arriveremo all'obiettivo di 20 milioni di visitatori. L'appello a venire a passare questo giorno di festa è stato accolto da tantissimi e per fortuna il tempo ci ha aiutato>>.

Il mese successivo anche la redazione online trascrive i dati comunicati da Expo 2015 in "Milano Expo, nei primi quattro mesi emessi 13,7 milioni di biglietti".

Alla data del 31 agosto 2015 i biglietti emessi con sigillo fiscale dalla piattaforma ticketing della società ammontano a 13.784.308. Il mese di Agosto chiude con oltre 3,3 milioni di accessi, portando il totale dall'apertura a quota 12,2 milioni. Tali valori sono calcolati a partire dal numero di accessi registrati dai sistemi di lettura digitale alle entrate, cui vengono sottratti gli accrediti e viene poi aggiunto un 4% per tener conto degli ingressi non registrati per cause tecniche ed operative.

Anche in questo articolo risuonano le parole del commissario, il quale si augura che al di là dei numeri, si esca dall'Expo <<con una idea di contenuti, dibattiti ed esperienza e in questo gli ultimi due mesi di solito lasciano un segno più forte>>. Aggiunge Sala. <<Importante il tema del numero di biglietti, ma la vera speranza è che gli ultimi due mesi servano per rinforzare il messaggio>>.

Il mio personale timore è che invece, nonostante il volume di articoli, il messaggio non sia sufficientemente rinforzato dal *Corriere* che preferisce invece scrivere di tutt'altro.

Dopo aver consultato tutti (o quasi) gli articoli di questa testata giornalistica ne ho direttamente percepito il cambio di rotta: da informazione imparziale e contenuta a pubblicità martellante.

---

[29] Turinche, Silvia. "Milano Expo, oltre 200 mila i visitatori. Renzi: << E' il domani>>" *Il Corriere della Sera* 01/05/2015

[30] Soglio, Elisabetta. "Milano Expo, il weekend fa il pieno, 200 mila visitatori" *Il Corriere della Sera* 01/06/2016

[31] Morosi, Silvia. "Milano Expo, Sala: «Ferragostonel segno della tradizione. Arriveremo a 20 milioni»" *Il Corriere della Sera* 16/08/2015

Mentre in principio si scorge il tentativo del giornale di rendere noti gli argomenti sviluppati da Expo 2015, e non affiora un accentuato favoritismo, ciò che segue dal 01/05/16 è un'ondata promozionale di articoli e di pubblicazioni a riguardo.

Ma non è solo attraverso le parole che il *Corriere* racconta, ma soprattutto pubblicizza, la mostra.

Anche le immagini scelte per i supplementi esprimono il medesimo concetto, come è possibile riscontrare osservando le immagini qui sotto.

Figura 4 Copertine dello speciale Orizzonti Expo del Corriere della Sera

In quella di sinistra (01/05/2015) la mostra pare diventare una grande festa, come d'altronde viene presentatadagli stessi giornalisti.

Nell'immagine a destra invece del 30 Ottobre 2015 il *Corriere della Sera* sembra quasi inchinarsi di fronte all'uomo sulla vetta del padiglione, tant'è che decide addirittura di ridurre la dimensione del suo nome a scapito di "Orizzonti Expo" che lo copre.

Questi speciali, venendo pubblicati come supplemento a parte e con questo tipo di copertine, non hanno, a mio avviso, valorizzato le notizie produttive contenute al loro interno.

Anzi, temo abbiano invece ottenuto indifferenza da parte dei lettori.

3.3 Il Web

Come accennato, *il Corriere*, riserva all'evento anche una pagina web la cui struttura ricorda molto il blog, un diario di bordo che guida i lettori giorno per giorno attraverso la mostra.

Figura 5 Pagina web del Corriere della Sera dedicata a Expo 2015

Con un semplice click sulla voce SEZIONI la piattaforma permette al pubblico non solo di orientarsi all'interno della mostra visualizzandone la mappa, scaricabile anche sullo smartphone, ma anche di ricevere le indicazioni stradali per raggiungerla.

La pagina è stata arricchita con 18 inchieste

- "Spezie, l'insostenibile leggerezza del pepe nella nascita e caduta degli imperi" di Nicola Saluti
- "I numeri del pane" di Giusi Fasano
- Deserti: fermiamo la sabbia con la palma di Matusalemme" di Davide Frattini
- Cibo finestra sul mondo Passioni, peccati, miserie e nobiltà" di Paolo Mereghetti
- "L'ondata dei cosmetici bio" di Rossella Burattino e Maria Egizia Fiaschetti

- Farine curative e meno acqua” di Luca Zanini
- “La grande sete del Medio Oriente” di Lorenzo Cremonesi
- “La mia giornata a impatto meno” di Riccardo Bruno
- “Legna, carbonella e stufe inquinanti” di Stefano Agnoli
- “Sempre più grandi, mai così popolate” di Elena Tebano
- “Expo e quel sapere italiano dietro alle quinte” di Silvia Nani
- “Lo sport è sempre più verde”di Paolo Tomaselli
- “La via della carne felice” di Paola D’Amico e Daniela Monti
- “Il viaggio del radicchio di Treviso” di Andrea Paqualetto
- “Moda: fibre riciclate, etichette intelligenti”di Luisa Pronzato
- “In Italia per vivere da italiani” di Fabrizio Guglielmini e Michela Proietti
- “Prove di forza e diplomazia” di Sara Gandolfi
- “La nostra forza? La biodiversità” di Laura Guardini

Secondo quanto affermato dalla giornalista Elisabetta Soglio nell’articolo “Ricette, viaggi,clima. Inchiesta per vivere tutti meglio”[32] del 3 Marzo 2015 lo scopo di queste indagini non è essere <<Expo-ottimisti a tutti i costi>> ma affrontare con coraggio temi <<troppo decisivi per la crescita economica e sociale del nostro Paese>>.
Sostiene infatti che *Il Corriere* non si è voluto “tirare fuori” e limitare a fare la cronaca di quello che accade e accadrà, bensì partire dalle suggestioni Expo per affrontare questioni diverse.
Non sembra però essere riuscito nell’intento.

Dalle inchieste si passa al segmento dedicato a Casa Corriere, di cui verrà trattato in seguito, e da quello su EXPO E I NUMERI.
In quest’ultimo vengono offerte una serie di immagini riportanti statistiche sugli argomenti trattati nelle inchieste precedenti,come ad esempio il deserto che avanza.

[32] Soglio, Elisabetta. “Ricette, viaggi, clima. Inchiesta per vivere tutti meglio” *Il Corriere della Sera* 03/03/2015

