



Focus su

Una ricerca affidata a TradeLab analizza la concentrazione degli acquisti

Aefi studia l'impatto dei mutamenti della distribuzione sul settore fieristico

Aefi fotografa l'evoluzione del commercio e le implicazioni di questo processo per il sistema espositivo con una ricerca realizzata da TradeLab, dal significativo titolo "Impatto delle trasformazioni della distribuzione sulle fiere". La ricerca è la terza e ultima iniziativa del programma avviato circa due anni fa da Aefi per acquisire informazioni e dati sulle dinamiche evolutive e le strategie dirette a rafforzare il sistema fieristico italiano.

Nel corso degli ultimi 15 anni, il sistema commerciale italiano è stato interessato da un sostenuto processo di "industrializzazione", che si è tradotto in una crescita dimensionale delle imprese, nella managerializzazione della gestione e nell'espulsione delle realtà più marginali e meno efficienti. Le aziende minori sopravvissute al processo di razionalizzazione hanno dato vita, a loro volta, a centrali d'acquisto allo scopo di recuperare competitività.

Il processo di ammodernamento è iniziato nella distribuzione di beni di largo consumo alimentare e di uso comune e ha poi interessato gli altri comparti determinando la nascita delle grandi superfici specializzate. In numerosi settori del commercio non alimentare, le grandi superfici specializzate detengono ormai una quota di mercato estremamente rilevante e addirittura superiore a quelle dei negozi tradizionali specializzati.

Queste trasformazioni stanno iniziando a interessare anche il commercio interindustriale, con un duplice impatto sul settore fieristico perché non solo riducono il numero di soggetti di riferimento per ogni dato mercato, ma mettono questi ultimi in grado di sviluppare rapporti diretti con i loro interlocutori industriali.

La distribuzione evidenzia, in termini di domanda fieristica in numerosi settori una polarizzazione dei comportamenti: da un lato, le grandi organizzazioni distributive tendono a frequentare sempre più solo pochi grandi eventi internazionali di riferimento, dall'altro, le imprese distributive di dimensioni minori ten-



Si è indagato sulla concentrazione nei diversi comparti, i comportamenti dei buyer e il ruolo che le fiere possono svolgere nei loro confronti

dono a preferire fiere di carattere locale, che consentono loro di contenere i costi di visita.

Per le fiere internazionali c'è la necessità di rafforzare, accanto alla funzione base commerciale, il ruolo che sono andate assumendo nel tempo di "punti di riferimento settoriali", dove si accresce e si concentra la stessa cultura di settore. Per le fiere a carattere nazionale si evidenzia la necessità di evoluzione verso modelli diversi. Sono tre i possibili percorsi individuati:

- l'apertura al pubblico
- una fiera professionale con un bacino di utenza di dimensione locale eventualmente inserita in un circuito di fiere locali in grado di ospitare dei "road show collettivi"
- l'evoluzione verso un modello di fiera di tipo internazionale.

Quest'ultima strategia implica spesso la necessità di intraprendere la strada della specializzazione merceologica con una maggiore profondità di offerta, nell'ambito del settore che rappresenta la vocazione originale della fiera. I settori in cui i valori della produzione italiana (quali la qualità e la creatività) sono maggiormente riconoscibili e riconosciuti sono quelli per i quali ci sono più possibilità. Infine, i fenomeni di spostamento, in diversi settori industriali, delle aree di produzione (cui sta seguendo anche la creazione di mercati di destinazione) implicano diverse tendenze localizzative delle manifestazioni fieristiche e l'esportazione nei paesi emergenti di know kow italiano emerge come concreta possibilità anche dall'analisi dei mutamenti in atto nel sistema distributivo.

Loredana Sarti

Il punto sulle attività di Aefi

Mercoledì 18 maggio si sono riunite l'Assemblea e il Consiglio di amministrazione di Aefi. L'incontro ha consentito una verifica dello stato di avanzamento delle iniziative previste dal programma di attività dell'associazione.

Sono stati in particolare esaminati i seguenti punti:

- lo stato dei rapporti con gli enti pubblici competenti per Ici e Tarsu e la possibilità di detassazione degli utili reinvestiti;
- il proseguimento dell'attività Aefi sul mercato cinese a seguito della partecipazione al Primo Forum per la Cooperazione internazionale di Pechino e della recente missione di operatori fieristici cinesi in Italia (si veda l'articolo a pag. 5);
- l'aggiornamento del sito, disponibile ora in sette lingue, tra cui russo e cinese: tutti i soci sono stati invitati ad arricchirlo con notizie sulle proprie attività;
- l'attività di coordinamento interregionale fiere e l'Osservatorio del sistema fieristico vengono seguiti dal Presidente Ferrari, dal Vicepresidente Cagnoni e dal Segretario generale Lopes Pegna con l'obiettivo di creare regole di certificazione del sistema coerenti con quanto viene effettuato a livello internazionale;
- la Circolare applicativa dell'accordo di settore e l'attività estera. Sono previste quali priorità precise, per l'attivazione di progetti di settore, la promozione commerciale volta a dare più ampia visibilità all'offerta di fiere internazionali italiane e la collaborazione tra gli enti fieristici italiani e tra questi e soggetti omologhi stranieri, volta alla esportazione dei servizi fieristici italiani.

