

FIERE

RAPPORTI

Direttore responsabile
Ferruccio de Bortoli

Caporedattore
Laura La Posta

Il Sole
24 ORE

Lunedì 26 Gennaio 2009
www.ilsote24ore.com

Supplemento al numero odierno del Sole 24 Ore - Poste Italiane
Sped. in A.p. - D.L. 353/2003 conv. L. 46/2004, art. 1, c.1, Dcb Milano

Torino. Il Lingotto conquista spazio e investe sulla struttura dell'Oval ▶ pagina 9

Emilia-Romagna. Prove di network tra Bologna, Rimini e Parma ▶ pagina 15

Bari. La Fiera del Levante rafforza il ruolo dei privati ▶ pagina 21

Scenari. La sfida del 2009 è ripensare i modelli di business

Le buone carte del sistema espositivo

Decisivi i servizi, l'estero e la chance Expo 2015

di **Matteo Prioschi**

Con i calendari e le partecipazioni già fissate da tempo, negli ultimi tre mesi del 2008 la crisi non ha ancora avuto modo di far sentire i suoi effetti sul sistema fieristico italiano. Tuttavia è opinione diffusa tra gli addetti ai lavori che l'anno in corso e anche il successivo saranno duri. Secondo le indicazioni raccolte dall'Aefi tra gli associati, infatti, ci si attende un impatto significativo nel prossimo biennio. Impatto che, per il 47% dei quartieri fieristici si potrebbe manifestare portando a una riduzione del numero delle fiere, per il 39% inciderebbe su tutti gli indicatori economici di ogni evento e per il 14%, in particolare, sulla partecipazione degli espositori.

La selezione "naturale" tra gli eventi, sarà determinata non solo dalla recessione in atto, ma anche da un'internazionalizzazione più spinta che interessa gli eventi più rilevanti. E proprio per le manifestazioni internazionali si arriva a ipotizzare un calo del 20% del fatturato medio. Gli studi indicano come a livello europeo si stia assistendo a una differenziazione tra appuntamenti regionali e nazionali da una parte e quelli internazionali dall'altra, con un crescente fenomeno di concentrazione per quanto riguarda sia gli eventi sia gli organizzatori.

Il 2009, per contro, potrebbe dare una scossa al settore, anche in vista dell'Expo 2015 in programma a Milano, evento a cui si guarda con molte aspettative.



Confindustria. Diana Bracco a capo del Cda di Expo 2015

«Stiamo già lavorando alla creazione di reti: la collaborazione è indispensabile»



Governo. Adolfo Urso, sottosegretario allo Sviluppo

«La frammentazione rimane un punto di debolezza che incide pericolosamente»



Regioni. Duccio Campagnoli, coordinatore del settore fieristico

«Antidoti? Certificare i poli organizzativi e favorire il marketing territoriale»

Tutto, però, è da costruire. La strada da seguire per cogliere le opportunità offerte dall'esposizione universale, indicata dal sottosegretario allo Sviluppo economico Adolfo Urso, del resto, è tanto semplice quanto chiara: «Primo, svilupparsi come una rete, con Milano quale centro e gli altri enti fieristici a esso collegati, ciascuno con le proprie peculiarità, non in competizione ma quale sistema integrato; secondo, rafforzarsi sul fronte dell'internazionalizzazione con manifestazioni all'estero anche in partnership; terzo, aumentare ed estendere l'offerta dei servizi alle imprese, perché la fiera del futuro è innanzi tutto un centro di servizi integrati».

Che l'esposizione universale del 2015 a Milano offra possibilità di collaborazione e di crescita al sistema fieristico è confermato da Diana Bracco, presidente di Expo 2015 e di Assolombarda: «Stiamo iniziando a costruire un percorso che porterà a un'intensificazione di scambi con l'estero nei prossimi sei anni e che avrà l'apice nei sei mesi della manifestazione in cui sono previsti 2 milioni di visitatori. In questa prospettiva stiamo già lavorando alla creazione di reti e senza dubbio in vista dell'Expo è fondamentale imbastire legami di collaborazione tra le fiere».

Reti, internazionalizzazione, servizi: si tratta di concetti ben noti agli addetti ai lavori e agli operatori del settore, ma sui quali si fa fatica a lavorare in modo coordinato, nonostante risultino sempre più strategici e nonostante le dichiarazioni di buone intenzioni. «Quello dell'eccessiva frammentazione dei piccoli organizzatori e dell'organizzazione di eventi fieristici simili in Italia - prosegue Urso - resta un punto di debolezza del nostro sistema che va pericolosamente a incidere sull'efficacia delle iniziative promozionali sui mercati esteri. Queste ultime richiederebbero, infatti, capacità di coordinamento e disintesi. Pur avendo incentivato, come Ministero, il ricorso a inizia-



tive unitarie, in pochi casi abbiamo osservato, in ambito fieristico, una reale volontà di superare logiche di competizione tipicamente individuali».

Duccio Campagnoli - coordinatore per il settore fieristico della Commissione attività produttive della Conferenza delle Regioni e delle Province autonome, nonché assessore alle Attività produttive della Regione Emilia-Romagna - sottolinea che per il futuro saranno necessarie «grandi imprese fieristiche sul modello tedesco». Tuttavia per quanto riguarda la frammentazione attuale, precisa che è più di forma che di sostanza, poiché, come confermato dal calendario 2009, la gran

parte degli eventi internazionali (che rappresentano l'80% delle superfici totali affittate, il 60% degli espositori e il 35% dei visitatori) è concentrata in una decina di quartieri. Per i prossimi anni, incalza Campagnoli, «superato il discorso per cui sono le normative regionali a creare problemi burocratici, così come un calendario nazionale fatto dal Ministero, si deve lavorare in particolare su due fronti. Il primo è la certificazione dei quartieri e delle manifestazioni, operazione rispetto alla quale l'Italia è il fanalino di coda in Europa. Ciò consentirebbe la creazione di un rating e determinerebbe maggior trasparenza. Il secondo è il marketing territo-

riale, cioè occorre che la piattaforma delle fiere sia anche la piattaforma del made in Italy».

Più in generale, conclude Campagnoli, «occorre riorganizzare il business fieristico anche alla luce del fatto che negli ultimi anni i quartieri, trasformati da Enti in Spa, sono diventati sempre più anche organizzazioni. Lo strumento per agire in questa direzione è un tavolo al quale definire una linea nazionale d'intervento che veda la partecipazione del coordinamento delle Regioni, del governo, le società fieristiche, le organizzazioni imprenditoriali e le principali associazioni del settore.

Altri servizi sull'Expo 2015 alle pagine 2 e 3

INTERVISTA

Gian Domenico Auricchio

«Per riemergere meno duplicazioni e più sinergie»

di **Andrea Curiat**

«Mai come in tempi di crisi le fiere costituiscono lo strumento fondamentale con il quale le imprese possono proporsi al mercato e promuovere i propri prodotti. È proprio in anni difficili che gli eventi fieristici dimostrano tutto il loro potenziale ed è per questo che non prevediamo, per il 2009 e per gli anni a venire, alcun crollo o calo significativo nel numero di eventi e di operatori».

È questo il parere di Gian Domenico Auricchio, 51 anni, presidente del Comitato fiere industria (Cfi), che conserva il proprio ottimismo circa gli sviluppi futuri del sistema fieristico italiano anche a fronte dell'aggravarsi della crisi per molti settori industriali.

Presidente, qual è l'impatto della crisi sulle sistema fieristico italiano?

Dai dati in nostro possesso, possiamo affermare che il 2008 è stato in realtà un anno positivo anche a fronte delle difficoltà economiche e finanziarie internazionali. Cfi ha registrato un aumento complessivo delle aree espositive degli associati pari al 2,5%, con 55 eventi fieristici che hanno saputo attirare quasi 800 mila visitatori stranieri, il 6% in più rispetto al 2007.

A che cosa è dovuta la tenuta del settore?

Buona parte del successo delle fiere italiane deriva dal gran numero di imprese medio-piccole attive nel Paese. Questo fattore, che tante preoccupazioni aveva suscitato per l'economia nostrana, si è dimostrato invece il nostro vero punto di forza, perché nel pieno della crisi possiamo contare su un bacino molto ampio di operatori di qualità pronti a lanciarsi sul mercato occupando le nicchie lasciate da altri.

Le prospettive potrebbero peggiorare con un eventuale aggravarsi della crisi nel corso del 2009?

Certo, qualche preoccupazione c'è, ma riguarda esclusivamente la possibilità che le aziende trainanti ripensino le proprie politiche fieristiche riducendo gli spazi occupati. Non credo che diminuirà il numero di presenze, perché rinunciare all'esposizione fieristica è davvero l'estrema ratio anche in un momento di crisi. Per questa stessa ragione è improbabile che determinati eventi vengano cancellati. Questa considerazione, unitamente alla conferma del ruolo strategico che le fiere

re specializzate rivestono per lo sviluppo economico del Paese, fa ben sperare sui risultati che gli organizzatori saranno capaci di conseguire nel 2009, mettendo a disposizione del sistema la loro professionalità e competenza.

Non sussiste, quindi, il rischio che le aziende costrette a tagliare sulle spese rinuncino al loro spazio in fiera?

Il 60% delle imprese italiane ritiene che le manifestazioni fieristiche costituiscano il canale principale di promozione dei propri prodotti: rinunciare è impensabile, e lo dico anche da imprenditore. Senza contare che in Europa, nel 2007, appena il 5% delle imprese ha partecipato a



Al vertice di Cfi. Gian Domenico Auricchio presiede il Comitato fiere industria di Confindustria

LE PRESENZE TERRANNO

«Per le aziende rinunciare alla visibilità degli stand è l'ultima opzione»

eventi fieristici. Si tratta probabilmente di aziende che da sole coprono il 75% dei rispettivi mercati, ma resta il fatto che il margine di crescita ed, eventualmente, di recupero per il sistema fieristico è enorme, con un gran numero di operatori pronti a occupare i posti vacanti.

Quali strategie si possono adottare per migliorare attivamente le possibilità di resistere alla crisi?

L'attività fieristica, nella sua complessità e articolazione, richiede una politica dinamica con investimenti mirati, che superi gli attuali limiti territoriali e rientri in un quadro generale di sistema coordinato dal ministero dello Sviluppo economico. Bisognerebbe lavorare nell'ottica di una razionalizzazione dei calendari fieristici per eliminare la duplicazione di eventi e la dispersione di risorse, e al tempo stesso favorire la cooperazione tra gli operatori, aggregando fiere e filiere produttive.

L'origine della specie (fieristica)

Tutto cominciò con un pellegrinaggio

di **Giovanna Faggionato**

Nel 1777 papa Alessandro III concede a Venezia che chiunque si rechi alla Basilica di San Marco nel giorno dell'Assunzione ottenga l'indulgenza per i propri peccati. La passione religiosa muove le masse e dove c'è la massa si possono fare affari. I veneziani non ci mettono molto a capirlo ed ecco nel 1880 la fiera in piazza San Marco con i migliori artigiani in circolazione. Oggi sarebbe una fiera del lusso, basti pensare che fu durante la rassegna dell'Assunzione che qualche secolo dopo Anto-

nio Canova esportò *Dedalo e Icaro* impressionando i visitatori.

Dietro alle fiere contemporanee stanno mille anni di storia. Una evoluzione straordinaria fatta di santuari e grandi sfide internazionali. Nel 1927, ne *La città del Medioevo*, Henri Pirenne associa la crescita delle fiere e

delle città medievali addirittura con la nascita del capitalismo. Ma inizialmente le fiere hanno più a che fare con la cura delle anime che con quella delle tasche. Nel Medioevo la religione fascia ogni evento pubblico: «Un mondo - dice lo storico Franco Cardini - in cui ogni gior-

no dell'anno c'è un luogo dell'orizzonte cristiano in cui ricorre una celebrazione di un Santo, lo spostamento di una reliquia, una festa sacra». E come insegna il caso veneziano, il profano contamina il sacro e il giorno della chiesa diviene anche il tempo della compravendita.

L'Italia del Nord è punteggiata di mercati, al Sud spicca Bari. Tra l'XI e il XII secolo ci sono fiere a Parigi, a Colonia e in Inghilterra, dove nel Trecento della peste nascono addirittura fiere della manodopera, antesignane degli odierni saloni di lavoro e orientamento. Ma fino alla fine

DAL 1177

Le celebrazioni e le feste religiose attiravano centinaia di migliaia di persone e di conseguenza anche i mercanti

LA TEORIA

Secondo lo studioso Henri Pirenne lo sviluppo degli eventi espositivi nelle città medievali si lega alla nascita del capitalismo

del Duecento le più importanti sono le fiere della Champagne, vere e proprie borse europee delle merci, punto di raccordo tra i traffici del Mediterraneo, in mano ai grandi mercanti italiani, e quelli dell'area tedesca.

Con l'evoluzione degli strumenti finanziari, del commercio marittimo e la nascita dello Stato moderno le fiere perderanno, però, il loro ruolo di grande motore economico e bisognerà aspettare l'Ottocento, con il suo bagaglio di fede nel progresso e di imperialismi, per arrivare all'ulteriore trasformazione delle antiche fiere in vetrine della scienza e della tecnica. E, nel caso delle grandi esposizioni, in confronti tra potenze. L'Esposizione di Parigi del 1855, voluta fortemente da Napoleone III, ri-

chiamò perfino la presenza della regina Vittoria d'Inghilterra. Nel 1881 quando in Italia si tiene l'Esposizione nazionale, ai giardini di Porta Venezia a Milano, a occupare i padiglioni sono industriali come Breda e Pirelli. In sei mesi i visitatori sono più di un milione, pronti ad ammirare "invenzioni" come l'asfalto e l'esotico "caoutchouc". Nel 1906 l'Esposizione internazionale del Sempione conta 35 mila espositori e 5 milioni e mezzo di visitatori. Poi arriverà la guerra...

Alla prima edizione della Fiera Campionaria di Milano del 1920, prima ancora del trasloco in Piazza d'Armi, si utilizzarono ancora stand di legno, gli stessi che avevano ospitato i profughi di Caporetto. Quanta strada per arrivare a Rho!



Fiere

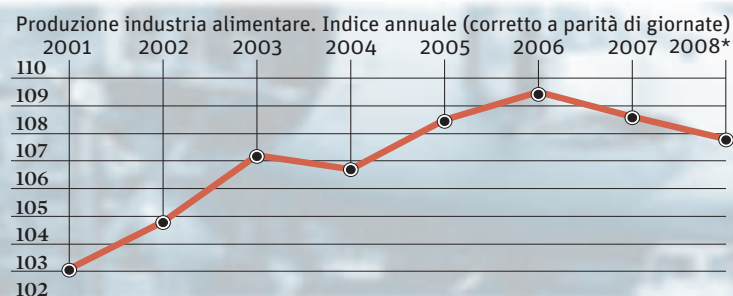
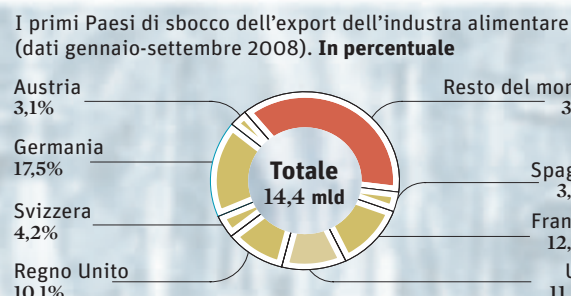
Verso Milano 2015

IL TRAINO DEL SETTORE FOOD

Le sfide. Promozione, tecnologia, logistica e distribuzione sono cruciali per il futuro

L'opportunità. L'esposizione universale è l'occasione per il definitivo salto di qualità

Le coordinate del comparto



Nota: * gennaio-ottobre

Fonte: Federalimentare

Sinergie per cavalcare l'export

Nello sviluppo di piattaforme comuni la chiave di crescita dell'alimentare

Fabrizio Brignone

Il settore alimentare si prepara all'Expo 2015 con numeri in crescita e con potenzialità forti, affrontando il futuro anche attraverso il traino delle fiere di settore con la consapevolezza degli operatori della forza del made in Italy e, al tempo stesso, delle attuali difficoltà sui mercati.

Lo stato di salute del settore food in Italia è buono: il fatturato cresce, sul mercato nazionale si registra una buona tenuta e le esportazioni sono in aumento. Il comparto vale 120 miliardi, di cui 20 di export: un balzo in avanti del 6,2% sul 2007, dopo un biennio poco sotto il +3%, e ancora più significativo per le esportazioni, dai 16,6 miliardi del 2006 e dai 17,84 del 2007 (dati Federalimentare). In primo piano, lattiero-caseario (12,7% del fatturato 2007), vino (9,6%), dolci (9,3%) e salumi (6,7%). Numeri e volumi che confermano l'alimentare al secondo posto (dopo il metalmeccanico) nell'industria italiana, con una quota del 12% e con la capacità di reggere meglio di altri settori i colpi della crisi.

«Fatturato ed export – afferma Daniele Rossi, direttore generale Federalimentare – sono entrambi al massimo storico, il mercato ha tenuto in Italia ed è andato bene all'estero, anche in area dollaro, nonostante le enormi difficoltà del 2008 come il calo prezzi, l'aumento dei costi e le difficoltà con le materie prime. I Paesi stranieri di riferimento sono Germania, Stati Uniti, Regno Unito e Francia, mercati saturi in cui però continuano a essere scelti (e anche imitati, purtroppo) i nostri prodotti. Tutto ciò è segno di forte potenzialità».

Tra i nuovi clienti oltrefrontiera è forte l'incremento delle esportazioni verso l'Est, Russia in particolare, mentre le difficoltà sono maggiori verso Cina e India, dove riescono a operare solo i colossi. Tre i motivi: dimensione delle aziende e rapporto con catene distributive del tutto nuove, che muovono volumi enormi in tempi molto stretti; dazi e protezioni tariffarie e non (protocolli sanitari, ad esempio); tradizioni e regimi alimentari dei due Paesi (pochi spazi per alcolici, latte, carni crude e suine). L'ingresso su quei mercati passa attraverso due por-

te: «Alta ristorazione e catering di lusso da una parte – spiega Rossi –, una collaborazione tra le imprese in consorzi dall'altra. Le alleanze si giocano su piattaforme comuni per tecnologia, distribuzione e logistica, e anche per fiere e promozione. All'estero comune la presenza è già forte. All'Anuga di Colonia, ad esempio, un sesto delle imprese viene dall'Italia. Nel nostro Paese abbiamo bisogno di linee b2b, di fiere che siano vetrine specializzate e coinvolgano i buyer stranieri».

In questo quadro e di fronte a talirichieste, il mercato fieristico nazionale vuole dare le proprie rispo-

GIRO D'AFFARI

Il fatturato nel 2008 ha raggiunto i 120 miliardi (20 maturati dall'estero) pari a una crescita del 6,2% rispetto al 2007

LA DOMANDA

Gli operatori chiedono più offerta di appuntamenti rivolti al settore business, vetrine specializzate che attraggano buyer stranieri

ste: tra le capitali dell'alimentare c'è Parma, che con la biennale Cibus (e con il nuovo evento Cibus Pro dal 2009) sostiene il made in Italy. «Nel 2008 il settore ha tenuto molto meglio di altri – spiega Beppe De Simone, segretario generale di Fiere di Parma –, c'è comunque attenzione per massimizzare offerte e risorse. Per questo dal 2006 ci siamo concentrati sempre più sull'essenza dell'evento fieristico, cioè l'incontro tra domanda e offerta, tra chi produce e chi compra, soprattutto dall'estero, e abbiamo dato più spazio a ristorazione e consumo fuori casa. In questo Cibus Pro è un format fieristico essenziale, che mira all'efficienza e all'export, per affrontare le sfide dei prossimi anni».

Sguardo al futuro anche per Fiera Milano International, che intorno a Tuttofood sente forte l'effetto marketing dell'Expo 2015: «Ora la manifestazione – dice Sandro Bicocchi, amministratore delegato

Fmi – si presenta strategica in vista del 2015, nelle prossime tre edizioni le aziende vogliono esserci per avere un ruolo consolidato all'Expo. Siamo consapevoli di questo grande asset e al tempo stesso continuiamo a essere disponibili per nuove sinergie. Per il 2009 prevediamo un'accelerazione nel comparto: la crisi imporrà di massimizzare, in tempi stretti, gli investimenti. Le fiere sono mutate profondamente, rientrano nelle strategie delle aziende come momento di confronto e di analisi, per cogliere le nuove tendenze. Tra queste l'attenzione per l'estero, su cui lavoriamo sodo, come dimostra l'accordo con il Fancy food (a mio avviso negli Stati Uniti i consumi ripartiranno prima che altrove, grazie alle misure anticrisi), e per il consumo fuori casa: abbiamo stretto un'importante alleanza con la Fipe (Federazione italiana piccoli esercizi, oltre un milione di aderenti), anche in vista di una manifestazione dedicata».

Tra le capitali dell'alimentare anche Torino, dove l'edizione 2008 del Salone del Gusto – kermesse biennale, organizzata da Slow Food con l'evento Terra Madre, all'insegna del cibo «buono, pulito e giusto» – ha richiamato 180 mila visitatori, di cui un quarto stranieri; metà dei 62 mila mq (con 620 espositori) era per attività didattiche e di degustazione. Tra i comparti di maggior interesse per il food e l'export c'è poi il vino: la vetrina di riferimento è Vinitaly, a Verona, che nel 2008 ha battuto il record storico di presenze straniere. «Abbiamo lavorato molto – sottolinea Flavio Piva, direttore mercato e condirettore generale di Veronafiere – e a stretto contatto con le imprese, non solo con i marchi più accreditati e blasonati ma anche con quelli piccoli ed emergenti. Ci siamo concentrati sugli operatori business, il segmento Horeca (hotel, restaurant, catering, ndr) anzitutto, ma anche sui "wine lover", acquirenti molto interessanti. Oggi il mondo siamo la manifestazione più grande e di maggior qualità sul vino. Il segreto è personalizzare la presenza secondo le esigenze dell'espositore. E poi, col Vinitaly World Tour, portiamo all'estero i produttori più strutturati e li aiutiamo nei percorsi di internazionalizzazione».

IN CALENDARIO

CIBUS DI PARMA



Più attenzione al «b2b»

■ Dal 1985, questa biennale si propone come la rassegna più completa dell'alimentare italiano a livello internazionale: la 14ª edizione, nel 2008, ha avuto circa 80 mila presenze, sempre più specializzate e qualitativamente superiori rispetto agli anni precedenti, nel giudizio degli organizzatori, con una forte presenza di buyer esteri, da 55 Paesi.

■ Con 2.400 marchi del made in Italy, Cibus si fa interprete delle esigenze delle aziende espositrici e delle associazioni di categoria (Federalimentare è partner di Fiere di Parma, con un accordo di collaborazione che recentemente è stato rinnovato fino al 2016), sviluppando business e promozione anche su scala internazionale. Il prossimo appuntamento con Cibus sarà nel maggio 2010, ma intanto viene sperimentata un'evoluzione del format fieristico, destinata agli anni dispari: Cibus Pro (14 e 15 maggio 2009) accentua la vocazione business to business della rassegna alimentare facendo dialogare i responsabili commerciali delle aziende espositrici con buyer italiani e stranieri. Una formula "tutto compreso" (stand preallestito, soggiorno e servizi vari, per abbattere costi e impegno organizzativo) per favorire l'incontro di realtà produttive del made in Italy alimentare con la Gdo (europea, nordamericana, russa), le major della ristorazione, le catene di specialty food e il "fuori casa".

Fa. Br.

VINITALY DI VERONA



In tour per il mondo

■ Edizione numero 43, dal 2 al 6 aprile, per la manifestazione che porta buyer da tutto il mondo: lo scorso anno sono stati 157 mila i visitatori specializzati, di cui 43 mila dall'estero (+25%, da 110 Paesi; tra loro, la metà grossisti, importatori ed esportatori, agenti, e un terzo rappresentanti di Gdo, dettaglio e Horeca), e 4.200 gli espositori, da 35 nazioni.

■ Al Vinitaly è riconosciuta una leadership internazionale che nasce anche dalla capacità di creare iniziative ed eventi che hanno trasformato l'esposizione di vini e distillati da "vetrina" a rete di contatti tra operatori specializzati. Inoltre la kermesse sa anche superare i confini: da dieci anni il Vinitaly world tour (tra le mete: Cina, Giappone, Stati Uniti, India e Russia) è strumento efficace per incrementare l'internazionalizzazione delle aziende e dell'agroalimentare made in Italy.

■ Forte anche il legame con la gastronomia, non solo per la ristorazione ma anche per le sinergie con manifestazioni come Sol (olio d'oliva extravergine), Agrifood (agroalimentare di qualità), Enolitech (tecnologie per olio e vino) e Grappa tasting. Non mancano i premi collegati, come il Concorso enologico internazionale (estremamente selettivo: solo il 3% di riconoscimenti assegnati su 3.500 vini), il Concorso internazionale di packaging e il Premio internazionale Vinitaly.

Fa. Br.

TUTTOFOOD DI MILANO



Si punta sulle eccellenze

■ La prima edizione, nel maggio 2007, ha avuto 1.163 espositori (di cui il 30% dall'estero, da 33 Paesi) su una superficie di quasi 30 mila metri quadrati. I visitatori erano stati circa 22 mila, per tre quarti italiani e un quarto esteri (di cui 41% europei). Per l'appuntamento 2009, dal 10 al 13 giugno prossimo, si registra a oggi un incremento del 30% in spazi e numero di espositori.

■ Una mostra dedicata alla produzione industriale, che punterà su percorsi professionali, incontri mirati con i buyer e servizi di qualità, sull'idea "dagli imprenditori per gli imprenditori".

Tra le nuove tendenze, spazio al consumo fuori casa e ai nuovi prodotti, oltre all'adeguamento di formati, porzioni e tecniche di conservazione per i cibi. Anche quelli a maggior potenziale, come l'olio, oppure più complessi, come la carne (con le sue esigenze logistiche e il rischio di crisi per fattori sanitari).

Fa. Br.

Andrea Biondi

La prima valutazione ufficiale su oltre 2.800 sostanze aromatizzanti censite (arriverà quest'anno) e la prima lista di "indicazioni per la salute" consentite, vale a dire un elenco con l'impatto delle varie sostanze sul corpo umano, evitando così che si leghino a certi prodotti benefici inesistenti e, anzi, stabilendone anche le controindicazioni (arriverà nel 2010). Su quest'ultimo punto, dal 2006 sono state censite finora 7 mila "indicazioni".

Siprepara a calare questi due assi l'Efsa, l'autorità europea per la sicurezza alimentare. «È il segno che, al di là delle emergenze del momento, la sicurezza alimentare è una cosa che si costruisce giorno per giorno», afferma Catherine Geslain-Lanéelle, francese di Tolosa, 46 anni, direttore esecutivo Efsa. L'agenzia europea, che ha funzioni di consulenza scientifica, vede nell'Expo milanese del 2015 – "Nutrire il pianeta, energia per la vita" – il tema portante – un appuntamento in cui sarà tutt'altro che un comprimario, soprattutto in questa marcia di avvicinamento. «L'Expo – dice il direttore dell'Efsa – rappresenta un'importante opportunità per presentare il nostro lavoro e sviluppare le nostre relazioni internazionali. Abbiamo già preso contatti e a breve inizieremo a incontrarci con il Comune di Milano, il ministero del Lavoro della Salute e delle Politiche sociali e la Commissione Ue per definire insieme iniziative e attività».

Un'opportunità, dunque, e anche un banco di prova per questa authority che al momento sembra più presente sulla scena per le critiche che per gli elogi. Tre gli appunti: lentezza; troppa parte del bilancio legata allo "staff" (400 i dipendenti) e (questa è più locale) poco feeling con il territorio in cui ha sede, quella Parma che l'ha spuntata su Helsinki e che è proprio il cuore pulsante della "Food valley" italiana. Critiche tutte rispeditte al mittente.

«Rispetto al 2004, anno di inizio della nostra attività – dice Catherine Geslain-Lanéelle – abbiamo più che quintuplicato la nostra produttività. Siamo passati da 159 pareri a ben più di mille, fra pareri e relazioni. Solo per il 2009 ci siamo dati un target di mille pareri e per il 2013 puntiamo ai duecento anni». Si tempi, «dipende dalla complessità del tema. Si può arrivare anche agli 8 mesi, come nel caso del parere sulla clonazione animale (l'Efsa non aveva del tutto chiuso la porta all'utilizzo di latte e carne da animali clonati, poi comunque bocciato dal Parlamento Ue, ndr). Sulle emergenze cerchiamo però di essere reattivi: a dicembre in due giorni abbiamo dato il parere sui rischi della diossina nei suini». Per quanto riguarda lo staff, che pesa per 38,5 milioni sui 73 del budget per il 2009, «è chiaro che sia così, perché il nostro è un lavoro di expertise e oltre al personale abbiamo 1.200 esperti esterni». Su Parma, infine, «durante la visita del presidente Napolitano



Al vertice. La francese Catherine Geslain-Lanéelle è direttore esecutivo dell'Efsa

L'ATTIVITÀ

Dal 2004 la produttività dell'ente con sede a Parma è quintuplicata: il target è di mille pareri nel 2009, si punta ai 2 mila per il 2013

LE INIZIATIVE

Vicini i primi accordi con gli organizzatori dell'evento meneghino e il Governo: la sicurezza sarà in primo piano

a inizio mese, il sindaco Pietro Vignali ha avuto parole di grande elogio nei nostri confronti».