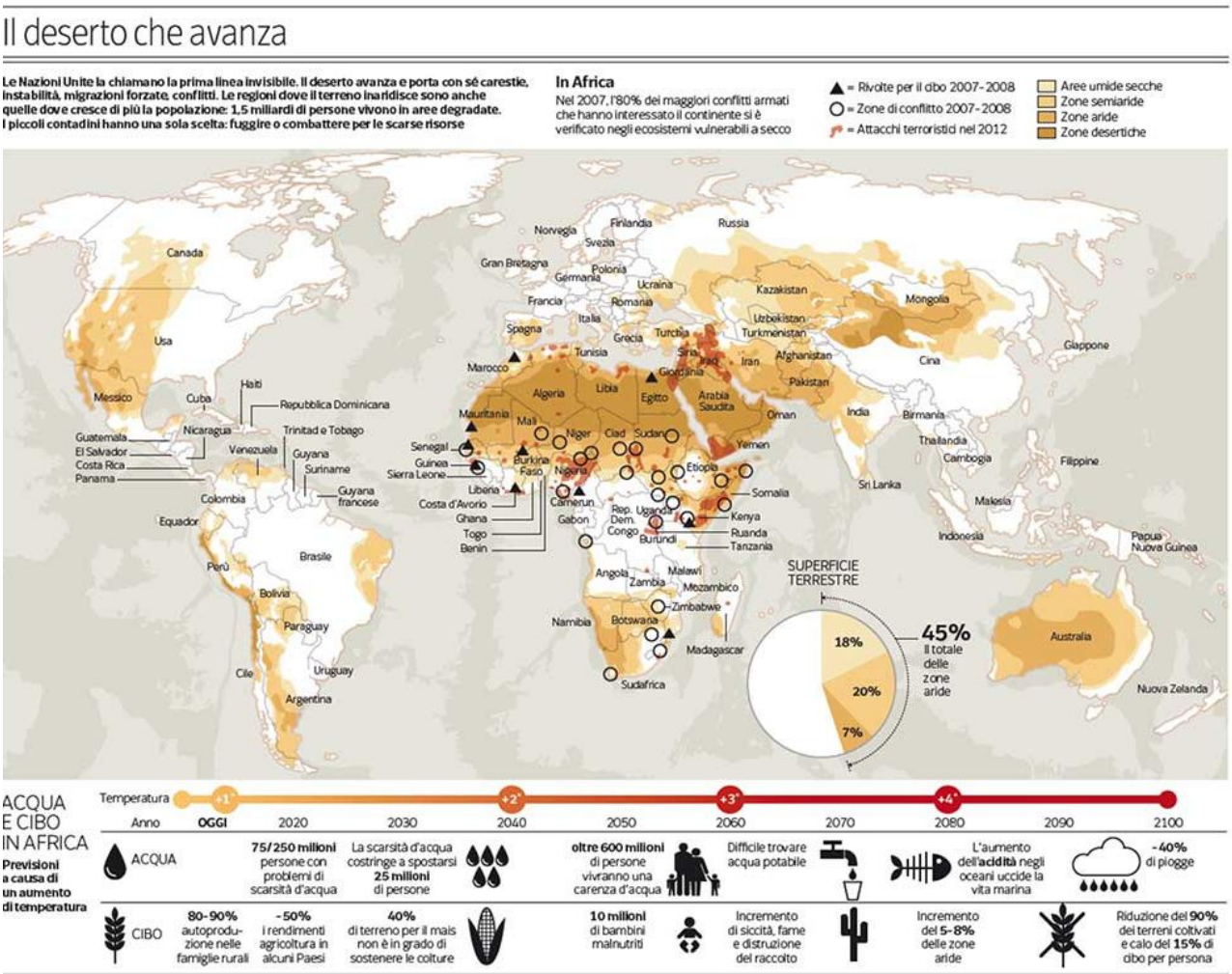

Figura 6: Il deserto che avanza

Infine VIVIEXPO, uno speciale che, oltre a distribuire informazioni di servizio, è anche stato una guida ragionata ai moltissimi eventi e alle opportunità di divertimento e di ristorazione che sono stati disponibili durante il periodo dell'evento. Il tutto è stato accompagnato da una serie di articoli riguardanti gli argomenti top della giornata.

3.4 CasaCorriere

Per capire meglio in che cosa consistesse l'iniziativa Casa Corriere mi sono rivolta direttamente alla persona che ha curato gli incontri quotidiani dello stesso ovvero Maria Luisa Villa, alla quale ho sottoposto un paio di domande.

<<Da chi e come è nata l'idea di Casa Corriere?>>

<<Il padiglione del Corriere della Sera a Expo Milano 2015 è stato proposto dalla direzione del giornale. Rcs[33] ha partecipato al bando Expo e si è aggiudicata uno spazio dove ha allestito CasaCorriere, un piccolo padiglione con un grande spazio antistante, affacciato sul decumano, tra Cina e Uruguay.

Il *Corriere* è stato l'unico giornale presente con un padiglione, di circa 40 mq, a Expo, simbolo dell'informazione dentro l'esposizione, nel quale non c'era una edicola e non si potevano acquistare giornali.

Il padiglione, era diviso in due settori: una con i video e le loro applicazioni e una piccola sala dove i visitatori potevano sostare per riposarsi, sfogliare il giornale, guardare le ultime notizie aggiornate sulla schermata di Corriere.it e dove si svolgevano gli incontri in caso di maltempo.

Una scala portava al soppalco dove lavoravano i cronisti e gli operatori della tv>>.

<<Quale era lo scopo di questa progetto?>>

<<In una grande manifestazione mondiale, come l'Expo universale, il *Corriere* desiderava essere presente per rappresentare la sua mission ovvero, fare informazione.

Infatti lo "slogan" di CasaCorriere, con pareti trasparenti, simbolo dell'informazione trasparente,è stato "la buona informazione, cibo per la mente", nello spirito di Expo e del suo tema: nutrire il pianeta, energia per la vita.

CasaCorriere non ha voluto celebrare il *Corriere della Sera* e la sua storia, piuttosto un condividere un"pezzo" di redazione a Expo, dove i visitatori e i lettori potessero vedere al lavoro i giornalisti che quotidianamente seguivano Expo e realizzavano le pagine nazionali e locali oltre al sito.

Va detto che il *Corriere* è stato l'unico giornale quotidiano a pubblicare pagine quotidiane per tutti i sei mesi dell'esposizione,creare un canale web dedicato, promuovere iniziative speciali, producendo una informazione "puntuale e di qualità" su tutto ciò che accadeva a Expo e sui temi dibattuti.

[33](per esteso Rizzoli-Corriere della Sera Media Group S.p.A.) è uno dei principali gruppi editoriali italiani, attivo a livello nazionale e internazionale nei seguenti mercati:quotidiani,libri, periodici,radio, nella televisione, sul web e nella raccolta pubblicitaria.

Distribuiva gratuitamente il *Corriere* ogni mattina, oltre alla Guida di Expo di ViviMilano, l'unica guida giornalistica dell'esposizione, con giudizi su padiglioni ristoranti iniziative per il pubblico.
Ogni settimana ViviMilano pubblicava anche ViviExpo (che era anche un canale on line.)
All'interno di CasaCorriere venivano proiettati tre video con diverse applicazioni: lo sfoglio del quotidiano, lo sfoglio di pagine storiche dell'archivio del *Corriere*, dalla sua nascita, la possibilità di creare una propria prima pagina del Corriere, con la propria foto e un titolo personalizzato, come souvenir.
Inoltre è stato reso disponibile al pubblico un "gioco" in cui le persone potevano testare le proprie conoscenze riguardo all'ambiente e alla sostenibilità: 8 domande per 4 grandi temi universali (acqua, energia, cibo, terra) ricavate dalle inchieste del *Corriere* sui temi di Expo pubblicate nei mesi precedenti l'esposizione.
Ma soprattutto CasaCorriere voleva essere,ed è stata secondo l'interlocutrice, a tutti gli effetti la Casa dei lettori e dei visitatori, un punto di riferimento nel mare magnum dei padiglioni, luogo di incontro e di dibattito.
I giornalisti del *Corriere* non solo hanno incontrato il pubblico, affrontando i temi (e le polemiche) di Expo, e intervistato personaggi di ogni settore,ma hanno anche raccontato il loro lavoro, rispondendo alle domande e alle curiosità del pubblico.
In 6 mesi sono stati circa 600 gli eventi organizzati a CasaCorriere>>.

<<A quali risultati ha portato CasaCorriere?>>

<<Ha avuto il merito di avvicinare i lettori al giornale e di far conoscere il giornale ai visitatori, consolidando un legame con la città. Soprattutto ha sperimentato con successo un modo nuovo di fare informazione, diverso dal tradizionale articolo di giornale, utilizzando nuovi linguaggi, come i video e i talk per affrontare i temi di Expo o dell'attualità, mettendo in campo la professionalità dei giornalisti del *Corriere*, e il loro lavoro sul campo>>.

Capitolo IV

L'Expo raccontato da La Stampa

LA STAMPA

Se si pensa che le scelte compiute dal *Corriere* siano un caso isolato, si commette un errore.
Infatti una linea simile è stata ripresa anche da altre importante testate giornalistiche italiane.
Una di questa *è La Stampa* che, come il "compagno" sopracitato dedica sia sul cartaceo che online una sezione apposita per Expo 2015 non riuscendo però a chiarire ai lettori quale fosse lo scopo di Expo 2015.
Anche questo giornale infatti, come il precedente, si concentra molto di più su notizie inerenti la mostra, ovvero sui padiglioni, numero di ingressi, multinazionali ecc, che sullo scopo della stessa.
Predispone anche una pagina in rete, "Expo Milano 2015", molto simile a quella del *Corriere.*

4.1 *La Stampa* prima dell'Expo

Non c'è gran che da dire in merito agli articoli pubblicati da *La Stampa* prima dell'apertura di Expo 2015. Questo giornale non scrive quasi per nulla sull'argomento.
Ma, seppur le notizie fornite inizialmente siano poche, il quotidiano non ignora le difficoltà incontrate dalla mostra e riprende, come quello sopra citato, il tema della corsa contro il tempo per terminare i padiglioni della mostra.
Una di queste viene fornita da Fabio Poletti che il 01/03/15 pubblica "Ecco i primi padiglioni dell'Expo nel cantiere che non dorme mai"[34]. Qui l'autore riporta che quattromila operai si danno il turno 24 ore al giorno 7 giorni su 7 per poter terminare i lavori: mancano solo sessanta giorni e si va di fretta.

