



Il vertice internazionale di Trieste



## Fiere nella nuova Europa

I maggiori esperti del settore fieristico si sono interrogati sul futuro del comparto e sulle possibilità di sviluppo in nuovi mercati  
All'evento hanno partecipato oltre sessanta rappresentanti delle fiere dell'Est

Un vertice internazionale per attivare nuovi rapporti tra le fiere italiane e le fiere dell'Est Europa. Trieste ha ospitato il 17 e 18 settembre scorso il primo incontro internazionale tra enti fieristici, organizzato con l'obiettivo di aprire nuovi mercati e trovare nuove forme di collaborazione in un settore che per mantenere il proprio ruolo economico deve necessariamente svilupparsi a Est, per aprirsi a nuovi bacini d'utenza.

Voluto da Aefi, sostenuto dal Ministero degli Affari Esteri, dalla Regione Friuli Venezia Giulia, dall'Istituto per il Commercio Estero, dall'Iniziativa Centro Europea, dalla Finest - a testimonianza dell'importanza della internazionalizzazione delle imprese - il vertice organizzato dalla Fiera di Trieste si è svolto nella Sala Maggiore della Camera di Commercio di Trieste. Oltre sessanta i rappresentanti delle Fiere dell'Est Europa che hanno accolto l'invito di Fiera Trieste a incontrarsi con i responsabili delle esposizioni italiane.

I manager delle fiere dell'Est hanno interpretato l'evento quale occasione per presentare la loro realtà, le manifestazioni organizzate e i modelli di sviluppo previsti per i prossimi anni. L'evento ha dimostrato l'importanza di mettere in contatto i manager

delle fiere italiane e di quelle estere, in incontri mirati che hanno valorizzato soprattutto il ruolo delle fiere più piccole. Queste ultime infatti non hanno la possibilità di presentarsi da sole a Est, ma necessitano di strumenti come il Forum di Trieste per trovare nuove occasioni di sviluppo.

"Siamo molto soddisfatti dei risultati ottenuti, e miriamo a organizzare un simile evento nel 2006, su richiesta delle fiere italiane ed estere presenti. Un lavoro organizzativo di oltre sei mesi - ha spiegato il Commissario straordinario di Fiera Trieste, Riccardo Novacco - ci ha permesso di dar vita a un incontro ad altissimo livello, un vertice perfettamente coerente con quello che vogliamo sia il futuro ruolo della Fiera di Trieste, che comprende la volontà di mettere in contatto il mercato italiano con quello dell'Est Europa, in tutti i settori. L'organizzazione dell'evento a Trieste ha avuto un importante valore, riconosciuto a livello nazionale dall'Aefi, dall'Ufi e dall'Auma. In questa occasione, come più volte auspicato, Fiera Trieste ha concretizzato la collaborazione con l'Ince e con l'Ice, il Ministero delle Attività Produttive e il Ministero degli Affari Esteri".

"Il valore tecnico della manifestazione - com-

menta dal canto suo il presidente di Aefi, Piergiacomo Ferrari - è consistito nella riunione in un'unica città dei maggiori esperti del settore fieristico, e dei tecnici che hanno lavorato in prima persona alla crescita di questo comparto. Di fronte a una crisi industriale ed economica di portata globale, le Fiere si interrogano sul loro ruolo, e in particolare sulle possibilità di espansione per se stesse e per i propri prodotti nei nuovi mercati, rappresentati da milioni di persone che si affacciano con grandi speranze ai modelli europei-occidentali di consumo e fruizione".

Il summit di tema fieristico è stato preceduto, la mattina del 17 settembre, da un incontro tecnico dedicato agli imprenditori del Nord Est e relativo alle possibilità di investimento nei Paesi dell'Europa Centro Orientale. L'incontro è diventato anche l'occasione, per gli imprenditori, di sentire direttamente dagli operatori economici di numerosi Paesi dell'est Europa l'andamento dei relativi mercati e le prospettive per il futuro, oltre che avere a disposizione informazioni e occasioni di incontro con i soggetti economici e istituzionali italiani che favoriscono con strumenti ad hoc l'internazionalizzazione delle imprese diretta a Est.

## Marketing e fiere secondo Eurisko e Cermes

L'Istituto Cermes dell'Università Bocconi e l'Eurisko hanno presentato ai soci di Aefi i risultati delle due ricerche loro commissionate dall'Associazione e relative, rispettivamente, a "L'efficacia delle manifestazioni fieristiche: il costo contatto in ottica comparata" e "Le fiere quali strumenti di marketing per le imprese manifatturiere".

La presentazione è avvenuta il 18 ottobre a Villa Erba, nel corso di un seminario ospitato nelle sale nobili della Villa appartenuta a Luchino Visconti.

Durante la vivace sessione di lavoro, è emersa l'imprescindibilità dello strumento fieristico nella fase della valutazione delle alternative nel processo d'acquisto, in cui la pubblicità sulle riviste di settore appare utile, ma solo nella fase di prima fase della percezione del bisogno. In un'ottica comparata di costo-contatto delle due alternative appare in media più vantaggioso lo strumento fiera.

In relazione al marketing mix, è emerso che all'evento fieristico viene destinata una quota rilevante dell'investimento complessivo, di poco inferiore a quello per la forza vendite e decisamente superiore a quello pubblicitario. Le fiere, inoltre, sono ritenute lo strumento più efficace per l'apertura ai mercati esteri e si avvicinano molto alla forza vendite nelle performance di lancio di nuovi prodotti, nella ricerca di nuovi clienti e nel miglioramento dell'immagine aziendale. Infine, secondo i dati raccolti, il 30% dei contatti fieristici si trasforma in nuovi clienti.

## Le Fiere cercano nuovi spazi a Est

Internazionalizzazione via obbligata per superare la crisi

Le fiere come strumento di politica economica a servizio dell'internazionalizzazione delle imprese: questo il ruolo che il viceministro alle Attività produttive Adolfo Urso assegna al nostro comparto fieristico, che in seguito all'allargamento europeo a Est ha davanti a sé nuove opportunità. Lo ha affermato Urso nel corso del summit internazionale di due giorni che si è chiuso a Trieste, cui hanno partecipato i presidenti delle più importanti fiere italiane e delegati provenienti da 40 Paesi dell'Europa centro-orientale, dell'area baltica, caucasica e russa.

"I tempi sono maturi per aprirsi a nuove esperienze di collaborazione", ha osservato Riccardo Novacco, il commissario della Fiera di Trieste che ha organizzato il summit, ricordando che il Governo, attraverso il Commercio estero, ha attivato una serie di interventi a favore degli enti che intraprendono collaborazioni con

partner esteri per realizzare eventi comuni o esportare know how italiano in questo settore.

Nel campo delle joint venture oggi vi sono anche strumenti finanziari di sostegno. Ad esempio quelli gestiti da Finest - ha ricordato il presidente della finanziaria del Triveneto, Emilio Terpin - che proprio in questi giorni sta attivando una serie di iniziative di partecipazione e finanziamento a favore dell'internazionalizzazione delle Fiere di Padova e Verona.

La strada della proiezione su nuovi mercati, siano quelli dell'Europa centro-sud-orientale piuttosto che quello cinese o russo - hanno concordato gli esperti italiani - è la via per superare la crisi del settore, che nell'ultimo anno in Italia ha visto una flessione del 3% nel numero degli espositori.

La strada tuttavia non appare tutta in discesa: il sistema fieristico italiano per raggiungere questo obiettivo

chiede alle istituzioni pubbliche di attuare politiche che portino alla formazione di un vero "sistema Paese" attraverso un maggior coordinamento degli attori coinvolti (ministero degli Esteri, Commercio estero, Ice, Unioncamere), l'avvio di un reale processo di sburocratizzazione, l'accesso a informazioni affidabili sui partner esteri cui guardano le fiere italiane.

A loro volta i rappresentanti stranieri intervenuti al summit di Trieste - che il presidente della Camera di Commercio di Trieste Antonio Paoletti auspica possa trasformarsi in un appuntamento con scadenza biennale - hanno chiesto all'Italia (che per molti Paesi dell'area balcanico-danubiana rappresenta il primo o il secondo partner commerciale) un coinvolgimento crescente in iniziative comuni.