E' stata infine sintetizzata l'attività svolta delle diverse commissioni di Aefi.

In evidenza

Libri per promuovere le fiere

Proseguendo l'attività di promozione del sistema fieristico italiano, Aefi ha allo studio la pubblicazione di due nuovi volumi da realizzare in collaborazione con Alinari e con il Touring Club Italiano.

Come già "Fiere e Filatelia", uscito lo scorso dicembre, i testi si proporranno nello specifico di far conoscere il ruolo economico e culturale delle fiere italiane nello sviluppo del Paese. Il volume con Alinari ripercorrerà, attraverso una selezione di immagini fotografiche, le grandi esposizioni che hanno segnato i primi anni dell'Unità d'Italia, le campionarie, l'avvio di fiere specializzate che si sono poi rivelate motore dell'econo-

mia sia a livello territoriale che settoriale fino ad arrivare allo sviluppo di soluzioni tecniche e concept fieristici che ci pongono all'avanguardia nel mondo.

Alinari ha trovato, per ciascuno degli associati Aefi, una ricca documentazione che testimonia anche la storia del nostro Paese. La Guida Touring "Fiere ed esposizioni in Italia" sarà pubblicata nell'ambito della collana delle Guide tematiche che già conta circa 50 titoli dedicati a settori quali enogastronomia, sport, cultura, natura, benessere, accoglienza. Prevede una suddivisione regionale con elencazione all'interno, in ordine alfabetico secondo la località, di ciascuna fiera con informazioni pratiche, l'ar-



chitettura dello spazio, la storia dell'ente fiera e le tipologie di eventi organizzati, informazioni di carattere turistico sulla località elaborate nell'ottica dell'operatore che

visita abitualmente le fiere.

I due volumi saranno stampati in italiano e inglese e sono in corso contatti per la diffusione all'estero.

L. S.

L'importanza delle fiere di nicchia per promuovere le economie locali



Silvio Bisotti

Avviamo con questo numero una nuova rubrica in cui intervistiamo i presidenti dei quartieri fieristici associati ad Aefi per conoscerne le iniziative e i programmi di sviluppo a medio termine

Sarà un'occasione per fare il punto, attraverso le opinioni dei manager del settore, sullo stato di salute del comparto fieristico italiano e sul tipo di interventi che potrebbero renderlo più competitivo. Incominciamo con il Presidente di Piacenza Expo, Silvio Bisotti, e con il Presidente di Ferrara Fiere Congressi, Nicola Zanardi



Nicola Zanardi

L'INTERVISTA

D Quali sono le iniziative su cui state focalizzando la vostra azione quest'anno?

R S. Bisotti:

"Massimo utilizzo della struttura fieristica in un'ottica sempre più orientata al business: è questa è la condizione indispensabile per sostenere lo sviluppo di Piacenza Expo. Al fine di perseguire un migliore risultato economico è fondamentale da un lato apportare una serie di migliorie al calendario di manifestazioni esistenti e dall'altro introdurre nuove manifestazioni. Sono ben 7 i nuovi appuntamenti previsti per il 2005: da mostre per il pubblico (Tempolibero, PiacenzaArte, Handitalia) a mostre di nicchia per operatori (Tecnovitis, ForumRIF, ExpoLaser, ExpoStampo).

Abbiamo inoltre puntato a un utilizzo più intenso e diversificato degli spazi, ampliando il calendario di convegni, meeting e workshop e concedendo in affitto gli spazi ad organizzatori terzi.

La nuova figura dirigenziale di cui la fiera si è dotata, il Direttore generale Raul Barbieri, sta rapidamente portando a compimento gli indirizzi approvati dall'assemblea dei soci che scaturiscono a loro volta da una profonda attenzione agli equilibri in cui Piacenza Expo opera: business sì, ma in sintonia con le strategie del territorio. Andando nel particolare, stiamo puntando molto su una nuova manifestazione fieristica (prevista dal 17 al 19 novembre) ExpoLaser che, abbinata ad ExpoStampo, sarà l'unica manifestazione in Italia capace di offrire una panoramica completa sui sistemi di lavorazione, produzione e controllo basati sull'uso "dell'utensile laser", al fianco della più ampia proposta merceologica di componentistica specializzata."