[34] Poletti, Fabio. "Ecco i primi padiglioni dell'Expo nel cantiere che non dorme mai" *La Stampa* 01/03/2015

Stila inoltre una black list dei ritardatari.<<Gli olandesi sono giustificati. Si sono iscritti ad Expo solo a dicembre>>; <<Indietro sono i turchi che volevano soffiare Expo a Milano. Hanno fatto un po' di tira e molla prima di venire qui e si capiscono pure loro>>; <<L'Ecuador immagina grandi vetrate colorate ma insomma si vedrà>>; <<La Romania vuole un padiglione di legno come un villaggio di casa ma per adesso sembra un villaggio fantasma>> e infine anche la Russia è in ritardo <<ma per loro pesa l'instabilità economica>>.

Insomma, tutti giurano che saranno pronti per tempo.

Ed è sempre lo stesso Poletti a scrivere il 3 Aprile 2015 che <<Nel cantiere di Expo 2015 che non dorme mai, 6000 operai sono al lavoro giorno e notte, non c'è Pasqua, non ci sono santi. Mancano 28 giorni all'inaugurazione e non c'è un centimetro che non sia affollato da camion e caterpillar>>.

Nell'articolo, intitolato "La corsa di Milano per l'Expo sempre al lavoro 6000 operai"[35] <<Viaggio nel cantiere-formicaio: anche russi e brasiliani cercano il miracolo>> fornisce i dati aggiornati sull'avanzamento dei lavori del sito.

Dei 34 lotti controllati dagli italiani il 65% è ancora in lavorazione, il 21% è concluso, il 6% in fase di collaudo.

Nemmeno *La Stampa* quindi si lancia da subito in un importante sostegno per Expo 2015.

Ne rende note le difficoltà incontrate; come per la mafia che entra in contatto con l'organizzazione dell'evento.

Lo racconta Manuela Messina il 15 Gennaio 2015 nell'articolo "Rapporto Ecomafia, la Lombardia di Expo prima del Nord per reati nel ciclo del cemento"[36].

Abusivismo edilizio, movimentazione di terra illegale, appalti truccati: sono gli illeciti nel ciclo del cemento che fanno schizzare la Lombardia, a pochi mesi dal fischio di inizio di Expo 2015, al primo posto della classifica dei reati in questo settore tra le regioni del nord Italia.

4.2 *La Stampa* durante l'Expo

Arrivato il tanto atteso 1° Maggio pure in *La Stampa* qualcosa cambia.

Cresce prima di tutto il sostegno verso la mostra, come cresce il numero dei brani in merito.

I padiglioni, fino a poco prima ritardatari, diventano magnifiche attrazioni.

Ne parla in questi termini il giornalista Francesco Manacorda nell'articolo "La festa di un Paese che scopre di potercela ancora fare"[37] del 03/05/15 che brevemente descrive <<il meglio dell'Expo>>:

---

[35] Poletti, Fabio. "La corsa di Milano per l'Expo sempre al lavoro 600 operai" *La Stampa* 03/04/2015

[36] Messina, Manuela. "Rapporto Ecomafia, la Lombardia di Expo prima del Nord per reati nel ciclo del cemento" *La Stampa* 15/01/2015

[37] Manacorda, Francesco. La festa di un Paese che scopre di potercela ancora fare" *La Stampa* 03/05/2015

il <<divertentissimo non-padiglione olandese, dove furgoncini di hamburger alternativi, frittelle di alghe, una ruota panoramica>> <<trasportano in una sorta di Amsterdam anni '70>>; quello giapponese con <<animazioni che lasciano a bocca aperta>>.

E ancora altri padiglioni <<delle meraviglie>>.

Francesco Manacroda definisce tutto una rande festa appunto, che non deve però trasformarsi in una Disneyland i 3D in quanto <<alle feste migliori ci si diverte, ma si conosce anche qualcuno di nuovo>>.

Nessun cenno però su quanto si sarebbe dovuto apprendere.

Stefano Rizatto invece, il 31/07/15, raccoglie i pareri sui padiglioni di <<tre mesi di fola, cibi esotici e musiche venute da lontano>> per stilarne una classifica.

In questo numero, dal titolo "Siamo al giro di boa di Expo: ecco le pagelle ai padiglioni"[38] il voto massimo ottenuto dallo Zero in quanto, talmente bello <<che dovrebbe essere fuori concorso>>.

Sul gradino più basso invece quello francese <<anonimo e povero all'interno>>.

La Stampa concede spazio anche alle multinazionali, più di quanto abbia fatto il *Corriere.*

Il 20 Maggio 2015 è sempre Rizatto a pubblicare l'articolo "Expo, McDonald's risponde a Petrini: <<l'ideologia non sfamerà il pianeta>>"[39] nel quale riprende lo scontro tra il presidente e fondatore di Slow Food[40] e la casa dell'hamburger, presente alla manifestazione con il suo padiglione.

Il primo afferma che:

<<quando Giuseppe Sala dice che a Expo c'è posto per tutti, che ospita Slow Food e Mc Donald's insieme, a me viene un'aritmia>>; mentre l'azienda americana replica:

<<ci domandiamo perché chi proclama l'importanza della biodiversità non accetti poi l'idea della diversità dell'offerta e soprattutto non dimostri rispetto per la libertà e la capacità di scelta delle persone>>.

I due giornali ritrovano un punto di incontro quando sottolineano il numero di ingressi all'Expo.

Ancora Stefano Rizatto, scrive il 14 Marzo 2015 la pubblicazione "Sogno di mezzanotte, l'Expo vorrebbe un po' di movida"[41] e riprende i numero forniti dal commissario Giuseppe Sala:

<< Posso invece garantire altri dati: quelli di 11,3 milioni di biglietti già venduti>>.

Riporta i numeri anche al termine dell'evento, il 31/10/2015, con l'articolo "Expo in dieci numeri"[42].

---

[38]Rizatto, Stefano. "Siamo al giro di boa di Expo: ecco le pagelle ai padiglioni" *La Stampa* 31/07/2015

[39] Rizatto, Stefano. "Expo, McDonald's risponde a Petrini: <<l'ideologia non sfamerà il pianeta>>" *La Stampa* 20/01/2015

[40] Slow Food è un'associazione internazionale no profit impegnata a ridare valore al cibo, nel rispetto di chi produce, in armonia con ambiente ed ecosistemi, grazie ai saperi custoditi nei territori e tradizioni locali.

[41]Rizatto, Stefano. "Sogno di mezzanotte, l'Expo vorrebbe un po' di movida" *La Stampa* 14/03/2015

[42]Rizatto, Stefano."Expo in dieci numeri" *La Stampa* 31/10/2015

In quest'ultimo scrive che il numero di visitatori ha superato la soglia "fatidica" dei 20 milioni che ha marcato la riuscita o meno dell'esposizione.
La settimana da record è stata quella dal 5 all'11 Ottobre, con 1.243.701 ingressi in 7 giorni.

Nemmenogli articoli pubblicati da *La Stampa* quindi hanno chiarito ai lettori il fine di Expo 2015, nonostante siano stati poi parecchi.
La sensazione è che lo abbiano piuttosto trasformato in un grande festeggiamento che ha attirato numerosissime persone.
Fino a qualche mese prima però arrancava.

4.3 Il web

Come il *Corriere* anche *La Stampa* predispone una pagina web esclusivamente per l'evento: Speciale Expo 2015.

Figura 7: Pagina web di La Stampa dedicata a Expo 2016

Quest'ultima è divisa in varie sezioni:

- EXPOP dove è possibile consultare vari articoli sull'argomento;
- La mappa dei padiglioni per sapersi orientare;
- In pillole, che fornisce tutte le informazioni utili (orari, prezzo del biglietto, sconti, come arrivare tramite metro o treno, navetta peoplemover);
- I padiglioni più avveniristici;
- Le cucine insolite da provare;
- I personaggi celebri in visita;
- La verità sull'alimentazione brevissime didascalie, molto simili alle inchieste del *Corriere*;
- Cosa da vedere a Milano e Torino.

Il tutto è poi incorniciato da diversi articoli nei quali non mancano i dati sui biglietti venduti, come riporta Stefano Rizzato "2,7 milioni quelli che hanno varcato - dal 1° al 31 maggio - i cancelli dell'esposizione universale".
Oppure da una guida sulle dieci cose da fare ad Expo 2015 durante il weekend, del medesimo autore.

Non manca nemmeno un cenno, seppur breve, su Coca Cola che ha inaugurato il proprio padiglione in nome della sua bottiglietta-simbolo: la "*Contourbottle*", disegnata nel 1915 da Earl R. Dean[43], che proprio a Expo Milano ha compito 100 anni.