**Elena Ragusin**

Tratto da Il Sole 24ORE del 19 settembre 2004

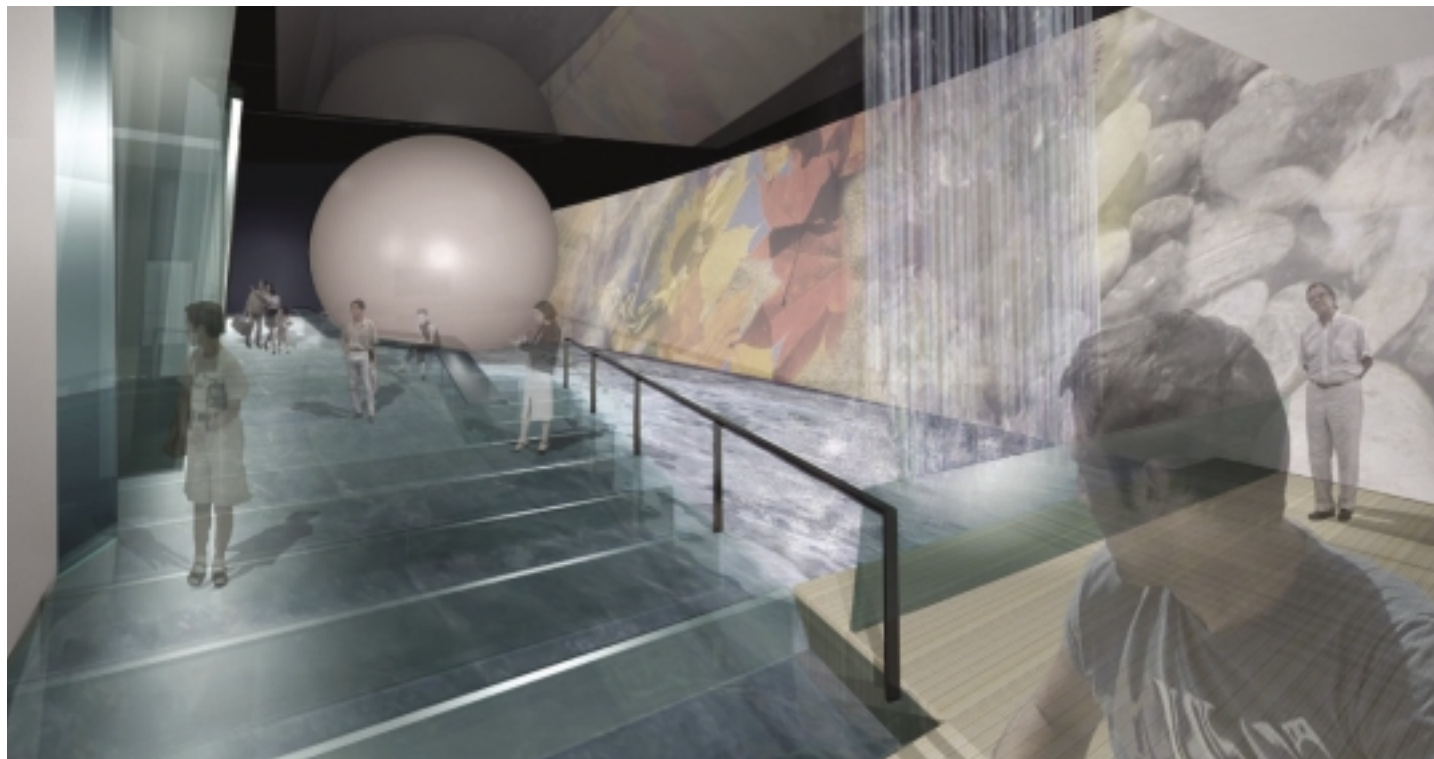


Un evento mediatico di livello mondiale a cui parteciperanno 140 Paesi

# Fiera Milano firma il Padiglione Italia all'Expo Universale 2005

La manifestazione si terrà nella prefettura di Aichi, nei pressi di Nagoya, terzo polo industriale del Giappone dopo Tokyo e Osaka. La partecipazione dell'Italia sarà un importante momento di promozione dell'immagine del Paese.

*Simulazione della grande sala del Padiglione Italia*



Sarà firmato dal Gruppo Fiera Milano il grande Padiglione dell'Italia all'Expo Universale di Aichi in Giappone (25 marzo - 25 settembre 2005), per il quale sono attesi oltre 15 milioni di visitatori. Il Padiglione Italia, che dovrà sviluppare il tema "L'Arte del Vivere", verrà infatti realizzato da due società controllate da Fiera Milano spa: Nolostand, che ha vinto, in associazione temporanea di imprese con la società romana di allestimenti SDI (27% il peso di quest'ultima nell'accordo), il concorso-appalto indetto con gara europea dal Commissariato Generale per l'Esposizione Universale, ed Eurostands, che curerà alcune sezioni del Padiglione, tra cui quella spettacolare dedicata alla danza. Sarà, tra l'altro, quest'area ad ospitare il "pezzo forte"

portato dall'Italia ad Aichi: il Satiro danzante, straordinaria statua bronzea del IV secolo avanti Cristo attribuita a Prassitele e che verrà esposta, in una suggestiva scenografia, all'interno di una grande perla che sorge dalle acque del Mediterraneo (allusione al miracoloso ritrovamento dell'opera sui fondali del Canale di Sicilia). "Siamo molto orgogliosi di aver vinto questa commessa - afferma l'amministratore delegato di Fiera Milano spa Piergiacomo Ferrari - il cui valore va per noi al di là della dimensione economica di 4,2 milioni di euro. La realizzazione del Padiglione Italia all'Expo Universale è infatti un fiore all'occhiello per Fiera Milano, ma anche la dimostrazione concreta - è il caso di dire davanti al mondo intero - di ciò che siamo in grado di realiz-

zare. Siamo da sempre uno dei maggiori quartieri espositivi al mondo. Ma ora, tramite le nostre società Nolostand ed Eurostands, siamo anche operatori leader nella progettazione e realizzazione di strutture complesse per mostre ed eventi, operando a tutto campo, e non solo in ambito fieristico, sia in Italia sia all'estero". All'Expo Universale del 2005 il Padiglione Italia sarà tra i più vasti e sicuramente tra i più suggestivi. Si svilupperà su una superficie di oltre 1.600 metri quadrati, suddivisa in cinque moduli, e costituirà una realizzazione particolarmente complessa dal punto di vista allestitivo. Il progetto, firmato dagli architetti Luigi Sturchio, Luciano Calosso, Amedeo e Andrea Schiattarella, richiede infatti la

messa in opera di sofisticate soluzioni scenografiche che fondono oggetti e immagini, acqua e cristallo, suoni e luci per coinvolgere ed emozionare il visitatore. La colonna sonora sarà scritta da Franco Battiato, gli effetti speciali e le luci porteranno la firma di Peppino Rotunno, che ha lavorato nei film più belli della tradizione cinematografica italiana.

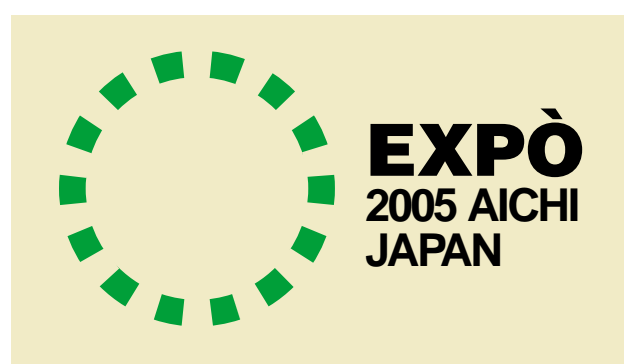
Il Padiglione Italia sarà anche l'occasione per presentare la ricchezza e varietà dei prodotti e della proposta culturale, culinaria e turistica delle Regioni italiane e per proporre il meglio del design per il "sistema casa".

Il Padiglione Italia avrà infine una madrina d'eccezione: Roberta Russo, la Miss Sorriso scelta tra le finaliste di Miss Italia.

Da Londra ad Aichi: le esposizioni universali tra passato e presente

## Investimenti per 3 miliardi di dollari per l'Esposizione universale di Aichi

L'Expo 2005 genererà un fatturato di almeno 500 milioni di dollari  
La candidatura di Trieste per l'Expo del 2008



6 maggio 1889: l'Exposition Universelle di Parigi viene formalmente inaugurata. Da allora e fino al 31 ottobre dello stesso anno, 30 milioni di visitatori si sarebbero alternati per ammirare l'immagine del nuovo mondo illustrata nei suoi padiglioni. A vegliare su tutti dai suoi 300 metri di altezza, come simbolo di indiscussa modernità, la Tour Eiffel. Appena terminata e selezionata tra un carnet di oltre 100 progetti, avrebbe dovuto riflettere lo spirito dell'esposizione: esprimere le speranze e i desideri del tempo.