Di certo l'Efsa, istituita formalmente nel 2002, è all'epoca stata richiesta a gran voce, da Governi e cittadini. Del resto, dallo scandalo dell'olio di colza denaturato che all'inizio degli anni 80 sparì dopo aver causato la morte di 584 persone, il tema della sicurezza alimentare è stato sempre più alla ribalta. Nel 2008, poi, c'è stato da lavorare: dalla mozzarella alla diossina al latte cinese contaminato con la melamina, passando per la diossina nei suini e bovini irlandesi contaminati dai mangimi. «In Europa però – afferma il direttore dell'Efsa – c'è un livello di sicurezza alimentare che è fra i più alti al mondo. Occorre lavorare, ma evitando gli allarmismi».

L'Efsa – che il 18 dicembre scorso ha adottato il piano strategico 2009-2013 – ha intanto puntato l'attenzione sui risvolti della globalizzazione e sull'impatto dei cambiamenti climatici. Un peso sempre maggiore sta prendendo l'Unità rischi emergenti (Emrisk), con risorse destinate raddoppiate fra 2008 (215 mila euro) e 2009 (520 mila). «Al di là di questo – precisa Catherine Geslain-Lanéelle – ci sono argomenti che teniamo costantemente monitorati, come additivi e pesticidi».

a.biondi@ilsale24ore.com

FRESCHI DI STAMPA



Guida Mondiale delle fiere 2008-2009, Pianeta Srl, 2008, pagg. 700, 130 euro

Guida planetaria anche online

Non solo Los Angeles, non solo Hannover. Dalla Corea all'Argentina, dal Kirghizistan allo Zimbabwe non c'è Paese che non offra una rosa di esposizioni fieristiche: i Caraibi hanno il loro

salone nautico, in Oman c'è l'expo dedicato alle donne. L'editrice Pianeta Srl raccoglie nella *Guida Mondiale delle fiere*, l'elenco di 16.500 fiere del mondo divise per settore merceologico, cronologia e nazione. Una sorta di pagine gialle del settore. La guida è pubblicata due volte l'anno, ma dà notizia anche degli eventi già pianificati per gli anni successivi: la prima edizione presenta gli appuntamenti da gennaio, la seconda da luglio.

Il volume è destinato soprattutto agli addetti ai lavori e utilizzato anche come strumento pubblicitario, ma l'edizione 2008-2009 è disponibile anche sul sito www.expoairs.com.



Tea Vergani, Lavorare in stand nelle fiere, Franco Angeli, 2008, pagg. 91, 12 euro

Il lavoro si trova tra gli stand

Per i giovani le fiere possono essere un'ottima opportunità per trovare impieghi temporanei e inserirsi nel settore delle comunicazioni commerciali. Ecco allora *Lavorare in stand nelle fiere*

(Franco Angeli, 2008): un manuale base, dedicato a chi del mondo delle esposizioni sa poco o nulla ma vorrebbe conoscerlo dall'interno, lavorandoci. Il volumetto di Tea Vergani è un sintetico abc del mondo fieristico per aspiranti standisti o interpreti. Che vi possono trovare un breve indirizzario Internet sulle esposizioni italiane, informazioni utili su contratto e assicurazioni, come sulle strategie commerciali da adottare nell'accogliere i visitatori. Un prontuario per organizzare al meglio l'attività dentro a un padiglione, ma anche per affrontare equipaggiata una dura giornata in fiera.

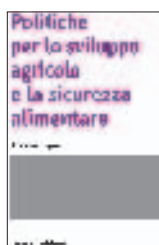


Guido Muneratto, L'allestimento sposa il design nelle organizzazioni, Franco Angeli, 2008, pagg. 123, 20 euro

L'allestimento sposa il design

Lo spazio in cui ci muoviamo comunica e coinvolge. Un allestimento ben progettato può essere il successo di un evento culturale o di una fiera, un veicolo efficace per la trasmissione

dell'immagine aziendale. Nel volume *L'exhibition design nelle organizzazioni* (Franco Angeli, 2008) Guido Muneratto analizza il ruolo e l'evoluzione del design espositivo inserendolo a pieno titolo nel sistema di comunicazione d'impresa. L'architetto spiega le fasi della progettazione, passo passo, dall'ideazione alla verifica dei risultati. Ma alla trattazione teorica unisce anche modelli di azione e tre casi studio concreti che illustrano altrettante diverse tipologie di allestimento e di gestione della «comunicazione spaziale»: il progetto per una mostra, un punto vendita e uno stand fieristico.



Andrea Segre, Politiche per lo sviluppo agricolo e per la sicurezza alimentare, Carocci, 2008, pagg. 248, 24,30 euro

L'agricoltura cerca equilibrio

Al motto di «Nutrire il pianeta, energia per la vita» l'Expo 2015 accenderà i riflettori sul settore agroalimentare, ma anche sugli squilibri mondiali nell'accesso al cibo. Nel manuale *Politiche*

per lo sviluppo agricolo e per la sicurezza alimentare di Andrea Segre, si fanno i conti con tutto questo. Partendo dalla fredda teoria economica e passando attraverso un'analisi accademica delle politiche messe in atto dalla Ue e dagli altri organismi internazionali per il governo dell'agricoltura, il professore di Bologna creatore del «Last minute market», arriva a riflessioni di più stringente attualità. Da un lato mettendo a nudo il peso dell'euroburocrazia, dall'altro allargando il concetto di «sicurezza alimentare». Che per troppi significa solo garanzia di riempire la pancia.

Verso Milano 2015

L'ORGANIZZAZIONE DELL'EVENTO

Sotto la Mole. Torino è sponda culturale e concorrente per le manifestazioni di nicchia

Il porto. Genova anticipa «Euroflora» e punta su «Slow fish» e «Più menù»

Fiere pronte a salire sul treno dell'Expo

I poli espositivi di tutta Italia preparano alleanze per sfruttare la visibilità della kermesse internazionale

Matteo Prioschi

Il sistema fieristico italiano è già in pista per sfruttare al meglio il traino di un evento globale come l'Expo 2015. È ancora presto per capire appieno quali saranno i dettagli degli accordi che di certo non mancheranno tra Milano e le principali sedi espositive nazionali. I vertici delle fiere non si sibilanciano, consapevoli che la partita strategica per arrivare a giocarsi i ruoli di maggior rilievo sulla scacchiera nazionale è appena all'inizio. Tuttavia è già possibile tracciare il quadro di massima in cui ci si muoverà.

Le idee più chiare sembrano provenire da Genova, che si propone come porta sul mare per Expo 2015 e cala più di un asso: «Stiamo ragionando - anticipa Paolo Lombardi, presidente di Fiera di Genova Spa - se organizzare un'edizione straordinaria anticipata di Euroflora, evento quinquennale che cadrà nel 2016. Senza dubbio, poi, allestiremo un'edizione speciale del

LE ASPETTATIVE

Tutti gli enti si dicono interessati e stanno studiando proposte, in attesa di conoscere il programma dettagliato delle iniziative

Nautico di ottobre, puntando su un'azione di comunicazione in sinergia con Milano. Ma le nostre riflessioni si estendono inoltre a tutti i vari punti di contatto con l'evento, in particolare a due manifestazioni biennali che cadono in anni dispari, e penso da un lato a Slow Fish, ai temi dell'alimentazione, del mare, sostenibilità, ambiente; dall'altro alla nuova Più menù expo, legata alla ristorazione e al mangiar fuori casa».

Genova farà già "prove di sistema" con Torino, nel 2011 (altro anno di Euroflora), in occasione delle celebrazioni del 150° dell'Unità d'Italia. E proprio la città della Mole da un lato si propone come sponda culturale dell'Expo, ma dall'altro potrebbe approfittare dello "stress" a cui saranno sottoposte le strutture emeghine in un'ottica di concorrenza. Le manifestazioni di nicchia, alla ricerca di un pubblico meno numeroso ma più attento, potrebbero essere invogliate a scegliere il Lingotto come sede. Magari solo temporanea, ma è evidente che se a Torino si dovessero trovare bene, la presenza potrebbe diventare definitiva.

«Le ricadute positive - sostiene Andrea Varnier, direttore del Lingotto Fiere - possono esserci anche per noi». Il polo fieristico subalpino non ha però predisposto dei piani particolareggiati.

Varnier sottolinea che i primi esempi di collaborazione si vedranno in ambito alberghiero e turistico, come le alleanze tra la milanese Artema e la torinese Ctc per quanto riguarda i tour in Piemonte dei visitatori che approderanno in Lombardia.

«Per adesso guardiamo con grande attenzione e grande impegno all'Expo di Shanghai del 2010 - dice Giovanni Mantovani, direttore generale di Verona Fiere - l'Expo 2015 ci interessa sicuramente, sarà per tutti una straordinaria opportunità e noi abbiamo inviato i nostri segnali a tutti i possibili interlocutori considerato anche che siamo vicini territorialmente al capoluogo lombardo e che siamo sulla direttrice stradale e ferroviaria di quella Venezia che sicuramente, data la sua visibilità mondiale, sarà tra i partner di Milano. Sul piatto mettiamo tutto il nostro know how, la rete internazionale che abbiamo costruito e soprattutto le eccellenze che fanno capo a Verona. Penso a tutto il segmento wine ed al segmento food di altissimo livello: due settori che ci vedranno protagonisti a Shanghai dove è stata espressamente chiesta la nostra collaborazione all'Expo considerato anche il successo che hanno riscosso le nostre iniziative di internazionalizzazione e promozione, a cominciare proprio da quel Vinitaly che esportiamo ormai con crescenti consensi in diverse aree del mondo».

E a proposito di agroalimentare non può mancare l'interesse della food valley, con Bologna, Rimini e Parma in prima fila. «Daparte nostra - dichiara Federico Minoli di Bologna Fiere - è forte la volontà di lavorare con Milano. Siamo intenzionati e motivati a portare la presenza di Bologna e della sua Fiera in un evento così importante». Così come non potrà mancare la capitale. «La collaborazione è una caratteristica principale di Fiera di Roma - dichiara Antonio Bruzzone, direttore commerciale di Fiera di Roma - e cercheremo sicuramente di metterci in sinergia con questo grande evento internazionale. D'altra parte, tutti i grandi eventi che accadono a livello nazionale si riverberano sempre anche sulle nostre strutture. E poi naturale pensare che ci saranno delle iniziative comuni con l'Expo di Milano, dal momento è una fiera con cui abbiamo dei rapporti costanti. Tuttavia, non abbiamo ancora ipotizzato come realizzare questo tipo di partnership: il 2015 è ancora lontano e prima di muoverci aspettiamo di vedere quale sarà il programma delle iniziative messo in campo da Milano».

Hanno collaborato: Giorgio Costa, Jada C. Ferrero, Augusto Grandi, Claudio Pasqualeto, Alessandra Tibollo

La mappa infrastrutturale

I costi complessivi

Per il sito e le 65 opere connesse all'Expo si prevede un costo di 15 miliardi. I ricavi, pari ai costi operativi, sono stimati in **892 milioni**. La torre inizialmente prevista non dovrebbe più essere realizzata

Autostrade

Le tre opere viarie principali sono **Pedemontana** (costo 4,5 miliardi - consegnato il progetto definitivo), **Brebemi** (costo 1,6 miliardi - apertura cantieri il 14 giugno) e **Tangenziale est esterna** (costo 1,5 miliardi - assegnata la concessione)

Visitatori

Attesi **21 milioni di visitatori**, di cui 7,4 milioni dall'estero, per una domanda di 60 milioni di pernottamenti in sei mesi, distribuiti sui 600 mila posti letto (100 mila in più degli attuali) che saranno disponibili nell'area inclusa a 1h 30' di distanza dal sito

Il budget. Tra costi operativi e infrastrutture stimati investimenti per 15 miliardi

Valore aggiunto da record ma i lavori sono in ritardo

Sono passati quasi dieci mesi dall'assegnazione dell'Expo 2015 a Milano e poco è stato fatto. In questo periodo si sono accumulati soprattutto ritardi sulla tabella di marcia. Sette anni, ripetevano gli stessi protagonisti istituzionali in primavera, sembrano tanti, ma in realtà sono pochi per arrivare preparati all'evento.

Alla prima riunione della Soge, la società che dovrà realizzare e gestire l'evento, lo scorso mese di dicembre si è preso atto che si è in ritardo e che occorre rivedere la tabella di marcia, ma

è cronaca di questi giorni - la situazione sembra ingarbugliarsi anziché risolversi.

Nel dossier di candidatura si prevedono ricavi operativi e costi di pari importo, strettamente

LE DIFFICOLTÀ

Ancora poche certezze sugli stanziamenti pubblici e per ora manca l'apporto dei contributi finanziari da parte dei privati

legati ai sei mesi di manifestazioni - per 892 milioni di euro. I benefici per il territorio, però, saranno altri: i 4,1 miliardi necessari per le opere strettamente connesse all'evento determineranno un valore aggiunto per 3,7 miliardi e una produzione totale di 7,2 miliardi. Se a ciò si aggiungono le grandi infrastrutture a livello regionale (tra cui ad esempio Pedemontana e Brebemi) si arriva a 15 miliardi di investimenti e altrettanti di valore aggiunto. Dal punto di vista occupazionale, è stato stimato il fabbisogno di 70 mila posti di lavoro dal 2008 al 2015 per il solo Expo destinati a diventare ben 270 mila includendo tutte le opere connesse. Secondo quanto stimato dalla Camera di commercio di Monza e Brianza, poi, nel turismo Venezia avrà benefici per 421 milioni di euro, Firenze per 223, Roma per 540.

L'attuale congiuntura rischia però di mettere a dura prova le elaborazioni degli impegni finanziari contenute nel dossier di candidatura.



In aumento. Nel solo 2008 le persone che soffrono la fame sono salite di 75 milioni di unità



no un valore aggiunto per 3,7 miliardi e una produzione totale di 7,2 miliardi. Se a ciò si aggiungono le grandi infrastrutture a livello regionale (tra cui ad esempio Pedemontana e Brebemi) si arriva a 15 miliardi di investimenti e altrettanti di valore aggiunto. Dal punto di vista occupazionale, è stato stimato il fabbisogno di 70 mila posti di lavoro dal 2008 al 2015 per il solo Expo destinati a diventare ben 270 mila includendo tutte le opere connesse. Secondo quanto stimato dalla Camera di commercio di Monza e Brianza, poi, nel turismo Venezia avrà benefici per 421 milioni di euro, Firenze per 223, Roma per 540.

L'attuale congiuntura rischia però di mettere a dura prova le elaborazioni degli impegni finanziari contenute nel dossier di candidatura.

didatura. Il 28% degli importi necessari per la realizzazione delle infrastrutture strettamente collegate al sito, pari a 891 milioni, dovrebbe arrivare da privati. Una quota calcolata, a suo tempo, tenendo conto di quanto avvenuto per altri interventi infrastrutturali. Tuttavia le mutate condizioni economico-finanziarie rischiano di togliere appetibilità all'operazione dal punto di vista dei privati. Una situazione che in parte si sta già riscontrando per altri grandi interventi a livello regionale: la gara per la concessione della Tangenziale est esterna (Milano) lo scorso novembre è andata deserta e l'opera è stata assegnata al soggetto promotore; per Pedemontana si sta pensando di modificare il rapporto tra debito ed equity nonché il sistema di pe-

daggio; più in generale c'è la consapevolezza che si deve riuscire a offrire rendimenti interessanti per attrarre i privati.

L'evento vuole dimostrare che è possibile garantire oggi sicurezza alimentare e sviluppo sostenibile per tutto il genere umano. Un risultato da raggiungere tramite l'utilizzo di nuove tecnologie e conoscenze scientifiche. A livello internazionale il tema dell'esposizione universale milanese è correlato alla Millennium campaign delle Nazioni Unite che punta a dimezzare la fame e la povertà nel mondo entro il 2015. Un percorso già iniziato: l'organizzazione ha avviato 480 progetti che comportano la messa a punto di piani di sviluppo e che verranno realizzati entro il 2015 in 90 Paesi.

M. Pri.

Tra business e solidarietà: il tema portante dell'esposizione universale

Non si placa l'emergenza fame

di Elio Silva

Nutrire il pianeta. Quello che, con l'Expo di Milano, diventerà il filo conduttore degli eventi del 2015 è già oggi un'emergenza, la più grave con la quale l'umanità si debba misurare. Secondo stime della Fao, l'organizzazione mondiale per le questioni alimentari, lo scorso 2008 ha visto crescere di 75 milioni il numero complessivo delle persone che si dibattono nella spirale della fame estrema.

Sono ormai quasi un miliardo e, in assenza di sostanziali cambi di trend, potrebbero salire a 3-4 miliardi nell'arco dei prossimi 40 anni, ossia entro il 2050.

La mappa globale della denutrizione è, ad oggi, fortemente simmetrica a quella della povertà e del sottosviluppo, ma da tempo studiosi ed esperti avvertono che nessuno, neppure nell'Occidente più avanzato, può sentirsi al riparo da questo flagello, perché le aree di

"insicurezza" idrica e alimentare si vanno estendendo a macchia di leopardo e, attualmente, interessano anche vaste aree dell'Europa e del continente americano.

Nella sola Ue, che pure è una delle regioni più ricche al mondo, sono stimate in 78 milioni le persone a rischio e, dalle in-

GLI AIUTI

La crisi rende più difficoltoso l'obiettivo di portare i fondi per la cooperazione internazionale allo 0,7% del Pil dei Paesi sviluppati

dagini Eurobarometro, emerge che il 10% della popolazione versa già attualmente in condizioni di povertà.

La situazione si presenta, poi, ben più drammatica nel Sud del mondo, dove i singoli Paesi sono importatori netti di prodotti agricoli e alimentari trasformati. Sulle spalle, ancor-

ché fragili, di queste aree di sottosviluppo si stanno accumulando gli aumenti delle materie prime, la riduzione dei commerci e degli investimenti, il taglio degli aiuti, le minori rimesse degli emigrati, gli effetti di politiche agricole talvolta azzardate, ad esempio quelle volte a favorire i biocarburanti.

Non c'è abbastanza cibo per tutti, oppure l'asticella della produzione e dei prezzi si è alzata in modo troppo repentino per riuscire a garantire una generale accessibilità alle risorse? Quanto pesano sulla crisi alimentare le guerre in corso e il diffondersi di alcune pandemie, la concentrazione del genere umano in grandi conglomerati urbani e il correlato abbandono delle campagne, i cambiamenti climatici e l'inquinamento, gli squilibri idrici e la progressiva desertificazione?

Ciascuno di questi interrogativi vale un'analisi a sé e nessuna delle risposte, da sola, può fornire una chiave di lettura adeguata. Certo è che lo scorso

2008, prima con il repentino e generalizzato aumento dei prezzi agricoli ed energetici, poi con l'esplosione della crisi finanziaria, all'interno della quale non può essere ignorata l'esistenza di una componente di "commesse" sulle commodities, ha aggravato il quadro dell'emergenza, e le manifestazioni di piazza che hanno interessato molti Paesi del terzo e quarto mondo hanno rievocato spettri che la fiducia nello sviluppo sembrava avere dissolto.

E poiché piove sempre sul bagnato, alle crescenti difficoltà alimentari in quei Paesi non possono essere più di tanto d'aiuto i fondi della cooperazione internazionale. Rispetto agli ambiziosi obiettivi del vertice di Gleneagles e a quelli fissati dall'Onu (aumento degli aiuti allo 0,7% del Pil dei Paesi donatori entro il 2015) l'ultimo anno ha fatto segnare un generale allentamento dell'impegno, motivato proprio dalla crisi finanziaria globale. La percentuale media europea dei fondi, in rapporto

elio.silva@ilsale24ore.com

Fiere

Qui Cina. Il padiglione italiano all'Expo asiatico del prossimo anno è già destinato a essere riutilizzato

Un ponte verso Shanghai

Legami strategici per creare forme di collaborazione permanente

Rita Fatiguso

Ci vorrà del tempo, ma il legame tra le due manifestazioni c'è e potrà essere utile individuare forme di reciproca collaborazione. A parlare dei possibili legami tra l'Expo di Shanghai 2010 e quella vinta da Milano nel 2015 è Beniamino Quintieri, commissario straordinario del Governo per l'esposizione cinese. «Città sostenibili nel primo caso, l'alimentazione per Milano: facendo uno sforzo i punti di contatto

L'OBIETTIVO

Accordo formativo con il Politecnico di Milano per il personale del luogo e un attento check per interventi mirati al 2015

si possono trovare anche per quanto riguarda i temi al centro dei due eventi - dice il commissario - però bisogna considerare che si tratterà, in un prossimo futuro, di fronteggiare semmai problemi come la mancanza di cibo, che è un problema mondiale».

Inoltre - aggiunge Quintieri - «c'è il fattore tempo. Per Shanghai manca poco; per Milano molto di più». Infatti, ricorda Quintieri, il contratto per la costruzione del padiglione italiano

a Shanghai è ormai cosa fatta. Particolare non secondario, perché se da un lato concretizza l'impegno preso nella primavera scorsa con il quale l'Italia ha deciso di partecipare all'Expo, è stato poi necessario passare ai fatti. «Il padiglione italiano sarà uno di quelli destinati a sopravvivere all'Expo - rivela Adolfo Urso, sottosegretario allo Sviluppo economico con delega al commercio estero - abbiamo infatti ottenuto dai cinesi che il nostro padiglione finisca tra quelli destinati a essere riutilizzati: ci sembra già una buona dimostrazione di attenzione nei nostri confronti».

Non è l'unico link già attivato in prospettiva dell'Expo 2010 da parte di istituzioni italo-cinesi, specie sul fronte delle esposizioni. «La Fiera di Milano, guidata da Michele Perini si è già concentrata in un'attività con un'iniziativa specifica - ricorda Urso - ed è disposta a fare la sua parte proprio in vista di Shanghai 2010». L'iniziativa alla quale fa riferimento Urso ha comportato l'addestramento in più fasi di un gruppo di dirigenti cinesi che si sono formati con il supporto di Fiera Milano e Mip, la business school del Politecnico di Milano. Al centro il progetto di formazione del personale cinese impegnato proprio nella preparazione dell'Expo mondiale di Shanghai del 2010. Giulia-

no Noci, responsabile del dipartimento internazionale del Mip ha interagito con cinque alti dirigenti dello staff organizzativo dell'Expo, tra cui Xu Weiguo, vice direttore generale di Shanghai World Expo Bureau e Xu Bo, direttore del dipartimento che si occupa delle partecipazioni internazionali all'evento. Non sarà un vantaggio a senso unico, è la tesi di Michele Perini. In vista dell'Expo 2015 a Milano, a sua volta sarà possibile trarre insegnamento dall'Expo di Shanghai del 2010». Anche l'accordo formato dal nulla. «Già nel 2006, come Politecnico, abbiamo stretto un accordo con la Antai School of Management della Jiao Tong University di Shanghai per realizzare un centro di ricerca e formazione dedicato al sistema fieristico cinese - dice Noci - e a tutt'oggi siamo l'unica Università occidentale coinvolta in un progetto che prevede monitoraggio e confronto dell'andamento della realtà espositiva sino-europea».

rita.fatiguso@ilssole24ore.com



R. Fa. Tradizione e modernità. Una cerimonia a Shanghai in vista dell'Expo 2010: per l'Italia una ghiotta occasione per creare legami pensando a Milano 2015

Qui Francia. Perché funziona il gioco di squadra di Viparis

Le scelte vincenti del modello Parigi

Leonardo Martinelli

«Il 2008? È stato un anno buono. E non abbiamo ragione di preoccuparci per il 2009. Anche se non cantiamo vittoria, visti i tempi che corrono». A parlare è Jean-Yves Durance, presidente di Viparis, la nuova società, creata nel gennaio dell'anno scorso, che raccoglie le società di gestione dei nove principali siti fieristici e di congressi di Parigi. In poche parole: nel settore è il maggiore gruppo del mondo, con 575 mila metri quadrati complessivi di superficie disponibile.

Ma prima di pensare all'oggi e al domani, bisogna effettivamente partire da lì, il "prodotto" della fusione tra quelli che fino a un anno fa erano i due più grandi operatori sulla piazza parigina sia nel settore delle infrastrutture sia in quello dell'organizzazione di saloni e convegni: Ccip (la Camera di commercio e industria di Parigi) e Unbail-Rodamco. «Abbiamo iniziato a discuterne alla fine del 2006 - ricorda Durance -, perché avevamo serie difficoltà nella gestione dei calendari. E poi le due società si facevano concorrenza: così certe manifestazioni che avrebbero potuto tenersi a Parigi alla fine sceglievano altre destinazioni». Sono tre gli spazi principali esistenti a Parigi e dintorni: il Parc des Expositions della Porte de Versailles, ai margini della città (220 mila metri quadrati, che era di Unbail-Rodamco), Paris Nord Villepinte, vicino all'aeroporto Roissy Charles de Gaulle (205 mila, che faceva riferimento alla Ccip) e, di dimensioni più ridotte, ma importante per i congressi, il Palais des Congrès (32 mila, della Ccip).

I due organismi controllavano anche due società di organizzazione dei saloni, che però

non erano predominanti come per le infrastrutture: assieme Comexpo (di Ccip) ed Expositum (di Unbail-Rodamco) totalizzavano il 38% del mercato (dove primo operatore è la filiale francese del colosso Reed). Comexpo era specializzata sugli eventi più generalisti (che però si svolgevano in gran parte al Parc des Expositions, proprietà del concorrente Unbail-Rodamco), mentre Expositum era più attivo nei saloni di settore, che in genere optavano per la soluzione Villepinte (del concorrente Ccip). Insomma, una buona dose di confusione.

Così si è arrivati all'idea di un accorpamento, diventata realtà già dal 28 gennaio 2008. Non si è trattato di una fusione completa dei due gruppi, ma della crea-

zione di società comuni per le diverse attività (per l'organizzazione, Comexposium): un sistema il cui perno è Viparis, che raduna le società di gestione dei nove spazi complessivi (oltre i tre menzionati sopra). «L'altro obiettivo era dotarci di uno spazio unico più grande, per limitare i problemi dovuti alla nostra offerta troppo frammentaria, al confronto soprattutto con Hannover e Milano», continua Durance. Certi saloni non possono tenersi a Parigi perché non esiste un unico parco sufficientemente grande per accoglierli. È stata così presa la decisione di estendere Villepinte. Qui i lavori per una prima parte di un nuovo padiglione (35 mila metri quadrati aggiuntivi, così da arrivare a 240 mila) sono già iniziati: l'ala sarà inaugurata nell'estate 2010. Negli anni successivi si aggiungeranno altri 100 mila metri quadrati. La prima estensione, Durance ci tiene a sottolinearlo, «è stata finanziata con i fondi propri della nostra nuova società. Come per la costruzione di tutti i poli fieristici della regione di Parigi, si tratta sempre di investimenti privati, mai pubblici».

In un certo senso la nuova compagine permette a Parigi di essere più forte in una fase economicamente critica come quella attuale. «Il 2008 è stato complessivamente buono - conclude Durance -, anche se dobbiamo ammettere che in due saloni, in particolare Maison et Objet dello scorso settembre, le presenze sono state inferiori al previsto. Nessun salone è stato cancellato, neppure per il 2009, anche se in certi casi registriamo una riduzione delle superfici espositive messe in conto inizialmente». Come dire: prudenza, ma ancora ottimismo.

IN CIFRE

330

I Saloni

Il sistema fieristico parigino è in grado di mettere sul mercato una media di 330 saloni espositivi ogni anno

11 milioni

I visitatori

Sono le persone che nell'ultimo anno hanno frequentato i nove poli espositivi (gestiti dalla società Viparis), 575 mila metri quadrati di superficie totale

5 miliardi

Il fatturato

Il sistema genera ogni anno circa 5 miliardi di euro di fatturato (l'80% dall'indotto); il 45% dell'occupazione alberghiera di Parigi arriva dai saloni e dal turismo d'affari

SPAGNA DOCET

Saragozza val bene un viaggio

Chi l'ha detto che l'Expo di Saragozza è stato un flop? La cosa non è assolutamente pacifica. C'è perfino chi (autorevolmente) pensa che, trattandosi di un'esposizione internazionale posizionata in un'area non propriamente centrale della Spagna, la

conclusione sia stata tutt'altro che quel tonfo («fracaso», come direbbero gli spagnoli) che a un certo punto ci si poteva aspettare.

Fatto sta - e non è un mistero - che gli organizzatori dell'Expo milanese (Regione, Comune, Fiera Milano), hanno organizzato

un viaggio a Saragozza dove hanno incontrato la società che ha organizzato l'Expo.

Viste le ovvie difficoltà con le quali sono alle prese a Milano, vien fatto di dire che, in effetti, confrontarsi con gli spagnoli non è poi una cattiva idea. Non si sa mai.