[43] (19 Marzo 1890 – 8 Gennaio 1972) disegno assieme a Alexander Samuelson il primo prototipo della bottiglia CocaCola chiamato "contour".

Capitolo V

L'Expo raccontato da la Repubblica

la Repubblica

Come nel caso del *Corriere della Sera* e di *La Stampa,* anche *La Repubblica* decide di mettere a disposizione dei lettori più strumenti: numerosi articoli cartacei, pagina web, riviste ecc.

Un evento come l'Expo non può non comparire anche nelle pagine di questo giornale.

L a tendenza però è quella seguita dai giornali precedenti.

In principio gli articoli si presentano con una vena polemica, soprattutto riguardo ai ritardi e gli appalti truccati; poi, giunto il grande giorno, le carte in tavola cambiano.

Via il pessimismo e i dubbi. E la mostra diventa un grande evento.

Forse però, *La Repubblica,* si è leggermente contenuta.

5.1 *La Repubblica* prima dell'Expo

Prima dell'Expo *La Repubblica* sembra non nutrire molta fiducia nella buona riuscita dell'evento.

Sono infatti molti i problemi ancora da risolvere.

Uno di questi sono i padiglioni, per i quali si teme che non vengano completati per tempo.

Nella pubblicazione "Cento giorni a Expo: pronte 80 strutture su 100, ma molti progetti non saranno realizzati"[44] di Alessia Gallione, questo timore viene bene espresso.

Il 21 Gennaio 2015 la giornalista riporta per l'appunto che <<Dopo le bufere giudiziarie>> di cui si parlerà in seguito, <<quello di Expo è un cantiere che è stato necessario rimettere sui binari>>

Per l'appunto, 20 dei 53 Paesi che stanno costruendo un padiglione autonomo, chiuderanno i cantieri alla fine del mese, altri sono ancora indietro.

Sulle infiltrazioni mafiose si è invece espresso Piero Colaprico il 05/01/15 in "Expo, l'assalto ai cantieri della mafia imprenditrice: <<Scoperte infiltrazioni in una azienda su otto>>[45].

È cominciata, scrive, nei territori del Nord una <<guerra dura e silenziosa alla mafia imprenditrice, alla "zona grigia". E l'Expo di Milano è la trincea più avanzata>>.

Lo può confermare in quanto *La Repubblica* ha potuto osservare alcuni documenti riservati.

Eppure l'Italia aveva dichiarato al mondo che l'Expo sarà un evento "mafia free".

Il 17 Gennaio esce un'altra pubblicazione a riguardo: "I controlli Expo modello mondiale contro la mafia"[46]. Questa volta è Alessia Gallione a parlarne.

E' stata innalzata una doppia barriera di difesa per proteggere Expo dalla corruzione, il più grande sistema di controlli antimafia di tutti i tempi. L'Autorità nazionale anticorruzione afferma che una <<gigantesca rete che ha portato già a 68 interdittive e a 48 aziende allontanate da tutti i lavori legati all'Esposizione e alle infrastrutture che marciano in nome dell'evento>>.

Il tentativo è cancellare l'equazione <<Expo uguale corruzione>>.

---

[44]Gallione, Alessia. "Cento giorni a Expo: pronte 80 strutture su 100, ma molti progetti non saranno realizzati" *La Repubblica* 21/01/2015

[45]Colaprico, Piero in "Expo, l'assalto ai cantieri della mafia imprenditrice: <<Scoperte infiltrazioni in una azienda su otto>>".*La Repubblica* 05/01/2015

[46]Gallione, Alessia. "I controlli Expo modello mondiale contro la mafia" *La Repubblica* 17/01/2015

5.2 *La Repubblica* durante l'Expo

Di fatti, dal giorno dell'apertura, pare che *La Repubblica* cerchi di risollevare l'opinione dei lettori trasformando la mostra in una Disneyland, o quasi.

A definirla così è il giornalista Corrado Zunino nell'articolo del 4 Maggio intitolato "Dalla discoteca tedesca alle luci della Cina, effetto Disneyland tra i padiglioni"[47].

Scrive <<La vecchia Expo novecentesca, arrivata con il suo carico di orgoglio industriale sta cambiando faccia: a Rho Fiera l'Esposizione 2015 è soprattutto un luogo di divertimento esplicito, attrattiva tecnologica, stupore infantile. Una Disneyland meno costosa -i singoli giochi non si pagano - e con un filo di ambizione culturale in più>>.

E ancora <<Oggi a un'Expo si partecipa per tre motivi: esserci, divertirsi e fare promozione della propria identità, del proprio marchio>>.

Il giornalista Piero Colaprico cambia invece il suo pensiero rispetto a qualche mese prima e condivide con i lettori i motivi per cui ama Expo, come si evince dal titolo del suo pezzo "I tanti motivi di chi ama e frequenta l'Esposizione" [48] pubblicato il 30 Agosto 2015.

<<Perché tutti i padiglioni hanno stimolato la più brillante creatività degli architetti. Perché è eclettica: si va dal ciuffo pelvico della donna-carota alla Madonnina milanese. Perché si mangiano cose che avrei dovuto girare tutto il mondo per assaggiarle: coccodrillo, succo di baobab, Makbooschicken Perché, ogni giorno un paese diverso, si assiste a notevoli spettacoli di danza e musica etnica. Perché ho visto un violino di marmo. Perché ho visto la Vucciria[49] dal vivo. Perché ci sono 3 concerti di Chopin al giorno. Perché l'Albero della Vita è il più bello show Sound&Light sulla faccia della Terra: prodigio di tecnologia, fantasia e buon gusto che si mette in tasca Las Vegas! Perché ho respirato lo stesso spirito olimpico vissuto da ragazzo alle Olimpiadi di Roma del 1960. Perché ha ispirato tanti ottimi principi confluiti nella Carta di Milano>>.

Nessun cenno però su quanto appreso dalla mostra.

La Repubblica, come il *Corriere,* racconta della visita di un personaggio illustre, ovvero Putin.

Il 10 Giugno 2015 Alessia Gallione e Oriana Liso raccontano brevemente l'arrivo del leader Russo <<gran sostenitore di Expo>>, come gran parte dei giornali del resto.

Nemmeno il quotidiano in questione nonsi tira indietro di fronte ai numeri dell'Expo.

---

[47] Zunino, Corrado. "Dalla discoteca tedesca alle luci della Cina, effetto Disneyland tra i padiglioni" *La Repubblica* 04/05/2016

[48] Colaprico, Piero. "I tanti motivi di chi ama e frequenta l'Esposizione" *La Repubblica* 30/08/2015

[49] La Vucciria è un noto mercato storico di Palermo. Il nome di questo mercato deriva dalla parola Bucceria, tratto dal francese *boucherie*, che significa macelleria. Il mercato era infatti inizialmente destinato al macello e alla vendita delle carni. Successivamente divenne un mercato per la vendita del pesce, della frutta e della verdura.

Il 16 Maggio 2015 in “Visitatori Expo, il mistero dei numeri”[50] ancora Alessia Gallione, assieme a Matteo Pucciarelli, ad esempio, presenta quelli a cui la mostra punta:<<mettere a tavola 20 milioni di ospiti arrivando a incassare 24 milioni di ingressi>>.

Riportano poi le cifre fornite dal segretario Giuseppe Sala <<11,3 milioni di cui 5 già fatturati e gli altri coperti da fideiussioni bancarie>>.

La stessa Alessia Gallione pubblica un ulteriore articolo a riguardo il 14 Maggio: “Expo, apertura fino a mezzanotte dal prossimo week end. <<Boom di ingressi serali>>"[51].

Anche in questo caso riprende le affermazioni del commissario <<Siamo arrivati a 11 milioni e 300mila: 5 milioni sono già fatturati, gli altri garantiti da fideiussioni bancarie previste dagli accordi con i tour operator>>.

Giuseppe Sala è infatti convinto <<che arriveremo a 20 milioni di visitatori e a 24 milioni di ticket>>.

La storia si ripete; la maggior parte degli articoli pubblicati dal 01/05/16 in poi sembrano appunto riporre molta fiducia nella buona riuscita di Expo 2015.

Talmente tanta da doverla condividere anche con il pubblico, che in modo molto sottile, anche questo giornale sembra voler incuriosire ed invogliare a partecipare alla grande “festa”.

Lo dimostra anche la rappresentazione grafica dell’evento utilizzata per la copertina del supplemento “Venerdì”.