Quella di Parigi, per quanto rimanga tra le più celebri, non fu la prima tra le kermesse mondiali, primato che appartiene all'Expo universale tenuto a Londra nel 1851. Primi esperimenti, ma che riscossero un successo tale da dar vita a un processo di emulazione culminato nel 1928, quando 32 Paesi avrebbero firmato una convenzione per regolare la materia. Da quell'incontro sarebbe nato il Bureau International des Expositions, formato da 91 paesi e con sede a Parigi. Il compito del Bureau, quello di razionalizzare gli eventi, divenuti a un tratto incontrollabili, giudicarli e approvarli, conferendo loro in tal modo un marchio di autenticità. Un esame superato a pieni voti dall'Esposizione

universale di Aichi che si terrà in Giappone nel 2005, la prima del nuovo Millennio. L'Expo di Aichi tratterà il tema "La saggezza della Natura", analizzando il rapporto tra l'uomo e il mondo che lo ospita e cercando una risposta alla più attuale delle domande: c'è ancora spazio per uno sviluppo in armonia con l'ambiente? L'Expo 2005 si terrà nella Prefettura di Aichi, tra le città di Seto, Nagakute e Toyota, all'interno di un'area verde di 173 ettari, che fa parte del terzo polo industriale del Giappone. Sono attesi 140 Paesi da tutto il mondo e non meno di 15 milioni di visitatori nei 185 giorni dell'evento. L'Expo Universale è anche un grande business. Muove infatti investimenti imponenti: 2,6 miliardi di dollari di spese generali, 1 miliardo di dollari per la costruzione dei padiglioni nazionali, 340 milioni di dollari impegnati dalle amministrazioni locali e dagli investitori privati. E genererà un fatturato di almeno 500 milioni di dollari ottenuto con la vendita dei biglietti e il merchandising. Il sito è stato predisposto con l'intenzione di diminuire al minimo l'impatto con l'ambiente. Le sezioni che ospiteranno le esibizioni dei Paesi e degli Organismi internazionali saranno unite da un passaggio pedonale elevato lungo quasi 3 km che i visitatori potran-

no percorrere in un'ora compiendo una sorta di viaggio virtuale intorno al mondo.

L'area del Padiglione Italia - collocato in una delle piazze centrali dell'Expo, quella su cui gravano i Paesi europei e mediterranei - misura a terra 1.620 metri quadrati ed è suddivisa in cinque moduli, ognuno dei quali costituito da un quadrato di 18 m di lato.

Le facciate esterne del Padiglione Italia, sia quella da cui è previsto l'ingresso del pubblico sia quella che si affaccia sulla piazza centrale, saranno decorate con immagini del paesaggio italiano e delle realtà regionali urbanisticamente e architettonicamente più interessanti.

Il rapporto dell'uomo con il suo tempo è lo stesso che ha ispirato Trieste in vista della sua candidatura per l'Esposizione Universale del 2008. Il tema triestino "la mobilità, spinta al futuro" è stato proposto in alternativa agli altrettanto attuali argomenti "acqua" e "agricoltura", avanzati rispettivamente della spagnola Saragozza e della greca Salonicco.

Essere scelta, per la città italiana vorrebbe dire tra l'altro assicurarsi investimenti per 670 milioni di Euro, oltre alla generale riqualificazione urbana della sua zona portuale.

Espansione delle superfici espositive e costante miglioramento dei servizi per i clienti

# Bologna inaugura i nuovi padiglioni

Caratterizzano la struttura i percorsi in quota e la velatura dell'edificio con un rivestimento in rete metallica di zinco-titanio

Una realizzazione a tempo di record, poco più di un anno di lavoro a ritmo serrato hanno portato al completamento del nuovo padiglione 16-18, ultimo nato del quartiere fieristico di Bologna, inaugurato in occasione di Cersaie 2004 alla presenza del Presidente della Camera dei Deputati, Pier Ferdinando Casini. La nuova struttura, situata nella zona nord dell'area fieristica, si integra armonicamente nel complesso espositivo esistente, evidenziando aspetti strutturali di continuità architettonica ma anche di forte innovazione.

Strategicamente collocata in asse con il viale nord-sud dei primi padiglioni del quartiere fieristico, si pone come cerniera e polo fra i flussi di percorso che strutturano l'area espositiva di BolognaFiere e porta a 180.000 metri quadrati la superficie espositiva coperta disponibile (su un totale di 340.000 metri quadrati).

Il nuovo padiglione si inserisce nel piano di sviluppo del quartiere fieristico di Bologna che pone fra gli obiettivi prioritari l'espansione delle superfici espositive e una sempre maggiore qualificazione degli standard di servizio a disposizione della business community. Realizzato su progetto dello Studio Cerri Associati Engineering, il padiglione evidenzia un passaggio fondamentale nella cultura del-



Veduta del nuovo padiglione di Bologna Fiere

l'esporre che vede la trasformazione degli spazi espositivi da "contenitori" a complesse "macchine" per esporre caratterizzate da soluzioni innovative e intelligenti. Strutture che non si limitano a offrire "spazi", dunque, ma che assumono il ruolo di protagoniste di un'offerta espositiva capace di soddisfare le più sofisticate esigenze espositive. Dotato di ingresso indipendente sul lato ovest della struttura (il quarto del quartiere fieristico)

che consente l'accesso dai parcheggi e dalla fermata ferroviaria BolognaFiere, il padiglione 16-18 si sviluppa su diversi livelli: un piano espositivo collocato a quota zero; un piano interrato destinato ai servizi e impianti tecnologici; un secondo piano espositivo a quota +12,00 che - grazie alle soluzioni strutturali adottate - si presenta a sala completamente libera da pilastri. In copertura 10.000 metri quadrati destinati a parcheggio ai quali si

accede attraverso una doppia rampa elicoidale esterna all'edificio. L'eliperficie posta sulla sommità della torre delle rampe elicoidali, completa l'offerta di servizi (ristorante free-flow, due bar caffetteria, zone uffici, sale convegni). Elemento caratterizzante dal punto di vista architettonico la velatura dell'edificio con un rivestimento in rete metallica in zinco-titanio che funge da pelle esterna e conferisce all'imponente struttura un delicato effetto di chiaroscuro-trasparenze al variare dell'illuminazione. Il nuovo padiglione 16-18 si inserisce in un ampio piano di sviluppo del polo fieristico di Bologna che ha visto anche il recente completamento degli interventi ai padiglioni 21, 22, 23 e 24 che, totalmente riqualificati in termini architettonici e tecnologici, hanno originato due grandi strutture (21 e 22) collegate da una galleria di collegamento (in quota) che ospita una serie di servizi dedicati agli espositori e ai visitatori.

Percorsi in quota collegano i padiglioni 21 e 22 con gli adiacenti 19-20 e 16-18 consentendo il massimo comfort di visita. Particolare attenzione è stata riposta agli ambiti relativi all'illuminazione (studiata in funzione degli spazi espositivi), alla sicurezza e all'eleganza architettonica (linee e cromatismi si fondono armonicamente agevolando la lettura dei layout espositivi ed i percorsi di visita).

Controllo dei costi e rispetto per l'ambiente le motivazioni che hanno indotto alla scelta di questa tecnologia

## Gli specialisti della climatizzazione visitano la banca del ghiaccio di Rimini

Il quartiere fieristico ha ospitato l'Associazione italiana condizionamento dell'aria riscaldamento e refrigerazione interessata all'impianto innovativo della Fiera di Rimini