CFI

Agenzia di Confindustria per le Fiere

Le fiere al servizio dell'Industria per lo sviluppo dell'Economia e per l'Internazionalizzazione delle Imprese italiane

CFI - Comitato Fiere Industria detiene da Confindustria la delega esclusiva a gestire la politica confederale in campo fieristico, delega che assegna a CFI il compito di Agenzia per le Fiere italiane, nell'ambito dell'Area "Internazionalizzazione" della Confederazione. Obiettivi primari di CFI sono la valorizzazione del patrimonio fieristico italiano, nella logica delle strategie promozionali dei settori industriali rappresentati, per lo sviluppo del processo di diffusione del "Made in Italy" nel mondo e di internazionalizzazione delle imprese, nonché il consolidamento in Italia di momenti di mercato a valenza mondiale. Nel 2009 aderiscono a CFI 34 Enti Organizzatori, titolari di 84 marchi fieristici di forte richiamo internazionale.

M A R C H I	F I E R E	A S S O C I A T I	C F I
ABITARE IL TEMPO	F.I. BOVINO DA LATTE	PITTI IMMAGINE UOMO	PITTI LIVING
AGRI FOOD	FIERA AGRICOLA	PLAST	PLASTECHMECC
ARCHITEX	FIERA INT.LE DEL LIBRO	QUADRUN SACA	QUADRUN SACA
ANTEPRIMA	FLUIDTRANS COMPOMAC	SAIE	SALONE COMPLEM. ARREDO - I SALONI
BIMEC	FRAGRANZE	SALONE INT. DEL BAGNO - I SALONI	SALONE INT. DEL MOBILE - I SALONI
BI-MU	GEC	SALONE NAUTICO GENOVA	SALONESATELLITE - I SALONI
BI-MU MEDITERRANEA	GRAFITALIA	SALONEUFFICIO - I SALONI	SAMOTER
BUS&BUS BUSINESS	IDEA SPOSA	SAMUPLAST	SASMIL
CERSAIE	IKME	SFORTEC	SIAB
CIBUS	IPACK-IMA	TASTE	TECNARGILLA
CIBUSPRO	ITMA	TIAM	VENDITALIA
CIBUS ROMA	LAMIERA	VINITALY	VISCOM VISUAL COMMUNICATION
CONVERFLEX EUROPE	LINEAPELLE	VITRUM	NEOZONE/CLOUDNINE/ TOUCH
COSMOPROF/COSMOPACK	MACPLAS	XYLEXPO	
CREMONA MONDOMUSICA	MADE EXPO		
EICMA BICI/MOTO	MARMOMACC		
EIMA International	MEDPACK		
EMO	MEDPRINT		
ENOLITECH	MICAM SHOEVENT		
EUROCARNE	MIDO		
EUROCUCCINA - I SALONI	MIPEL THEBAGSHOW		
EUROLUCE - I SALONI	MODA IN (MILANOUNICA)		
EUROPOLIS	MODAPRIMA		
EXPOCASA	MOSTRA CONVEGNO EXPOCOMFORT		
EXPONENTAL	MOVINT		
EXPOGREEN	PHARMINTTECH		
EXPOLOGISTICA	PITTI IMMAGINE BIMBO		
EXPOVIVRE	PITTI IMMAGINE FILATI		

CFI - Comitato Fiere Industria, Agenzia di Confindustria per le Fiere, rende noti i risultati conseguiti dalle fiere internazionali specializzate, organizzate nel corso dell'anno **2008** dagli Associati CFI: i 55 eventi, di livello internazionale, realizzati in Italia hanno occupato 2.471.796 mq. espositivi netti, con 46.246 Espositori, di cui 12.475 esteri, e con 3.762.184 Visitatori, di cui 776.151 stranieri.

Alla luce di questi lusinghieri e soddisfacenti risultati, le 56 fiere specializzate, di livello internazionale, che sono in calendario per l'anno **2009** si confermano appuntamenti indifferibili per Espositori e Visitatori di tutto il mondo per affrontare e superare con fiducia l'attuale fase congiunturale che può e deve essere considerata come opportunità per nuovi positivi traguardi.

C A L E N D A R I O	F I E R E	A S S O C I A T I	2 0 0 9
Gennaio			
13-16	PITTI IMMAGINE UOMO (moda persona), Firenze		
22-24	PITTI IMMAGINE BIMBO (moda persona), Firenze		
28-30	PITTI IMMAGINE FILATI (moda persona), Firenze		
Febbraio			
3-6	MODA IN/MilanoUnica (moda persona), Milano		
4-7	MADE EXPO (casa arredato), Rho MI		
19-22	QUADRUN SACA (casa arredato), Bologna		
Marzo			
1-3	TOUCH/NEOZONE/CLOUDNINE (moda persona), Milano		
3-4	ANTEPRIMA (moda persona), Milano		
4-7	MICAM SHOEVENT (moda persona), Rho MI		
4-7	MIPEL (moda persona), Rho MI		
6-9	MIDO (moda persona), Rho MI		
14-16	TASTE (agroalimentare), Firenze		
24-28	CONVERFLEX (beni strumentali), Rho MI		
24-28	GRAFITALIA (beni strumentali), Rho MI		
24-28	IPACK-IMA (beni strumentali), Rho MI		
24-28	PLAST (beni strumentali), Rho MI		
Aprile			
2-6	COSMOPROF (moda persona), Bologna		
5-8	ENOLITECH (agroalimentare), Verona		
5-8	VINITALY (agroalimentare), Verona		
15-17	LINEAPELLE (moda persona), Bologna		
22-27	EUROLUCE/I Saloni (casa arredato), Rho MI		
22-27	SALONE INT. DEL MOBILE/I Saloni (casa arredato), Rho MI		
22-27	SALONE COMPLEMENTO ARREDO/I Saloni (casa arredato), Rho MI		
22-27	SALONESATELLITE/I Saloni (casa arredato), Rho MI		
Maggio			
14-15	CIBUSPRO (agroalimentare), Parma		
14-18	FIERA INT.LE DEL LIBRO (automotive/t. libero), Torino		
21-24	EUROCARNE (agroalimentare), Verona		
23-25	MODAPRIMA (moda persona), Milano		
Giugno			
16-19	PITTI IMMAGINE UOMO (moda persona), Firenze		
25-27	PITTI IMMAGINE BIMBO (moda persona), Firenze		
Luglio			
1-3	PITTI IMMAGINE FILATI (moda persona), Firenze		
Settembre			
4-6	MIDO/Business Forum (moda persona), Roma		
8-11	MODA IN/MilanoUnica (moda persona), Rho MI		
11-13	EXPOGREEN (automotive/t. libero), Bologna		
11-13	FRAGRANZE (moda persona), Firenze		
15-16	ANTEPRIMA (moda persona), Milano		
16-19	MICAM SHOEVENT (moda persona), Rho MI		
16-19	MIPEL (moda persona), Rho MI		
17-21	ABITARE IL TEMPO (casa arredato), Verona		
18-21	SALONE DEL CICLO (automotive/t. libero), Rho MI		
29-3/10	CERSAIE (casa arredato), Bologna		
Ottobre			
1-4	MARMOMACC (casa arredato), Verona		
2-4	CREMONA MONDOMUSICA (automotive/t. libero), Cremona		
3-11	SALONE NAUTICO (automotive/t. libero), Genova		
5-10	EMO (beni strumentali), Rho MI		
7-10	INTERNATIONAL EXPONENTAL (beni strumentali), Milano		
13-15	LINEAPELLE (moda persona), Bologna		
22-25	FIERA INT.LE DEL BOVINO DA LATTE (agroalimentare), Cremona		
23-25	AGRI FOOD (agroalimentare), Verona		
28-31	SAIE (casa arredato), Bologna		
28-31	VITRUM (beni strumentali), Rho MI		
Novembre			
5-7	VISCOM VISUAL COMMUNICATION (beni strumentali), Rho MI		
10-15	EICMA-CICLO e MOTOCICLO (automotive/t. libero), Rho MI		
18-21	BUS & BUS BUSINESS (automotive/t. libero), Verona		
18-22	IKME (beni strumentali), Rho MI		
28-30	MODAPRIMA (moda persona), Milano		

Internazionalizzazione. Rivetti (Smi): «Serve coordinamento con le istituzioni»

Il tessile-abbigliamento coglie la sfida dell'estero

Giulia Crivelli

Sulla necessità di aumentare l'internazionalizzazione delle fiere, nessuno ha dubbi. Più difficile è capire come farlo, vista la congiuntura economica non favorevole e vista soprattutto la struttura del sistema fieristico italiano, ancora molto frammentato (si veda l'intervista in pagina al direttore generale dell'Ice Massimo Mamberti).

I buoni esempi, però, non mancano, a partire dal Salone del mobile di Milano, che nel 2009 proseguirà il cammino iniziato da qualche anno, portando la fiera in trasferta a New York e a Mosca, due dei

I SALONI DEL MOBILE

Rosario Messina (Federlegno-Arredo): «Efficace il format WorldWide per proporre i marchi leader e divulgare lo stile italiano»

mercati più importanti per il legno-arredo e per il mobile di design italiano, ma che a partire da ottobre sono anche quelli che hanno sofferto di più per gli effetti della crisi finanziaria che si è abbattuta sulle Borse mondiali.

Per Rosario Messina, fino all'anno scorso presidente di Cosmit, la società che organizza i Saloni, oggi alla guida di Federlegno-Arredo, «il format dei Saloni WorldWide, da un lato con l'ampia offerta commerciale che ha presentato i marchi leader del settore arredo italiano, dall'altro con gli eventi collaterali che hanno coinvolto la capitale russa, dedicati alla cultura del progetto, si è riconfermato il modo più

efficace per divulgare non solo le ultime novità ma anche la cultura dello stile italiano dell'arredo nel mondo».

I numeri hanno dato ragione alla scommessa di Cosmit: dalla prima edizione espositori e visitatori sono saliti costantemente: dalle 180 aziende presenti nel 2005 si è passati alle 499 dell'edizione 2008, e da 13.199 visitatori si è arrivati a 28.748.

Altri settori portanti del made in Italy dove l'internazionalizzazione può migliorare sono l'alimentare e il tessile-abbigliamento. Ne è convinto ad esempio Paolo Zegna, vicepresidente di Confindustria con delega proprio all'internazionalizzazione: «Il 2009 sarà un anno molto difficile, noi imprenditori dobbiamo raccogliere la sfida: bisogna muoversi, dal design all'alimentare alla ricerca alla moda, i nostri asset fondamentali devono essere sostenuti e potenziati. Bisognerà essere più coordinati, in particolare nell'export della miriade di fiere che ogni anno vengono organizzate dai nostri principali enti fieristici privati, che però incassano effetti collaterali sgradevoli, tra cui la sovrapposizione di date ed eventi».

Concorda Carlo Rivetti, presidente della Sportswear Company (marchi C.P. Company e Stone Island) e vicepresidente di Smi, la federazione del tessile-abbigliamento, anch'egli con una delega alla promozione all'estero: «Con Ente moda Italia abbiamo cominciato a mettere a punto dei format, degli spazi coordinati da utilizzare nelle fiere, che siano fortemente riconoscibili. Però è importante, per gli enti fieristici privati, coordinarsi con le istituzioni ed evitare, come succe-



Creatività in mostra. Un'immagine dei Saloni WorldWide Moscow 2008, trasferta russa del Salone del Mobile, che si svolge sempre in ottobre

de, che nella stessa città ci sia una volta una settimana del cinema italiano, un'altra una missione all'estero di una Regione, un'altra ancora una fiera».

Complice il progetto Expo 2015, il sistema delle fiere lombarde, dopo anni di concorrenza sterile, sembra muoversi nella direzione indicata anche da Paolo Zegna. A offrire la cornice (si veda Il Sole 24 Ore del 27 novembre 2008) è la Consulta per l'internazionalizzazione, voluta dall'assessore regionale Franco Nicoli Cristiani insieme all'Adp Regione-Union-

camere sulle fiere. Al lavoro sul progetto è invece Marco Citterio, consigliere di Unioncamere Lombardia e amministratore delegato di Brixia Expo (Fiera di Brescia spa). Il documento di lavoro che sta circolando punta a superare l'idea di quartiere come contenitore chiuso, «per cogliere le eccellenze territoriali e impostare un'internazionalizzazione "in collettiva" degli eventi, supportata dagli espositori top leader, anche attraverso la loro rete distributiva».

giulia.crivelli@ilsale24ore.com

MODA

Link.it unisce Bologna a Parigi

Partnership di successo

La seconda edizione di Link.it, unica fiera al mondo dedicata al "fast fashion", cioè alle aziende della moda che consegnano in 30-60 giorni, si è chiusa una settimana fa a Bologna con successo e con la promessa di mantenersi biennale. L'intuizione di Massimiliano Bizzi – già organizzatore del salone White di Milano (che nel 2008 all'edizione dedicata alla donna ha affiancato quella dedicata all'uomo) – è stata anche quella di legare il suo progetto e Fiera Bologna a Parigi e ai saloni della moda della capitale francese.

Link.fr al via il 30 gennaio

Da venerdì 30 gennaio al 2 febbraio il Paris Expo di Porte de Versailles ospiterà infatti Prêt à Porter Paris, fiera dell'abbigliamento femminile e degli accessori da 1.500 espositori e 44mila visitatori. Prêt à Porter Paris ospiterà anche la gemella francese di Link.it, battezzata Link.fr.

«Gennaio è la data ideale per la presentazione di queste collezioni» ha spiegato a Fashion Magazine Muriel Piaser, direttore moda della manifestazione parigina, per nulla preoccupata dalla concorrenza di Transition, il nuovo salone della fast fashion, organizzato da Eurovet in aprile in concomitanza con Intersélection. «Sono – ha detto Piaser – due cose diverse: Transition è più middle market, Link.fr si rivolge invece a una distribuzione più selettiva con marchi creativi anche di grande notorietà».

Un'opportunità per le aziende

Massimiliano Bizzi ha illustrato durante lo svolgimento di Link.it quale sia l'obiettivo di Link.fr: «Vogliamo dare una possibilità concreta in più alle aziende del settore che intendono ampliare il proprio raggio d'azione a livello internazionale».

INTERVISTA

Massimo Mamberti

Direttore dell'Ice

«Frammentazione nodo strutturale»

di Andrea Curiat

«Favorire l'internazionalizzazione del sistema fieristico italiano può essere molto difficile, ma è un obiettivo nel quale vale la pena investire tutte le risorse necessarie». Ne è convinto Massimo Mamberti, 69 anni, direttore generale dell'Istituto nazionale per il commercio estero (Ice), che commenta così le prospettive di sviluppo delle fiere italiane al di là dei confini nazionali.

Da dove deriva la bassa propensione all'internazionalizzazione delle fiere italiane?

Il problema è strutturale: rispetto ad altri Paesi, come Francia e Germania, l'Italia ha un numero molto elevato di aziende attive in tutti i settori della produzione, dall'alimentare al meccanico. Noi facciamo tutto, e in gran quantità, mentre Paesi industrialmente più forti si concentrano su pochi settori. Per questo, le fiere italiane registrano la presenza di un gran numero di imprenditori e operatori nostrani, a scapito della presenza di player internazionali.

Con quali conseguenze?

Per gli operatori esteri, partecipare a una fiera caratterizzata quasi esclusivamente da prodotti italiani è meno conveniente che puntare su un evento realmente multinazionale. Questo è vero soprattutto in tempi di crisi, e a maggior ragione se si considera che il sistema fieristico italiano è estremamente frammentato. In Francia e Germania ci sono 23 centri fieristici, in Spagna soltanto 12: noi ne abbiamo 40. Il maggior numero di fiere non può che andare a scapito del flusso di visitatori per ciascun



Alla guida. Il direttore generale dell'Ice, Massimo Mamberti

LE MISURE PER LO SVILUPPO

«Saranno cofinanziati da Stato e privati 22 progetti meritevoli con oltre 4 milioni»

evento. Molti enti stranieri, inoltre, hanno cominciato a esportare le loro fiere più forti, una possibilità remota per le controparti italiane, proprio a causa della ridotta presenza di imprenditori esteri.

Quali misure adotta l'Ice per favorire l'affermazione delle fiere italiane all'estero?

Abbiamo sviluppato un sistema di misure ordinarie e straordinarie. Da un lato, prevediamo a invitare regolarmente operatori e giornalisti stranieri alle nostre fiere; parlo di numeri importanti, oltre 2.500 imprenditori l'anno, la cui presenza è anche frutto

dell'impegno dell'Ice. Abbiamo poi dei progetti ad hoc, come l'accordo generale siglato già nel 2004 tra il ministero delle Attività produttive, l'Aefi, il Comitato fiere industria e il Comitato fiere terziario, con lo scopo esplicito di favorire l'internazionalizzazione del sistema fieristico italiano. L'Ice fa parte del comitato di valutazione che attribuisce i fondi stanziati ai progetti meritevoli.

Qual è l'investimento previsto per il 2009?

Per il 2009 sono stati stanziati oltre 2 milioni di euro per realizzare progetti congiunti tra il ministero dello Sviluppo, l'Ice e gli enti fieristici. A questi fondi pubblici si aggiunge un investimento di pari portata da parte degli operatori privati. Abbiamo così valutato 45 progetti, 22 dei quali sono stati ritenuti idonei al cofinanziamento e riceveranno fino a un massimo di 200mila euro ciascuno dal ministero e altrettanti dagli enti privati.

Nel nuovo scenario globalizzato e informatizzato, qual è l'importanza delle fiere per la promozione del made in Italy all'estero?

Le fiere restano uno degli strumenti principali per far conoscere i nostri prodotti all'estero e crescere sui mercati internazionali. In prospettiva, dovremo senz'altro guardare all'informatizzazione dei rapporti come supporto alla produzione, ma sui mercati importanti come quello russo le fiere rappresentano tuttora il luogo migliore, fisico e insostituibile, in cui incontrare operatori e imprenditori. Per questo è importante fornire al sistema fieristico il giusto supporto di cui ha bisogno per crescere.

CONNECTING THE WORLD FIERA DI VICENZA CALENDARIO MANIFESTAZIONI 2009

VICENZAORO-FIRST T-GOLD

11 / 18 gennaio
per operatori

SPAZIOCASA

4 / 9 febbraio
per il pubblico

HUNTING SHOW / PESCARÈ

21 / 23 febbraio
per il pubblico

ABOUT J

Milano 22 / 24 febbraio
per operatori

ABILMENTE primavera

26 febbraio / 1 marzo
per il pubblico

LUXURY & YACHTS*

6 / 8 - 13 / 15 marzo
per il pubblico

GITANDO.VI

26 / 29 marzo
per operatori e pubblico

KOINÈ*

18 / 21 aprile
per operatori

VICENZAORO-CHARM

16 / 20 maggio
per operatori

VICENZAORO-CHOICE

12 / 16 settembre
per operatori

MICROELETTRONICA

1 / 3 ottobre
per operatori

ENERGY PLANET

1 / 3 ottobre
per operatori e pubblico

ABILMENTE autunno

22 / 25 ottobre
per il pubblico

EPOCA / VICENZA NUMISMATICA

5 / 8 novembre
per il pubblico

*segreteria organizzativa esterna



FIERA DI VICENZA

www.vicenzafiera.it



Banca
Popolare di Vicenza
Sponsor Ufficiale Fiera di Vicenza



FIERA MILANO **THE BUSINESS PLANET**

CALENDARIO MANIFESTAZIONI
FEBBRAIO - GIUGNO 2009
 (AGGIORNATO AL 16 GENNAIO 2009)

FEBBRAIO

3 - 6
MILANO UNICA
 IL SALONE ITALIANO
 DEL TESSILE
 Ideabiella - Ideacom
 Moda In - Prato Expo
 Shirt Avenue
fieramilano**city**

4 - 7
MADE EXPO
 MILANO ARCHITETTURA
 DESIGN EDILIZIA
fieramilano

19 - 22
BIT
 BORSA INTERNAZIONALE
 DEL TURISMO
fieramilano

25.2 - 4.3
MILANO MODA
DONNA
 PRESENTAZIONE COLLEZIONI
 AUTUNNO-INVERNO
 2009/2010
fieramilano**city**

27.2 - 2.3
MILANO VENDEMODA
 PRESENTAZIONE
 INTERNAZIONALE COLLEZIONI
 PRÊT-À-PORTER DONNA
 AUTUNNO-INVERNO
 2009/2010
fieramilano**city**

MARZO

4 - 7
MICAM SHOEVENT
 ESPOSIZIONE
 INTERNAZIONALE DELLA
 CALZATURA
fieramilano

4 - 7
MIPEL - THE
BAGSHOW
 95° MERCATO
 INTERNAZIONALE
 DELLA PELLETERIA
fieramilano

4 - 8
MIFUR -
INTERNATIONAL FUR
AND LEATHER
EXHIBITION
fieramilano

6 - 9
MIDO
 MOSTRA INTERNAZIONALE DI
 OTTICA, OPTOMETRIA E
 OFTALMOLOGIA
fieramilano

11 - 13
PROMOTION EXPO
 FIERA DELLA PROMOZIONE,
 DEL MARKETING E DELLA
 COMUNICAZIONE SUL PUNTO
 DI VENDITA
fieramilano**city**

24 - 28
CONVERFLEX 2009
 PACKAGE, PRINTING AND
 CONVERTING
fieramilano

24 - 28
GRAFITALIA 2009
 GRAPHIC ARTS, PRINT
 MEDIA AND COMMUNICATION
fieramilano

24 - 28
IPACK-IMA 2009
 PROCESSING, PACKAGING
 AND MATERIAL HANDLING
fieramilano

24 - 28
PLAST '09
 SALONE INTERNAZIONALE
 DELLE MATERIE PLASTICHE E
 DELLA GOMMA
fieramilano

27 - 29
CARTOONICS
 16° SALONE DEL
 FUMETTO, DEI CARTOONS,
 DEL COLLEZIONISMO E DEI
 VIDEOGAMES
fieramilano**city**

27 - 30
PHOTOSHOW
 PHOTO AND DIGITAL
 IMAGING
fieramilano**city**

APRILE

17 - 20
MIART
 13ª FIERA INTERNAZIONALE
 D'ARTE MODERNA E
 CONTEMPORANEA
fieramilano**city**

22 - 27
SALONE
INTERNAZIONALE
DEL MOBILE
 48ª EDIZIONE NAZIONALE -
 31ª EDIZIONE
 INTERNAZIONALE
fieramilano

22 - 27
SALONE
INTERNAZIONALE
DEL COMPLEMENTO
D'ARREDO
 23ª EDIZIONE
fieramilano

22 - 27
EUROLUCE
 25° SALONE
 INTERNAZIONALE
 DELL'ILLUMINAZIONE
fieramilano

MAGGIO

15 - 18
CHIBIDUE
 SALONE INTERNAZIONALE
 BIGIOTTERIA, ACCESSORI
 MODA, ACCESSORI PER
 CAPELLI
fieramilano**city**

15 - 18
CHIBIMART
 AFFARI D'ESTATE - MOSTRA
 DEI PRODOTTI ETNICI,
 ACCESSORI MODA,
 BIGIOTTERIA, PIETRE DURE,
 COMPLEMENTI D'ARREDO E
 ARTIGIANATO
fieramilano**city**

23 - 25
MODAPRIMA
 66° SALONE
 INTERNAZIONALE DELLE
 COLLEZIONI MODA E
 ACCESSORIO - COLLEZIONI
 PRIMAVERA/ESTATE 2009 -
 FLASH AUTUNNO/INVERNO
 2009-2010 DONNA E UOMO
fieramilano**city**
MIC - Milano
Convention Centre

EXHIBITIONS ABROAD 2009

FEBRUARY

17 - 20
SHANGHAI - CHINA
WOODMAC CHINA
 INTERNATIONAL
 FORESTRY AND
 WOODWORKING
 MACHINERY AND
 SUPPLIES SHANGHAI
 EXHIBITION

MARCH

24 - 26
SHANGHAI - CHINA

DECEMBER

8 - 11
BIEC
Bangalore International
Exhibition Centre
MDA INDIA
 INTERNATIONAL TRADE
 FAIR FOR MOTION,
 DRIVE AND AUTOMATION
 INCL. **CeMAT India**

CHINA

DOMOTEX
Asia/CHINAFLOOR
 THE LARGEST
 INTERNATIONAL TRADE
 FAIR FOR THE FLOOR
 COVERING INDUSTRY IN
 ASIA AND CHINA

26 - 30
GUANGZHOU - CHINA
GUANGZHOU
INTERNATIONAL
TRAVEL FAIR
 ONE OF THE MOST
 IMPORTANT
 INTERNATIONAL

INDIA

INTERNATIONAL TRADE
 FAIR FOR
 INTRALOGISTICS

8 - 11
BIEC
Bangalore International
Exhibition Centre
Industrial
Automation INDIA
 INTERNATIONAL TRADE
 FAIR FOR PROCESS AND

ANNUAL TRAVEL FAIRS
 IN ASIA-PACIFIC REGION

JUNE

1 - 3
SHANGHAI - CHINA
BIOTECH CHINA
 INTERNATIONAL TRADE
 FAIR & CONGRESS FOR
 BIOTECHNOLOGY

Contact:
qian.shen@hfchina.com

PRODUCTION
 AUTOMATION AND
 INDUSTRIAL BUILDING
 AUTOMATION
 INCL. **Energy India**
 INTERNATIONAL TRADE
 FAIR FOR RENEWABLE
 AND CONVENTIONAL
 POWER GENERATION,
 TRANSMISSION AND
 DISTRIBUTION

Contact:
sudhir.patil@hf-india.com

GIUGNO

9 - 12
EIRE
 EXPO ITALIA REAL ESTATE
fieramilano

10 - 13
TUTTO FOOD
 MILANO WORLD FOOD
 EXHIBITION
fieramilano

19 - 22
Si - SPOSAITALIA
COLLEZIONI
 PRESENTAZIONE
 INTERNAZIONALE DI ABITI DA
 SPOSA E DA CERIMONIA
fieramilano**city**

LE MANIFESTAZIONI SONO SOGGETTE
 A VARIAZIONI DI DATA E/O SEDE



FIERA MILANO

Tel. +39 02.4997.1

Numero Verde
 800-820029

Fax +39 02.4997.7963

www.fieramilano.it



Il modo più veloce per conoscere e contattare
 oltre 45.000 imprese che espongono a Fiera Milano
 è **www.expopage.net**

L'impatto della crisi. Cercola (Aefi): «Verso una globalizzazione degli operatori e un aumento delle presentazioni virtuali»

Il sistema al test della recessione

Cermes Bocconi: in calo espositori e visitatori degli eventi internazionali 2008

Andrea Curiat

La crisi economica ha fatto registrare nel 2008 qualche difficoltà al sistema fieristico italiano, che però sembra aver sostanzialmente mantenuto i livelli del 2007.

Se per un'analisi compiuta occorrerà attendere i consuntivi degli organizzatori, le prime stime dell'Osservatorio fiere del Cermes (il Centro di ricerca sui mercati e sui settori industriali dell'Università Bocconi) rivelano che le fiere sinora più colpite dalla crisi sono quelle a carattere internazionale e cadenza annuale. I dati 2008 (si vedano i grafici in pagina) relativi a un campione di 67 manifestazioni, rappresentative del 40% del mercato, mostrano una flessione delle areelocate pari al 2,4 per cento. In calo anche il numero degli espositori diretti totali (-3,9%), più forte di quello degli esteri (-3,1%); anche i visitatori totali sono diminuiti (-3,9%), ma - soprattutto per la buona performance del Salone del mobile di Milano - quelli dall'estero sono aumentati del 12 per cento. A controbilanciare i segnali negativi - oltre all'effetto positivo riservato agli anni pari dalle manifestazioni a carattere pluriennale - dovrebbe intervenire il discreto andamento delle fiere di interesse nazionale e regionale: su un campione di 91 eventi, rappresentativi del 22% delle superfici affittate per questa tipologia, le areelocate sono aumentate dell'8,6% e i visitatori dell'1,6%, sebbene si sia registrata una maggiore selezione degli espositori diretti (in calo dell'1,2 per cento). Per quanto riguarda le manifestazioni internazionali a cadenza annuale, inoltre, si evidenzia un andamento differenziato per gli eventi destinati esclusivamente agli operatori (business) rispetto a quelli misti o rivolti so-



Gli enti fieristici. Raffaele Cercola, presidente di Aefi



Al vertice del Cosmit. Il presidente Carlo Guglielmi

LA VALUTAZIONE

Il presidente del Cosmit Carlo Guglielmi:

«Troppi poli non necessari comportano costi eccessivi e dispersione di risorse»

lo al pubblico (consumer).

Per il 2009, è difficile valutare l'impatto reale della crisi sul sistema fieristico italiano. Stando a una ricerca condotta dall'Associazione espositori e fiere italiane (Aefi), il 30% degli operatori dei quartieri fieristici è convinto che la recessione danneggerà principalmente le

fiere a carattere business-to-business, mentre il 28% si aspetta un impatto forte su tutte le tipologie di eventi nel corso dei prossimi due anni.