[50]Gallione, Alessia e Pucciarelli, Matteo. “Visitatori Expo, il mistero dei numeri” *La Repubblica* 16/05/2015

[51]Gallione, Alessia.”Expo, apertura fino a mezzanotte dal prossimo week end. <<Boom di ingressi serali>>"*La Repubblica* 14/05/2015

Figura 8: Copertina di "Venerdì" di La Repubblica

Proprio come negli articoli, i protagonisti dell'immagine sono le "attrazioni", in questo caso l'Albero della vita e il padiglione Italia, che spiccano per le dimensioni, avvolti da un clima festoso

Nessuna traccia di "Nutrire il pianeta, Energia per la Vita", o almeno non nella copertina.

5.3 Il web

Come i precedenti, anche *La Repubblica* decide di creare una pagina web riservata alla mostra. Evidentemente, tutti gli articoli pubblicati sul canale cartaceo non bastano.

Si tratta di uno speciale di struttura molto simile a quello delle pagine web precedenti.

E' costituito da 7 sezioni: home, Il Dibattito, Itinerari gastronomici, Voci dal mondo, I personaggi, La guida, Foto ed Eventi.

Figura 9: Pagina web di La Repubblica dedicata a Expo 2015

Ognuna di queste viene brevemente descritta dalla giornalista Annalisa Camorani il 21 Aprile.

Nell'articolo "Eventi, idee, protagonisti il sito con tutti i segreti sulla festa lunga sei mesi"[52] spiega che <<è online lo speciale del sito milanese di Repubblica che racconterà ai lettori come sta cambiando la città nei sei mesi in cui Milano sarà al centro di un crocevia internazionale fatto di cibo, culture, politica e divertimento>>.

Al sito si può accedere dall'home page di *Repubblica Milano* o dall'indirizzo diretto Milano.repubblica.ite.xpo2015 e fornisce ai lettori e ai turisti una sintesi quotidiana di quello che c'è da vedere e da gustare sia a Rho-Pero sia in città. Mentre il sito principale milano.repubblica.it continua a segnalare le news e la cronaca, lo speciale si focalizza su approfondimenti e curiosità legate all'Esposizione.

Oltre alle informazioni di servizio (mappe, biglietti, parcheggi, aree dedicate ai bambini), viene dedicato uno spazio ai singoli padiglioni e ai percorsi gastronomici che si sviluppano a partire dagli alimenti protagonisti, dal vino al cioccolato. Un modo per viaggiare, senza uscire dai confini della provincia di Milano. Il senso della sezione "Voci dal mondo" è proprio questa: racconti scritti, fotografici e video di ogni Paese.

"Percorsi gastronomici" è invece un viaggio di degustazione nei vari cluster (i padiglioni tematici), nei ristoranti, negli stand e nei chioschi <<per orientarsi nell'universo mangereccio di Expo, tra cibi di strada e ristoranti stellati>>.

Non mancano i riferimenti ai protagonisti di Expo, dai capi di Stato attesi in passerella nei sei mesi, da Maggio a Ottobre, ai grandi chef.

[52]Camorani, Annalisa. "Eventi, idee, protagonisti il sito con tutti i segreti sulla festa lunga sei mesi" *La Repubblica* 21/04/2015

In "Protagonisti" vengono presentati anche i grandi architetti e gli artisti che hanno partecipato all'allestimento del sito espositivo. Si parla di cibo, ma anche di fame e di sete. Expo infatti significa anche "Idee", temi che vanno oltre il colore o il sapore dei cibi e che si allargano alle grandi domande che interrogano ancora pochi privilegiati, ma affliggono la vita dei tantissimi che con la scarsità di cibo o acqua fanno i conti quotidianamente. Per questo si è creata una sezione per il dibattito “per lanciare provocazioni su quanto si spreca, per parlare di come risparmiare l'acqua o produrre in modo sostenibile, per ragionare sulla forbice che spesso divide chi la terra la coltiva e chi, invece, col cibo alimenta l'industria”.

L’autrice infine afferma<<noi seguiremo tutto questo in tempo reale, aggiornando notizie e gallery, preparando video e reportage per documentare questo viaggio lungo sei mesi>>.

Capitolo VI

Riflessioni

Il giornalista di *Il Fatto Quotidiano* Tommaso Rodano, il 26 Marzo[53], si chiede se i soldi versati da Expo 2015 per la pubblicità possano influenzare i giornali?

Rivolge quindi questo stesso quesito direttamente a Ferruccio de Bortoli, direttore del *Corriere della Sera*:

<< Ma non sono inopportuni i rapporti economici tra l'Expo e la stampa che dovrebbe raccontarne "i guai" in modo imparziale? >>;

e ancora:

<<Possono questi investimenti 'risibili' influenzare il giornalista?>>.

De Bortoli replica:

<<L'investimento non interessa la nostra testata. È una scelta dell'azienda, attraverso la fondazione: non coinvolge il Corriere>>.

Segue il botta e risposta.

TR:

<< Nessuna timidezza nel raccontare i guai dell'Expo?>>.

FdB:

<<Abbiamo dato la massima rilevanza alle inchieste. Non veniamo mai meno al nostro dovere di informare">>.

Tr: << Non teme che il pubblico possa ritenerla una partnership imbarazzante?>>

FdB: <<I lettori sono garantiti dalla nostra professionalità. La pubblicità non ci condiziona. Infatti ultimamente ne abbiamo persa un po'>>.

Sono proprio queste domande, o quasi, che io stessa mi sono posta durante le fasi di ricerca e stesura di questa tesi.

Addentrandomi sempre di più nell'analisi degli articoli sopracitati ne ho effettivamente riscontrato un cambiamento, soprattutto tra il periodo precedente alla mostra e quello contemporaneo alla stessa.

Infatti da Gennaio 2015 ad Aprile 2015 tutti e tre i giornali sopra riportati forniscono le informazioni senza esagerare né nel numero di testi né e nel sostegno.

---

[53] Rodano, Tommaso. "I finanziamenti delle Grandi Opere? Siamo giornalisti mica filosofi". *Il Fatto Quotidiano* 26/03/2015

Da Maggio in poi dello stesso anno invece aumentano, e non di poco, le pubblicazioni a riguardo: un vero e proprio bombardamento mediatico, off e on line. Non passa giorno senza leggere la parola Expo tra i titoli o le righe.

Lo scopo, a parer mio e non solo, era reclamizzare l'evento e in qualche modo renderlo appetibile agli occhi del pubblico.

I padiglioni, che all'inizio sembrava non dovessero mai prendere vita, diventano improvvisamente delle attrazioni da luna park dove ci si può divertire molto.

Di questi stessi, durante i 6 mesi, vengono stilate anche delle classifiche quasi a voler attirare l'attenzione di chi ancora non li ha visti ed invitarli quindi a farlo.

Del tema che invece anima Expo 2015 si perdono lentamente le tracce, mentre non mancano i riferimenti ai vip ospiti della mostra: Vladimir Putin, Michelle Obama, Matteo Renzi e molti altri.

Come non recarvisi, quando anche personaggi illustri di tale calibro sono stati presenti?

Ma soprattutto, come non partecipare ad una festa di tali dimensioni e così spassosa?

Sono ben 20 milioni i visitatori che non si sono lasciati sfuggire l'occasione. Un numero che i giornali hanno ribadito molte volte.

Quanto emerso da Expo 2015 non è però un caso isolato, piuttosto un esempio concreto della crisi che ha coinvolto, e coinvolge ancora, i giornali non solo italiani ma internazionali.

E' da qualche tempo ormai che i quotidiani offrono molta pubblicità in modo diverso, e non è del tutto anomalo che per farlo vengano finanziati da diversi enti (anche se nel caso specifico di Expo non si è del tutto certi in quanto mancano ancora i dati del bilancio).

Il destino della stampa è ad esempio il grande interrogativo posto dall' inchiesta "Who killed the Newspapapers?"[54] del periodico *The Economist* (4 Agosto 2006).

Parla di un giornalismo in evoluzione che non può non tenere conto dei nuovi strumenti di comunicazione, delle nuove potenzialità che la carta stampata potrebbe trovare nel web. Allo stesso tempo tuttavia non dovrebbe aumentare il gossip o inserire la pubblicità in prima pagina pur di attirare i lettori.

Il quotidiano assume purtroppo sempre più la forma di in un magazine, ma lo spettro della disinformazione incombe.

Nell'analisi il giornale britannico cita anche Philip Meyer[55] il quale ha calcolato che negli Stati Uniti l'ultimo foglio di carta stampata verrà acquistato nel 2043:

---

[54]"Who killed the Newspapers?" *The Economist* 04/08/2006

[55] Philipp Meyer (nato il 5 gennaio 1974) è uno scrittore di fantascienza americano, autore del libro "The Vanishing Newspaper".Introduce il"*precision-journalism*", giornalismo di precisione: inchieste realizzate con gli strumenti della matematica, della statistica e delle scienze sociali e comportamentali, che sono applicate alla pratica del giornalismo.