Oltre 100 specialisti della climatizzazione hanno partecipato all'incontro tecnico e alla visita conoscitiva della "banca del ghiaccio" di Rimini Fiera, promossi dall'Aicarr (Associazione italiana condizionamento dell'aria riscaldamento e refrigerazione). L'incontro è stato aperto dal saluto del Delegato Regionale per l'Emilia Romagna dell'Aicarr, l'ingegner Michele Ruggeri, che ha dichiarato: "Ritrovarci oggi a Rimini per visitare questo impianto innovativo, ascoltarne la storia e confrontarci sul suo utilizzo, ci è parsa un'ottima opportunità di scambio culturale e scientifico". L'Aicarr conta circa 2.500 soci: fra loro ci sono docenti universitari, consulenti, progettisti, rappresentanti di aziende di gestione dei servizi energetici e tecnici delle società costruttrici di componenti e impianti di condizionamento dell'aria, ventilazione, riscalda-

mento, refrigerazione civile e industriale. Il direttore tecnico di Rimini Fiera, Nazario Pedini, prima di lasciare la parola all'ingegner Ennio Menotti, responsabile del progetto dell'impianto (Studio T.I. Rimini) per la relazione tecnica, ha spiegato le principali motivazioni che hanno indotto la SpA riminese ad adottare questa tecnologia: "Chi fa fiere è naturalmente portato verso l'innovazione ed è questo il primo fattore che ci ha indirizzati alla scelta di questo impianto. Insieme ad altri due fattori: il controllo dei costi e il rispetto dell'ambiente". Ed è un'opera veramente all'avanguardia, oltre che tra le più imponenti d'Europa, la "centrale frigorifera con stoccaggio per l'accumulo del ghiaccio" del quartiere fieristico riminese. Una sorta di "banca del ghiaccio" che, accumulando energia frigorifera durante la notte, quando i costi e l'impatto sulla comunità e

sulla città sono minori, la restituisce poi nelle ore diurne per il condizionamento. Infatti, l'utilizzo del sistema di accumulo consente una riduzione dell'impegno di potenza da parte dell'ente erogatore di energia elettrica, pari a circa il 50%, contribuendo così anche alla prevenzione del rischio "black out". La banca del ghiaccio è caratterizzata da due centrali frigorifere "gemelle", costituite ciascuna da un gruppo frigorifero centrifugo della potenzialità di 5.400 kilowatt frigoriferi resi, con associati 2 serbatoi per l'accumulo del ghiaccio, ciascuno della capacità di 300 metri cubi. Complessivamente, il quartiere fieristico dispone così di una potenza frigorifera installata pari a 10.800 kilowatt frigoriferi e di una capacità di accumulo di 1.200 metri cubi, che consentono uno stoccaggio di energia frigorifera pari a circa 65 mila kilowatt frigoriferi al giorno.

**Salone Internazionale della Casa**  
21-24 gennaio 2005

Tavola, Cucina e Argenteria per la casa. Complemento d'arredo, Tessile e Decorazione. Festività. Regalo, Cerimonia, Giocattolo e Cartoleria. Gioielleria, Dreficeria e Accessori moda.

Chibi&Cart, Festivity e G! come Giocare in contemporanea con Macef.

Ingresso a pagamento riservato agli operatori professionali - orario d'apertura: 9:30 - 18:30

Fiera Milano International s.p.a. - Largo Domodossola, 1 - 20145 Milano Italia  
Tel. +39 02.485501 - Fax +39 02.48004423 - [www.fmi.it/macef](http://www.fmi.it/macef) - [macef@fmi.it](mailto:macef@fmi.it)

**macef milano**

Fondazione Fiera Milano



I risultati di un'analisi di Fondazione Fiera Milano

# Le fiere dei Paesi dell'Est

La Polonia è un Paese problematico in cui disoccupazione, disavanzo fiscale e instabilità politica frenano un'economia ricca di potenzialità  
La Repubblica Ceca è uno snodo logistico quasi irrinunciabile per chi vuole produrre e distribuire in tempi rapidi nell'Europa centrale

**A**lcuni analisti prevedono che i Paesi dell'Europa orientale che sono recentemente entrati a far parte dell'Unione europea vivranno un miracolo economico simile a quello vissuto dalla Germania dopo la seconda Guerra mondiale. L'allargamento europeo a Est apre pertanto nuovi e promettenti mercati.

Le fiere, che sempre più sono strumento di politica economica a servizio dell'internazionalizzazione delle imprese, hanno di

fronte a sé nuove opportunità di stringere collaborazioni internazionali e di avviare sinergie volte allo sviluppo del business. L'ufficio studi di Fondazione Fiera Milano ha condotto un'analisi sull'economia e i sistemi fieristici dei principali Paesi della nuova Europa. Proponiamo di seguito una sintetica panoramica su Polonia e Repubblica Ceca. Nel numero di Aefi&fiere di luglio-agosto è stata pubblicata la prima puntata dedicata ai Paesi baltici.

## POLONIA

Con i suoi 40 milioni di abitanti la Polonia è un grande mercato, seppur complesso. E' il paese con i problemi maggiori ma anche il più ricco di potenzialità tra quelli che sono entrati dal primo maggio nell'Unione Europea.

Sicuramente l'ingresso nella UE farà da traino a una nuova ondata di investimenti. Intanto il Governo, raggiunto l'obiettivo dell'Europa si prepara a investire i cospicui fondi strutturali erogati da Bruxelles.

### ECONOMIA

L'economia polacca è fondata sui servizi, che rivestono un peso crescente sul PIL (66,6%).

L'industria viene al secondo posto. L'agricoltura ha un ruolo marginale ma impiega ancora un quinto della forza lavoro

### INFRASTRUTTURE

L'arretratezza delle infrastrutture ha obbligato a molti interventi sul sistema stradale, ferroviario e aeroportuale. La maggior parte della rete stradale non è in condizioni ottimali: parte del progetto per la riqualificazione verrà finanziato dalla UE. Per la rete ferroviaria è prevista la creazione di 12.000 km di nuove tratte per raggiungere collegamenti europei come quello tra Parigi e Mosca o con l'Austria e la Scandinavia

### FIERE

I principali centri fieristici sono nelle città di Poznam, Katowice, Kielce e Varsavia. Tra queste primeggia Poznam, il cui ente fieristico, nato nel 1921 organizza il 50% delle manifestazioni polacche nei più diversi settori: edilizia, information technology, meccanica, agroindustria, turismo e moda. La Fiera Internazionale di Katowice - un quartiere modernissimo in grado di soddisfare qualsiasi esigenza tecnica e professionale - è al secondo posto con circa 30 fiere specializzate all'anno nei diversi settori.

## REPUBBLICA CECA

Snodo logistico quasi irrinunciabile per chi vuole produrre e distribuire in tempi rapidi nell'Europa Centrale, dove l'afflusso di capitali stranieri ha ridisegnato le basi dell'economia.

### ECONOMIA

Dal 2000 ad oggi si è ridotto il contributo al Pil dell'agricoltura. Una flessione ha interessato anche l'industria. Si consolida invece il settore dei servizi.

### INFRASTRUTTURE

Il sistema delle infrastrutture è discretamente organizzato, in particolare intorno a Praga, se paragonato agli altri Paesi in transizione dell'area, ma è al di sotto del livello dell'Europa

occidentale. La rete ferroviaria costituisce il principale mezzo di trasporto delle merci

### FIERE

Il sistema fieristico conosce da alcuni anni a questa parte una significativa evoluzione verso una crescente specializzazione. Il quartiere espositivo di Brno da 70 anni è il principale organizzatore di manifestazioni. Dal 1990 è entrato in partnership con la società BVV (Brno Trade Fairs and Exhibitions). Nel 1998 la Fiera tedesca di Düsseldorf è diventata azionista di maggioranza e da allora il centro di Brno ha acquisito una posizione di preminenza nell'Europa centro orientale. Oltre 40 manifestazioni internazionali: ingegneria, information technol-

ogy, comunicazione edilizia, robotica ed automazione. Il principale evento fieristico è la Fiera Internazionale della Meccanica, che si tiene annualmente nel mese di settembre e costituisce un appuntamento importante anche per i paesi limitrofi. Di grande rilievo anche la fiera agroalimentare Salima (marzo) e la Fiera Internazionale dell'Edilizia (aprile). Il Centro espositivo di Praga è specializzato nei settori medicale, delle costruzioni, del turismo, dell'industria chimica, dell'industria automobilistica: manifestazioni come Coneco, Slovmedica e Slovfarma sono state riconosciute dall'Ufi.

Nel 2003 sono nate manifestazioni innovative dedicate alla sicurezza sui luoghi di lavoro e alla lotta al terrorismo.