Raffaele Cercola, presidente di Aefi, ipotizza che «la crisi colpirà soprattutto le fiere internazionali, con un calo che potrebbe raggiungere anche il 20% in termini di fatturato medio». Più contenuti gli effetti sulle fiere "business", che potrebbero comunque subire un calo del 10% dei ricavi, mentre gli eventi rivolti al pubblico «dovrebbero uscire indenni dalle difficoltà grazie a una buona tenuta dei visitatori, delle superfici locate e dei consumi». Quel che è certo, sostiene il presidente, è che l'anno a venire segnerà un'accelerazione dei cambiamenti già in corso: «Assisteremo a una globalizzazione degli operatori, a una riduzione del ciclo di vita delle fiere e a un aumento del peso degli eventi alternativi, come le presentazioni virtuali dei prodotti».

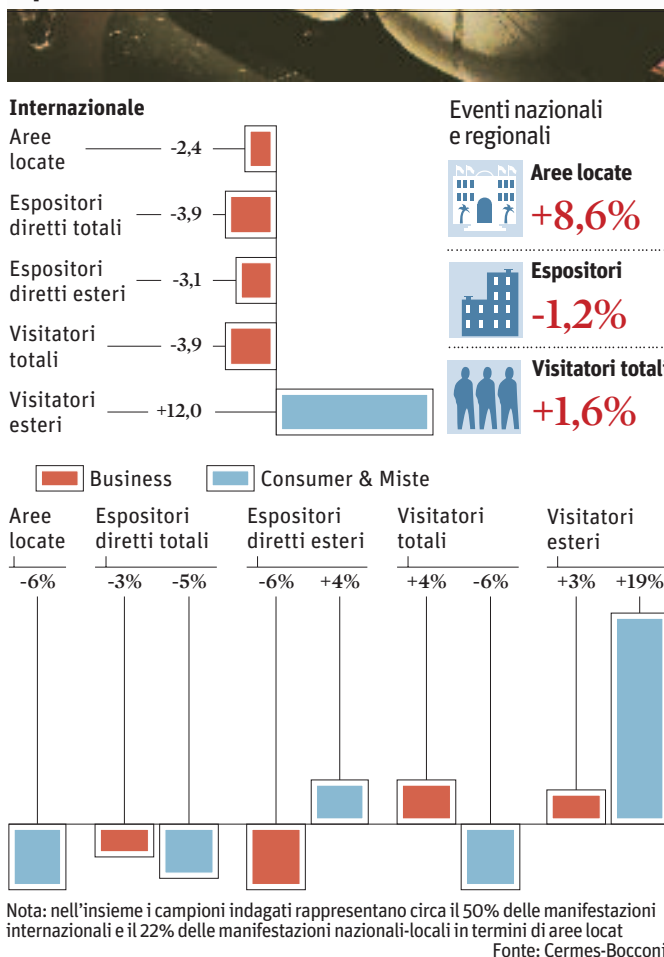
Secondo Carlo Guglielmi, presidente del Cosmit, l'ente fieristico milanese che nel 1961 ha dato vita al Salone internazionale del mobile, «complessivamente, le fiere realmente importanti sono in grado di far fronte alla crisi, perché le defezioni sono compensate da liste d'attesa anche molto lunghe».

Come rispondere alla minaccia della recessione?

Secondo Cercola, «non occorrono contromisure rivoluzionarie, ma è sufficiente pensare a strategie innovative, già adottate in altri Paesi europei, come una maggiore collaborazione tra organizzatori e quartieri fieristici per ottimizzare le risorse e condividere i rischi». Anche il Governo può fare la sua parte: «La deregulation - dichiara il presidente Aefi - ha fatto molti danni. Bisogna tornare



Il panorama



a una legge quadro nazionale di settore, accompagnandola con la creazione di un'autorità che valuti gli eventi, gestisca i finanziamenti e assicuri la coerenza del calendario. Per combattere la crisi, occorrono anche le sovvenzioni pubbliche: le fiere dovrebbero essere incluse nel pacchetto di aiuti per le imprese».

Guglielmi, dal canto suo, denuncia «i difetti congeniti del sistema fieristico nazionale, legati alla gestione politica degli eventi». Il presidente del Cosmit si dice convinto che ci siano «troppi poli espositivi non necessari, che comportano costi eccessivi e una dispersione delle risorse disponibili». Le piccole fiere locali, provinciali e comunali, avrebbero dunque fatto il loro tempo: «Meglio avere un minor numero di eventi, ma più grandi e più forti. Solo così potremo promuovere realmente quel collegamento tra industria, commercio e turismo cui si fa riferimento quando si parla di "sistema Paese"». Le fiere devono essere in grado di coinvolgere ciascuno di questi mondi e divenire delle vere e proprie manifestazioni culturali di grande richiamo».

Alle considerazioni di Guglielmi fanno eco quelle di Manlio Armellini, amministratore delegato di Cosmit: «La chiave di riuscita, nel lungo periodo, consiste nel guardare al di là dell'Europa, investire per conoscere i nuovi mercati e organizzare le fiere in quest'ottica». La crisi, secondo Armellini, si combatte anche «facendo affidamento sulla qualità del made in Italy e sulla capacità di innovare i modelli produttivi, a patto però che ci siano investimenti e sforzi adeguati». I quartieri fieristici, conclude, «devono offrire strutture ricettive adeguate agli eventi che si trovano a ospitare».

Sicurezza sul lavoro. Proposta Asal

Allo studio linee specifiche per i cantieri

Le norme da rispettare per la sicurezza sul lavoro negli allestimenti fieristici generano sovrapposizioni che fanno lievitare inutilmente i costi.

È questo il parere di Pierpaolo Vaj, presidente di Asal Assoallestimenti, l'associazione delle aziende italiane che si occupano di allestimento in fiere e mostre. «Asal - spiega Vaj - sta elaborando, di concerto con Cfi e Aefi, una serie di linee guida volte a regolare in modo autonomo e specifico le misure di sicurezza per l'allestimento dei cantieri fieristici, sinora assimilati ai cantieri edili». La mancanza di una normativa ad hoc, aggiunge Vaj, ha sinora generato una serie di situazioni paradossali: «In un cantiere edile - osserva il presidente - c'è un unico contraente generale che gestisce ogni genere di lavoro. Nelle fiere, invece, ci si ritrova di fatto con 500, mille o duemila general contractor, ciascuno responsabile del proprio stand». Ogni chiosco andrebbe recintato e segnalato con appositi cartelli, senza poter disporre di una cabina di regia generale. «Senza contare - sottolinea ancora Vaj - che le singole installazioni dovrebbero essere approntate una alla volta. Per allestire tutti gli stand occorrerebbero mesi».

Le linee guida dovrebbero essere pronte entro febbraio: «L'obiettivo - conclude Vaj - è ottimizzare le misure di sicurezza per i lavoratori delle fiere, arrivando a risparmiare sino al 15-20% della spesa attuale».

Una normativa specifica potrebbe dare anche un contributo significativo alla lotta al lavoro nero. «Per garantire davvero la sicurezza nelle fiere - conferma Marinella Me-



Il presidente. Pierpaolo Vaj guida Asal Assoallestimenti

PRONTI ENTRO FEBBRAIO

Le misure in preparazione, di concerto con Cfi e Aefi, puntano a ottimizzare le garanzie per gli addetti con risparmi fino al 20%

schieri, segretaria Filcams-Cgil - è necessario porre termine al diffuso fenomeno del lavoro sommerso».

La frammentarietà e il gran numero di operatori fieristici in Italia rende difficile una stima dei lavoratori del comparto. «Solo in Lombardia - aggiunge Claudio Dossi, segretario della Filcams regionale - ci sono 700 lavoratori stabili, ma quelli privi di contratto fisso sono molti di più». Per combattere il lavoro nero e migliorare la sicurezza, il sindacato ha lavorato con Fiera Milano «costituendo un osservatorio apposito e istituendo uno sportello unitario aperto a tutti i lavoratori».

An. Cu.

ANALISI

Collaborare su progetti mirati

di **Francesca Golfetto***

Il sistema fieristico europeo sta manifestando una crescente bipartizione, cui corrispondono differenti logiche competitive e differenti livelli di interesse per il made in Italy.

Da un lato vi sono infatti le fiere di livello nazionale-regionale, con circa 32 milioni di mq di stand venduti annualmente, prevalentemente destinate ai consumatori e alla penetrazione dei mercati locali. Tali manifestazioni sono sempre più basate su logiche di promozione ed entertainment e sono ampiamente distribuite in tutti i Paesi dell'Unione europea, ciascuno con quote limitate e limitate interazioni competitive. Dall'altro lato vi sono le manifestazioni di livello internazionale, in tutto circa 18 milioni di mq di stand, prevalentemente riservate agli operatori e agli scambi internazionali delle produzioni manifatturiere e per lo più costituite sulla logica informativa e delle relazioni tra imprese. In questo caso il mercato fieristico è concentrato sostanzialmente su 4 Paesi (Germania, Italia, Francia e Spagna rappresentano il 90% circa dei mq venduti totali), tra i quali esiste una forte competizione.

Le manifestazioni fieristiche di livello internazionale sono indubbiamente quelle di maggior criticità per le imprese europee e soprattutto italiane. I maggiori Paesi europei sono da tempo in lotta per acquisire le principali manifestazioni nei singoli settori. Il quadro, però, sta cambiando rapidamente. Quattro fenomeni in particolare segnano nuove sfide per imprese espositrici e organizzatori.

● Crescente concentrazione

Il numero delle fiere "rilevanti" si va riducendo in ciascun comparto, come effetto della maturità del settore, ma soprattutto come effetto del crescente interesse dei buyer a visitare anche le fiere dei Paesi extraeuropei, soprattutto asiatici. Di conseguenza, mentre alcune

Il quadro

Il mercato complessivo delle manifestazioni fieristiche nel 2008

	Italia		Europa (25 Paesi)	
	Manifestazioni internazionali	Totale manifestazioni	Manifestazioni internazionali	Totale manifestazioni
Sup. affittate (mq)	4.200.000	7.100.000	18.500.000	50.000.000
Espositori totali	100.000	150.000	430.000	1.360.000
Visitatori totali	12.500.000	22.000.000	43.000.000	150.000.000
N° manifestazioni	190	890	800	5.200

Fonte: Cermes - Bocconi

manifestazioni europee e tempo internazionali stanno di fatto scivolando verso un ruolo più nazionale-locale, altre si stanno fondendo o scelgono la via della co-localizzazione per giocare un ruolo maggiore.

● Le fiere «hub»

In questo processo di concentrazione, le fiere della «offerta nazionale» (espositori prevalentemente nazionali e visitatori prevalentemente esteri) rimangono limitate eccezioni, mentre il mercato delle fiere internazionali si va rapidamente riconfigurando su due sole tipologie: le fiere "hub", che rappresentano l'offerta Europa verso gli acquirenti internazionali, e le fiere «della domanda nazionale», ossia destinate alla prevalente penetrazione dei mercati locali da parte degli offerenti esteri. Le fiere hub si affermano ovviamente nei Paesi europei dotati della migliore accessibilità. Attualmente le manifestazioni internazionali sono concentrate solo su 4 dei 27 Paesi europei (Germania, Italia, Francia e Spagna costituiscono il 90% delle aree di stand) e si può facilmente prevedere un'ulteriore concentrazione per ciò che concerne le fiere con significative quote di visitatori extraeuropei.

● Gli organizzatori

Anche tra gli organizzatori aumenta la concentrazione, come effetto della necessità di operare su un mercato sempre più inter-

nazionalizzato. I maggiori organizzatori europei acquisiscono manifestazioni da organizzatori minori e si espandono anche con acquisizioni e joint-venture sui mercati extra-europei, per accompagnare nelle nuove aree di export i propri clienti. In questo processo, cresce soprattutto la quota dei quartieri-organizzatori, i quali in Europa sono sempre stati i competitor fieristici di maggiore dimensione, i soli con capacità di sviluppo multinazionale. I primi 5 in Germania copro-

LA SFIDA

Occorre sviluppare innovazioni di marketing e potenziarle con un effetto collettivo

no il 65% del mercato nazionale, in Spagna il 98 per cento. In Francia i primi 5 competitor coprono il 51% dell'offerta, ma si tratta soprattutto di grandi gruppi privati. In Italia, l'offerta fieristica dei primi 5 competitor rappresenta solo il 39% ma anche qui, in poco tempo, vi è stata una forte crescita della quota dei quartieri, i quali per definizione costituiscono piazze in cui la provenienza nazionale non conta.

● I produttori nazionali

Il quarto fenomeno rilevante è che ovunque si va riducendo la presenza delle associazio-

ni dei produttori nazionali, quelli che appunto lottano innanzitutto per la visibilità della propria industria.

Riepilogando, si va verso un sistema fieristico che porta sempre più le imprese nazionali lontane dalle proprie aree di produzione, molto spesso con iniziative in competizione con altre della stessa nazione. Il rischio è la perdita di visibilità delle industrie nazionali.

Che fare per vincere le nuove sfide? Forse questo è il momento di ripensare alle fiere non come presentazioni collettive, in cui espositori delle stesse industrie nazionali sono solo fisicamente vicini, ma come strumenti di marketing collettivo in cui la collaborazione emerge da progetti specifici, soprattutto quando le partecipazioni sono "fuori casa". L'altro aspetto da considerare sono le opportunità di sviluppare innovazioni di marketing e potenziarle attraverso l'effetto collettivo. Forse queste nuove necessità potrebbero innescare quella collaborazione che le aziende italiane hanno sempre rifiutato preferendo solo la competizione. E su queste necessità si apre un ruolo importante e rinnovato delle associazioni dei produttori, quanto meno nella funzione di indirizzo delle risorse che il sistema pubblico continua a dedicare alla rappresentazione frammentata dei mille campanili.

*Università Bocconi, direttore Osservatorio fiere Cermes

UNACOMA service

Agricoltura, Giardinaggio, Edilizia.

La meccanizzazione per l'innovazione e lo sviluppo.

Unacoma Service, nata nel 1992, è la società di servizi di Unacoma, l'Unione Nazionale Costruttori Macchine Agricole, aderente a Confindustria ● Promuove la meccanizzazione nei settori dell'agricoltura, del giardinaggio e dell'edilizia in Italia e all'Estero ● Realizza attività culturali, divulgative e di formazione specifiche per il settore ● Fornisce agli Associati supporti focalizzati e servizi innovativi a costi competitivi ● Collabora, nel settore delle macchine agricole, con i maggiori Enti Fieristici nazionali ● Organizza: EimaGulf, ExpoGreen, Eima Show, Eima Agrimach India, Agrievolution ed Eima International

Abu Dhabi 28-30 Aprile 2009

Esposizione Internazionale di Macchine per l'Agricoltura e il Giardinaggio nel Mondo Arabo

Bologna 11-13 Settembre 2009

Salone Internazionale dell'Outdoor

Modena 26-27 Settembre 2009

Esposizione Dinamica delle Nuove Tecnologie per l'Agricoltura

New Delhi 03-05 Dicembre 2009

Esposizione Internazionale dei Macchinari Agricoli per il Mercato Indiano

Orlando (USA) 11-12 Gennaio 2010

Summit Mondiale sulla Meccanizzazione Agricola

Bologna 10-14 Novembre 2010

Esposizione Internazionale di Macchine per l'Agricoltura

Unacoma Service S.u.r.l.

00159 Roma - Via Venafrò, 5 - Tel. (+39) 06 432981 - Fax (+39) 06 4076370
unacoma.service@unacoma.it - www.unacoma.it

QUI CI SI INCONTRA DA TUTTO IL MONDO,
QUI SI LAVORA, QUI SI CRESCE.

RIMINEVOLMENTE.

Nuove parole per nuovi business.

Qui a Rimini, l'ospitalità, il gusto di fare e vivere bene, la capacità di attrarre pubblici internazionali sono la ricetta infallibile anche per i vostri affari. Vi aspettiamo in Fiera con **16** padiglioni, **109mila** mt.q. di superficie espositiva, **60mila** mt.q. di servizi, **160mila** mt.q. di verde, **11mila** posti auto, **una stazione ferroviaria interna** di linea, **40** manifestazioni.



RiminiFiera
business space

Rimini Fiera SpA
via Emilia, 155 · 47900 Rimini
tel. +39 0541 744 111 · fax +39 0541 744 200
infovisitatori@riminifiera.it · www.riminifiera.it

CALENDARIO MANIFESTAZIONI 2009

GENNAIO

SIGEP 17/21 30° Salone Internazionale Gelateria, Pasticceria e Panificazione Artigianali / www.sigep.it

FEBBRAIO

PIANETA BIRRA BEVERAGE & CO 14/17 11ª Esposizione Internazionale di Birre, Bevande, Snack, Attrezzature e Arredamenti per Pub e Pizzerie / www.pianetabirra.it

MIA 14/17 39ª Mostra Internazionale dell'Alimentazione Alimenti e Tendenze per il Fuori Casa e la Grande Distribuzione www.miafiera.it

MSE 14/17 8° Salone Internazionale delle Tecnologie e dei Prodotti della Pesca per il Mediterraneo / www.medseafood.com

ORO GIALLO 14/17 5° Salone Internazionale dell'Olio Extravergine di Oliva / www.oringiallorimini.it

MARZO

TECHNODOMUS 11/14 Salone delle Tecnologie per la Lavorazione del Legno e Componenti per l'Edilizia www.technodomus.it

ENADA PRIMAVERA 18/21 21ª Mostra Internazionale degli Apparecchi da Intrattenimento e da Gioco www.enadaprimavera.it

B.E.R. 18/21 La Prima Fiera Europea Dedicata al Bowling / www.bowlingeventrimini.it

GLOBE09 26/28 The Tourism Hub Roma - Nuovo Quartiere Fieristico / www.globe09.it

MY SPECIAL CAR SHOW 27/29 7° Salone dell'Auto Speciale e Sportiva / www.myspecialcar.it

APRILE

EUROPA. 01/03 9ª Edizione - Salone delle Autonomie Locali, Prodotti, Tecnologie e Servizi per la Pubblica Amministrazione www.euro-pa.it

WHITE AND BLUE 24-26 Rimini Yachting Lifestyle Marina di Rimini / www.whiteandblue.it

MAGGIO

RIMINIWELLNESS 14/17 Fitness, Benessere e Sport on stage / www.riminiwellness.it

AMICI DI BRUGG 21/23 52° Congresso dell'Associazione Amici di Brugg / www.amicidibrugg.it

CAM PREVIEW 30/01 GIUGNO Mostra Anteprima Articoli per la Casa e gli Ambienti / www.campreviewrimini.it

GIUGNO

RIMINI DANZA SPORTIVA 19/28 2ª Edizione dei Campionati Italiani Assoluti di Danza Sportiva / www.riminidanzasportiva.it

AGOSTO

MEETING 23/29 Associazione Meeting per l'Amicizia fra i Popoli / www.meetingrimini.org

SETTEMBRE

MONDO NATURA 12/20 16° Salone Internazionale del Camper, Caravan, Campeggio e Turismo all'Aria Aperta www.mondonatura.it

LUOGHI 12/20 5ª Rassegna Dedicata ai Turisti della Nuova Vacanza / www.mondonatura.it

OTTOBRE

ENADA ROMA 7/9 37ª Mostra Internazionale degli Apparecchi da Intrattenimento e da Gioco Roma - Nuovo Quartiere Fieristico / www.enada.it

T&T - TENDE & TECNICA 07/10 5ª Biennale Internazionale dei Prodotti e Soluzioni per la Protezione, l'Oscureamento, il Risparmio Energetico, la Sicurezza, l'Arredamento www.tendeetecnica.it

SUN 08/10 27° Salone Internazionale dell'Esterno. Progettazione, Arredamento, Accessori / www.sungiosun.it

GIOSUN 08/10 24° Salone Internazionale del Giocattolo e dei Giochi all'Aria Aperta / www.sungiosun.it

TTG INCONTRI 16/18 46ª Edizione della Fiera b2b del Settore Turistico / www.ttgincontri.it

TTI 16/17 9ª Edizione del Workshop Dedicato al Prodotto Turistico Italiano / www.ttiworkshop.it

ECOMONDO 28/31 13ª Fiera Internazionale del Recupero di Materia ed Energia e dello Sviluppo Sostenibile www.ecomondo.com

KEY ENERGY 28/31 3ª Fiera Internazionale per l'Energia e la Mobilità Sostenibile, il Clima e le Risorse per un Nuovo Sviluppo / www.keyenergy.it

RI3 28/31 5ª Rassegna della Rigenerazione, Ricarica e Riuso dei Supporti di Stampa, Hardware e Prodotti per Informatica e Telematica / www.ri3.it

NOVEMBRE

BTC INTERNATIONAL 05/06 Borsa Internazionale del Sistema Congressuale ed Incentive Roma Nuovo Quartiere Fieristico / www.btc.it

CERCO CASA 20/23 Il Salone delle Opportunità Immobiliari e dell'Arte e Tecnica del Costruire - 2ª Edizione Modena - Quartiere Fieristico / www.cercocasanet.it

SIA GUEST 21/24 59° Salone Internazionale dell'Accoglienza / www.siarimini.it

DICEMBRE

COUNTRY LIFE 05/13 18ª Mostra Mercato del Vivere Country Modena - Quartiere Fieristico / www.countrylife.it

Nord-Ovest. La società torinese di Gl Events vuole acquistare l'ex struttura olimpica per ampliarla

Il Lingotto punta sull'Oval

Prioritari per il 2009 i settori enogastronomia e innovazione

Augusto Grandi

Enrico Fabris, due medaglie d'oro e un bronzo alle Olimpiadi di Torino nel pattinaggio di velocità su ghiaccio, potrebbe tornare a volare sulla pista dell'Oval. Non per un tardivo ripensamento del Comune, finalmente disposto a mantenere le promesse, ma per l'intervento del Lingotto Fiere che intende acquistare la gestione della struttura per utilizzarla sia come spazio espositivo sia per eventi, compresi quelli sportivi.

Andrea Varnier, direttore del centro fieristico subalpino, ricorda tra l'altro che il Lingotto fa capo al gruppo francese Gl Events che è specializzato non solo in

monte - sono ormai uno strumento di pura comunicazione B2B anche se le più importanti funzionano pure come strumento di promozione verso il consumatore finale». Varnier aggiunge che le fiere sono piattaforme di comunicazione e il comunicare rappresenta un asset importante per le aziende, «ma le fiere - precisa - devono evolvere, essere più integrate».

Così da un lato il Lingotto punterà su filoni tradizionalmente vincenti, come l'agroenogastronomico, e lancia quest'anno la prima edizione di Campus (dedicata all'innovazione in agricoltura), rinnova completamente un non entusiasmante Salone del Vino e potenzia Alpi 365 che diventa un appuntamento dedicato al cibo, ma anche all'innovazione in montagna. Tra l'altro il Salone del Vino potrà beneficiare delle sinergie con Gl che, in Francia, organizza già manifestazioni enologiche. Varnier anticipa, però, che al Lingotto si stanno già studiando altre iniziative legate al settore e che potrebbero concretizzarsi già nel 2010.

Il polo fieristico subalpino guarda però anche ad altri settori. Quest'anno, per esempio, le novità (compreso Campus) sono 5: un salone dell'immobiliare; uno dedicato a turismo e tempo libero; un appuntamento per automotive, aerospace, railway, naval & yacht all'Insegni di Affidabilità e tecnologie; un salone sulla tv digitale e sulle tecnologie HDTV. Quest'ultimo, tra l'altro, si aggiunge all'appuntamento del Cineshow che lo scorso anno ha ottenuto un grande successo, confermando l'importanza di Torino come centro per il cinema e la televisione. In realtà sono stati numerosi, nel 2008, gli appuntamenti di successo. E il primo anno di gestione della nuova proprietà

si è chiuso con dati confortanti. Oltre 753mila visitatori (+7,62%), 7mila espositori (+16,44%), 436mila mq lordi (+37,56%). Va ricordato che il 2008 ha potuto contare sul Salone del Gusto che ha cadenza biennale e che garantisce l'occupazione di grandi spazi con crescente afflusso di pubblico.

In ogni caso il Lingotto guarda avanti. E già quest'anno potrebbero aggiungersi nuove manifestazioni - per le quali sono in corso contatti avanzati - da aggiungere alle 25 già in calendario. Nonostante la crisi si punta sulla crescita e quando mancano le risorse finanziarie si prova a sopprimere con creatività, fantasia. Ma anche con la disponibilità da parte del Lingotto Fiere per un intervento di collaborazione anche finanziaria. Magari a partire dalla Fiera del libro, qualora si imponesse l'idea di qualche politico torinese che vorrebbe trasformare la manifestazione da annuale in biennale. «Un gravissimo errore», secondo Varnier, disposto a valutare un coinvolgimento diretto del Lingotto Fiere nell'organizzazione.

Asu avviso, inoltre, il pubblico può contenere le spese concentrando gli investimenti su ciò che vale realmente, evitando gli interventi a pioggia. È anche vero che nel vastissimo panorama di eventi fieristici - basta consultare la Guida mondiale delle Fiere, realizzata proprio a Torino - crescono le iniziative di gruppi seri come il torinese TTG Expo, così come aumentano i poli fieristici a partire dall'ExpoBlot a Vercelli con 60mila mq di area complessiva e 15.500 coperti. Ma i soldi pubblici devono servire a valorizzare ciò che è più utile al territorio, lasciando ai privati lo spazio per crescere in totale libertà.

augusto.grandi@ilsole24ore.com



Strategia vincente. Il Lingotto Fiere di Torino, che ora fa capo al gruppo francese Gl Events, punta all'acquisto del vicino Oval, il palazzo del ghiaccio costruito per le Olimpiadi Torino 2006 dove Enrico Fabris (nella foto) ha vinto due medaglie d'oro. Oltre alle fiere, dunque, anche eventi sportivi

Sarà completato in ottobre l'avveniristico padiglione B

Fiera di Genova pensa in grande

Jada C. Ferrero

Cambia lentamente pelle il quartiere fieristico di Genova, una "muta" esibita già a ottobre, in occasione dell'ultimo evento clou, il Nautico, con il debutto del nuovo padiglione B firmato da Jean Nouvel. La struttura in specchi e acciaio, a filo d'acqua, sarà definitivamente pronta in occasione della prossima edizione del Salone (la 48ª, 3-11 ottobre 2009). L'avveniristico padiglione, che ha comportato la demolizione del precedente, si aggiunge alla nuova marina e alla darsena tecnica realizzate in precedenza; con i suoi maggiori spazi, l'expo genovese supera una soglia psicologica, totalizzando 104mila metri quadrati coperti complessivi, così consolidandosi al sesto posto italiano, subito dopo Rimini.

Il cda di Fiera di Genova spa (Comune 32%, Filse 27%, Provincia 22%, Cdc 17%, Autorità Portuale 2%), in fase di messa a punto del nuovo piano industriale (al 2012), punta a chiudere in questo primo semestre 2009 l'ultima partita ancora aperta del vecchio piano (2004-2008): la riconversione dell'ex sede dell'Ansaldo in centro congressuale e albergo (9 piani con vista da Portofino a Capo Mele) collegato ai nuovi spazi. Un'operazione da tempo incagliata su una questione di confini demaniali con l'Autorità portuale per una microporzione; sciolto il nodo, sarà indetto il bando per trovare il candidato a realizzare e gestire il "4 stelle", un intervento stimato sui 60 milioni, che aveva incassato una dozzina di preliminari manifestazioni di interesse da parte delle principali catene. Il futuro ruolino di marcia delle riqualificazioni passerà

attraverso l'ammodernamento del Palazzetto dello sport e forse l'ampliamento del nuovo B sul sedime dell'attuale padiglione D.

L'ente fieristico, presieduto da Paolo Lombardi e diretto da Roberto Urbani (anche ad) nel 2008 ha ospitato 17 eventi, tanti quanti sono in vista quest'anno, con analogo numero di manifestazioni extrafieristiche (sette, dall'atletica indoor al rally della Lanterna passando per la Festa dell'Unità). Complessivamente, nel 2008, hanno esposto a Genova quasi 4mila imprese; sono stati occupati

A LEVANTE

È il secondo anno di vita per il polo della Spezia che prepara in novembre il workshop internazionale su cantieristica e nautica

564.500 metri quadrati di superficie in 76 giornate; 769mila i visitatori. Cifre in generale un po' più basse dell'annata 2007, ma sono d'altronde mancate le cadenze biennali. Come Slow Fish, scommessa a mare di Carlin Pettrini & C, che torna quest'anno (17-20 aprile) per celebrare la sua quarta edizione, o anche l'ex Technofolies-Interschau (ora Amusement Expo Europe, 28-30 ottobre), fiera delle giostre e dell'industria del divertimento, che si svolge in alternanza con l'analoga struttura-partner di Stoccarda. Il programma 2009, oltre alle storiche campionarie, Primavera e Natalidea, contempla la conferma del nuovo Più menù expo, rassegna dedicata al mangiare fuori casa e alla ristorazione collettiva, il lan-

cio di CpExpo, primo salone delle tecnologie e dei sistemi per la sicurezza delle reti, delle infrastrutture, dei beni e del territorio (entrambe date da definire), oltre che una costellazione di altri eventi.