<<Il primo trimestre del 2043 sarà il momento in cui l'ultimo, esausto lettore getterà via l'ultimo, raggrinzito quotidiano>>.

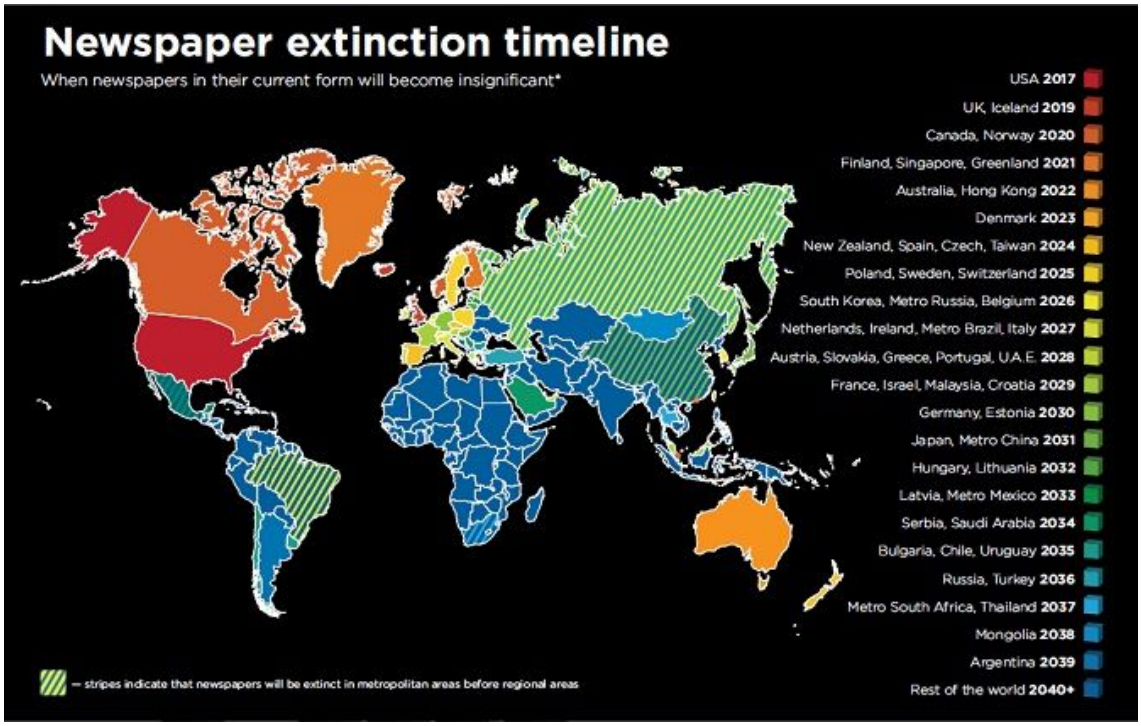

Figura 10: A lato dell'illustrazione è riportato l'anno in cui i giornali tradizionali si estingueranno nei vari Paesi.

<<Having ignored reality for years, newspapers are at last doing something. In order to cut costs, they are already spending less on journalism. Many are also trying to attract younger readers by shifting the mix of their stories towards entertainment, lifestyle and subjects that may seem more relevant to people's daily lives than international affairs and politics are. They are trying to create new businesses on- and offline>>.

L'*Economist* fornisce allora la ricetta per sopravvivere: sostiene che ci vuole più qualità. Solo così i giornali potranno superare la crisi. Più attenzione al lettore, più informazioni, più inchieste e allora crescerà anche la tiratura.

Sull'argomento si pronuncia anche Il *New York Times* che pubblica "Innovation"[56], un documento riguardante l'innovazione appunto, che spiega la strategia digitale che il quotidiano intende adottare. Tra i punti principali evidenziati:

- La morte della homepage. L'attenzione data alla homepage va ridimensionata: è visitata infatti solo da un terzo dei lettori del *New York Times*. Ruolo cruciale, invece, lo assumono i social network, come ad esempio Facebook e Twitter, che riescono a canalizzare con forza l'attenzione degli utenti. Per questo motivo tutti i giornalisti dovrebbero essere coinvolti

[56] "Innovation" *The NewYork Times*

nella promozione di contenuti tramite i new media. L'attenzione alla homepage resterebbe un'eredità del vecchio giornalismo, ormai surclassato dalla tecnologia;

- Ancora promozione e condivisione. Il *New York Times* dovrebbe promuovere gli articoli pubblicati (come ad esempio fa *Reuters*[57], che ha predisposto due persone a rilanciare il contenuto degli articoli, non sufficientemente condivisi sui social network).

Dal rapporto del quotidiano risulta quindi essenziale il ruolo dei social media nella condivisone e diffusione dell'informazione. E' necessario pertanto che i giornalisti si adattino ai cambiamenti del web e alle nuove esigenze dei lettori. Certo, i principali incassi del giornale arrivano ancora dal cartaceo, ma questo, si legge, è un elemento destinato ad erodersi.

"*The Associated Press*"[58] (Stampa associata) finanzia invece una campagna, chiamata *Contesto*, per condurre lo studio sul consumo di informazioni tra giovani e adulti.

L'AP, diretta da Jim Kennedy, manifesta la propria opinione ovvero che <<l'abbondanza d'informazioni e l'ubiquità della scelta non si traduce necessariamente in una miglior condizione per i consumatori>>.

Lo scopo delle aziende di oggi infatti diventa perseguire ferocemente il profitto e accumulare audience: una vera e propria lotta alla ricerca d finanziamenti.

A sostegno del'argomento l'agenzia riporta il pensiero di Douglas Rushkoff[59], autore del libro "*Life incorporated*". Egli afferma infatti che per la società di oggi l'obbiettivo è estremamente diverso rispetto a quello di fare informazione – informazione vera: la questione è diventata incollare gli occhi dei consumatori, piuttosto che competere per uscire con un buon prodotto.

La nascita di inserti sonori, titoli, ritagli, info-intrattenimento e gossip sulle celebrità sono tutti prodotti intenti a catturare l'audience – e i soldi delle pubblicità.

Vengono citati dall' AP anche Paul Duguid e John Seeley Brown[60], scienziati dell'informazione, i quali in "The Social Life of Information" confermano che i media competono sempre più per l'attenzione, aggiungendo contenuti e attrazioni come blog, sessioni di chat dal vivo con i giornalisti, flussi audio e video eccetera, proprio come nel caso delle testate analizzate.

Tuttavia, per preservare la iniziale funzione vitale di pubblico servizio, dovrebbero rivalutare il loro ruolo e servire meglio i consumatori.

L'agenziapropone numerosi cambiamenti nel modo di affrontare la produzione d'informazione per risolvere il problema.

---

[57] Agenzia di stampa britannica. Fa parte del gruppo Reuters Group plc con sede a Londra.

[58] Fondata nel 1846, è la prima agenzia di stampa internazionale, con sede negli Stati Uniti d'America.

[59] Nato 18 febbraio 1961 è uno scrittore americano, giornalista, docente, scrittore grafica e documentarista.

[60] John Seely Brown (l'ex *Chief Scientist* di *Xerox Corporation* e direttore di *Xerox PARC*) e Paul Duguid, (professore presso la *UC Berkeley School of Information*)

Ad esempio ha istituito una procedura chiamata *1-2-3 filing* (archiviazione 1-2-3), che tenta di ridurre il disordine e la ripetizione della notizia.

Con questo sistema i reporter producono i contenuti delle notizie in tre parti distinte, che archiviano separatamente: un titolo, un breve rapporto del momento e un resoconto più dettagliato.

La speranza è che, dividendo le notizie in questo modo, si eliminino la confusione e la ridondanza causata dall'archiviazione per intero di ogni articolo che nasce per ogni nuovo sviluppo di una storia.

Il rischio che si corre a causa della disperazione per i soldi della pubblicità è perdere l'attenzione dei consumatori. Quotidiani e i giornalisti dovrebbero prestare molta attenzione verso questo aspetto.

Lo sottolinea anche il giornalista Marco Cesario nell'articolo "Un giornalismo senza pubblicità è possibile?"[61] pubblicato su Linkiesta il 3 Febbraio 2013.

Riprende quanto emerso sul"Manifesto XXI – Un altro giornalismo è possibile", un pamphlet apparso nei chioschi e nelle librerie parigine assieme alla famosa rivista XXI che punta l'accento su quella che è divenuta oramai una nota dolente: <<la crisi della carta stampata e la contemporanea rivoluzione digitale che ha trasformato e messo in crisi il mestiere del giornalista. In pochi decenni infatti la rivoluzione digitale ha trasformato il vecchio e fedele lettore in avido (ed infedele) consumatore di notizie fast-food>>.