## Un intenso autunno per Longarone Fiere

E' entrata nel vivo la stagione delle manifestazioni autunnali a Longarone Fiere che si presenta quest'anno quanto mai interessante con ben cinque appuntamenti. Il momento culminante sarà rappresentato dalla Mig, la 45. Mostra internazionale del gelato artigianale (28 novembre-2 dicembre), un evento leader mondiale dove si presentano tutte le novità del settore in termini di prodotti, macchine, attrezzature, arredamenti e accessori per la gelateria. In occasione di Arredamont (30 ottobre-7 novembre), la mostra dell'arredare in montagna, giunta alla 27. edizione, Longarone Fiere darà il via anche alle iniziative promosse nell'ambito del progetto Interreg III Italia-Austria, recentemente approvato dalla Regione Veneto, per favorire la cooperazione con le aziende del legno del Tirolo e un'adeguata promozione delle rassegne longaronesi nei vicini land austriaci. Il calendario autunnale, è iniziato il 25 e 26 settembre con Reptiles Day, la 4. mostra scambio di rettili, anfibi, insetti e piante tropicali, rassegna ormai considerata, per importanza, il secondo appuntamento a livello europeo. Dall'1 al 3 ottobre si è svolta Expodolomiti la mostra di montagna, sport, turismo e tempo libero, giunta quest'anno al traguardo delle dieci edizioni, al cui interno è stato dato spazio anche al salone della protezione civile, Praesidium. Expodolomiti 2004 è stata anche caratterizzata dalla significativa presenza del settore del turismo, grazie alla collaborazione instaurata con l'assessorato al turismo della Provincia di Belluno. Tra i vari stand da segnalare, inoltre, la presenza del Tourismusverband Lienzer Dolomiten con il quale Longarone Fiere ha avviato una proficua collaborazione. Tra le novità del programma fieristico autunnale di Longarone Fiere va, infine, segnalata Orient@ (13-16 ottobre), la manifestazione provinciale sull'orientamento scolastico e professionale, organizzata dall'Assessorato alle politiche del Lavoro della Provincia di Belluno.

Un riconoscimento prestigioso al San Marino Idea Award 2004

## Fiera di Vicenza: menzione speciale per la gestione della qualità

**S**i è svolta il 4 giugno scorso, nella Sala Montelupo del Castello di Domagnano della Repubblica di San Marino, la cerimonia di premiazione del San Marino Idea Award. L'evento, promosso dalla Repubblica di San Marino e dal gruppo Class Editori, si propone di premiare le idee più innovative nei principali settori del vivere umano. Alla Fiera di Vicenza, giunta alla fase finale insieme a una quindicina di altre aziende, è andata una menzione speciale per i risultati ottenuti nell'ambito della gestione della Qualità Totale.

Il percorso per il conseguimento della certificazione di Qualità è iniziato due anni fa con l'adozione di regole standard di processo e di comportamento per una efficiente organizzazione gestionale. Ma la Fiera di Vicenza non si è limitata a questo: la volontà di sviluppare il proprio rapporto con le realtà produttive del Paese l'ha indotta a improntare i propri comportamenti economici, finanziari e di competizione al principio della dimensione sociale dell'impresa, nella ricerca di un bilancio sociale positivo che attesti principi e valori condivisi di etica pubblica ed economica. Per raggiungere gli obiettivi strategici dello sviluppo e conseguire, nel contesto internazionale, dei buoni risultati, è stato quindi necessario progettare un modello di sviluppo che impegnasse tutte le risorse dell'impresa in modo coerente e nella stessa direzione. Si sono analizzati e valutati sistematicamente, così da poterne controllare i processi, il grado di soddisfazione dei clienti esterni (visitatori ed espositori) ed interni (la proprietà), la soddisfazione e la percezione dei dipendenti - relativamente all'attenzione per le loro esigenze ed aspettative - ed infine l'impatto dell'impresa sull'ambiente sociale e sul territorio nazionale ed internazionale. E' dunque con queste finalità di sviluppo e di miglioramento che la Fiera di Vicenza ha deciso di misurarsi con altre realtà produttive adottando il modello di riferimento proposto dall'European Foundation for Quality



Uno degli ingressi della Fiera di Vicenza

Management e partecipando per la prima volta ad una competizione - il Premio internazionale San Marino VII edizione - finalizzata a verificare, grazie ad una task force interna per la Qualità, lo stato della Qualità stessa ed il suo sviluppo verso l'eccellenza. Partecipare a tale competizione è stata quindi una decisione "politica" coraggiosa poiché il fine vero era quello di fare una valutazione sullo stato dell'arte e di individuare le azioni da pianificare per proseguire sulla strada del miglioramento.

L'Osservatorio fiere dell'Università Bocconi

# Con le fiere le città si fanno ricche

È forte l'effetto leva creato sui servizi del territorio  
A Milano il giro d'affari commerciale e turistico viene stimato in 2,3 miliardi

L'organizzazione delle fiere internazionali e la filiera "stretta" dei servizi prettamente complementari alle manifestazioni è un business che in Italia vale circa un miliardo di euro. A dirlo è Francesca Golfetto, docente dell'Università Bocconi e condirettore del Cermes, il cui "Osservatorio fiere" monitora il comparto. E aggiungendo l'intero ventaglio dei servizi turistici e non "acquistati" da espositori e visitatori, si può moltiplicare per una forchetta che varia da 3 a 12 volte (dipende dal comparto e dall'importanza della manifestazione) il fatturato degli organizzatori. Questa formula vale per le grandi fiere di respiro internazionale organizzate in Italia, ma per Milano - il cui polo fieristico vale quasi la metà del mercato italiano ed è al secondo posto al mondo per superficie coperta alle spalle di Hannover - si può arrivare a un moltiplicatore di 15 volte. Nel caso di Milano il sistema fieristico porta alla città una ricchezza che si può stimare in 2,3 miliardi, di cui il 45% sono servizi acquistati dagli espositori e il rimanente dai visitatori.

La congiuntura. "Le fiere sono un grande veicolo per i servizi di una città - sottolinea Golfetto -, mentre per le Pmi che partecipano sono praticamente l'unico strumento di comunicazione business to business". Sempre secondo i dati del Cermes-Bocconi, oscilla tra il 40 e il 70% il budget di comunicazione dedicato a fiere B2b delle imprese italiane.

A livello congiunturale sul comparto fieristico italiano si inizia a far sentire l'effetto del ciclo negativo che caratterizza l'economia e le vendite. "Ma le imprese italiane esportano in molti Paesi dove la congiuntura è positiva - continua la Golfetto. Molte fiere avevano una lunga lista di espositori in attesa ma a livello europeo e con due anni di ritardo emerge la crisi di fondo del sistema fieristico". Nel 2003 in Francia e Germania è stata registrata una leggera flessione, a cui si contrappone la crescita a due cifre (12,9%) della Spagna. Non ultimo c'è un problema di domanda, perché a parità di budget gli espositori del manifatturiero vanno a esporre nei mercati emergenti come quelli dell'Est Europa e

dell'Estremo Oriente. E così è aumentato l'impegno delle aziende nelle fiere extra-europee, con il 35-40% di partecipazioni all'estero.

La capacità di attrarre. Inoltre a livello europeo è aumentata l'offerta di manifestazioni e di spazi espositivi. Per esempio, in Germania, dove si concentrano quattro dei poli fieristici coperti più estesi al mondo, negli ultimi quattro anni la superficie coperta dei padiglioni è complessivamente cresciuta dell'8 per cento. Una concorrenza che fa diminuire la presenza espositiva ma soprattutto il numero di buyer e di visitatori qualificati, quelli a cui si rivolgono le aziende. Inoltre il moltiplicarsi di fiere "fotocopia", rivolte allo stesso segmento merceologico, rappresenta un fattore di inefficienza, il cui rischio si trasferisce sugli espositori.

Invece gli organizzatori dovrebbero avere un maggiore orientamento al mercato, preoccuparsi di più dei "clienti dei loro clienti". "Devono ricordarsi che "vendono" visitatori e che è questa la cosa che più interessa agli espositori - sottolinea la

Golfetto. Dunque devono passare dall'idea di vendere metri quadri a quella di spazi di comunicazione mirati a determinati target. La differenza, che da noi è un problema, è nelle infrastrutture d'accesso. In Italia avremmo bisogno di almeno due quartieri fieristici come quello di Milano, situati nelle aree di produzione industriale, dove nasce la domanda".

Anche "last minute". Senza dimenticare che anche le imprese pianificano sempre più last minute la partecipazione alle fiere. "Ormai tutto è last minute e le aziende snelle devono rispondere alle esigenze degli espositori", afferma Claudio Sabatini, amministratore delegato del Gruppo Sabatini, specializzato nel business degli allestimenti nonché inventore del Futurshow, manifestazione fieristica con un taglio consumer che quest'anno sbarca a Milano dal quartiere fieristico di Bologna. "Quando nel '96 abbiamo creato Futurshow - ricorda Sabatini - nessuno ci credeva. Ora siamo a Milano con una formula ancora più rivoluzionaria: un numero limitato di aziende, solo cento,

che hanno a disposizione uno spazio espositivo di 70 metri quadri. E non si può pensare che ci sia solo uno spazio all'interno del recinto fieristico: il futuro lo si potrà toccare con mano in una serie di eventi collaterali sul territorio della città".