I conti dell'ente pubblico (in rosso fino al 2000) si mantengono in ordine: l'ultimo bilancio approvato - in aprile, per l'annata 2007 - si è di nuovo chiuso con un piccolo utile (18.724 euro), a fronte di un valore della produzione di 22,41 milioni. Livelli analoghi al giro d'affari 2005 (visto che il 2006 non conta: era anno di Euroflora, mega evento quinquennale da 562mila visitatori, che torna nel 2011). «Per l'annata 2008 - anticipa il presidente Paolo Lombardi - il pre-consuntivo del fatturato supera i 24 milioni, con un aumento dell'8% rispetto al 2007».

A levante ha intanto festeggiato il primo compleanno La Spezia Expo, centro fieristico (5.500 metri quadrati) fortemente voluto dagli enti locali, costruito in 2 anni (5 milioni la spesa, sostenuta da fondi Ue) e affidato in gestione a una srl (Camera di Commercio Sp 56%, Comune 29%, Filse 10%, Provincia 5%) presieduta da Roberto Ferrarini e diretta da Stefano Senese, segretario generale dell'ente camerale spezzino. La struttura, anche usata dagli Ordini professionali per incontri e congressi, nel 2009 vivrà il clou con la quinta edizione di Smart (5-7 novembre), workshop internazionale su cantieristica e nautica. L'ente camerale scommette sul filone della filiera nautica; ecco così l'esordio (11-15 giugno) di Sea-Future, altro evento internazionale dedicato al mare e alle relative tecnologie.

FIERA BOLZANO

IL PUNTO D'INCONTRO TRA NORD E SUD



CALENDARIO		2009
KLIMAHOUSE	Fiera internazionale specializzata per l'edilizia e la casa	22 - 25/1
ALPITEC CHINA	Fiera internazionale specializzata per la tecnologia alpina ed inverno (tecnologie)	19 - 21/2
VIATEC	Fiera internazionale specializzata per la costruzione e manutenzione di infrastrutture stradali	5 - 8/3
BAUMEC	Fiera specializzata per macchine ed attrezzature edili	5 - 8/3
CIVIL PROTECT	Fiera specializzata per la protezione civile e l'emergenza	27 - 29/3
PROWINTER	Fiera internazionale di tecnologia e servizi per gli sport invernali	15 - 17/4
TEMPO LIBERO	Salone per sport, hobby, vacanze e montagna	30/4 - 3/5
KUNSTART	Fiera internazionale dell'arte moderna e contemporanea di Bolzano	21 - 24/5
KLIMAEENERGY	Fiera specializzata sulle energie rinnovabili per uso commerciale	24 - 26/9
KLIMAHOUSE UMBRIA	Fiera specializzata per l'edilizia energetica e la sostenibilità in edilizia (Dad, la Umbria)	8 - 10/10
HOTEL	Fiera internazionale specializzata per alberghi e gestione	19 - 22/10
AUTOCHTONA	Forum dei vini italiani	19 - 20/10
AGRIALP	Fiera agricola dell'alta valle	6 - 9/11
BIOLIFE	Fiera del prodotto biologico	13 - 15/11
FIERA D'AUTUNNO	Fiera internazionale di prodotti di qualità	18 - 22/11
FUTURUM	Fiera di tecnologia e innovazione in Alto Adige	10 - 13/12
2010		
ARREDO	Abitare oggi - Fiera specializzata	marzo
ALPITEC	Fiera internazionale specializzata per la tecnologia alpina ed inverno	8 - 10/4
INTERPOMA	Fiera internazionale per la colizzazione, conservazione e commercializzazione della mela	4 - 6/11
LIGNOMECC	Fiera specializzata per la lavorazione del legno	da definire

FIERABOLZANO MESSEBOZEN



www.fierabolzano.it | info@fierabolzano.it
FIERA DEL ZANNO EDI - Piazza Fiumi 1 - 39100 Bolzano, Alto Adige - tel. +39 0471 5 5000 | fax +39 0471 5 5111



"Sai fare l'addizione?" chiese la Regina Bianca
"Quanto fa uno e uno e uno e uno e uno e uno e uno e uno?"
"Non lo so" disse Alice "ho perso il conto..."
"Allora sai fare la divisione?" interruppe la Regina Rossa
"Se dividi una pagnotta con il coltello... cosa ottieni?"
"Suppongo che..." cominciò Alice
ma la Regina Bianca rispose per lei:
"Pane e burro, naturalmente"



Moltiplicare gli utili non è solo una favola.
Vai per fiere.

Destinare risorse per partecipare ad un evento fieristico equivale ad un ritorno spesso inaspettato. Essere presenti significa maggiore visibilità sul mercato, la possibilità di incontrare nuovi clienti e fornitori, di stabilire contatti diretti, di conoscere e far conoscere nuovi prodotti. A conti fatti, andar per fiere è il miglior investimento per imprese che credono alla magia dei numeri.

MORETTI VIAGGI
Andar per fiere

Dal 1971 organizzazione di viaggi e soggiorni per fiere ed eventi



Moretti Viaggi srl - Via Vincenzo Monti, 15 - 20123 Milano - tel. 02.4987846 - fax 02.4816954
e-mail: infofire@morettiviaggi.it

PITTI IMMAGINE 2009

UOMO
+ W_WOMAN PRECOLLECTION

13— 16 GENNAIO
16— 19 GIUGNO
FIRENZE

NEW DATE
DA MARTEDÌ
A VENERDÌ



BIMBO

22— 24 GENNAIO
25— 27 GIUGNO
FIRENZE

NEW DATE
DA GIOVEDÌ
A SABATO



FILATI

28— 30 GENNAIO
1— 3 LUGLIO
FIRENZE

TOUCH! NEOZONE CLOUDNINE

1— 3 MARZO
27— 29 SETTEMBRE
MILANO

NEW DATE
DA DOMENICA
A MARTEDÌ



TASTE

14— 16 MARZO
FIRENZE

MODAPRIMA

23— 25 MAGGIO
28— 30 NOVEMBRE
MILANO

FRAGRANZE

11— 13 SETTEMBRE
FIRENZE

PITTI IMMAGINE srl
50123 FIRENZE
VIA FAENZA 111
T +39 055 36931
F +39 055 3693200
www.pittimmagine.com



Lombardia. Nel 2008 il bilancio è tornato in attivo con ricavi per 320 milioni

Più servizi e Far East nei progetti di Milano

Matteo Prioschi

■ Previsione di un bilancio in attivo, ulteriore spinta sui servizi alle imprese e sull'internazionalizzazione, senza però escludere a priori accordi anche sul fronte italiano. Il 2009 per Fiera Milano si apre con le dovute precauzioni, alla luce della situazione economico-finanziaria internazionale, ma l'anno sarà comunque caratterizzato da investimenti e voglia di crescere.

Il 2008 si è chiuso con un ritorno del bilancio in attivo (in attesa dei dati definitivi si è certi di aver raggiunto l'obiettivo di 320 milioni di ricavi consolidati e 28 milioni di margine operativo lordo), e anche negli ultimi mesi sono arrivati segnali positivi, come conferma l'amministratore delegato Claudio Artusi: «Il mercato domanda-offerta nell'ultimo trimestre si è confermato vivace. Questo ci consente di guardare con fiducia al 2009, anno in cui riteniamo di non correre rischi di ritrovarci con un bilancio in rosso, anche perché abbiamo delle manifestazioni triennali che offrono opportunità importanti come Plast (materie plastiche e gomma), Grafitalia, Converflex (package e printing)».

Per l'anno in corso l'attività all'estero fornirà un contributo ancora contenuto, ma importante in prospettiva futura. L'accordo con la Fiera di Hannover di recente è stato esteso all'India oltre che alla Cina e Fiera Milano guarda con interesse anche a Russia, Brasile e



Amministratore delegato.
Claudio Artusi di Fiera Milano

LA STRATEGIA

L'ad Artusi: «Il mercato chiede sistemi di relazione e comunicazione più ricchi di quelli consentiti da normali modalità espositive»

Turchia. «L'India - prosegue Artusi - per il momento rappresenta un'iniziativa molto piccola ma profittevole. Del resto tutte le iniziative in cui ci impegniamo devono avere il prerequisite di presentare conti in ordine. Quanto alle operazioni in Paesi esteri, ci aspettiamo che le fiere che andremo a organizzare offrano tassi di crescita analoghi a quelli del Paese ospitante. Cina, India, ma non solo, saranno i grandi motori dello sviluppo fieristico futuro: chi ci sarà e sarà bravo ne trarrà beneficio».

Di conseguenza le attività internazionali diventeranno sempre più importanti sia per quanto riguarda il peso operativo che strategico nel gruppo Fiera. Gruppo che ha imboccato con decisione anche la via dello sviluppo e della fornitura di servizi alle imprese che partecipano agli eventi, andando oltre la mera gestione di spazi. Altra scelta che, in prospettiva, si farà sentire sul bilancio: «Un organizzatore fieristico ha nella vendita degli spazi e servizi il core business in termini di peso percentuale - precisa Artusi -. Noi però stiamo cercando di seguire le richieste del mercato che chiede opportunità di

sviluppare sistemi di relazione, modalità di comunicazione, acquisizione di informazioni più ricche di quelle consentite dalle normali modalità espositive. Di conseguenza alcuni strumenti peseranno di più nel bilancio ma costituiscono anche un supplemento di attrattività competitiva per far sì che nel momento di decidere un'azienda che debba scegliere a quale fiera partecipare scelga noi a scapito di altri».

Accordi internazionali, operatività su mercati esteri, sviluppo di servizi evoluti. Per il futuro, però, Fiera Milano non esclude a priori mosse all'interno dei confini nazionali. «Siamo molto attenti - conclude l'amministratore delegato - a tutte le opportunità, leggere o pesanti che possano emergere da accordi con quartieri fieristici italiani che esprimano valore. Del resto se pensiamo che anche le ex municipalizzate, che erano strumento dei campanili, stanno facendo degli accordi, sarebbe miope dire che ciò non possa accadere con le fiere. Si tratta di un dossier che ci vede molto attenti e, ci tengo a sottolineare, non con una logica colonialistica».

m.prioschi@ilsale24ore.com



Gli spazi sul territorio



Superficie dei quartieri fieristici lombardi (in metri quadrati)

	Superficie	
	Totale	Al coperto*
Polo Fiera Milano	2.000.000	345.000
Fiera Milano City	180.000	115.000
Cremona Fiere	165.000	47.000
Centro Fiera del Garda	245.000	44.600
Fiera di Bergamo	173.000	23.000
Brixia Expo	21.000	21.000
Malpensa Fiere	75.000	20.000
Sud Malpensa	92.000	20.000
Millenaria di Gonzaga	162.285	17.861
Travagliatocavalli	255.000	14.651
Lario Fiere	52.019	13.302
Spazio Villa Erba	110.000	11.000
Villa Castelbarco	800.000	6.000
PalaBam di Mantova	12.000	5.200
Castello Belgioioso	48.000	3.800
Totale	4.390.304	707.414

* Dato lordo

Fonte: Regione Lombardia

In provincia. Ventitré i quartieri fieristici: si lavora alla creazione di un network che limiti i localismi

Un piano per potenziare la rete

■ C'è sempre più network nel futuro dei quartieri fieristici lombardi "minori". In vista dell'Expo 2015, ma non solo, infatti, si sta lavorando per potenziare la rete nata nel 2004 tramite Unioncamere Lombardia che ha già portato alla realizzazione della manifestazione coordinata "Artigiana",

giunta alla terza edizione.

Il primo passo in questa direzione potrebbe essere quello della creazione di un gruppo di acquisto, mentre in vista dell'esposizione universale i quartieri fieristici potrebbero proporsi quale piattaforma logistica di supporto per gli espositori. I tempi sono ancora pre-

maturi per questo secondo stadio, che potrebbe prendere concretamente forma nel 2013 tramite la creazione di una holding di scopo tra i partecipanti o un'associazione temporanea d'impresa.

In Lombardia, secondo la classificazione della Regione, oltre a Fiera Milano si conta-

no altri 22 quartieri fieristici, di cui 7 internazionali, 6 nazionali e ben 9 regionali. Una realtà molto, forse troppo articolata, frutto più di volontà locali che risposta a effettive esigenze di mercato.

Con il risultato di avere spesso strutture, anche recenti, scarsamente utilizzate. A pochi chi-

lometri dall'aeroporto di Malpensa e a una quindicina di chilometri tra loro, si trovano, per esempio, Malpensa Fiere a Busto Arsizio e il Polo fieristico Sud Malpensa a Castano Primo: 78 mila metri quadri di superficie totale il primo, 92 mila il secondo e, rispettivamente, 11 e 6 eventi finora in programma per il 2009. Non deve sorprendere, quindi, che la struttura di Castano Primo abbia in corso il "progetto enti", con il quale punta a individuare interlocu-

tori con cui avviare attività coordinate. Una frammentazione che trova conferma nella lettura dei dati dimensionali: le strutture qualificate come internazionali e nazionali, nel complesso possono vantare una superficie lorda di 2,21 milioni di metri quadrati e 247 mila metri quadrati coperti. Tanto per avere un'idea, i due poli di Fieramilano City e di Rho insieme valgono 2,18 milioni di metri quadrati di cui 460 mila coperti.

M. Pri.

All'estero le bresciane Exa e Made in Steel

Sbarco in Canada ed Emirati Arabi per Brixia Expo

Matteo Meneghello

■ Una partenza bruciante. Quest'anno, per la prima volta, la Fiera di Brescia ha aperto i battenti in anticipo, già nel mese di gennaio, ospitando nei giorni scorsi la manifestazione Expo Rally. Un buon auspicio per un 2009 che si annuncia promettente soprattutto sul piano dell'internazionalizzazione del padiglione fieristico bresciano, che ha chiuso il bilancio 2008 con un fatturato di 3,7 milioni, e che punta a sfondare il muro dei 4 milioni durante l'anno in corso.

«È la prima volta che siamo già operativi da gennaio - spiega soddisfatto l'amministratore delegato della Fiera, Marco Citterio - ora, però, dobbiamo guardare avanti. E i prossimi mesi saranno soprattutto all'insegna delle opportunità sul fronte dell'internazionalizzazione: in Canada con Exa, e negli Emirati Arabi, con Made in Steel».

Brixia Expo ha raggiunto un accordo per "esportare" i due fiori all'occhiello del sistema fieristico bresciano, dedicati rispettivamente alla filiera armiera e all'industria siderurgica. «A settembre - spiega Citterio - vareremo Exa international: offriremo a tutti i partecipanti di Exa 2009, che si svolgerà ad aprile, la possibilità di compiere un tour in Nord America, a diretto contatto con i principali operatori del comparto armiero a stelle e strisce, strategico dal punto di vista dell'export. La Camera di Commercio di Brescia ci garantirà un concreto appoggio da Chicago, dove ha da poco inaugurato un ufficio decentrato».

Nonostante le difficoltà del momento, Exa viaggia verso la saturazione: «Siamo al 98 per

cento - spiega Citterio - su 300 partecipanti della scorsa edizione, non hanno confermato la presenza in dieci, ma registriamo una dozzina di nuove adesioni. La crisi si fa sentire, nella rimodulazione degli spazi: gli espositori, però, confermano la loro fiducia nell'esposizione, concepita come un investimento, e non come un costo da tagliare».

Per quanto riguarda invece la filiera siderurgica, Made in Steel si prepara a sbarcare nel 2010 a Dubai, con lo stesso modello adottato da Exa a Toronto. La fiera dell'acciaio, però, sarà attiva anche sul fronte dell'*incoming*: dal 18 al 20 marzo, i padiglioni di Brixia Expo

L'OBIETTIVO

L'amministratore delegato Marco Citterio: «Nel 2009 puntiamo a raggiungere 4 milioni di fatturato contro i 3,7 di quest'anno»

ospiteranno, per la prima volta, delegazioni dalla Cina, dall'India e dal Brasile.

«La prospettiva globalizzata - spiega Citterio - è in linea con la politica di internazionalizzazione dei quartieri fieristici varata dalla Regione Lombardia. Il piano d'azione prevede contributi per tre milioni di euro: Brescia può aggiudicarsi una fetta di risorse consistenti». Dalle reti lunghe a quelle corte. «Vogliamo rafforzare l'impegno nella promozione del distretto di filiera biomedicale di Brescia e Bergamo - conclude Citterio - abbiamo programmato per settembre un evento legato a questo progetto».

m.meneghello@ilsale24ore.com

Eyewear worldwide preview

www.mido.com

6-9 marzo 2009

Per rispondere meglio alle vostre esigenze, Mido 2009 vi porta al centro dell'attenzione mondiale, in contemporanea con le anteprime della Moda a Milano. Un'occasione unica per ammirare nuovi occhiali, lenti, macchinari, tecnologia e materie prime. In contemporanea con:

MICAM MIP MEL THE BASH SHOW

fieramilano

mido

Ritorna a maggio
l'evento di riferimento
per gli Operatori del settore

TECH FOR EXPO BUSINESS
MILANO 2009

2009
Livin
Luce

La tecnologia
di building e illuminazione
diventa business.

www.livinluce.com

2009
Ener
Motive

La tecnologia
di power e factory
diventa business.

www.enermotive.com

2009
Ener
Solar+

Milano ha una nuova Energia.
Rinnovabile.

www.enersolarplus.com

fieramilano
26-30 maggio 2009

Orario visitatori: 9.30-18.00
Ingresso: Porta Est, Porta Ovest

LivinLuce - EnerMotive - EnerSolar+
sono organizzate da Fiera Milano Tech Spa
Tel. 02.3264.418 - areatecnica2@fieramilanotech.it

Segreteria Tecnico Commerciale EnerSolar+
Tel. 02.6630.6866 - marketing@enersolarplus.com

FIERA MILANO
TECH

FIERA MILANO



FIERA DEL LEVANTE

CALENDARIO MANIFESTAZIONI 2009

28 - 29 Gennaio

SMAU Business Bari

Fiera dell'Information
& Communication Technology
per le piccole e medie imprese
locali e la Pubblica Amministrazione



8 - 11 Marzo

LEVANTE PROF

Salone nazionale della panificazione,
pasticceria, gelateria, pizzeria, birra,
vini, bar, ristorazione, pasta fresca,
pubblici esercizi & hotel



19 - 22 Marzo

L'ANTIQUARIA

Mostra mercato dell'Antiquariato
e del Collezionismo



16 - 19 Aprile

EXPOLEVANTE

Fiera internazionale
per il tempo libero,
sport, turismo e vacanze



28 - 30 Maggio

I SALONI DELLA VERNICIATURA

Saloni della verniciatura a basso
impatto ambientale del Mediterraneo:
Polveri, Cleantech e ecoCoating



12 - 20 Settembre

73ª FIERA DEL LEVANTE

Campionaria internazionale



AGRIMED

Salone della promozione
agroalimentare delle regioni



BUSINESS CENTRE

Salone dei servizi reali
per le imprese e le famiglie



MOTUS

Salone dell'Auto, Moto e Accessori



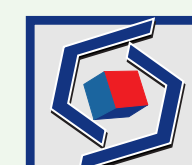
EDIL LEVANTE Abitare

Salone di materiali, attrezzature
ed impianti per l'edilizia abitativa



SALONE DELL'ARREDAMENTO

Mobili, complementi e soluzioni per arredare



8 - 11 Ottobre

AGRILEVANTE

Salone internazionale delle macchine
e impianti per l'agricoltura



11 - 13 Novembre

SALONE DELLO STUDENTE

Organizzato da "Campus Editori s.r.l. - Milano"



12 - 15 Novembre

PROMESSI SPOSI

Matrimonio in vetrina



21 - 22 Novembre

BIMBINFIERA

Il più importante salone
per mamme, papà e bambini



E.A. FIERA DEL LEVANTE • Lungomare Starita 70123 BARI
TEL. 080 5366.329-475 • FAX 080 5366.489-311
www.fieradellelevante.it • messaggi@fieradellelevante.it

Nord-Est. Nonostante le logiche di campanile nessun danno economico ai big Verona e Padova

I veneti non fanno sistema

Tramontata l'idea di un grande quartiere regionale fieristico

Claudio Pasqualetto

Non suonasse molto blasfemo di questi tempi, il rapporto fra le Fiere venete si potrebbe paragonare a quello fra israeliani e palestinesi. Costrette a stare sullo stesso territorio, invitate dal mondo intero a dare vita ad un sistema unitario, in realtà impegnate quotidianamente in una guerra che negli ultimi tempi ha visto i toni alzarsi, anziché appiattirsi come sarebbe legittimo aspettarsi. Il bello è che lo stato di guer-

dall'altro - sono ormai scomparse le indicazioni per spazi espositivi vasti che lasciavano pensare all'ipotesi di un nuovo, grande ed unico quartiere fieristico regionale. A quell'idea, ormai, non sembra crederci più nessuno dei protagonisti, neppure i più diretti interessati come Francesco Borgia, presidente di Venezia Fiere, e PierGiacomo Ferrari, presidente di Expo-Venice. La nuova scelta sembra essere quella di spazi adattabili, ma meglio se storici o con un loro vissuto, in cui ospitare rassegne molto flessibili in cui a contare sia soprattutto l'altissimo valore aggiunto.

Questa filosofia, in realtà, appare come l'unico punto di incontro fra i due "gestori" delle esposizioni in un'area lagunare che, dopo avere trascurato per decenni questa opportunità, oggi improvvisamente ha scoperto di essere una vetrina di straordinario richiamo e proprio per questo si rende preziosa, e litigiosa.

ExpoVenice va sostenendo di essere l'unica società con un vero know how in materia, Venezia Fiere ribatte di non essere da meno e soprattutto di essere l'espressione delle realtà locali che contano, dal Comune alla Regione.

E con Venezia Fiere, nel ruolo oltretutto di socio forte nell'azionariato, c'è Verona Fiere che non fa certo mistero, dall'alto dei suoi risultati, di sentirsi legittimata a dettare legge sul territorio e quindi ad essere caposquadra di qualsiasi progetto di sistema vasto.

Giovanni Mantovani, dg di Verona Fiere, usa pugno d'acciaio in guanti di velluto e non preme sull'acceleratore, avendo ben capito i rischi delle sabbie mobili lagunari, ma certamente non molla l'osso consuevole com'è che Venezia può



Lo scacchiere. Suggestiva parete di marmo esposta all'ultima edizione 2008 di «Marmomac» di Verona Fiere: la rassegna - leader mondiale per le aziende del settore lapideo, appuntamento irrinunciabile per produttori e designer che utilizzano le potenzialità di marmo e pietre - si svolgerà quest'anno dal 30 settembre al 3 ottobre

essere veramente lo spazio, anche piccolo, che fa la differenza su quel piano internazionale cui Veronafiere appartiene ormai in maniera indiscutibile.

A Venezia guarda con marcato interesse anche Dino Menarini, presidente di Fiera Venezia, pur impegnato nel difficile cambio di pelle del ciclo delle manifestazioni orafe che coincide con l'andamento tutt'altro che florido del settore. Venezia ed il lusso si sposano decisamente bene, anzi la città lagunare è quasi un simbolo nell'immaginario mondiale di quel lusso diffuso che sembra essere il

nuovo core business di chi si muove tra oro e preziosi. Ecco allora che l'alleanza tra Vicenza e Verona consolidata fra vini e gioielli si può ben muovere unita verso Venezia, con cui cercare di imbastire un dialogo unitario ma con un partner che a questo punto non può che essere Venezia Fiere. Che Padova se ne stia tranquilla a guardare questi movimenti rischiando di essere schiacciata è tutto da dimostrare e non a caso pochi giorni fa s'è consumata una sfida che già interessa i tribunali. Due manifestazioni contemporanee dedicate al

segmento bike, con Padova a difendere il suo marchio con 15 edizioni alle spalle e Verona ad ospitare i vecchi promotori della manifestazione in cerca di nuovi stimoli, e spazi.

Altro che grande Fiera del Veneto, da queste parti ormai nessuno pensa più nemmeno che la vendetta sia un piatto da servire freddo. La posta in gioco è altissima ma le professionalità e le eccellenze non mancano. La partita, tutto sommato, è tutta da vedere e più che mai è auspicabile che vinca il migliore.

claudio.pasqualetto@ilssole24ore.com

Il Friuli-Venezia Giulia fatica a ottimizzare le tre sedi

Strada difficile per il polo unico

Mauro Pizzin

L'obiettivo è ambizioso, ma difficilmente realizzabile. Almeno entro il 2009. Anche in Friuli-Venezia Giulia si accarezza l'idea di un polo unico in grado di abbattere i costi, razionalizzare i calendari e aumentare la massa critica del sistema fieristico regionale. Si tratta però di mettere d'accordo tre spa - Pordenone Fiere, Fiera di Trieste, Udine e Gorizia Fiere - 31 azionisti, tre patrimoni immobiliari per soli 71 mila metri quadri di spazi espositivi (contro i 470 mila di Milano) e altrettanti calendari. Forte il pressing della politica, "trasversale" almeno su questo tema: la necessità di unirsi è stata evidenziata tanto dalla Giunta Illy di centrosinistra, quanto dall'attuale Esecutivo Tondo di centrodestra, prendendo magari le redini dell'iniziativa. Va letta anche in quest'ottica la volontà della Regione di entrare nel capitale sociale di Pordenone Fiere, di cui per statuto (ora in sede di modifica) esprime un consigliere di amministrazione con funzione di presidente.

«La strada del polo unico è percorribile con difficoltà - ammette Alvaro Cardin, nella doppia veste di presidente della spa pordenonese e di Unionfiere - perché ci troviamo di fronte a realtà territoriali complesse: la dicotomia fra Pordenone e Udine, per esempio, è tradizionalmente pronunciata e difficile da eliminare».

Nel caso di Pordenone a pesare è anche la vicinanza del Veneto, con intrecci forti in svariati settori. «Per quanto ci riguarda - sottolinea il responsabile della Spa della Destra Tagliamento - abbiamo da anni un rapporto stretto con il Comune di Portogruaro, che contiamo di integrare nella compagine sociale. Sul fronte regionale si trat-

L'identikit

Il bilancio degli eventi fieristici 2008 nei tre poli del Friuli-Venezia Giulia

Polo	Rassegne	Espositori	Visitatori
Trieste	6	596	320.000
Pordenone	15	2.896	367.500
Udine e Gorizia	15	3.600	585.000
Totale	36	7.092	1.272.500

Fonte: elab. del Sole 24 Ore su dati degli enti fieristici del Friuli-Venezia Giulia

ta, allora, di portare avanti una politica realistica, pensando ad aumentare le sinergie». La ricetta offerta da Cardin spazia dalla possibilità di organizzare assieme vetrine fieristiche itineranti a quella di gestire a rotazione eventi già calendarizzati, fino a una piattaforma logistica per la promozione regionale. Molte proposte sono già sul tavolo della Regione. La fiera pordenonese, che ha chiuso in nero il 2008, per l'anno in corso oltre a rassegne tradizionali come Samumetal e Samulegno intende valorizzare avvenimenti destinati a coinvolgere gli enti pubblici in un progetto più vasto di marketing territoriale: è il caso della rassegna di orientamento al lavoro Incontro aziende studenti, in programma ad ottobre.

Su tre filiere principali - l'agroalimentare, il fashion design e gli eventi diretti al consumatore finale - si incardina invece il programma di Udine e Gorizia fiere, unico esempio di aggregazione realizzata. In calendario manifestazioni storiche come Agriest e Casa Moderna, mentre Innovaction e Promosedia saranno riproposte a cadenza biennale nel 2010. «L'integrazione - spiega il presidente Sergio Zanirato - ha avuto ricadute positive anche a livello di bilancio, nel 2008 in pa-

ri dopo il superamento della fase di start up». Quanto all'ipotesi di un polo regionale, secondo Zanirato, «finora molto si è parlato ma poco si è fatto».

L'ipotesi che ritengo realizzabile fin da subito è quella di una regia unica, capace di razionalizzare prima di tutto i calendari. Il discorso fusione, auspicabile, passa invece attraverso la volontà dei soci e richiede tempi lunghi». Un'opinione condivisa da Fulvio Bronzi, responsabile della Fiera di Trieste. «Ogni matrimonio va preceduto da un fidanzamento - spiega - ragion per cui prima di ipotizzare aggregazioni bisogna spingere sulle sinergie. Si alla regia unica dunque, ma fin da subito perché è il momento di essere concreti». Sul fronte degli eventi anche il polo giuliano - la cui crescita è condizionata dall'atteso cambio di location - ha intrapreso la strada della specializzazione, puntando sulle rassegne per addetti ai lavori. È il caso di Trieste Espresso Expo, vetrina biennale e respiro internazionale dedicata al caffè (in calendario nel 2010), o di Olio Capitale, programmata per marzo. Per quest'anno due i debutti: Game, dedicata al gioco, e Domus Persona avente ad oggetto la domotica.

mauro.pizzin@ilssole24ore.com



... e la pelle diventa moda

fieramilano

4-7 Marzo 2009
Collezioni Autunno-Inverno 2009-10

promosso da

AIMPES
Associazione Pellettieri Italiani

In contemporanea con

In contemporanea con le più importanti Fiere di Accessori Moda e Pellicceria.
Un'occasione unica per gli operatori del settore.