L'autore si chiede quindi se sia ancora possibile avere un giornalismo senza pubblicità ma soprattutto di qualità.

Sempre secondo il Manifesto, sì. <<Ma per fare una stampa di valore che non sia legata esclusivamente agli introiti pubblicitari occorre fare anche una stampa per i lettori – un certo tipo di lettori – una stampa che non ceda alla dittatura del click, del banner e della pubblicità. Insomma una stampa post-Internet>>.

Non bisogna quindi fare di tutta l'erba un fascio.

Per fortuna ci sono ancora dei cronisti che credono nella "buona informazione".

Ad esempio, ben un anno prima che la mostra aprisse i battenti (13 Aprile 204), il *Corriere della Sera* le ha dedicato un ricchissimo speciale o uscito sull'inserto "La Lettura"[62].

In quest'ultimo, a differenza di molti altri documenti successivi, vengono riuniti articoli di diversi autori che introducono e spiegano con vari argomenti la vera anima di Expo 2015, quella che purtroppo è andata poi perduta al suo avvio.

---

61 Cesareo, Marco. "Un giornalismo senza pubblicità è possibile?" Linkiesta 03/02/2013 www.linkiesta.it
62 Allegato 2

In quello di Elisabetta Soglio “Un patto per il cibo (per chi non ne ha, per chi ne ha troppo)” viene evidenziato che <<è la dimensione culturale di Expo che in queste pagine ci interessa approfondire>> ma soprattutto che <<non è solo profit: poiché nutrizione è anche solidarietà>>.

Per chi non lo sapesse, Expo ha infatti voluto destinare Cascina Triulza, opportunamente ristrutturata, a sede del volontariato e della società civile: <<qui, durante i sei mesi dell’esposizione, le onlus presenteranno le loro attività e la loro mission>>.

Salvatore Veca invece nel suo “BIOLOGIA+ANTROPOLOGIA INTORNOALLATAVOLA COSTRUIAMOLE SOCIETÀ”, svolto con prospettiva antropologia, ha affermato:

<< Mentre lavoravo al progetto del Laboratorio Expo della Fondazione Feltrinelli, avevo in mente la ricerca e la discussione pubblica dei contenuti di Expo 2015 dovessero mettersi in moto con la consapevolezza della straordinaria complessità dei suoi contenuti. Sono sempre stato convinto che il tema “Nutrire il pianeta. Energia per la vita” sia il promemoria di una pluralità di modi di guardare le cose. Di una varietà di approcci o, più semplicemente, di sguardi possibili, a partire dal grande e radicale tema del cibo. Per noi e per altri, qua e là per il mondo. Un mondo sempre più interdipendente e globalizzato>>.

Dichiara inoltre che lo studio delle altre culture ci ha mostrato la varietà dei modi in cui il cibo genera compagnie umane.

Attraverso lo sguardo antropologico su cibo e cultura è possibile imbarcarsi in una <<navigazione affascinante e incerta, nell’esplorazione di quanto fa la differenza e di quanto ci accomuna>>; in questo modo avremo una maggiore probabilità di allargare i confini del <<noi>>.

Pierluigi Panza in “Il benvenuto del Padiglione Zero” ne illustra l’origine e l’esperienza offerta, non solo la parte ludica: <<è formato da enormi coni di legno alti da 20 a 26 metri con al centro uno spazio aperto che si chiama Valle delle civiltà. All’interno, questi coni diventano come grotte (stanze) dove si rivive sinesteticamente la storia dell’evoluzione e dove, di sera, si svolgeranno performance teatrali. Nessuna spiegazione, nessuna digitalizzazione: solo una storia rivissuta per emozioni>>.

Stefano Bucci introduce invece il Il Future Food Distric ovvero il <<distretto urbano ideale>> progettato da Carlo Rattiche.

Durante i mesi dell’Expo, quest’aerea aiuterà a <<comprendere gli scenari futuri della filiera alimentare>>, cercando di coniugare nel modo migliore <<l’applicazione estesa dell’Information Technology alla conservazione, distribuzione, acquisto e consumo di cibo>>.

Una nuova ecologia che sia al tempo stesso artificiale e naturale: muri d’alghe, pavimenti d’acqua, zone idroponiche, con l’acqua che sostituisce la terra, dove coltivare insalate e pomodori, un

gigantesco banco del mercato con maxi-etichette che cambiano con lo sfiorare della mano, un'iper-cucina dove sperimentare la prima bistecca sintetica o la nuova carapina ecc.

Anche in *La Stampa* c'è chi si impegna ad informare, invece che promuovere e basta.
Una di questi è Barbara D'Amico che il 7 Gennaio 2015 scrive "Cosa abbiamo capito su Expo 2015 e dove trovare i soldi per le proprie idee"[63].
Nel pezzo infatti, con tono critico, riporta <<un grande parco tematico: non può definirsi altrimenti il sito milanese di Expo 2015 e l'etichetta non è ironica. Parco a tema, infatti, è la denominazione dell'esposizione universale così come riportata nel documento di circa 900 pagine che disciplina l'Expo, redatto dall'Ufficio internazionale delle esposizionie di cui il Comune di Milano è entrato in possesso ufficialmente cinque anni fa aggiudicandosi uno degli eventi più importanti del mondo>>.
Niente è come sembra, ed è necessario saperlo per non farsi un idea sbagliata di cosa ci si potrà aspettare varcando la soglia di questo <<parco giochi milanese che celebra l'alimentazione, l'energia e la sostenibilità, studiato apposta per famiglie e ragazzi e non solo per imprenditori, appaltatori e re dell'industria agroalimentare>>.
L'autrice rende noto quanto affermato dagli organizzatori i quali hanno infatti definito lo spirito dell'Expo un grande parco a temaappunto,proprio come accade per Eurodisney o Gardaland.
<<Alla fine dei sei mesi l'attrazione più bella, promossa da un singolo Stato o da una Regione, avrà avuto lo stesso effetto di una efficace campagna pubblicitaria per attirare turisti e rilanciare l'interesse del mondo su quella porzione di globo, sui suoi prodotti, sulla sua cultura>>.

Pure tra i cronisti di *La Repubblica* c'è chi ancora si impegna per condividere con i lettori notizie utili, e non solo pubblicità.
Matteo Pucciarelli espone in "Expo sembra fatta apposta per nutrire le multinazionali"[64] quanto detto al Convegno tenutosi n Sala Alessi a Palazzo Marino dall'altra parte dell'Expo, quella più critica e anti-sistema. Il titolo è "Expo: nutrire il pianeta o nutrire le multinazionali?
<<L'organizzazione dell'evento, la scelta delle partnership e i protocolli firmati appaiono in totale contrasto con lo slogan "Nutrire il pianeta. Energia per la vita", visto che le protagoniste assolute sono le grandi multinazionali, dalla Coca Cola alla Nestlè alla Barilla, solo per citarne alcune. Proprio quelle aziende che con le loro politiche rappresentano una delle cause fondamentali della mancata realizzazione del diritto all'acqua potabile e al cibo sano>>.

[63] D'Amico, Barbara. "Cosa abbiamo capito su Expo 2015 e dove trovare i soldi per le proprie idee" *La Stampa* 07/01/2015
[64] Pucciarelli, Matteo. "Expo sembra fatta apposta per nutrire le multinazionali"*La Repubblica* 07/02/2015

Come poco sopra affermato, non sono certa del fatto che *Il Corriere della Sera*, *La Stampa* e *La Repubblica* abbiano effettivamente accettato i finanziamenti da parte di Expo con il prevalente scopo di promuoverlo.

Parrebbe però di sì, in base a quanto ho potuto personalmente constatare dagli articoli esaminati.

Condivido quindi quanto affermato da Gianni Barbacetto nel suo articolo, che ho personalmente intervistato il 22/05/2016[65], ovvero che i giornali abbiano trasformato l'Expo: da una grande occasione per parlare di uno dei temi centrali del futuro (che riguarda tutti noi e i nostri figli), in una gigantesca "Oktoberfest" interplanetaria, con abbuffate multietniche, sfizi culinari e sfilate di cuochi stellari.

Dagli articoli letti non ho percepito una finalità educativa che inviti gli uomini a una riflessione su tematiche come la cultura alimentare, la sostenibilità, i diversi stili di vita, labiodiversità, la custodia dell'ambiente e la cooperazione su scala globale.

Ciò nonostante "Nutrire il pianeta, energie per la vita"è, o sarebbe dovuto essere, il payoff di Expo 2015.