La ricetta di Sabatini è semplice: "Futurshow è un progetto aperto alla città e per noi la fiera è un portale con tantissimi link sulla città". Proprio come si è visto durante il Salone del mobile: una Milano che accoglie a porte aperte espositori e buyer, organizzando una serie di eventi e happening concentrati in vie e aree ristrette. Essenziale il rapporto con le istituzioni locali, che devono offrire un'accoglienza a 360 gradi, non solo turistica ma anche culturale. Il pensiero corre alla Scala, ai musei e a quant'altro Milano può offrire ai suoi ospiti d'affari. Ma non sempre succede: basti pensare che il Cenacolo chiude alle 18,30 anche in occasione delle grandi fiere internazionali.

Enrico Netti

Tratto da Il Sole 24ORE del 18 ottobre 2004

TREND IN CRESCITA						
Andamento delle manifestazioni internazionali in Italia						
	1985	1995	2000	2001	2002	2003
NUMERO FIERE	150	137	143	158	149	168
AREA LOCATA	3.317.877	3.474.895	4.110.298	4.017.554	4.109.229	4.282.214
ESPOSITORI TOTALI	88.519	91.208	108.619	103.577	103.112	104.113
ESPOSITORI TOTALI ESTERI	14.532	22.607	29.512	26.537	26.094	27.292
ESPOSITORI DIRETTI TOTALI	68.250	72.715	85.079	82.949	81.312	84.603
ESPOSITORI DIRETTI ESTERI	6.786	14.439	18.320	17.555	16.904	18.711
VISITATORI TOTALI	12.503.355	8.936.552	10.819.433	10.921.905	10.533.042	11.623.885
VISITATORI ESTERI	525.377	711.083	744.256	715.676	736.501	895.111

Fonte: elaborazioni Cermes-Bocconi

Intervista / Pianon (Boston Consulting)

## Ma in Germania rendono di più

A livello di sistema il nostro Paese sconta un'offerta fieristica estremamente frammentata, che non riesce a fare massa critica sui mercati internazionali. È questo il parere di Nicola Pianon, partner di Boston Consulting. Secondo l'analista nel nostro Paese spicca solo la Fiera di Milano, mentre in Germania ci sono ben sei grandi quartieri fieristici: Hannover, Francoforte, Colonia, Dusseldorf, con Monaco e Berlino ex aequo calcolando la superficie coperta.

**Quali sono le differenze di sistema tra Italia e Germania?**

L'Italia è il secondo Paese in Europa, dopo la Germania, come superficie espositiva coperta. Seguono Francia, Spagna e Regno Unito. Ma il confronto più interessante è proprio tra Germania e Italia.

**Perché?**

Un evento organizzato in Germania genera un fatturato medio di 7,15 milioni di euro, mentre in Italia solo 670mila euro, meno di un decimo. E c'è una situazione analoga per quanto riguarda gli organizzatori e i loro ricavi. In Germania ogni anno una cinquantina di enti organizza 350 fiere, mentre nella penisola sono attivi circa

500 enti per 1.200 fiere. E in Italia, salvo poche eccezioni, si tratta di piccole realtà, quasi a carattere familiare.

**Che ruolo hanno gli investimenti pubblici?**

Sono essenziali, basta pensare che dal 1990 al 2000 in Germania il settore ha ricevuto 3,75 miliardi contro i 475 milioni investiti in Italia. È la solita incapacità del sistema Italia, che non riesce a capire che il business delle fiere ha un problema di economie di scala e di massa critica. Anche per questo motivo ci sono ottime fiere che non sono in grado di attrarre espositori.

**Qual è la soluzione per uscire da questa situazione?**

Governo e Regioni dovrebbero concentrare le risorse destinabili al settore su un numero limitato di quartieri fieristici affinché possano diventare degli attori competitivi soprattutto a livello internazionale. Invece si scatenano gli interessi delle singole città. Solo così pochi grandi quartieri possono proporre prodotti ed eventi di successo anche sui mercati in via di sviluppo, come per esempio Cina, Messico e Brasile.

E.N.

Tratto da Il Sole 24ORE del 18 ottobre 2004



Bari al centro del mercato mediterraneo dei grandi eventi

# Fiera del Levante punta sull'offerta congressuale

**N**on solo spazi di ampiezza e versatilità senza pari in tutto il Mezzogiorno: la Fiera del Levante ha sviluppato negli ultimi anni un'offerta integrata di servizi avanzati per l'organizzazione congressuale, dalle attrezzature alla gestione completa dell'evento.

La più grande realtà fieristica del centro-sud offre un prodotto completo e unico nel Mezzogiorno d'Italia, per dimensioni e versatilità degli spazi: più di 30.000 metri quadri di superfici modulari che possono essere utilizzate contemporaneamente ed allestite secondo le esigenze organizzative e di immagine del cliente. Queste strutture consentono di ospitare eventi complessi per 5.000 persone e oltre, ma anche riunioni aziendali, piccoli seminari, eventi musicali, sfilate di moda.

"Dal 1929 la Fiera del Levante è al servizio del territorio centro-meridionale e ha sviluppato nel corso di questi 75 anni contatti privilegiati con tutta l'area mediterranea e balcanica" spiega il presidente dell'ente barese Luigi Lobbuono. "In questa macroregione oggi la Fiera è tra i leader dell'organizzazione congressuale. Il nostro mestiere è gestire gli spazi, adeguarli alle esigenze dei nostri clienti, integrarli con un'offerta completa di servizi collaterali."

La punta di diamante dell'offerta congressuale del quartiere barese è rappresentata dallo "Spazio 7", un auditorium da 1.600 posti dotato di una caratteristica architettura con volte a vela. Inaugurato nel settembre 2003 in occasione della cerimonia di apertura della 67ma Campionaria, "Spazio 7" ha ospitato in questi mesi gran-



L'auditorium Spazio 7 può ospitare fino a 1600 persone. Nell'ultimo anno l'attività congressuale è cresciuta del 15% per numero di convegnisti e dell'11% per numero di eventi.

*L'interno dell'auditorium Spazio 7*

di eventi come il 6° Congresso Nazionale degli Architetti, la Conferenza Regionale sulle Politiche Sociali, numerosi convegni di natura politica ed istituzionale.

L'Auditorium è funzionalmente integrato con superfici espositive contigue di varia dimensione, che lo rendono idoneo ad ospitare anche mostre-convegno e congressi di categorie professionali. Tra la fine del 2004 ed il 2005 sono in programma, tra gli altri, il 12° Congresso di Estetica Applicata del Centro-Sud, il Congresso dell'Ordine degli Avvocati, una

nuova Conferenza Regionale sulle Disabilità, il Congresso Nazionale dei Medici anestesisti.

Numerose e funzionali sono anche le sale di dimensioni inferiori ai 500 posti, particolarmente utilizzate per convegni e seminari o per riunioni aziendali: la Sala Tridente da 520 posti, l'Auditorium 150 che ne conta 150, la Sala Levante da 120 posti e salette da 40 posti.

L'attività congressuale della Fiera del Levante si è incrementata nell'ultimo anno del 15% per numero di convegnisti

e dell'11% per numero di eventi. Il 47% degli eventi ha registrato più di 500 convegnisti, il 10,6% ne ha ospitati più di 1000.

Lo sviluppo di questo ramo di attività tra il 2003 ed il 2004 ha prodotto per la Fiera del Levante un incremento del 7% delle giornate di impegno delle strutture del quartiere. Questi dati confermano il ruolo propulsivo svolto dalla Fiera rispetto allo sviluppo di un indotto sempre più importante legato alle attività dell'ente barese.

## Palermo e Bucarest avviano nuove collaborazioni

La Fiera del Mediterraneo e la fiera rumena Romexpo hanno definito importanti accordi bilaterali - Tra le ipotesi allo studio collegamenti low-cost tra Sicilia e Romania e consulenze nel campo dei servizi pubblici

Al termine di diversi incontri di approfondimento e alla presenza dei principali media nazionali, è stato siglato un protocollo ufficiale di partnership tra il commissario straordinario dell'Ente Fiera del Mediterraneo, Alessandro Trezza, e il presidente dell'ente fieristico rumeno Romexpo, Cojocar, L'accordo prevede, tra l'altro, la presenza di delegazioni di settore alle prossime fiere specialistiche che si terranno a Palermo ed a Bucarest. La firma ha avuto luogo a conclusione di una visita ufficiale a Bucarest compiuta da Trezza su invito del Presidente Cojocar, nonché della Camera di Commercio della capitale rumena, interessati a stringere un rapporto di collaborazione stabile con la Fiera del Mediterraneo. La trasferta, organizzata in occasione della Fiera Internazionale del Turismo, è stata caratterizzata da numerosi incontri con esponenti del Governo rumeno ed autorità politiche e civili che hanno portato alla definizione di importanti accordi bilaterali.