MADE IN MILANO

Segreteria Mipel: viale Beatrice D'Este, 43 • 20122 Milano • Italy
tel. +39 0258451.1 • fax +39 0258451320 • e-mail: segreteria@mipel.com • www.mipel.com

LEADER MONDIALI NELL'INFORMAZIONE PROFESSIONALE SU FIERE CONGRESSI EVENTI

expofairs.com

GMF
Guida Mondiale delle Fiere
Guide Mondial des Foires
Guía Mundial de las Ferias
World Trade Fairs Guide
Messeverzeichnis weltweit

PRISMA
FIERE, CONGRESSI, TURISMO, BENESSERE, ENOGASTRONOMIA

Pianeta Srl
Via Angelo Sismonda 32
10145 Torino
Tel 011747600
Fax 011747294
info@expofairs.com

per informazioni e acquisti
www.expofairs.com



Sommiamo relazioni. Sottraiamo ostacoli. Moltiplichiamo idee. Condividiamo esperienze.

DAL PRIMO ORGANIZZATORE DIRETTO
DI FIERE D'ITALIA, 365 GIORNI DI
GRANDI EVENTI.

2009

GENNAIO

- 16-18 Motorbikeexpo**
- 23-25 Vivi la casa** - Mostra dell'abitare. Evento mostra mercato. Soluzioni d'arredo classiche e moderne
30gen-1feb Prodotti e servizi per la casa e gli sposi
- 23-25 HomeGallery** - Suggerzioni ed oggetti oltre il mobile
30gen-1feb

FEBBRAIO

- 20-22 ForumClub - ForumPiscine** - International congress&expo for fitness, wellness and aquatic clubs
international pool & spa congress and expo
- 26 febbraio** **Legno & Edilizia** - Mostra internazionale sull'impiego del legno nell'edilizia
1 marzo
- 28 febbraio** **Salone Italiano del Golf** - S.I.G.
2 marzo

MARZO

- 7-8 Model Expo Italy** - Fiera del modellismo
- 7-8 Elettroexpo** - Mostra mercato di elettronica, radiantismo, strumentazione, componentistica informatica

APRILE

- 2-6 Agrifood Club** - Salone dell'alimentare di qualità
- 2-6 Vinitaly** - Salone internazionale del vino e dei distillati
- 2-6 Enolitech** - Salone internazionale delle tecniche per la viticoltura, l'enologia e delle tecnologie olivicole ed olearie
- 2-6 Sol** - Salone internazionale dell'olio d'oliva extravergine di qualità
- 18-19 Vacanze Weekend Verona** - Turismo e attrezzature per il tempo libero in fiera

MAGGIO

- 7-9 Greenbuilding** - Mostra e convegno internazionale su efficienza energetica e architettura sostenibile
- 7-9 Solareexpo** - Mostra e convegno internazionale su energie rinnovabili e generazione distribuita
- 13-14 Automotive Dealer Day** - Informazioni, strategie e strumenti per la commercializzazione automobilistica
- 15-17 Verona Mineral Show Geo Business** - Mostra di pietre preziose, pietre dure, pietre ornamentali, fossili e derivati, oggettistica in pietra
- 21-24 Eurocarne** - Salone internazionale delle tecnologie per la lavorazione, conservazione, refrigerazione e distribuzione delle carni
- 26-28 Pte Expo - Progetto Terza Età** - Fiera e congresso delle tecnologie, prodotti e servizi per la terza età
- 29-31 Veronafil 1** - Manifestazione filatelica, numismatica, cartofila

GIUGNO

- 9-12 Pulire** - Mostra internazionale delle produzioni e delle tecnologie per le attività dell'igiene ambientale

SETTEMBRE

- 17-21 Art Verona** - Fiera d'arte moderna e contemporanea
- 17-21 Abitare il tempo** - Giornate internazionali dell'arredo
- 30 settembre** **Marmomacc** - Mostra internazionale di marmi, pietre, design e tecnologie
3 ottobre

OTTOBRE

- 20-22 CREA** - Expo business forum internazionale condizionamento, riscaldamento, energia, ambiente
- 20-22 MCM** - Mostra convegno internazionale della manutenzione industriale
- 20-22 SAVE** - Mostra convegno internazionale delle soluzioni e applicazioni verticali di automazione, strumentazione, sensori
- 20-22 ACQUARIA** - Mostra convegno internazionale delle tecnologie per l'analisi, la distribuzione e il trattamento
- 21-24 ZOW** - Salone internazionale dei componenti ed accessori per l'industria del mobile

NOVEMBRE

- 5-6 Anteprima Novello** - Presentazione produzione vino novello 2009
- 5-8 Fieracavalli** - International horse festival
- 18-21 Bus & Bus Business** - Salone internazionale del trasporto in autobus
- 19-21 Big Buyer** - Mostra convegno del settore cartoleria e cancelleria
- 26-28 Job & Orienta** - Scuola, orientamento e formazione del lavoro
- 28-29 Elettroexpo** - Mostra mercato di elettronica, radiantismo, strumentazione, componentistica informatica

DICEMBRE

- 4-6 Verona Mineral Show Geo Shop** - Mostra di pietre preziose, pietre dure, pietre ornamentali, fossili e derivati, oggettistica in pietra

MANIFESTAZIONI ALL'ESTERO

- 12-17 Gennao** **Abitare il Tempo / Bau - Monaco**
- 9-10 Febbraio** **Vinitaly U.S. Tour - Miami** - Salone dei vini italiani di qualità
- 11 Febbraio** **Vinitaly U.S. Tour - Palm Beach** - Salone dei vini italiani di qualità
- 26 Febbraio** **Samoter Tour Istanbul** - Workshop e business meeting tra aziende italiane e aziende locali del settore dell'edilizia
- 25-29 Marzo** **Job & Orienta / AULA Madrid** - Scuola, orientamento, formazione e lavoro
- Giugno** **Vinitaly Russia** - Salone dei vini italiani di qualità
- 10-12 Giugno** **R-Energy Argentina** - Fiera internazionale di energie rinnovabili
- 15-18 Giugno** **Siab Brasile** - International techno-bake exhibition
- 17-19 Giugno** **R-Energy Brasile** - Fiera internazionale di energie rinnovabili
- Ottobre** **Vinitaly U.S. Tour** - Salone dei vini italiani di qualità
- Ottobre** **Samoter Tour Kazakhstan** - Workshop e business meeting tra aziende italiane e aziende locali del settore dell'edilizia
- Ottobre** **Stonexpo / Marmomacc Americas**
- Novembre** **Vinitaly Japan** - Salone dei vini italiani di qualità
- Novembre** **Vinitaly China** - Salone dei vini italiani di qualità
- data da definire* **Vinitaly India - New Delhi** - Salone dei vini italiani di qualità

CALENDARIO SUSCETTIBILE DI VARIAZIONI



www.veronafiere.it

VERONAFIERE

www.veronafiere.it

Emilia-Romagna. La Regione entrerà con 23 milioni nei pacchetti azionari di Bologna, Rimini e Parma

Primi passi verso la «rete»

Ricavi in crescita e previsioni di investimenti per i tre poli principali

Giorgio Costa

Il sistema fieristico regionale dell'Emilia-Romagna - oltre 280 milioni di ricavi spalmati su 12 enti fieristici di cui tre, Bologna, Rimini e Parma pesano per circa il 90% - sfida la crisi da eccesso di offerta di spazi e reagisce alle difficoltà del mercato degli stand con ricette apparentemente antitetiche. Da una parte (è il caso di RiminiFiera) spinge sempre più sulla strada della privatizzazione, anche se ormai la Borsa sembra un miraggio come pure slitta sine die l'alleanza con Bologna. Al contempo, sui pacchetti azionari dei maggiori quartieri sta per avvicinarsi il momento dell'ingresso della Regione (in totale 23 milioni per acquisire il 5% dei saloni di Rimini, Bologna e Parma) alla ricerca di quella "rete" vagheggiata da anni dal presidente Vasco Errani e portata avanti con convinzione dall'assessore alle Attività produttive Duccio Campagnoli. Rete che da sola non decolla, che anche la politica fatica a imporre e di cui solo il mercato (insieme alla sostenibilità di un progetto) sarà il motore.

Se Rimini ha varato quello spin-off immobiliare - premessa di un maggior peso dei privati sugli assetti complessivi della fiera per ora controllata dalla mano pubblica - su cui Bologna ha discusso inutilmente per tutto il 2008, il capoluogo di Regione e Parma rispondono alla crisi con nuovi progetti.

Per quel che riguarda BolognaFiere, il preconsuntivo 2008 indica un fatturato di gruppo a 132 milioni, in crescita sia verso quanto ipotizzato a budget sia verso il consuntivo 2007 (128,5 milioni), grazie ai buoni risultati delle fiere consolidate (Saie, Cersaie, Cosmoprof, Eima, Lineapelle, Lameria). Il margine operativo lordo (Ebitda) ha subito un calo di circa un milione rispetto al 2007 (28 milioni). Le previsioni per



Il Motor Show alla svolta. Gli organizzatori del salone (nella foto un momento dell'ultima edizione) hanno appena presentato all'azionista francese Gl events il nuovo piano 2009, dalla formula rinnovata

L'esercizio 2009 sono difficili, a causa del quadro macroeconomico attuale e, inoltre, a causa di un saldo negativo delle fiere biennali per il 2009, un anno dispari nel quale quindi non vengono organizzate alcune fiere a cadenza biennale. Tuttavia, la scelta del gruppo è quella di continuare a investire: in particolare, sulle manifestazioni per il consumatore finale. «Investire - spiega l'amministratore delegato Federico Minoli - è più importante rispetto a un modesto utile che ci sarebbe se restassimo fermi. Ma noi fermi non staremo e, anzi, il ragionevole aumento di capitale che prevediamo nel 2009 e sarà definito a seguito del piano industriale, è finalizzato proprio alla crescita».

Intanto, se il 2008 si è chiuso con i biglietti staccati dal Motor Show in calo del 13% (ma il mercato dell'auto ha fatto peggio) e co-

munque non lontano da un milione di visitatori, il 2009 si è aperto con un'ArteFiera che ha mantenuto le aspettative senza rinunciare tra gli stand prenotati. Proprio il Motor Show, intanto, sta riflettendo sul suo futuro. «Non temiamo la nuova concomitanza con il salone di Los Angeles, che si è spostato a inizio dicembre 2009: si tratta di manifestazioni su macro-aree molto diverse tra loro, che non si intralciano - afferma Giada Michetti, ad di Promotor international (organizzatrice del Motor Show) -. Piuttosto, bisogna reagire alla grave crisi del settore auto con creatività e stiamo studiando proposte innovative da presentare ai produttori: un nuovo progetto, con una nuova filosofia, che verrà illustrato a fine febbraio».

Per quel che riguarda RiminiFiera, «nel 2008 - spiega il presi-

dente Lorenzo Cagnoni - abbiamo avvertito anche sul nostro calendario fieristico i primi segni di un'economia in generale sofferenza». In ogni modo, il gruppo chiude il 2008 con un consolidato di preconsuntivo che vede il valore della produzione a 95,9 milioni di euro (+12% sugli 85,6 milioni del 2006, anno corretto di comparazione, vista la biennialità di alcuni eventi) con un Mol di 22,9 milioni (-0,6% sui 23 milioni del 2006). Intanto, visto l'allontanarsi della quotazione (e anche di eventuali operazioni con Bologna), RiminiFiera ha varato una operazione di spin-off immobiliare che porterà alla separazione della gestione immobiliare da quella degli eventi. Un modo per far entrare i privati più agevolmente nel core business fieristico, dal momento che il debito della fiera (39,6 milioni, -28,1% in un anno) resterebbe in

capo alla società immobiliare e quella di gestione nascerebbe libera da pesi. Nel 2009 si prevedono ricavi di gruppo a quota 90,7 milioni (-11,6% sul 2007) e un Mol di 17,5 milioni (-5,3% sul 2007).

Per Fiere di Parma, l'andamento del 2008 si è mantenuto in linea con il risultato dell'anno precedente di riferimento (26,5 milioni nel 2006) generando un Ebitda in crescita, che ha raggiunto il 19% dei ricavi. «Un risultato altamente positivo - spiegano da Fiere di Parma - in considerazione delle difficoltà delle imprese e del particolare andamento altalenante del mercato fieristico nazionale. Questo trend ha contribuito a dotare l'azienda di una liquidità superiore a 13 milioni di euro, che ci mette in condizione di poter finanziare gli interventi di riqualificazione del quartiere fieristico».

giorgio.costa@ilsale24ore.com

Marche. Verso la Spa per Ancona, Civitanova e Pesaro

Pronto l'accordo per l'ente unico

I numeri del 2008

Capacità espositiva e business delle fiere marchigiane

Ente	Strutture	Spazi espositivi (mq)	Manifestazioni	Visitatori	Espositori	Valore produzione (€)
Erf	Ancona	12.000	17	110.000	2.500	3.000.000
	Civitanova Marche	5.000				
Fiere di Pesaro	Campanara	45.000	14*	75.000*	3.000	3.000.000

Nota: * i dati sono riferiti ai principali eventi fieristici svoltisi l'anno scorso cui si somma l'attività convegnistica con 27 appuntamenti
Fonte: enti fieristici delle Marche

Ilaria Vesentini

A parte la definizione di un paio di temi - il personale e le deleghe regionali - la strada verso la società unica di gestione degli expo marchigiani appare spianata.

L'Erf (Ente regionale fieristico, con i quartieri di Ancona e Civitanova Marche) e Fiere di Pesaro sembrano infatti aver finalmente raggiunto l'accordo sulla Spa di "Fiera dell'Adriatico" - come già si ventila potrebbe chiamarsi il nuovo ente unico -, complici l'arrivo di un nuovo assessore regionale con delega alle fiere, la pandemia crisi che rende improrogabili le sinergie sui mercati e i bilanci sempre più disastrosi.

«Sarà un soggetto interamente pubblico con un capitale sociale iniziale di due milioni di euro e quote aperte non inferiori a 50 mila euro, molto snello operativamente, con un cda di soli 5 membri, un presidente e un direttore», precisa l'assessore regionale Vittoriano Solazzi, che ha nominato a fine dicembre un tavolo tecnico di lavoro ristretto e conta di arrivare alla bozza finale di statuto prima delle elezioni amministrative. «È un'operazione - afferma - che ottimizza le poche risorse disponibili e crea economie di scala, di fronte alla quale non ci

sono campanilismi o opportunismi politici che tengono».

«I grandi ostacoli sono superati - conferma Ugo Calzoni, amministratore unico di Fiere di Pesaro, Spa controllata dalla locale Camera di commercio - e stiamo lavorando concretamente sui dettagli di un esperimento unico nel suo genere in Italia. Dobbiamo puntare sulle nostre specificità distrettuali (cantieristica, food, mobile, calzaturiero e turismo) sfruttando una posizione logistica ottimale a due passi dall'autostrada e una posizione privilegiata al centro dell'Adriatico». Il quartiere Campanara, la principale struttura delle Marche - con i suoi 45 mila mq di spazi espositivi freschi di restyling e un investimento da 4 milioni in arrivo per la realizzazione, nel 2010, di una palazzina congressi centrale - scommette per il 2009 anche sulla nuova versione del salone del mobile, "Domo 360", e sul debutto di "Marche food festival", evento dedicato alle tipicità agroalimentari e all'industria della trasformazione.

Che sia davvero la volta buona, a cinque anni dalla legge regionale 24/2004 che istituiva la regia unica? Ne è convinto Dante Merloni, presidente dell'Erf, a patto che «la Regione

deleghi alla nuova Spa tutte le competenze organizzative sugli eventi fieristici dentro e fuori i confini nazionali. Chiediamo non finanziamenti, ma la possibilità di crescere e gestire l'intera filiera fieristica, guardando al Mediterraneo, con l'obiettivo di raddoppiare l'attuale calendario - oggi una trentina di eventi nei tre quartieri delle Marche - così come il nostro volume di affari, pari a 3 milioni di euro nel 2008».

La Regione, che avrà una quota minoritaria nella super-fiera ma ampi poteri di controllo, ancora non ha sciolto il nodo delle competenze da delegare in tema di internazionalizzazione, così come non è chiaro il destino contrattuale della ventina di dipendenti pubblici dell'Erf in fase di privatizzazione. Resta, inoltre, il problema della nuova sede di Ancona, visto che non si parla di accentramento delle strutture espositive: l'autorità portuale dorica ha rimandato la deadline dello sfratto al 2011, ma il progetto da 22 milioni in concessione all'interno della Quadrilatero, vicino all'aeroporto, è ancora in alto mare. Intanto, anche Civitanova sta realizzando all'uscita dell'A14 un quartiere nuovo di zecca da 10 mila metri quadrati.

ilaria.vesentini@ilsale24ore.com

Ad un passo da Vercelli, Milano e Torino e contiguo a nodi viari cruciali, nasce il Centro Fiere Expoblot, secondo polo fieristico permanente piemontese.

Progettato secondo criteri di modernità e di assoluta versatilità, Expoblot rappresenta un'occasione importante per la Provincia vercellese e per tutto il Piemonte.



Far decollare l'imprenditoria ed il commercio locale, grazie a partnership con Istituzioni ed Aziende, è l'obiettivo per divenire un punto di riferimento strategico nello sviluppo sociale e produttivo piemontese all'interno del panorama nazionale.

Ricco e variegato il calendario delle fiere in programma per il 2009.

CALENDARIO 2009 DELLE MANIFESTAZIONI

6 - 7 - 8 febbraio
C'È PROTEZIONE
Salone della Protezione Civile e della sicurezza del cittadino



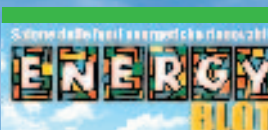
11 - 14 giugno
H2BLOT
Salone dedicato alla risorsa acqua

28 febbraio
1 marzo
FIERA IN CAMPO
Organizzata da ANGA



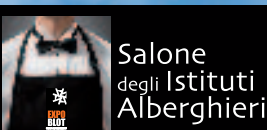
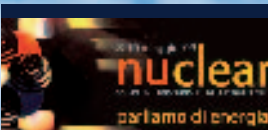
26 settembre
4 ottobre
TUTTO IN FIERA
Fiera Campionaria

16 - 19 aprile
ENERGY BLOT
Salone delle fonti energetiche rinnovabili



15 - 18 ottobre
BEER'N BLOT
Salone della birra artigianale di qualità

8 - 10 maggio
NUCLEAR
Salone informativo sull'energia nucleare



Ottobre
SALONE DEGLI ISTITUTI ALBERGHIERI - Organizzato da CCIAA e Provincia di Vercelli

28 maggio - 2 giugno
RISO & RISATE
Il mondo del Riso in tutte le sue varianti



4 - 6 dicembre
UNIVERSO DI BONTÀ
Salone dei prodotti tipici locali

NEW!

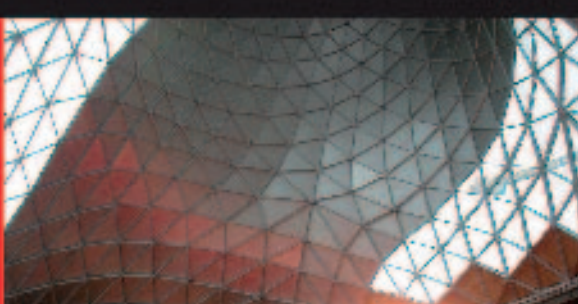
PROSSIMAMENTE NOVITÀ ANCHE SU:

TRUCK EXPO
Salone dell'Autotrasportatore



SALONE DELLA CACCIA DELLA PESCA E DEL TIRO

Centro Fiere Caresanablot Via Vecchia per Olcenengo, 10/11 Caresanablot - VC
tel. 0131 231044 • fax 0131 444922 • info@expoblot.it • www.expoblot.it



É in vendita la Nuova
EDIZIONE 2009 di
FIERE nel MONDO

Un mondo nel mondo



Un mondo d'informazioni nel settore **FIERISTICO**
Un mezzo esclusivo nel suo genere, completo e affidabile che informa su tutte le fiere italiane e all'estero, suddiviso in ordine cronologico, geografico, altalenante e merceologico. Per ogni FIERA vengono fornite informazioni aggiornate su: data, titolo, sede espositiva, prodotti, superficie, caratteristiche, frequenza, tariffe espositive, orari, numero di espositori e di visitatori, organizzatori di tutti i settori ed l'armonia italiana ed estera.

FIERE NEL MONDO è affiancato da Fiere nel Mondo News Magazine cartacea, il settimanale di informazione fieristica, per un servizio frequente, completo, mirato e legato a strategie di marketing e business travel.

COME ACQUISTARLO?

Potete inviare **150,00 EURO** (compreso IVA e spedizione per aerea), in contante con un assegno bancario intestato, Oppure potete versare l'importo sul **CCP n. 14447205** intestato al:
CENTRO ITALIANO PUBBLICITÀ - Milano, escluso contrassegno.



C.I.P. Centro Italiano Pubblicità srl
Via C. Pisacane, 26 - 20129 Milano (Italy)
Tel. +39. 02 29419135 r.a. - Fax +39. 02 29419056
e-mail: amministrazione@cip.it - Sito Web: www.fieranelmondo.it

sedie



tavoli



sgabelli



SIMOND Srl

SEDE OPERATIVA

via Leonardo Da Vinci

20040 Cambiago (Mi)

tel +39 02 95349422-23

fax +39 02 95345342

C.F. e P.IVA 05153110989

info@simond.it

SIMOND®

rental furnishing

www.simond.it

**Una nuova realtà
per il noleggio arredi**

- Fiere
- Mostre
- Conferenze
- Eventi industriali e privati

divani e poltrone



accessori



Toscana. Firenze Fiera verso la firma della permuta immobiliare che darà la proprietà agli enti locali

Fortezza cambia padrone

Investimenti per 165 milioni e affitto «calmierato» della struttura

Cesare Peruzzi

■ Un altro anno perso. Anche il 2008 se n'è andato senza che si sbloccasse il piano di rilancio di Firenze Fiera, legato alla permuta immobiliare che deve trasferire dallo Stato agli Enti locali la proprietà della Fortezza da Basso, sede del polo espositivo e congressuale.

Lo scambio, oggetto di un accordo siglato il 2 agosto scorso, è rimasto finora sulla carta, prima in attesa di un via libera informale da parte dell'Unione europea (arrivato in settembre), poi per il timore di una revisione del valore della Fortezza in relazione alla sanato-

Sono in gioco investimenti per 165 milioni.

Una volta effettuata la permuta immobiliare, gli Enti locali daranno la Fortezza in concessione per 30 anni a Firenze Fiera (controllata al 31% dalla Regione e al 28% dalla Camera di commercio di Firenze), in cambio di un affitto a canone "politico" e dell'impegno a realizzare un pacchetto d'investimenti di 135 milioni, a cui si aggiungeranno i 30 milioni messi a disposizione dalla stessa Regione per aiutare il rilancio del polo fieristico: 92,5 milioni serviranno per la sistemazione delle strutture della Fortezza; 30 milioni sono stimati per la manutenzione ordinaria e altri 30 per quella straordinaria; infine 12,8 milioni è la cifra imputata agli imprevisti, sempre nei trent'anni.

Il canone "calmierato" sarà di 500mila euro all'anno, il 10% del valore di mercato, per cui è stato necessario l'avallo di Bruxelles (sia pur informale). A Questo punto non dovrebbero esserci più impedimenti.

«Firenze Fiera ha un cash flow che può diventare una leva finanziaria importante», commenta il direttore generale della società Alberto Bruschini, il cui incarico è scaduto a fine 2008 ma è stato prorogato fino a giugno 2009. L'anno scorso Firenze Fiera ha chiuso con un giro d'affari di 17 milioni, in leggera flessione rispetto ai 18 del 2007 (quando però ci fu un milione di fatturazione straordinaria come global service). Il risultato è in linea con quello del 2007: 993mila euro di perdita contro 930mila.

Se il 2008 non è stato l'anno del ritorno all'utile, le cause sono da ricercare nel peso degli ammortamenti (circa 2 milioni) necessariamente calcolati su un numero di anni limitato (l'attuale convenzione per l'utilizzo del-

la Fortezza scade nel 2017), e nella frenata delle attività registrata negli ultimi mesi del 2008 per effetto della crisi internazionale.

La verità è che Firenze Fiera, al momento, resta una grande incompiuta. E non basterà la sistemazione delle strutture di accoglienza a riportare il polo



Il primo appuntamento della moda. Pitti Immagine Uomo ha chiuso la 75esima edizione con la conferma di tutti i top buyer

I NUMERI 2008

17
Il fatturato in milioni

1,124
Il Mol in milioni

-993mila
Il risultato netto

200mila
I visitatori complessivi

24
Le fiere ospitate

250
I congressi

espositivo fiorentino ai livelli che gli competono. L'attuazione del master plan messo a punto dall'architetto Francesco Gurrieri, con il passaggio da 50mila a 60mila metri quadrati coperti, è condizione necessaria ma non sufficiente. La mossa successiva sarà quella di indi-

viduare un partner privato a cui affidare la gestione del business, separando l'attività industriale dalla proprietà degli immobili. Si parla da tempo di Pitti Immagine, principale cliente di Firenze Fiera. Ma questo è un capitolo ancora tutto da scrivere.

c.peruzzi@ilssole24ore.com

La Regione vorrebbe affidare la gestione dei poli ai privati

Carrara e Arezzo in cerca di partner

Silvia Pieraccini

■ Le tre fiere toscane di Firenze, Carrara e Arezzo continueranno ad andare ciascuna per la propria strada, come hanno sempre fatto. Più che alle alleanze o alla ricerca di sinergie fra i tre poli fieristico-congressuali a maggioranza pubblica, infatti, in questa fase l'azionista comune Regione Toscana punta alla riorganizzazione della fiera di Firenze (si veda l'altro articolo in pagina) e alla sua integrazione con il futuro centro espositivo da 40mila metri quadrati in via di progettazione a Prato. La creazione di un vero "sistema fieristico toscano", in seguito in passato per migliorare l'offerta e la penetrazione di mercato, non è all'ordine del giorno.

«Oggi il nostro impegno prioritario è concentrato sul rilancio del polo di Firenze - spiega l'assessore regionale con le deleghe per il settore, Paolo Cocchi -. Per la Regione è strategico mantenere in mano pubblica la proprietà immobiliare dei centri fieristici - prosegue - ma non lo è occuparsi della gestione delle fiere toscane, che dovrà essere affidata ai privati. Se oggi i gestori dei poli di Firenze, Carrara e Arezzo sono pubblici è solo perché non ci sono privati interessati a svolgere questo compito».

La privatizzazione delle attività fieristiche sarà dunque un argomento su cui, nei prossimi mesi, avvieranno il confronto Firenze Fiera, ma anche Carrara Fiere e il Centro promozioni e servizi (Cps), gestore di Arezzo. La Fiera di Carrara, dopo aver deciso di far diventare biennale il suo salone più importante, quello de-

dicato al marmo (che nel 2009, dopo quasi trent'anni, per la prima volta salterà l'appuntamento), continua a puntare su Seatec, la rassegna riservata alle tecnologie e alla subfornitura per la cantieristica, ormai arrivata a 850 espositori di cui oltre 200 provenienti dall'estero, ed è impegnata nel lancio di Compotec, la fiera nata l'anno scorso e dedicata ai materiali compositi utilizzati in moltissimi settori, dall'aeronautica al biomedico.

IL BUSINESS

400mila

I visitatori a Carrara Fiere
La fiera ha chiuso il 2008 con 7 milioni di fatturato e un leggero utile (200mila euro). Sul territorio ha generato un giro d'affari stimato in 50 milioni di euro

34mila mq

L'estensione
La superficie coperta della Fiera di Carrara

20 milioni

L'investimento ad Arezzo
Il valore dei lavori in corso alla fiera di Arezzo: comprendono 8mila metri quadrati di superficie espositiva (che salirà a 24mila mq), una sala congressi da 900 posti, due torri-uffici, verde e parcheggio

5 milioni

Il fatturato
La fiera di Arezzo ha chiuso in leggero utile

«Il nostro obiettivo è consolidare gli eventi che valorizzano segmenti industriali di nicchia - spiega Paris Mazzanti, direttore di Carrara Fiere, che per quest'anno ha in cartellone dodici manifestazioni - e mantenere l'organizzazione diretta di gran parte delle fiere; cosa che, soprattutto in un momento difficile come questo, garantisce che i saloni non scappino altrove». Carrara Fiere ha chiuso il 2008 con circa sette milioni di fatturato, 200mila euro di utile e 400mila visitatori; il giro d'affari generato sul territorio è stato superiore ai 50 milioni di euro. Sempre l'anno scorso si è attrezzata per migliorare il centro congressuale e, grazie a un investimento di 1,6 milioni, ha realizzato due nuove sale da 350 posti.

