

L'intervista

Marco Percoco "Senza i city user meno consumi Ma la vera paura sul medio periodo è l'immagine"



L'ECONOMISTA
MARCO PERCOCO
UNIVERSITÀ
BOCCONI

**Anche con lo smart
working calerà
la produzione
Ed è a rischio
l'effetto Expo**

di **Tiziana De Giorgio**

«Nel breve periodo c'è la riduzione dei consumi di queste persone, di cui Milano è beneficiaria netta, perché risucchia i consumi di altre città. Ma c'è anche un'altra questione». A parlare è Marco Percoco, docente di Economia dei trasporti della Bocconi. È a lui che chiediamo di spiegarci quale contraccolpo possa vivere Milano, rimasta orfana all'improvviso di migliaia di persone che la vivono quotidianamente, come i pendolari.

Professore, in migliaia sono rimasti a casa, lasciando vuoti negozi, bar e ristoranti. Di quale altra questione parla?

«Riguarda la produzione. In questi giorni molti pendolari non sono venuti in ufficio a Milano e hanno lavorato in smart working. Questa possibilità riguarda solo alcune categorie. Il problema è la parte residuale. Ammettendo che chi ha lavorato in questa modalità abbia mantenuto costante la produttività, se diminuiscono le persone è probabile che sia diminuita anche la produzione»

Quali sono i settori più penalizzati da questa situazione?

«Quelli a più basso valore aggiunto. Come la manifattura. E poi ovviamente c'è tutto il comparto del commercio, dei servizi in generale. Anche un barbiere, per dire, ne risente. Nel breve periodo si recupera, non è così drammatico. Tutto fa pensare che sia così. La paura invece riguarda il medio periodo. E io in questo momento mi preoccuperei soprattutto della cosiddetta "reputation" di Milano, che rischia di essere seriamente compromessa».

Ovvero?

«La città stava vivendo un periodo di crescita dal 2015, trainata dalla sua immagine. Un posto dove è bello vivere, lavorare, dove i turisti erano in aumento. Ebbene, quest'immagine potrebbe deteriorarsi. E Milano in questo ha tantissimo da perderci, più che una città come Roma. È più esposta».

Perché rischia di rimetterci più di altre città?

«Perché in questo momento è l'immagine stessa di Milano il suo traino. Il coronavirus passerà, sarà debellato o comunque gestibile. Ma la crisi rischia di diventare strutturale nel momento in cui la gente inizia a pensare che forse venire a Milano non è più così bello come avevano fatto credere, che non ne vale la pena».

E quindi cosa bisognerebbe fare in questo momento secondo lei?

«Metterei strategie in campo di carattere comunicativo. Luciderei il brand Milano in tutti i modi possibili, agendo sui media nazionali. La crisi è passeggera. Ma bisogna fare in modo che non ci siano battute d'arresto strutturali».





▲ Il vuoto

La Galleria Vittorio Emanuele deserta è l'immagine di come Milano si stia progressivamente fermando

▲ Le strade deserte

Il vuoto della zona Brera ieri mattina è l'immagine della città sospesa per l'emergenza coronavirus



▲ Le serrande abbassate

Non solo la comunità cinese: in tanti quartieri della città stanno chiudendo tanti negozi per mancanza di clienti



▲ La strada che resiste

Uno dei negozianti di corso Vercelli che restano aperti, sperando in una ripartenza delle vendite