La visita in Romania era stata, inoltre, pianificata per rappresentare l'Assessorato Cooperazione della Regione Siciliana e altri importanti enti, quali l'Amia e la Gesap. Durante la tre giorni rumena c'è stato, quindi, modo di discutere delle collaborazioni tra Sicilia e Romania in un contesto decisamente più vasto rispetto all'Ente Fiera. Particolare attenzione è stata, infatti, data, alla possibilità di fornire consulenze strategiche nel campo dei servizi pubblici, nonché all'ipotesi di realizzare voli diretti ed a basso costo che possano consentire sensibili abbattimenti dei costi di collegamento tra la Regione Siciliana e la Romania, al fine di aumentare le potenzialità di collaborazione.

L'operatività di quanto definito è immediata: Romexpo ha già confermato la presenza alla Fiera Euromediterranea della Pesca ed a Medial, nonché alla manifestazione indiretta OrientaSicilia, alla quale interverrà in rappresentanza delle università rumene. Parallelamente, nelle prossime settimane verrà costituito un tavolo di lavoro congiunto per definire i dettagli di una prima manifestazione siculo-rumena che si terrà a Bucarest nel prossimo anno e sulla cui realizzazione si è riscontrato interesse da parte delle principali aziende di export del Paese.

## Non solo fiere ma anche congressi per Rimini Fiera

L'espansione della Spa romagnola nei diversi comparti del turismo - La Borsa del turismo congressuale entra nell'orbita della Fiera di Rimini - L'impegno per la realizzazione del nuovo Palacongressi

Migliorano le performance del settore congressuale in Italia: secondo i dati rilevati dall'Osservatorio congressuale italiano - promosso dal Convention bureau della Riviera di Rimini - nel primo semestre del 2004 il numero di incontri è cresciuto del 17% rispetto allo stesso semestre del 2003, così come il numero di partecipanti (+13%) e delle giornate complessive (+8%). E Attilio Gardini, curatore dello studio, prevede che il comparto avrà una crescita superiore nella seconda metà dell'anno. Si tratta di una tendenza che non è sfuggita alla Fiera di Rimini che ha deciso di scommettere sull'attività congressuale. Ai primi di novembre è stato firmato un accordo che prevede la gestione della Borsa del turismo congressuale di Firenze, la manifestazione ideata dagli albergatori fiorentini nel 1984 che quest'anno ha raggiunto quota 1456 espositori e 1100 buyer con oltre due milioni di fatturato. A tal fine TTG Italia, società del gruppo Rimini Fiera, ha costituito Exmedia: si tratta di una società partecipata dagli albergatori e da alcune organizzazioni turistiche toscane di cui TTG detiene la quota di maggioranza (95%) che avrà il compito di organizzare le future edizioni della Btc. Oltre alla nascita della newco è stato stabilito che Exposystem - la società proprietaria del marchio Btc - ceda il 30% delle proprie quote a Exmedia. Questa operazione "prevede il mantenimento dei forti legami della Borsa con il territorio toscano - dichiara Paolo Audino, amministratore delegato di TTG Italia e di Exmedia. L'evento rimarrà a Firenze e auspichiamo che le istituzioni locali e gli operatori del congressuale abbiano la volontà di proseguire il proficuo rapporto di collaborazione che ha caratterizzato la nascita e la crescita della Borsa del turismo congressuale". L'accordo per la gestione della BTC - dice il presidente di Rimini Fiera spa, Lorenzo Cagnoni - ben s'inserisce nella nostra strategia di espansione nei diversi comparti del turismo e ne rappresenta un passaggio importante. "La fiera riminese è anche impegnata nella realizzazione del nuovo Palacongressi di Rimini, un'operazione che richiederà un investimento di 82 milioni e 435mila euro e per il quale verrà costituita una newco con soci sia pubblici che privati nella quale Fiera di Rimini avrà la maggioranza delle quote." Siamo convinti - dice ancora Cagnoni - che l'attività fieristica e quella congressuale possano, non solo coesistere, ma sviluppare sinergie molto forti. Si tratta di dare vita a un unico, grande business formato da fiere e congressi, nel quale Rimini vuole essere all'avanguardia".



## associazione esposizioni e fiere italiane

### Segreteria Generale:

Rimini Fiera S.p.A.  
Segreteria: tel. 0541-744229/30  
Fax: 0541-744512  
e-mail: aefi@fierarimini.it

### Presidenza e Sede organizzativa:

Piazzale Giulio Cesare 20145 Milano  
tel. 02-4997.7658 -7212  
fax 02-4997.7211 /4802.9068  
e-mail: cinzia.moraldo@fieramilano.it

### ENTE REGIONALE FIERISTICO

Ancona  
Presidente Dr. Sandro Barcaglioni  
Segr. Generale Dr. Luigino Pelsoni  
www.erf.it  
info@erf.it  
tel. 071/58971

### CENTRO AFFARI E CONVEGNI

Arezzo  
Presidente Pietro Faralli  
Dir. amministrativo Sig. Franco Fani  
fwww.centroaffariarezzo.it  
tel. 0575/9361

### FIERE DI PARMA S.p.A.

Baganzola (PR)  
Presidente Dr. Domenico Barili  
Direttore Generale Dr. Tommaso Altieri  
www.fiere.parma.it  
info@fiere.parma.it  
tel. 0521/9961

### E. A. FIERA DEL LEVANTE

Bari  
Presidente Dr. Luigi Lobocono  
Segr. Generale Dr. Giovanni Tursi  
www.fieradellevante.it  
messaggi@fierdellevante.it  
tel. 080/5366111

### UMBRIA FIERE S.p.A.

Bastia Umbra (PG)  
Presidente Sig. Lazzaro Bogliari  
info@umbriafiere.it  
Tel. 075/8004005

### BOLOGNA FIERE S.p.A.

Bologna  
Presidente Avv. Luca Cordero Di Montezemolo  
Amm. Delegato Luigi Mastrobuono  
Dir. Generale Ing. Giuseppe Fini  
www.bolognafiere.it  
tel. 051-282111

### FIERA BOLZANO S.p.A.

Bolzano  
Presidente Dr. Gernot Roessler  
Direttore Dr. Reinhold Marsoner  
www.fierabolzano.it  
info@fierabolzano.it  
tel. 0471/516000

### BRIXIA EXPO

Immobiliare Fiera di Brescia SpA  
Brescia  
Presidente Dr. Carlo Massoletti  
Amministratore Delegato Dott. Francesco Bettoni  
info@immobiliarefiera.it  
tel. 030/3463470

### FIERA INT. DELLA SARDEGNA

Cagliari  
Presidente Dr. Raffaele Garzia  
Dir. Generale Dr. Benedetto Etzi  
info@fieradellasardegna.it  
tel. 070/34961

### VILLA ERBA S.p.A.

Cernobbio (CO)  
Presidente Ing. Marco Ambrosini  
Amm. Delegato Ing. Sergio Pozzi  
www.villaerba.it  
tel. 031/3491

### CREMONA FIERE S.p.A.

Cremona  
Presidente Dr. Antonio Piva  
Amm. Delegato Dr. Massimo Bianchedi  
www.cremonafiere.it  
info@cremonafiere.it  
tel. 0372/598011

### LARIO FIERE

Erba (CO)  
Presidente Dr. Marco Citterio  
Direttore Sig. Silvio Oldani  
www.lariofiere.com  
info@lariofiere.com  
tel. 031/6371

### FERRARA FIERE CONGRESSI s.r.l.

Ferrara  
Presidente Dr. Nicola Zanardi  
www.ferrarafiere.it  
info@ferrarafiere.it  
tel. 0532/900713

### FIRENZE FIERA S.p.A.

Firenze  
Presidente Avv. Alberto Bianchi  
Amm. Delegato Sig. Pietro Marchini  
www.firenzefiera.it  
info@firenzefiera.it  
tel. 055/49721

### E. A. FIERA DI FOGGIA

Foggia  
Comm. Straordinario Ing. Pietro Gentile  
Segr. Generale Dr. Raimondo Ursitti  
www.fieradifoggia.it  
info@fieradifoggia.it  
tel. 0881/3051

### FIERA DI FORLÌ S.p.A.

Forlì  
Presidente On. Stelio De Carolis  
Vice Presidente Cav. Bruno Greppi  
www.fierafortli.it  
staff@fierafortli.it  
tel. 0543/793511

### FIERA DI GENOVA S.p.A.

Genova  
Presidente Dr. Franco Gattorno  
Dir. Generale/Amm. Del. Dr. Roberto Urbani  
www.fiera.ge.it  
fierge@giera.ge.it  
tel. 010/53911