Con i lavori per la ristrutturazione e l'ampliamento degli spazi fieristico-congressuali è alle prese anche la Fiera di Arezzo, che prevede di concludere la prima fase a fine anno. L'intero restyling, del valore di 20 milioni - che aggiungerà 8mila metri quadrati di superficie espositiva (salirà a 24mila mq), una sala congressi da 900 posti, due torri-uffici, verde e parcheggio - si concluderà nel 2010. A quel punto la Fiera sarà pronta ad aprire a un partner industriale. Sul fronte dell'attività, il calendario punta sulla storica manifestazione Oro-Arezzo, al centro di un difficile rilancio, e sui saloni dedicati ad agriturismo, olio extra vergine, bomboniere e agrienergie. Fiera di Arezzo ha chiuso il 2008 con circa cinque milioni di fatturato e un leggero utile.



Yucatán experience.

I Viaggi del Sole. Il mensile per trasformare ogni viaggio in un'esperienza unica.



Mosaico di culture, instancabile susseguirsi di paesaggi e culla di tradizioni ancora intatte nei secoli: è questo lo Yucatán de "I Viaggi del Sole", un piccolo angolo di paradiso immerso nella storia. Lasciatevi coinvolgere dalle allegre *fiestas*, fatevi catturare dalla natura incantevole delle lagune e dall'atmosfera magica dei siti archeologici, perché lo Yucatán è la terra dei Maya, di cui per secoli la foresta ha nascosto le antiche tracce. E se dopo tanta storia volete immergervi nel relax delle acque cristalline del Mar dei Caraibi, non dovete che scegliere tra le spiagge bianche di Cancún e la barriera corallina di Playa del Carmen. Preparatevi a vivere lo Yucatán come chi sa viverlo.

Dal 23 gennaio in edicola.

www.ilssole24ore.com/viaggielsole

IL SOLE 24 ORE

EXPOGroup

FIERE ED EVENTI

creativecomunica.com

CALENDARIO 2009
Torino • Lingotto Fiere • Pad. 5



RICICLANDIA

Il Salone delle soluzioni intelligenti per la gestione dei rifiuti: dove i rifiuti diventano risorse

1 e 2 aprile 2009

PIÙ GIOVANI DEI GIOVANI

Il Salone della terza età: benessere, viaggi, svago e tanto altro per chi ha molto tempo libero e vuole viverlo intensamente

12-14 giugno 2009

NEW GENERATION EXPO

Il Salone per gli Under 18: tutto ciò che serve per crescere, divertirsi e imparare

9-11 ottobre 2009

BIOITALY EXPO

NATURA & SALUTE

ECOMC²

ENERGIA ECOLOGICA

LIVER ECOLOGICO

HABITAT NATURALE

Tutto quanto fa Benessere: natura, salute, ambiente, per un futuro migliore

17-20 dicembre 2009

Save the date

Sede Operativa: Via Nizza 294 - 10126 Torino - Tel. 011 664 43 71

Sede Legale: Via Ventimiglia 194 - 10127 Torino - Tel 011 659 87 27 - Fax 011 067 34 03
info@expogrouptorino.it - www.expogrouptorino.it

The Event.



Salone Internazionale del Mobile
Euroluce, Salone Internazionale dell'Illuminazione
Salone Internazionale del Complemento d'Arredo
SaloneSatellite

Fiera Milano, Rho, 22/27.04.09

Cosmit spa
Foro Buonaparte 65
20121 Milano, Italia

+39 02725941
+39 0289011563 fax

www.cosmit.it
e-mail info@cosmit.it



fieramilano

Lazio. La crisi economica e il buco di 30 milioni non spaventano gli amministratori della capitale

Fiera Roma contrattacca

Più congressi, concerti e un'alleanza strategica con Verona

Alessandra Tibollo

C'è fiducia, nonostante la crisi. Alla Fiera di Roma le promesse sono di crescita, almeno sul lungo periodo, con l'apertura di nuovi settori di business, dai megaconcerti alla convegnistica. «La nostra prospettiva di fatturato entro il 2014 è di arrivare ai 60-70 milioni di euro», afferma Roberto Bosi, presidente di Fiera di Roma srl. L'impresa ambiziosa, insomma, è quella di raddoppiare i volumi attuali per far fronte all'opprimente buco finanziario da circa 30 milioni. A chiusura 2008, la Fiera dichiara infatti di avere un consolidato di 35 milioni di euro.

La recessione non sembra ridimensionare le aspettative di Bosi. Tuttavia, ammette, «si dilazio-



In vetrina. Successo di pubblico per «Fiera sposa», il Salone nazionale dell'abito da sposa e cerimonia, che si è concluso nei giorni scorsi alla Fiera di Roma, con circa 350 aziende del settore e duemila marchi rappresentati

LE PRIORITÀ

L'obiettivo è il raddoppio dell'attuale fatturato: quota 70 milioni nel 2014. Intanto verranno riconvertiti gli spazi già esistenti

nano nel tempo i grandi progetti che prevedevano di aumentare le dimensioni aggiungendo altri padiglioni». Spenti gli entusiasmi della gestione veltroniana, la nuova Giunta Alemanno ha pensato di cambiare le priorità: riconvertire gli spazi esistenti. È così che nasce l'idea del Campidoglio di ospitare nella struttura di Ponte Galeria i grandi concerti internazionali, da 15-20 mila posti. «Una buona idea - la definisce Bosi, che ritiene possibile l'integrazione fra le attività fieristiche e musicali -. Le fiere non superano le 230 giornate di occupazione annua, negli oltre cento giorni che restano ci sono ampi margini per i concerti».

C'è poi il capitolo congressi, un settore che già frutta alla Fiera un fatturato da circa 7 milioni

di euro. Anche in questo caso, è sui grandi numeri che si gioca la partita, soprattutto per non creare la competizione con la nascente Nuvola di Fuksas, attesa per il 2011. Questa seconda struttura punterà sui convegni da 4-5 mila ospiti (con una capienza massima di 8.900 posti). La Fiera si concentrerà sulla fascia di mercato over 10 mila congressisti.

Il calendario delle fiere del 2009 conferma grossomodo gli stessi numeri del 2008: quaranta eventi e qualche new entry di rilievo. Dal successo della partnership con la Messe Frankfurt, fiere leader in Germania, dopo l'Automechanika (salone delle attrezzature per officina e carrozzeria) che ha debuttato nel gennaio 2008, sbarca a Roma Ambiente Italia, dedicata all'inte-

rior design. Positivi anche i risultati dello scambio con EJKrause, società statunitense che ha portato nella capitale l'ExpoComm, fiera dell'Information & communication technology, che vedrà la sua seconda edizione a fine 2009. Dal 5 al 9 febbraio, un appuntamento per gli appassionati di motociclismo, il Motodays; ad aprile, durante, Ecopolis si parlerà di città sostenibili. A ottobre è prevista la prima edizione di Agriexpo: «Non solo macchine agricole - commenta Antonio Bruzzone, direttore commerciale di Fiera di Roma -, ma l'intera filiera produttiva per chi vuole fare impresa». Collaborazione in vista anche con Fiera di Verona sul fronte vinicolo: «Siamo quasi arrivati a un accordo - precisa Bruzzone -, che non è so-

lo lì già annunciato appuntamento sul vino novello, ma stiamo lavorando su un progetto innovativo. Non si tratterà di un Vinitaly 2, perché vogliamo creare un format originale». Se gli appuntamenti non mancano, con l'effetto crisi si teme che diminuiscano le vendite di spazi. «Le aziende non rinunciano a partecipare agli eventi, perché hanno bisogno di una vetrina, ma tendono a ridurre i costi diminuendo i metri quadrati di esposizione», avverte Vincenzo Alfonsi, direttore generale di Investimenti spa, la holding che possiede la struttura di Ponte Galeria, che fino allo scorso luglio si chiamava Fiera di Roma spa. Una recente trasformazione, per non creare confusioni, «ma non cambia la mission», garantisce Alfonsi.

IN CIFRE

35 milioni

Il consolidato 2008

La Fiera di Roma ha raggiunto nel 2008 quota 35 milioni di bilancio consolidato, di cui 7 milioni provengono dal solo settore congressuale. Vi è tuttavia un buco di 30 milioni, che i responsabili contano di recuperare, nonostante la crisi, incentivando il congressuale, ospitando concerti e con un'alleanza strategica con la Fiera di Verona

33

Le manifestazioni

Sono gli eventi in calendario per il 2009. Tra le rassegne di punta Motodays, Ecopolis, Agriexpo ed ExpoComm. Altri eventi potrebbero aggiungersi, soprattutto nel secondo semestre

14

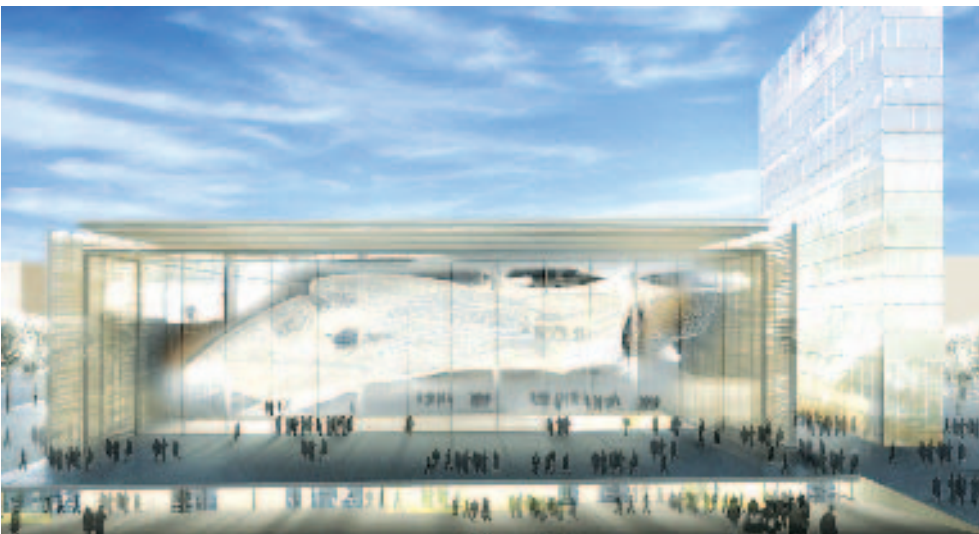
I padiglioni operativi

Sono attrezzati con le tecnologie più avanzate. Il padiglione 10 è in grado di ospitare congressi con oltre 4 mila partecipanti. La superficie complessiva lorda è di 390 mila metri quadrati. L'area espositiva netta è di 70 mila metri quadrati

47,4%

La quota di maggioranza

È posseduta dalla Camera di Commercio di Roma. In società figurano anche il Comune di Roma (27,6%), la Regione Lazio (12,6%), Sviluppo Lazio (12,6%). Quote più piccole appartengono anche all'Unione industriale di Roma e all'Azienda di promozione turistica



Sinergie. Un rendering della "nuvola di Fuksas", nuovo centro congressi romano al centro di un progetto integrato di trasporti con la Fiera cui stanno pensando Trenitalia e il Comune di Roma

Il rilancio dipenderà soprattutto dalle infrastrutture

Vanno migliorati i collegamenti

Un trenino pieno di pendolari e un Leonardo Express che sfreccia sulla stessa linea. Il destino della stazione Fiera di Roma è di vedere fermarsi soltanto il primo: quello che parte da Fara Sabina, passa per la Tiburtina (e non per la stazione Termini) e termina la sua corsa a Fiumicino. E viceversa. Per quanto riguarda il Leonardo Express, Trenitalia non ha alcuna intenzione di programmare altre fermate, a parte Termini e l'aeroporto di Fiumicino. Il motivo è banale: per arrivare con il "trenino" alla Fiera di Roma si paga solo la corsa urbana, un euro, mentre per il Leonardo Express gli euro necessari sono 11.

Una volta scesi alla fermata Fiera di Roma, però, il visitatore non ha terminato il suo viaggio, perché deve prendere una delle navette messe a disposizione dall'organizzazione (calcolate in numero proporzionato all'evento, garantiscono dalla Fiera), che lo porterà all'entrata. L'alternativa è una passeggiata di diverse centinaia di metri, che aumentano a seconda del

padiglione che si intende raggiungere. Insomma, si possono fare anche più di due chilometri per arrivare a destinazione. «Ne ho parlato con Mauro Moretti (a.d. di Trenitalia, ndr) e mi ha spiegato che per costruire una fermata più vicina all'entrata della fiera occorrerebbero 12 milioni di euro», spiega il vicesindaco di Roma, Mauro Cutrufo. Trenitalia, secondo Cutrufo, potrebbe essere interessata a ridisegnare la rete ferroviaria in prossimità di Fiumicino solo dopo che si vedranno i primi risultati del parco a tema su Roma antica, «che dovrebbe portare un movimento di oltre un milione di persone». Il progetto fa parte di un più ampio piano che punta a creare un secondo polo turistico incentrato sull'Eur e

IN CANTIERE

Trenitalia disposta a creare una fermata più vicina dopo i test sul parco a tema. Presto anche un approdo dei battelli lungo il Tevere

sulla nascente Nuvola di Fuksas, ma anche sulla stessa zona in cui oggi sorge la Fiera, specialmente se si realizzassero i piani del Campidoglio di riconvertirla in struttura dedicata anche ai concerti internazionali.

In attesa che la Fiera si apra per accogliere gli show di Madonna, chi è automunito, almeno in entrata, riesce ad arrivare facilmente a Ponte Galeria. La complanare che porta alla Fiera direttamente dal raccordo anulare è già operativa. Quella in uscita è pronta da mesi, ma aspetta qualcuno che tagli il nastro e la apra al traffico. Il parcheggio conta 14 mila posti ed è gestito dall'Atac (l'Agenzia per la mobilità del Comune di Roma). E per chi preferisce essere cullato dalle onde, basterà attendere che sia pronto l'approdo della Fiera di Roma per i battelli che percorrono il Tevere. È una delle 14 fermate messe in cantiere dalla Regione Lazio, che nell'ambito del suo progetto sulla navigabilità del Tevere ha già stanziato 4 milioni di euro.

AL. T.

Il vostro valore è il nostro standard

www.progetto2.com

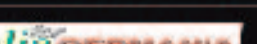
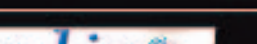
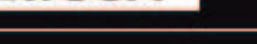
progetto2

Stand & exhibition point
Progetto2 è una azienda consolidata, apprezzata in Italia e a livello internazionale, che offre servizi completi per allestimenti fieristici, negozi, showroom e mostre. La conoscenza acquisita di procedure e normative, la costante ricerca, il consistente investimento in tecnologie innovative, l'elevata professionalità degli artigiani e una rete di contatti e fornitori costruita e verificata nel tempo permettono a Progetto2 di soddisfare ogni esigenza

progetto 2 srl
Via Europa 4/ z.i. p.i.p.
33030 carpaccio di dignano
udine / italia
t +39 0432 953040
f +39 0432 953507
info@progetto2.com
www.progetto2.com

èItalia

DESTINAZIONE IL MONDO

STA	Airlines	Flight no.	To	ETA
12:20	 èItalia	IT 0164	MILAN	1
12:25	 èItalia USA	US 0693	NEW YORK	18
12:30	 èItalia BRASILE	BR 0683	SAN PAOLO	6
12:30	 èItalia FRANCIA	FR 0663	PARIS	21
12:40	 èItalia CANADA	CA 0551	TORONTO	9
12:50	 èItalia AUSTRALIA	AU 0854	SYDNEY	25
13:00	 èItalia GERMANIA	DE 0877	MUNICHEN	14
13:00	 èItalia REGNO UNITO	UK 0730	LONDON	13
13:00	 èItalia RUSSIA	RU 0923	MOSCOW	16
13:05	 èItalia	IT 0851	ROME	8
13:05	 èItalia USA	US 0731	MIAMI	11
13:10	 èItalia BRASILE	BR 0606	RIO DE JANEIRO	23
13:20	 èItalia FRANCIA	FR 0668	NICE	3
13:20	 èItalia CANADA	CA 0081	MONTREAL	19
13:25	 èItalia AUSTRALIA	AU 0641	MELBOURNE	6
13:30	 èItalia GERMANIA	DE 0612	FRANKFURT	20
13:30	 èItalia REGNO UNITO	UK 0681	MANCHESTER	10



La Bandiera dell'informazione italiana nel Mondo. Al suo interno 8 Sezioni Paese dedicate a:

USA – BRASILE – FRANCIA – CANADA – AUSTRALIA – GERMANIA – REGNO UNITO – RUSSIA

La rivista **èItalia**, diffusa in 200.000 copie in Italia e all'estero, promuove il patrimonio economico, turistico e culturale italiano, permettendo alla comunità internazionale di avere costantemente una visione generale del Sistema Italia.

èItalia integra i propri contenuti con **8 sezioni Paese** pubblicate in edizioni multilingue – Inglese, Russo,

Portoghese, Tedesco e Francese. Al loro interno, le rubriche fisse, curate dalle Camere di Commercio Italiane dei Paesi di riferimento, offrono un'informazione sugli aspetti socio-culturali, economici e di interscambio con l'Italia. A completamento, ampi servizi riguardanti le realtà e le iniziative italiane nel mondo.

Anche on-line www.italplanet.it

I numeri di èItalia

- fondata nel 1999
- tiratura 200.000 copie
- bimestrale, 6 numeri l'anno
- 8 redazioni nel mondo
- diffusa in 48 Paesi attraverso la rete delle CCIE
- 23.000 le aziende all'estero che la ricevono

Essere presenti su èItalia significa farsi conoscere fuori dai propri confini.

Partner Editoriale

 **Assocamerestero**

Pubblicità  **Italplanet Media Network**

Via Foscolo 4 (MM Duomo) 20121 Milano – tel +39 02 3657.1696 – fax +39 02 7200.0223 – marketing@italplanet.it

Sud. La Fiera del Levante punta ad affidare all'esterno l'80% delle manifestazioni in calendario

A Bari più spazio ai privati

Ricavi inleggera flessione a causa dei lavori di ristrutturazione

Vincenzo Del Giudice

«La vocazione della Fiera del Levante è quella di essere la porta dal Mediterraneo verso l'Europa. La manifestazione fieristica di Bari deve guardare ad Est, ai Balcani, alla Russia e in giù alla Turchia. Tutto quello che arriva da Cina e India e che passa per il Mediterraneo deve interessare la Fiera del Levante». Cosimo Lacirignola, presidente dell'ente fieristico barese da poco più di due anni, lavo-

re a un cambiamento epocale. All'interno dei padiglioni fieristici ospiteremo il cineporto di Bari, che ha al suo interno un enorme bagaglio culturale. Noi della Fiera del Levante - continua Lacirignola - immaginiamo un ente che sia espressione del territorio. Occorre provare a fare utili, certo, ma essere anche utili alla comunità che ci circonda».

Ma i progetti della Fiera del Levante non finiscono qui, sono stati ad esempio avviati contatti con altre importanti fiere nazionali per stringere alleanze strategiche. «Siamo in contatto con Milano, Bologna e Verona - illustra Lacirignola - per citare le più importanti. Con loro vogliamo eliminare tutte le manifestazioni che risultano doppioni. Al Presidente del Consiglio Silvio Berlusconi ho detto che Bari nell'ambito di Expo 2015 può essere punto di riferimento in quei settori che sono il suo punto forte, espressione del territorio: alimentazione, ambiente ed energia. Ma ora, con la crisi in atto, un altro grande problema ci attende, e riguarda i trasporti, in particolare la crisi di Alitalia: la Puglia sarà più difficile da raggiungere rispetto alle grandi città del Nord e la Fiera del Levante rischia di pagarne le conseguenze».

Riguardo ai numeri, il 2008 si è chiuso con ricavi 12,24 milioni, gli espositori sono stati 1.800 e visitatori quasi due milioni. Il decremento di fatturato nel 2008 rispetto al 2007 (12,8 milioni) è dovuto soprattutto alla ristrutturazione del quartiere fieristico, che ha riguardato 25mila metri quadrati, e quindi all'impossibilità di utilizzare tutti i padiglioni. Di contro, gli espositori e i visitatori sono aumentati grazie all'organizzazione delle fiere



Presidente. Cosimo Lacirignola guida la Fiera del Levante di Bari

specializzate previste negli anni pari. Il 2009 sarà caratterizzato, per lo più, dal proseguimento dei lavori di ristrutturazione e dal completamento dell'edificazione di nuovo padiglione polifunzionale: primo "bando verde" in Puglia, 17mila metri quadri, finanziato con fondi Cipe (22milioni di euro). «I lavori procedono speditamente - aggiunge Lacirignola - La costruzione di una struttura

tecnologicamente avanzata oltre alla riorganizzazione degli ingressi e delle reception consentirà di gestire, in modo più razionale le grandi manifestazioni espositive».

Il piano di ristrutturazione redatto dall'ufficio tecnico della Fiera prevede anche infrastrutture per la mobilità, nuovi parcheggi, la risistemazione di spazi aperti e nuove aree verdi di arredo. Inoltre, la Fiera del Levante ha in programma la realizzazione di impianti fotovoltaici per coprire i fabbisogni energetici dell'Ente. Ma quello che sta più a cuore ai vertici della Fiera è la realizzazione di un Centro congressi. «Non potrebbe - commenta Lacirignola - che portare al-

FIERE RAPPORTI

COORDINAMENTO: Francesco Antonoli, Barbara Bisazza, Emiliano Sgambato
REDAZIONE GRAFICA: Jolanda Maggiora Vergano, Daniela Rovelli

Chiuso in redazione alle ore 19 del 21 gennaio 2009

INCIFRE

12,2

Milioni

È il fatturato registrato nel 2008, 600mila euro in meno rispetto al 2007: il decremento è dovuto soprattutto ai lavori di ristrutturazione di alcuni padiglioni per un'area complessiva di 25mila metri quadrati

17 mila

Metri quadrati

È la dimensione del nuovo padiglione in costruzione; sarà in grado di produrre un megawatt di energia grazie a una installazione fotovoltaica. Finanziato con fondi Cipe costerà 22 milioni di euro

1.800

Espositori

Nel 2008, mentre i visitatori hanno sfiorato i due milioni

la Puglia business e visibilità».

Il calendario fieristico vede già a gennaio lo svolgimento di Smau business (fiera dell'Information & Communication technology per le piccole e medie imprese locali e la Pubblica amministrazione). A questa seguirà, a marzo, Levante Prof (salone nazionale della panificazione, pasticceria, gelateria, pizzeria e ristorazione) e a maggio, i Saloni della verniciatura. Questi sono i tre eventi nuovi rispetto al tradizionale calendario fieristico barese. Infine, va segnalato il ritorno, a ottobre, di Agrilevante, che si svolge negli anni dispari ed è arrivata alla seconda edizione "autonoma".

v.delgiudice@ilssole24ore.com

Anno di assestamento dopo il risanamento della Spa partenopea

Mostra Oltremare, frenata per gli utili

Non dev'essere stato facile, nel giro di qualche anno, riportare in utile - e distribuire anche un dividendo agli azionisti - un carrozzone che era arrivato ad accumulare perdite per 50 milioni. Un'impresa che assomiglia a un miracolo a Napoli. Eppure, il presidente della Mostra d'Oltremare (Spa controllata da Comune, Provincia di Napoli, Regione e Camera di Commercio), Raffaele Cercola, docente di marketing all'Università di Napoli e presidente dell'associazione nazionale dei quartieri fieristici (Aefi), insieme ai suoi più stretti collaboratori, fra i quali il direttore marketing, Carlo Cigliano, che da poco guida Napoli Congressi, ce l'ha fatta.

Nel triennio 2005-2007 il fatturato è passato da 10,5 milioni a poco meno di 13 milioni e l'utile da poco meno di 291 mila a oltre un milione di euro. Tuttavia, il 2008 si annuncia con qualche spina: i ricavi scenderanno a 12,3 milioni e l'utile netto, addirittura, non dovrebbe essere inferiore a 50mila euro e non superare i 100mila euro.

Una media di circa 30 fiere all'anno e oltre 150 congressi e convegni di diversa tipologia e prestigio sia nazionale che internazionale fanno della Mostra d'Oltremare un soggetto di prima grandezza. «La collaborazione con i nostri azionisti - afferma Cercola - è costante, e la sinergia creata si ha portato alla realizzazione di iniziative importanti: il sostegno dell'Assessorato alle Attività produttive della Regione Campania per alcune fiere e comparti espositivi, il coordinamento con lo stesso assessorato per la realizzazione del più grande Centro Congressi d'Italia con una Conference hall da 5.400



Diversificazione e servizi. L'Arena Flegrea, teatro moderno all'aperto che può ospitare 7mila persone è gestito dalla Mostra d'Oltremare; nella foto un momento dello spettacolo Notre Dame de Paris

posti, la collaborazione con la Provincia per alcuni spettacoli, la stretta collaborazione con il Comune di Napoli per le attività di pianificazione urbanistica e, in primis, per il Forum delle Culture del 2013, l'accordo con la Camera di commercio partenopea per la realizzazione del Borgo dell'Artigianato e lo sviluppo delle attività congressuali grazie anche alla partecipata Napoli Congressi, che dal 2009 rappresenterà uno dei principali interlocutori del business congressuale per la regione Campania e la città di Napoli».

È stato attuato, secondo il presidente Cercola, il primo master plan 2001-2007 e a metà del 2008 gli azionisti hanno approvato il documento di programmazione strategica 2008-2013, che è lo strumento che delinea la Mostra del prossimo futuro. «Abbiamo lavora-

to - continua Cercola - affinché uscisse fuori l'anima della struttura, con tutti i suoi valori fondanti, che sono la trasparenza, la professionalità, la collaborazione, la velocità, la logica di mercato».

Alla fine degli anni Novanta è iniziata la fase del recupero, riuscendo progressivamente a reinagurare le varie strutture della Mostra (impianti riqualificati, edifici, aree a verde). «La produzione fieristico-congressuale e di eventi culturali e spettacolari della Mostra d'Oltremare - aggiunge il direttore marketing, Cigliano - si è attestata su un livello di qualità e quantità rilevante e, in alcuni casi, di prestigio nazionale: siamo da alcuni anni ai primi posti nel ranking nazionale per numero di fiere ospitate e alcune di esse sono leader di settore».