Ma la comunicazione, si sa, è la pietra angolare per la riuscita di qualsiasi evento, soprattutto di livello internazionale come questo.

Se poi le public relationvengono supportate da iniezioni di milioni di euro, risulta tutto molto più facile.

[65] Allegato 3 Intervista a Gianni Barbacetto

Sitografia

- http://www.expo2015.org/it
- https://it.wikipedia.org/wiki/Expo_2015
- http://www.aboutmilan.com/it/expo-2015/storia-delle-esposizioni-universali.html
- https://it.wikipedia.org/wiki/Obiettivi_di_sviluppo_del_Millennio
- http://www.fao.org/news/story/it/item/288348/icode/
- https://it.wikipedia.org/wiki/Ufficio_internazionale_delle_esposizioni
- http://www.coldiretti.it/News/Pagine/783-%E2%80%93-31-Ottobre-2015.aspx
- https://www.expoleaks.it/expo-55-milioni-a-giornali-e-tv/
- http://milano.corriere.it/notizie/cronaca/15_febbraio_25/antimafia-alla-ndrangheta-appalti-expo-cento-milioni-euro-b4f57c40-bcc3-11e4-ad0c-cca964a9a2a1.shtml
- http://milano.corriere.it/notizie/cronaca/15_febbraio_06/corruzione-expo-rilievi-8-appalti-10-ma-cantone-ce-faremo-a4330000-adc6-11e4-92f5-d80ea89fe184.shtml
- http://milano.corriere.it/notizie/cronaca/15_aprile_18/expo-ritardo-lavoro-b971fe02-e594-11e4-a911-6330ae3b663e.shtml
- http://milano.corriere.it/notizie/cronaca/15_agosto_28/expo-top-ten-padiglioni-piu-visti-podio-salgono-usa-oman-qatar-16097710-4d52-11e5-816c-ead72dc4bf5c.shtml
- http://milano.corriere.it/notizie/cronaca/15_agosto_28/expo-top-ten-padiglioni-piu-visti-podio-salgono-usa-oman-qatar-16097710-4d52-11e5-816c-ead72dc4bf5c.shtml
- http://milano.corriere.it/notizie/cronaca/15_giugno_18/expo-arrivo-michelle-obama-8cbd1192-1589-11e5-8c76-9bc6489a309c.shtml
- http://milano.corriere.it/notizie/cronaca/15_febbraio_27/expo-biglietti-sala-inaugurazione-bc3dfa5a-be5c-11e4-abd1-822f1e0f1ed7.shtml
- http://milano.corriere.it/notizie/cronaca/15_giugno_01/milano-expo-weekend-fa-pieno-200-mila-visitatori-ingressi-maggio-360506c0-0823-11e5-b4ea-8178709faaab.shtml
- http://milano.corriere.it/notizie/cronaca/15_maggio_01/giorno-expo-primi-visitatori-padiglioni-0db701d8-efd6-11e4-ab0f-6f7d8bd494ab.shtml
- http://milano.corriere.it/notizie/cronaca/15_settembre_01/milano-expo-numeri-primi-quattro-mesi-emessi-13-7-milioni-biglietti-e6280ece-5091-11e5-ad2e-795b691a3a45.shtml
- http://milano.corriere.it/notizie/cronaca/15_agosto_15/milano-expo-sala-ferragosto-segno-tradizione-arriveremo-20-milioni-e5b761a6-4367-11e5-a5fb-660d73bd7f47.shtml
- http://www.corriere.it/expo-2015-milano/

- http://www.lastampa.it/2015/04/03/italia/cronache/la-corsa-di-milano-per-lexpo-sempre-al-lavoro-operai-T6FuWpo1qCLESFQ1woWtJI/pagina.html
- http://www.lastampa.it/2015/01/15/italia/cronache/ecomafie-alla-lombardia-il-primato-del-ciclo-illegale-del-cemento-YrC50exqv5Sptg8cChHb1H/pagina.html
- http://www.lastampa.it/2015/05/03/italia/cronache/la-festa-di-un-paese-che-scopre-di-potercela-ancora-fare-ghnWavQkF8Ah5kopmOsxpM/pagina.html
- http://www.lastampa.it/2015/07/31/multimedia/societa/expo-al-giro-di-boa-i-voti-ai-padiglioni-xUPTpRoiweCZbCZFR3BKhL/pagina.html
- http://www.lastampa.it/2015/05/20/societa/expo2015/expo-mcdonalds-risponde-a-petrini-lideologia-non-sfamer-il-pianeta-YbQsDCkDK30SrK9uNDbnZM/pagina.html
- http://www.lastampa.it/2015/05/14/societa/expo2015/sogno-di-mezzanotte-lexpo-vorrebbe-un-po-di-movida-C1mzSyrdDEre6NTVwIb5VL/pagina.html
- http://www.lastampa.it/2015/10/31/societa/expo2015/expo-in-dieci-numeri-7ApT7q6H6ffypkxPFhBT0K/pagina.html
- http://www.lastampa.it/societa/expo2015/speciale
- http://milano.repubblica.it/cronaca/2015/01/21/news/expo_mancano_100_giorni_strutture_pronte_all_80_ma_molti_progetti_non_saranno_realizzati-105392164/
- http://milano.repubblica.it/cronaca/2015/01/05/news/expo_l_assalto_ai_cantieri_della_mafia_imprenditrice_scoperte_infiltrazioni_in_una_azienda_su_otto-104289554/
- http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2015/01/17/i-controlli-expo-modello-mondiale-contro-la-mafiaMilano06.html
- http://milano.repubblica.it/expo2015/2015/05/04/news/expo_disneyland-113483486/
- http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2015/08/30/i-tanti-motivi-di-chi-ama-e-frequenta-lesposizioneMilano01.html
- http://milano.repubblica.it/expo2015/2015/06/10/news/expo_sicurezza_massimi_livelli_per_putin_novanta_uomini_per_i_sopralluoghi_monstre_-116508266/
- http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2015/05/16/visitatori-expo-il-mistero-dei-numeriMilano05.html
- http://milano.repubblica.it/expo2015/2015/05/14/news/expo_apertura_allungata_dal_prossimo_week_end_boom_di_ingressi_serali_-114312598/
- http://milano.repubblica.it/expo2015/
- http://www.blitzquotidiano.it/rassegna-stampa/expo-2015-pubblicita-influenza-giornalisti-tommaso-rodano-fatto-quotidiano-1825027/

- http://www.economist.com/node/7830218
- http://www.linkiesta.it/it/article/2013/02/03/un-giornalismo-senza-pubblicita-e-possibile/11523/
- http://www.lastampa.it/2015/01/07/blogs/agriconnection/come-guadagnare-innovando-nel-parco-giochi-expo-dY3eIo6gtaeZIl4oxFs45M/pagina.html
- http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2015/02/07/i-critici-expo-sembra-fatta-apposta-per-nutrire-le-multinazionaliMilano02.html
- http://www.expo2015.org/rivivi-expo/la-carta-di-milano/
- http://carta.milano.it/it/
- http://www.primaonline.it/2014/05/27/185113/lhomepage-e-morta-dice-il-new-york-times-nello-studio-innovation-documento/

Bibliografia

Barbacetto, Gianni e Marco Maroni. “Così Expo si compra i giornali”. *Il fatto quotidiano*27/03/2015

Guardini, Laura. “La nostra forza? La biodiversità” *Il Corriere della Sera* 17/03/2015

Natali, Daniela. “Mediterranea, vegetariana o proteica? Non siate ideologici”*Il Corriere della Sera* 31/03/2015

Rizzo, Roberto. “Filosofia (e moda) degli orti urbani << Salvo il paesaggio e mangio sano>>”*Il Corriere della Sera* 14/04/2015

Serra, Elvira. “E’ la carta d’identità alimentare: noi siamo quello che mangiamo” *Il Corriere della Sera* 28 Aprile 2015.

“Orizzonti Expo: Porte aperte sul mondo” *Il Corriere della Sera* 01/05/2015

Poletti, Fabio. “Ecco i primi padiglioni dell’Expo nel cantiere che non dorme mai” *La Stampa* 01 Marzo 2015

Zunino, Corrado. “Dalla discoteca tedesca alle luci della Cina, effetto Disneyland tra i padiglioni” La *Repubblica* 04 Maggio 2015

Nordenson, Bree. “Overload!” *Columbia Journalism Review*

Allegati

1) "La Carta di Milano" http://carta.milano.it/
2) "La Lettura" *Il Corriere della Sera* 13 Aprile 2014
3) Intervista a Gianni Barbacetto Milano, 22/01/2015