### GORIZIA FIERE

Gorizia  
Presidente Sig. Emilio Sgarlata  
Dir. Sig. Maurizio Tripani  
info@goriziafiere.it  
tel. 0481/520430

### LONGARONE FIERE s.r.l.

Longarone (BL)  
Presidente Sig. Giovanni De Lorenzi  
Dir. Generale Sig. Paolo Garna  
www.longaronefiere.it  
fiera@longaronefiere.it  
tel. 0437/577577

### CARRARAFIERE S.p.A.

Marina di Carrara  
Presidente Ing. Giancarlo Tonini  
Dir. Generale Dr. Paris Mazzanti  
www.carrarafiere.com  
contact@carrarafiere.com  
Tel.: 0585/787963

### E. A. FIERA DI MESSINA

Messina  
Comm. Straordinario Dr.ssa Urania. G. Papatheu  
fieramessina@interfree.it  
tel. 090/364011

### FIERA MILANO S.p.A.

Milano  
Presidente Dott. Michele Perini  
Amm. Delegato Dr. Piergiacomo Ferrari  
Dir. Generale Ing. Marco Sogaro  
www.fieramilano.com  
fieramilano@fieramilano.it  
tel. 02/49971

### MODENA ESPOSIZIONI s.r.l.

Modena  
Presidente Cav. Lav. Gian Fedele Ferrari  
Amm. Delegato Sig. Sergio Garuti  
www.modenafiere.it  
info@modenafiere.it  
tel. 059/848899

### MOSTRA D'OLTREMARE S.p.A.

Napoli  
Presidente/Dir. Gen. Prof. Raffaele Cercola  
www.mostradoltremare.it  
info@mostradoltremare.it  
tel. 081/7258000

### PADOVA FIERE S.p.A.

Padova  
Presidente Ferruccio Macola  
Dir. Generale Avv. Andrea Olivi  
www.padovafiere.it  
info@padovafiere.it  
tel. 049/840111

### E. A. FIERA DEL MEDITERRANEO

Palermo  
Comm. Straordinario  
Dr. Alessandro Trezza  
Seg. Generale f.f. Dr.ssa Silvana Farinella  
www.fieramediterraneo.it  
info@fieramediterraneo.it  
tel. 091/5000111

### FIERE DI PESARO S.p.A.

Pesaro  
Presidente Dott. Learco Bastianelli  
Cons. Delegato Cav. Alberto Drudi  
www.fierapesaro.com  
fierapesaro@fierapesaro.com  
tel. 0721/40681

### PIACENZA EXPO S.p.A.

Piacenza  
Presidente Dr. Silvio Bisotti  
Dr. Gen. Dr. Raul Barbieri  
www.piacenzaexpo.it  
info@piacenzaexpo.it  
tel. 0523/602711

### AGRI CESENA S.p.A.

Pievefina di Cesena (FO)  
Presidente Dr. Domenico Scarpellini  
Vice Presidente Sig. Roberto Sanulli  
www.agricesea.it  
info@agricesea.it  
tel. 0547/317435

### PORDENONE FIERA S.p.A.

Presidente Alvaro Cardin  
Segr. Generale Rag. Albano Testa  
www.fierapordenone.it  
info@fierapordenone.it  
tel. 0434/232111

### SIPER FIERE DI REGGIO EMILIA s.r.l.

Reggio Emilia  
Presidente e Amm. Delegato  
Valter Franceschini  
info@fierereggioemilia.it  
tel. 0522/503511

### RIMINI FIERA S.p.A.

Rimini  
Presidente Sig. Lorenzo Cagnoni  
Dir. Generale Dr. Piero Venturelli  
www.riminifiere.it  
riminifiere@riminifiere.it  
tel. 0541/744111

### PALACONGRESSI S.p.A.

Riva del Garda  
Presidente Arch. Mauro Malfer  
Dir. Generale Dr. Flavio Demozzi  
www.palacongressi.it  
direzione@palacongressi.it  
tel.: 0464/520000

### FIERA DI ROMA S.p.A.

Roma  
Presidente Dr. Andrea Mondello  
Amm. Delegato  
Dr.ssa Raffaella Alibrandi  
Dir. Generale Dr. Vincenzo Alfonsi  
www.fieradiroma.it  
direzione@fieradiroma.it  
tel. 06/51781

### LINGOTTO FIERE S.p.A.

Torino  
Presidente Dr. Alfredo Cazzola  
Amm. Delegato  
Dr. Umberto Benezzoli  
www.lingottofiere.it  
info@lingottofiere.it  
tel. 011/6644111

### UDINE FIERE S.p.A.

Torreano di Martignacco (UD)  
Presidente Sig.ra Gabriella Zontone  
Segr. Generale Dr. Anselmo Bertossi  
www.fieraudine.it  
info@fieraudine.it  
tel. 0432/4951

### E. A. FIERA DI TRIESTE S.p.A.

Trieste  
Comm. Straordinario Sig. Riccardo Novacco  
www.fiera.trieste.it  
info@fiera.trieste.it  
040/9494111

### E. A. PER LE FIERE DI VERONA

Verona  
Presidente Dott. Luigi Castelletti  
Dir. Generale  
Dr. Giovanni Mantovani  
www.veronafiere.it  
info@veronafiere.it  
tel. 045/8298111

### FIERA DI VICENZA

Vicenza  
Presidente Prof. Manuela Dal Lago  
Segr. Generale Andrea Turcato  
www.vicenzafiera.it  
vicenzafiera@vicenzafiera.it  
tel. 0444/969111

**Proprietario: Aefi Associazione Esposizioni e Fiere Italiane** - Sede Legale: Via dell'Arcadia, 2 - Roma

**Direttore Responsabile:** Rodolfo Lopes Pegna - **Coordinatore:** Sergio Pravettoni - **Redazione:** Paola De Agostini  
**Sede Redazione:** Via Monterosa, 91 Milano - **Esercente l'Impresa Giornalistica:** Il Sole 24 ORE S.p.A.  
Via Monterosa, 91 Milano - **Stampa:** Graphiti Industria Grafica s.r.l. - Viale della Repubblica, 2 - Cornaredo (MI)

Periodico bimestrale registrato presso il Tribunale di Milano - n. 728 del 28/12/2002 - Riproduzione vietata

Stampato il giorno 24/11/2004

Raccolta pubblicitaria coordinata da Aefi

# LE MANIFESTAZIONI EXPOcts DEL 2005



**BORSA INTERNAZIONALE  
DEL TURISMO**

www.bit.expocts.it  
bit@expocts.it



**MILANOVENDEMODA**

www.milanovendemoda.it  
milanovendemoda@expocts.it



**SI SPOSAITALIA  
COLLEZIONI**

www.sposaitalia.collezioni.it  
info@sposaitalia.collezioni.it



**MOSTRA MERCATO  
ANTIQUARI MILANESI**

www.antiquaria.expocts.it  
art@expocts.it



**SALONE INTERNAZIONALE  
DEL SISTEMA COMMERCIO**

www.trade.expocts.it  
trade@expocts.it



**SALONE INTERNAZIONALE  
DELL'OSPITALITÀ  
PROFESSIONALE**

www.host.expocts.it  
host@expocts.it

**www.expocts.it**



**EXPOcts S.p.A.**  
Via Generale G. Govone, 66 - 20155 Milano  
Tel. +39 02 34984.1 - expo@expocts.it







**far muovere  
gli affari  
senza muoversi  
dal centro**

Firenze Fiera:  
business, cultura e relax nel cuore di Firenze.

Con una solida esperienza nell'organizzazione di mostre, meeting e momenti d'incontro, Firenze Fiera fa muovere i vostri affari in uno scenario unico e indimenticabile. Oltre sessantamila metri quadrati di spazi espositivi coperti nel centro storico, a pochi passi dai principali alberghi, dai capolavori d'arte, dai terminal degli aeroporti internazionali e dalla stazione ferroviaria di Santa Maria Novella. La roccaforte medicea della Fortezza da Basso, il Palazzo dei Congressi, gioiello di architettura ottocentesca, il Palazzo degli Affari - moderna struttura congressuale: sono queste le sedi di un polo espositivo unico al mondo, nel centro di Firenze, **nel cuore della TOSCANA.**

**centro fieristico  
e congressuale**

**Firenze Fiera S.p.A.**  
Piazza Adua 1, 50123 Firenze  
Tel. +39 055 49721 Fax +39 055 4973237  
info@firenzefiera.it www.firenzefiera.it