V.D.G.

fieramilano

5-10 October 2009



Promoted by

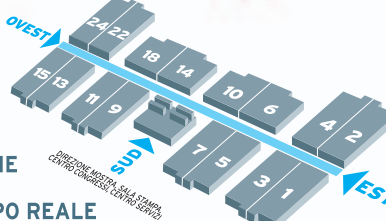


Il saper fare

Macchine utensili a deformazione e asportazione, macchine per la saldatura, i trattamenti termici e il trattamento delle superfici, robot, hardware e software di automazione, assemblaggio, utensili, parti, componenti, accessori, metrologia, controllo qualità, sistemi per la sicurezza e la tutela ambientale... Tutti i modi in cui può coniugarsi "il saper fare" dell'universo settoriale trovano espressione in EMO MILANO 2009, la mondiale universale che rende disponibile agli espositori l'intera superficie del nuovo quartiere fieristico milanese. Caratterizzata da dimensioni da primato, totale fruibilità degli spazi, dotazioni tecnologiche avanzatissime, eccezionale "vivibilità", fieramilano è collegata, attraverso la fitta rete di trasporti urbani e tangenziali autostradali, al centro cittadino, alle stazioni ferroviarie, agli aeroporti Linate e Malpensa, connessi con i principali scali mondiali da voli diretti giornalieri. Garanti del successo di EMO MILANO 2009 sono la competenza e l'esperienza della "macchina organizzativa", capace di assicurare condizioni operative perfettamente adeguate alle più svariate esigenze degli espositori e di proporre l'evento all'attenzione degli operatori dell'intera industria manifatturiera mondiale.



per saperne di più
www.emo-milan.com
REPERTORIO TECNOLOGICO
MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE
MODULI DI ISCRIZIONE
INFORMAZIONI AGGIORNATE IN TEMPO REALE



Ente organizzatore
EFIM-ENTE FIERE ITALIANE MACCHINE

Per informazioni
EMO MILANO 2009 c/o CEU-CENTRO ESPOSIZIONI UCIMU
viale Fulvio Testi 128
20092 Cinisello Balsamo MI, Italy
tel. +39 0226 255 860/861, telefax +39 0226 255 882
info@emo-milan.com



calendario delle fiere 2009

9/11 Gennaio	17/25 Gennaio	5/7 Febbraio	14/15 Febbraio	1/5 Marzo
Toscana sposi 4° Salone dei prodotti e servizi per gli sposi www.promolucca.it	Tour.it 7° Salone del turismo itinerante. Caravanning, camping, out-door www.tourit.it	Seatec 7° Rassegna Internazionale Tecnologie, Subornatura e Design per Imbarcazioni, Yacht e Navi www.sea-tec.it	Expo elettronica Fiera dell'elettronica professionale e di consumo www.expoelettronica.it	Tirreno CT 29° Mostra convegno Tirreno C.T. Tempo di pane Ospitalità Italia www.tirrenoci.it
1/5 Marzo	3/5 Aprile	24 Aprile/3 Maggio	24 Aprile/3 Maggio	29 Agosto/12 Settembre
Balnearia 10° Salone Professionale delle Attrezzature Balneari & Arredo Esterno www.balnearia.it	Edi Tirreno Expo 2° Salone dedicato al mondo dell'edilizia www.editirrenoexpo.it	Tutto casa 27° Tuttocasa Mobili, complemento d'arredo, arredo giardino www.fieratuttocasa.it	Antiquamente 3° Mostra dell'antiquariato, modernariato e broccante www.antiquamente.it	September fest 33° Tutti in Fiera Septemberfest www.september-fest.it
9/11 Ottobre	21/23 Ottobre	CENTRO FIERISTICO E CONGRESSUALE 		
4x4 Fest 9° Salone Nazionale dell'auto a trazione integrale www.4x4fest.com	Compotec 2° Rassegna della Produzione in Materiale Composito e Tecnologie Correlate www.compotec.it			
34.000 MQ AREA COPERTA, 5.000 POSTI PER ATTIVITÀ CONGRESSUALI 5.000 POSTI AUTO				

CARRARAFIERE
Business on the Move

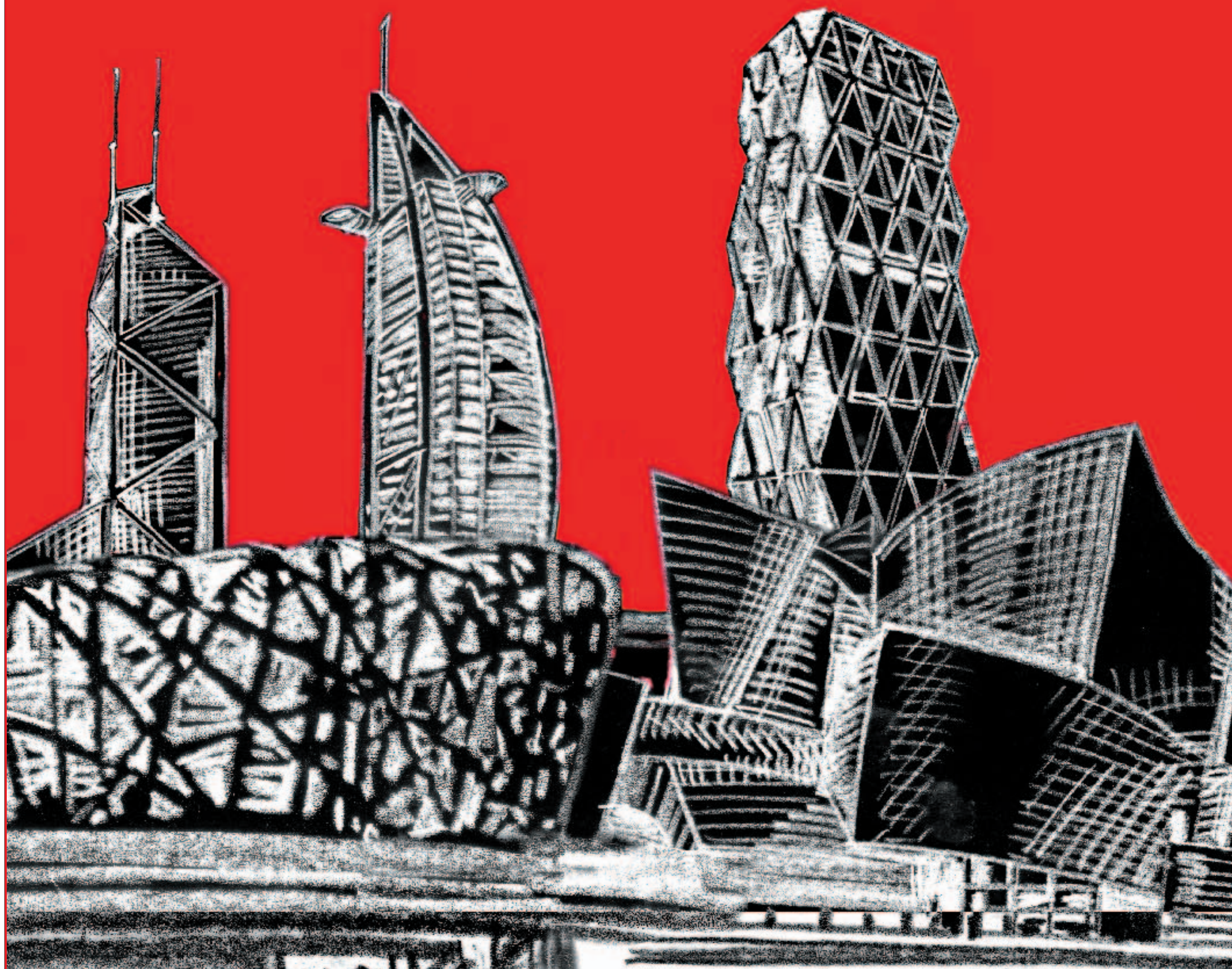
CARRARAFIERE - Viale Galileo Galilei, 133 - 54033 Marina di Carrara (MS) Tel +39 0585 787963 Fax +39 0585 787602 - info@carrarafire.com



MADE_{expo}

Milano Architettura Design Edilizia

Fiera Milano, Rho 04_07 Febbraio 2009



- 1.650 aziende leader
- 100.000 mq espositivi
- 171.000 visitatori
- 70 convegni

A MADE expo, la fiera evento internazionale, l'edilizia e l'architettura progettano il futuro.

MADE expo è un'iniziativa di MADE eventi srl
Federlegno Arredo srl

Organizzata da: MADE eventi srl
tel. 051 6646624 • 02 80604440
info@madeexpo.it • made@madeexpo.it

Promossa da:
FEDERLEGNO-ARREDO
UNCSAAL



www.madeexpo.it



Le internazionali 2009

IL CALENDARIO

Abbigliamento

25 FEBBRAIO - 4 MARZO
MILANO - **Milano moda donna** - www.cameramoda.it

26 FEBBRAIO - 1 MARZO
MILANO - **Milano vendemoda** - Collezioni di moda femminile - www.expocts.it

26 FEBBRAIO - 1 MARZO
MILANO - **Cloudnine** - www.pittimmagine.com

27 FEBBRAIO - 2 MARZO
MILANO - **White** - Collezioni abbigliamento e accessori donna

23-25 MAGGIO
MILANO - **Modaprima** - www.pittimmagine.com

16-19 GIUGNO
FIRENZE - **76° Pitti Immagine Uomo** - www.pittimmagine.com

19-22 GIUGNO
MILANO - **SI Spositalia collezioni** - www.expocts.it

20-24 GIUGNO
MILANO - **Milano moda uomo** - www.cameramoda.it

21-23 GIUGNO
MILANO - **White homme** - Collezioni abbigliamento e accessorio uomo e pre collezioni abbigliamento accessori donna - info@imseventy.com

25-27 GIUGNO
FIRENZE - **69° Pitti Immagine bimbo** - www.pittimmagine.com

23-30 SETTEMBRE
MILANO - **Milano moda donna** - www.cameramoda.it

24-27 SETTEMBRE
MILANO - **Milano vendemoda** - Collezioni di moda femminile - info@imseventy.com

24-27 SETTEMBRE
MILANO - **Cloudnine** - www.pittimmagine.com

25-28 SETTEMBRE
MILANO - **White** - Collezioni abbigliamento e accessori donna - info@imseventy.com

28-30 NOVEMBRE
MILANO - **Modaprima** - www.pittimmagine.com

Agricoltura, zootecnia, pesca e relativi macchinari

14-17 FEBBRAIO
RIMINI - **Mediterranean seafood exhibition** - Salone delle tecnologie e dei prodotti della pesca per il Mediterraneo - www.riminifiera.it

2-4 APRILE
FORLÌ - **Fieravicola** - Mostra internazionale delle attività avicunicole - www.fieraforti.it

16-18 APRILE
REGGIO EMILIA - **Rassegna suinicola internazionale** - www.fierereggioemilia.it

29 APRILE - 4 MAGGIO
FOGGIA - **60ª Fiera internazionale dell'agricoltura e della zootecnia** - www.fieradifoggia.it

7-10 MAGGIO
BOLOGNA - **Zoomark international** - Salone internazionale dei prodotti e delle attrezzature per animali da compagnia - www.bolognafiere.com

22-24 MAGGIO
ANCONA - **67ª Fiera internazionale della pesca** - www.erf.it

7-9 OTTOBRE
CESENA - **Macfrut** - Mostra internazionale di impianti, tecnologie e servizi per la produzione, condizionamento, commercializzazione e trasporto degli ortofrutticoli - www.cesenafiera.it

15-18 OTTOBRE
BARI - **Agrilevante** - Salone Internazionale Biennale delle Macchine e Impianti per l'agricoltura - www.fieradellelvante.it

22-25 OTTOBRE
CREMONA - **Fiera internazionale del bovino da latte, della zootecnia e dell'agricoltura** - www.cremonafiere.it

5-8 NOVEMBRE
VERONA - **Fieracavalli** - www.veronafiere.it

24-28 NOVEMBRE
RHO-PERO (MI) - **Enovitis** - Salone internazionale delle tecniche per la viticoltura e l'olivicoltura - www.simef.it

Alimenti, bevande e relative tecnologie

14-17 FEBBRAIO
RIMINI - **Oro giallo** - Salone internazionale dell'olio extravergine di oliva. **Mia alimentazione-fuoricasa** - Mostra internazionale dell'alimentazione. **Pianeta birra Beverage & co** - Esposizione internazionale di birre, bevande, snack, attrezzature e arredamenti per pub e pizzerie - www.riminifiera.it

14-16 MARZO
FIRENZE - **Taste: In viaggio con le diversità del gusto** - www.pittimmagine.com

2-6 APRILE
VERONA - **Agrifood Club** - Salone dell'alimentare di qualità. **Sol** - Salone internazionale dell'olio d'oliva extravergine di qualità. **Vinitaly** - Salone internazionale del vino e dei distillati. **Enolitech** - Salone internazionale delle tecniche per la viticoltura, l'enologia e delle tecniche olivicole ed olearie - www.veronafiere.it

17-20 APRILE
GENOVA - **Slow fish** - www.slowfood.it

21-24 MAGGIO
VERONA - **Eurocarne** - Salone internazionale delle tecnologie per la lavorazione e conservazione e la distribuzione delle carni - www.veronafiere.it

10-13 GIUGNO
RHO-PERO (MI) - **Tuttofood Milano World Food Exhibition** - www.fmi.it

10-13 SETTEMBRE
BOLOGNA **Sana** - Salone internazionale del naturale: alimentazione, salute, ambiente - sana@bolognafiere.it

18-21 SETTEMBRE
BRA (CN) **Cheese** Le Forme del latte - www.comune.bra.cn.it www.slowfood.it;

3-25 OTTOBRE
ALBA (CN) - **Fiera internazionale del tartufo bianco d'Alba** - www.comune.alba.cn.it; www.fieradeltartufo.org

23-27 OTTOBRE
RHO-PERO (MI) - **Mipp-p-Milano** - Salone pane pizza pasta - www.expocts.it

27-30 OTTOBRE
PARMA - **CibusTEC - Food processing & packaging technology exhibition - Milc** - Mostra internazionale delle tecnologie per l'industria lattiero-casearia. **CibusTEC - Food processing & packaging technology exhibition - Tecnoconserv** - Mostra internazionale delle tecnologie per la trasformazione e la conservazione degli alimenti vegetali, animali, ittici - www.fiereparma.it

28 NOVEMBRE - 2 DICEMBRE
LONGARONE (BL) - **Mig** - Mostra internazionale del gelato artigianale - www.longaronefiere.it

Ambiente, protezione civile e sicurezza

26-30 MAGGIO
RHO-PERO (MI) - **Enermotive** - www.fieramilanotech.it

14-16 OTTOBRE
BOLZANO - **Klimaenergy** - www.fierabolzano.it

20-22 OTTOBRE
VERONA - **Acquaria** Mostra convegno internazionale delle tecnologie per analisi, distribuzione e trattamento delle acque e dell'aria - **M.C.S.** - Mostra convegno internazionale sistemi e soluzioni per la sicurezza - **Crea Expo** - business forum internazionale condizionamento, riscaldamento, energia e ambiente - www.eiomfiere.it

28-31 OTTOBRE
RIMINI - **Ecomondo** - Fiera internazionale del recupero di materia ed energia e dello sviluppo sostenibile. **Key energy** - Fiera internazionale per l'energia e la mobilità sostenibile, il clima e le risorse per un nuovo sviluppo - www.riminifiera.it

27-29 NOVEMBRE
PADOVA - **City Logistics Expo** - Salone internazionale della logistica urbana - www.padovafiere.it

Arte, antiquariato, filatelia e numismatica

28 FEBBRAIO - 8 MARZO
PARMA - **Mercateinfiera primavera** - Mostra internazionale di modernariato, antichità e collezionismo - www.fiereparma.it

17-20 APRILE
MILANO - **Miart** - Fiera Internazionale d'Arte Moderna e Contemporanea - www.fmi.it

21-24 MAGGIO
BOLZANO - **Kunstart** - www.fierabolzano.it

25 SETTEMBRE - 4 OTTOBRE
FIRENZE - **26° Biennale** - Mostra-mercato antiquariato - biennale@mostraantiquariato.it

3-11 OTTOBRE
PARMA - **Mercateinfiera autunno** - Mostra internazionale di modernariato, antichità e collezionismo - www.fiereparma.it

6-8 NOVEMBRE
TORINO - **Artissima** - Internazionale d'arte contemporanea a Torino - www.artissima.it www.fondazionetorinomusei.it

Articoli da regalo, casalinghi, bigiotteria

15-20 APRILE
MILANO - **Pittiliving** - Progetto espositivo dedicato al mondo degli accessori per la casa - www.pittimmagine.com

15-18 MAGGIO
MILANO - **Chibidue 2009** - Salone Internazionale degli articoli da regalo, articoli per profumeria, della bigiotteria e articoli per fumatori - www.fmi.it

4-7 SETTEMBRE
RHO-PERO (MI) - **Macéf Autunno - Bijoux** - Mostra internazionale per la tavola, casalinghi e da regalo, argenteria, oreficeria, orologeria - www.fmi.it

Artigianato, subfornitura

18-21 APRILE
VICENZA - **Koinè** - Rassegna di arredi, oggetti liturgici e componenti per l'edilizia di culto - www.conferenceservice.net

25 APRILE - 3 MAGGIO
FIRENZE - **73ª Mostra Mercato Internazionale dell'Artigianato** - www.firenzeffiera.it

5-13 DICEMBRE
RHO-PERO (MI) - **AF L'Artigiano in Fiera** - Mostra Mercato Internazionale dell'Artigianato - gef@gestionefiere.com

Attrezzature e prodotti medico-ospedalieri

8-10 MAGGIO
BOLOGNA - **Cosmofarma exhibition** - Prodotti

e servizi per la salute, il benessere e la bellezza in farmacia - www.cosmofarma.com

10-13 GIUGNO
RHO-PERO (MI) - **Milanocheckup** - Medical Science Expo - www.fieramilanotech.it

7-10 OTTOBRE
MILANO - **37° International expodental** - lsanin@unidi.it

Attrezzature per il commercio, comunità, alberghi

9-12 GIUGNO
VERONA - **Pulire 2009** - Mostra internazionale delle produzioni e delle tecnologie per le attività dell'igiene ambientale - www.pulire-it.com

23-26 OTTOBRE
RHO-PERO (MI) - **Franchising & trade** - Salone Internazionale del Franchising e del Commercio - www.expocts.it

23-27 OTTOBRE
RHO-PERO (MI) - **Host** - Salone Internazionale dell'ospitalità professionale. **Sic** - Salone internazionale del caffè. **Hotel emotion** - Innovazione nell'industria alberghiera - www.expocts.it

26-29 OTTOBRE
BOLZANO - **HOTEL** - www.fierabolzano.it

15-19 NOVEMBRE
NAPOLI - **Exposudhotel** - Salone mediterraneo dell'ospitalità, della ristorazione e dei consumi fuoricasa - www.exposudhotel.it; www.mostradoltremare.it

21-24 NOVEMBRE
RIMINI - **Sia guest** - Salone internazionale dell'accoglienza - www.riminifiera.it

Calzature, pelletteria, pellicceria, cuoio

3-4 MARZO
MILANO - **Anteprima** - www.trendselection.com

4-7 MARZO
RHO-PERO (MI) - **Micamshoevent** - Mostra Internazionale della Calzatura - www.micamonline.com

4-7 MARZO
RHO-PERO (MI) - **Mipel** - Mercato Internazionale della Pelletteria - Thebagshow - www.mipel.com

4-8 MARZO
RHO-PERO (MI) - **Mifur** - Salone Internazionale della Pellicceria e della Pelle - info@mifur.com

15-17 APRILE
BOLOGNA - **Lineapelle** - Preselezione italiana moda - www.lineapelle-fair.it

8-10 MAGGIO
CIVITANOVA MARCHE (MC) - **S.M.A.C.** - Salone Macchine per Calzaturifici - www.erf.it

6-9 GIUGNO
RIVA DEL GARDA (TN) - **Expo Riva Schuh** - www.exporivaschuh.it

15-16 SETTEMBRE
RHO-PERO (MI) - **Anteprima** - www.trendselection.com

16-19 SETTEMBRE
RHO-PERO (MI) - **Micam shoevent** - Mostra internazionale della calzatura - **Mifur small ville** - **Mipel** Mercato internazionale della pelletteria - www.mipel.com www.micamonline.com

13-15 OTTOBRE
BOLOGNA - **Lineapelle** - Preselezione italiana moda - www.lineapelle-fair.it

Cinematografia, fotografia, ottica

6-9 MARZO
RHO-PERO (MI) - **Mido** - Mostra internazionale di ottica, optometria e oftalmologia - www.mido.it

Cosmesi, profumeria, erboristeria

2-6 APRILE
BOLOGNA - **Cosmoprof** - Salone internazionale della profumeria e della cosmesi - www.cosmoprof.it

11-13 SETTEMBRE
FIRENZE - **7° FrAGRanze** - www.pittimmagine.com

Edilizia e cantieri

4-7 FEBBRAIO
RHO-PERO (MI) - **Madeexpo** - www.madeexpo.it

26 FEBBRAIO - 1 MARZO
VERONA - **Legno & edilizia** - Mostra professionale internazionale sull'impiego del legno nell'edilizia - www.veronafiere.it

12-15 MARZO
BOLOGNA - **Progetti & Paesaggi** - www.bolognafiere.com

18-21 MARZO
BOLOGNA - **Saiespring** - Salone specializzato del serramento, delle tecnologie del serramento, delle chiusure tecniche e delle finiture di interni - www.bolognafiere.com

1-4 APRILE
PADOVA - **Termoidraulica Clima** - Mostra professionale del riscaldamento, idrosanitaria, trattamento acque, isolamento, energia alternativa, complementi bagno - www.padovafiere.it

8-10 MAGGIO
NAPOLI - **Edilmed** - Salone internazionale dell'edilizia - www.mostradoltremare.it

29 SETTEMBRE - 3 OTTOBRE
BOLOGNA - **Cersaie** - Salone internazionale della ceramica per l'architettura e dell'arredobagno - www.ceramicities.it

1-4 OTTOBRE
VERONA - **Marmomacc** - Mostra internazionale di pietre, design, tecnologie - www.veronafiere.it

28-31 OTTOBRE
BOLOGNA - **Saie** - Salone internazionale dell'industrializzazione edilizia - www.bolognafiere.com

24-27 NOVEMBRE
RHO-PERO (MI) - **Richmac** - Rassegna Internazionale del laboratorio per analisi chimico-fisica e biotecnologie e delle scienze e fisiche - www.fieramilanotech.it

Editoria, stampe e grafica

23-26 MARZO
BOLOGNA - **Fiera del libro per ragazzi** - www.bolognafiere.com

24-28 MARZO
RHO-PERO (MI) - **Grafitalia2009** - Graphic arts, print media and communication - **Converflex 2009** - Package Printing and Converting - www.centrexpo.it

14-18 MAGGIO
TORINO - **Fiera internazionale del libro** - www.fieralibro.it www.biellaintraprendere.it

5-7 NOVEMBRE
RHO-PERO (MI) - **Viscom Visual Communication Italia2009 evexcom** - Mostra Convegno Internazionale di Comunicazione Visiva e Servizi per l'evento

Elettronica, elettrotecnica, informatica e attrezzature per uffici

19-21 MARZO
ROMA - **Sat expo Europe 2009**

30 SETTEMBRE - 3 OTTOBRE
MILANO - **Smau2009** - Esposizione Internazionale di Information & Communications Technology - www.smau.it

20-22 OTTOBRE
VERONA - **Save** - Mostra convegno internazionale delle soluzioni e applicazioni verticali dell'automazione, strumentazione, sensori - www.eiomfiere.it

1-3 DICEMBRE
ROMA - **Expo comm italia 2009**

Florovivaismo e giardinaggio

19-21 FEBBRAIO
PADOVA - **Flormart - Miflor** - Salone internazionale florovivaismo, attrezzature e giardinaggio - www.padovafiere.it

10-12 SETTEMBRE
PADOVA **Flormart - Miflor** - Salone internazionale florovivaismo, attrezzature e giardinaggio - www.padovafiere.it

11-13 SETTEMBRE
BOLOGNA - **Expogreen** - Salone internazionale delle macchine e attrezzature per il giardinaggio e le attività sportive - www.unacoma.it

Meccanica strumentale, macchinari e tecnologie per l'industria

12-15 FEBBRAIO
PORDENONE - **Samulegno** - Salone macchine e tecnologie lavorazione legno - www.fierapordenone.it

19-22 FEBBRAIO
BOLOGNA - **Quadrum saca** - Aste, cornici, grafica e tecnologie - *Tel. 081 7613913*

19-21 MARZO
PARMA - **Eurostampi** - European dies & mold, presses and injection machines exhibition - **Mecspe** - Meccanica specializzata: trattamenti e finiture delle superfici; fonderia e presso-fusione, trasmissioni di potenza, utensili, incisione dei metalli, fasteners, sicurezza dei lavoratori nel settore metalmeccanico, macchine per stampi, automazione - www.senaf.it

24-28 MARZO
RHO-PERO (MI) - **Plast'09** - Salone Internazionale per l'Industria della Materie Plastiche e della Gomma - **Ipack-lma** - Processing, Packaging and Material Handling - www.plastIO9.org; www.ipackima.it

Meccanica strumentale, macchinari e tecnologie per l'industria

5-10 OTTOBRE
RHO-PERO (MI) - **Emo Milano 2009** - www.ucimu.it

13-15 OTTOBRE
BOLOGNA - **Simac** - Salone internazionale delle macchine e delle tecnologie per le industrie calzaturiera e pelletteria - **Tanning-tech** - Salone internazionale delle macchine e delle tecnologie per l'industria conciaria - www.assomac.it

14-16 OTTOBRE
LUCCA - **16° Miac** - Mostra industria cartaria - www.edinova.com

20-22 OTTOBRE
VERONA - **FutureLab** - Mostra convegno internazionale del laboratorio (analisi, controlli, ricerca) - www.eiomfiere.it

28-31 OTTOBRE
RHO-PERO (MI) - **Vitrum 2009** - Salone internazionale specializzato delle macchine, attrezzature e impianti del vetro piano e cavo; del vetro e dei prodotti trasformati per l'industria - www.vitrum-milano.it

18-22 NOVEMBRE
RHO-PERO (MI) - **Ikme finishing & knitting** - www.fmi.it

24-28 NOVEMBRE
RHO-PERO (MI) - **S.I.M.E.I.** - Salone Internazionale Macchine per Enologia e Imbottigliamento - **E.M.E.** - Ente Mostre Enologiche - www.simef.it

Minerali, idrocarburi, chimica e relativi macchinari e attrezzature

25-27 MARZO
RAVENNA - **O.M.C. 2**

adpress.it

Bologna

Gennaio

15 – 16 **MARCA BY BOLOGNAFIERE**
Mostra Convegno dedicata al mondo della marca commerciale
SO FRESH Focus Show
Mostra Convegno dedicata al Prodotto Alimentare freschissimo

15 – 18 **LINK.IT**
Fashion Trade Show

23 – 26 **ARTE FIERA ART FIRST**
Mostra Internazionale d'Arte Contemporanea

Febbraio

14 – 22 **FIERARREDO**
Emozioni per l'Abitare

19 – 22 **SALONE IMMOBILIARE DI BOLOGNA**
La prima fiera per comprare casa

19 – 22 **QUADRUN SACA**
Aste, cornici, grafica e tecnologie

27 – 2/3 **FISHING SHOW**
3° Salone della Pesca Sportiva

Marzo

23 – 26 **FIERA DEL LIBRO PER RAGAZZI**

25 – 28 **RESTAURO 2009** FERRARA
XVI Salone dell'Arte del Restauro e della
Conservazione dei Beni Culturali e Ambientali

Aprile

03 – 06 **COSMOPROF WORLDWIDE BOLOGNA**
42° Salone Internazionale della Profumeria e della Cosmesi

02 – 05 **COSMOPACK**
Salone Internazionale del Packaging

15 – 17 **LINEAPELLE**

Maggio

07 – 10 **ZOOMARK INTERNATIONAL**
13° Salone Internazionale dei Prodotti
e delle Attrezzature per gli animali da compagnia

08 – 10 **COSMOFARMA**
13ª Mostra Internazionale dei Prodotti
e Servizi per la Salute, il Benessere e la Bellezza in farmacia

20 – 24 **AUTOPROMOTEC**
23ª Biennale Internazionale di Attrezzature
e Prodotti per l'Industria Automotive

Giugno

04 – 06 **DESIGN ON BOARD**
Salone del Design e dei Materiali Innovativi per la Vita a Bordo

18 – 21 **LINK.IT**
Fashion Trade Show

Settembre

10 – 13 **SANA**
21° Salone Internazionale del Naturale

11 – 13 **EXPOGREEN**
Esposizione Internazionale dell'Outdoor

16 – 18 **PROGAME SHOW**
Salone professionale del gioco

29 – 3/10 **CERSAIE**
Salone Internazionale della Ceramica per l'Architettura e dell'Arredobagno

Ottobre

13 – 15 **LINEAPELLE**

13 – 15 **SIMAC**
Salone Internazionale delle Macchine e delle Tecnologie
per l'Industria Calzaturiera e Pellettiera

13 – 15 **TANNING TECH**
Salone Internazionale delle Macchine
e delle Tecnologie per l'industria conciaria

28 – 31 **SAIE**
Salone Internazionale dell'Edilizia

SAIENERGIA
Salone delle Energie rinnovabili e Tecnologie
a basso consumo per il costruire sostenibile

Novembre

12 – 13 **MECFORPACK**
Meccanica di precisione, Materiali innovativi,
Engineering&Tecnologie, Elettronica, componentistica per
Macchine Automatiche e Sistemi di Confezionamento

12 – 13 **RESEARCH TO BUSINESS**
5° Salone della Ricerca Industriale

13 – 15 **IL MONDO CREATIVO**
Salone dell'Hobbistica Creativa, Belle Arti e Fai da te

Dicembre

05 – 13 **MOTOR SHOW**
Salone Internazionale dell'Automobile

BolognaFiere 2009

Working Meeting Linking

www.bolognafiere.com

World

Febbraio

3 – 4 **TREND SELECTION LINEAPELLE • NEW YORK**
18 **TREND SELECTION LINEAPELLE • LONDRA**

Marzo

9 – 11 **GUANGZHOU INTERNATIONAL BEAUTY & COSMETICS**
IMPORT-EXPORT EXPO • GUANGZHOU
China's Leading Beauty Event – Spring

23 - 26 **OBUV' MIR KOZHI • MOSCA**
Fiera Internazionale delle Calzature e dei Prodotti
Finiti in Pelle Collezione autunno – inverno

Aprile

22 - 26 **SEEBBE • BELGRADO**
Building Expo (South East Europe Belgrade Building Expo)
35ª Fiera Internazionale delle Costruzioni

31 – 3/04 **EXPO BUILD CHINA • SHANGHAI**
International Building Materials Exhibition

31 – 3/04 **CERAMICS CHINA • SHANGHAI**

Maggio

20 - 22 **SHOES FROM ITALY • MOSCA**

Luglio

MOSTRA ILLUSTRATORI • GIAPPONE
Mostra Itinerante della Fiera del Libro per Ragazzi - da luglio a febbraio
TREND SELECTION LINEAPELLE • LONDRA
COSMOPROF NORTH AMERICA • LAS VEGAS

Settembre

1 – 2 **TREND SELECTION LINEAPELLE • NEW YORK**
SHANGHAI STYLE • SHANGHAI
Shanghai Professional Beauty Days

10 – 13 **SH CONTEMPORARY • SHANGHAI**
Shanghai in Art

24 – 26 **GUANGZHOU INTERNATIONAL BEAUTY & COSMETICS**
IMPORT-EXPORT EXPO • GUANGZHOU
China's Leading Beauty Event – Fall

Ottobre

13 - 16 **OBUV' MIR KOZHI • MOSCA**
Fiera Internazionale delle Calzature
e dei Prodotti finiti in pelle collezione primavera – estate

Novembre

11 – 13 **LINEAPELLE ASIA • GUANGZHOU**
11 – 13 **COSMOPROF ASIA • HONG KONG**

Alcune date potrebbero subire variazioni

Calendario completo degli eventi dei quartieri fieristici del gruppo:
www.ferrarafiere.it www.modenafiere.it