R N. Zanardi:

"Ferrara Fiere Congressi, con i suoi 19.000 mq lordi coperti, appartiene a una tipologia di quartiere fieristico adatto per manifestazioni di nicchia. Pertanto quest'anno, nella logica già individuata nell'ultimo triennio, si continua ad investire in una tipologia di prodotto ad alto contenuto congressuale, in cui la componente espositiva si completa e interagisce con una forte componente culturale. I comparti in cui abbiamo ritenuto di investire sono legati:

- alle eccellenze di Ferrara città di anti-

chissima tradizione universitaria, come l'E-learning ad ottobre, l'ICT a maggio, Accadueo, sul trattamento delle acque, manifestazione biennale sempre di maggio;

- alle specificità industriali del territorio come le giornate della Chimica a settembre;

- alle vocazioni del territorio come l'Agricoltura Biologica a gennaio del 2006;
- alle suggestioni legate al grande fascino di una delle più belle città d'arte d'Italia, con la fiera del Restauro, la più importante manifestazione in calendario."

D E quali sono i programmi a medio termine?

R S. Bisotti:

"Il pareggio di bilancio, previsto con l'esercizio 2006, concluderà un percorso di crescita triennale non solo volto a migliorare il programma delle manifestazioni, ma anche a ridare economicità di gestione e redditività all'azienda. Con il raggiungimento di questi equilibri e l'aumento delle attività fieristiche e congressuali, sono maturi i tempi per pensare a costruire un nuovo padiglione espositivo, importante per dare a PiacenzaExpo la possibilità di svolgere più eventi contemporaneamente e aumentarne le possibilità di business."

R N. Zanardi:

"I programmi a medio termine sono nel rafforzamento di quanto precedentemente affermato cercando di segmentare in chiave sempre più specialistica manifestazioni che già hanno una collocazione fieristica ovviamente più ampia, accentuandone gli aspetti convegnistici nonché con inserimenti di workshop specialistici e incontri B2B. Tutto questo è reso possibile anche dall'aumentata ricettività alberghiera della città che offre oltre 1500 posti letto."

D Come giudicate l'attuale trend e la probabile evoluzione del mercato espositivo in Italia? Il settore fieristico è ormai interessato, e se sì in quale misura, dalla prolungata stagnazione economica?

R S. Bisotti:

"La competizione nel settore fieristico è sempre più globale e si sta polarizzando su tre aree principali: Nord America, Estremo Oriente ed Europa. L'Europa in questa competizione fa la parte del leone e detiene saldamente il primato sia per numero di manifestazioni che per dimensioni dei quartieri espositivi. Ultimamente però si è verificato un significativo calo dei visitatori e ciò nonostante nel giro di poco tempo sono arrivati e arriveranno sul mercato nazionale altri 500 mila metri quadri destinati ad esposizioni fieristiche, con la conclusione dei nuovi quartieri di Milano e di Roma e con il potenziamento delle fiere di Bologna, Verona, Rimini, Padova, Genova.

Nel nostro Paese l'attività coinvolge - e questi sono dati proprio di Aefi, a cui peraltro Piacenza Expo aderisce - 200 mila aziende e 20 milioni di visitatori l'anno che generano un giro d'affari di circa 50 miliardi di euro con altri 5 o 6 miliardi di euro relativi all'indotto. La posizione di netta leadership ovviamente è in mano a Fiera Milano. Tuttavia, oltre Milano e gli altri grandi quartieri, una specifica caratteristica del sistema fieristico nazionale consiste nel fatto che anche i quartieri espositivi di piccola dimensione hanno saputo ottenere visibilità internazionale ritagliandosi nicchie di mercato, grazie anche a caratteristiche economiche peculiari del territorio, nelle quali esprimono manifestazioni di eccellenza. Il caso di Piacenza con il bottone e con i fluidi sotterranei è diventato esemplare come Carrara con il marmo, Cesena con la frutta, Ancona con la pesca e Udine con la sedia."

R N. Zanardi:

"Ritengo che il settore fieristico si stia evolvendo con due connotazioni specifiche: pochi, grandissimi competitors in grado di affrontare l'agone internazionale e a cui competeranno le organizzazioni delle fiere di primo livello e piccoli quartieri come il nostro specializzati nell'organizzazione di eventi legati a settori merceologici molto specialistici con l'obiettivo di dare identità, voce e cultura a tutte le branche che spesso non riescono ad ottenere la necessaria visibilità. Questi quartieri avranno inoltre l'opportunità di stringere alleanze con i grandi competitors al fine di investire in argo-

menti di richiamo e di consolidamento, in chiave ovviamente più congressuale, di grandi manifestazioni fieristiche che tendenzialmente avranno cadenze quanto meno biennali."

D Quali azioni ritenete utile intraprendere o rafforzare per affrontare con successo la sfida concorrenziale sia in Europa sia a livello globale, dove stanno rapidamente crescendo i mercati fieristici dei maggiori Paesi emergenti?

R S. Bisotti:

"Ritengo corretto l'atteggiamento delle principali realtà fieristiche italiane ed europee che esportano i loro prodotti fieristici nei mercati di sbocco, proponendo innovazione, stile e competenze che sono valore aggiunto non ancora in possesso dei competitor dei paesi emergenti. Anche Piacenza, per quello che attiene ai suoi Saloni internazionali SIBA e Geofluid sta valutando questa scelta, scelta che vuole condividere con gli espositori e le Associazioni di categoria di riferimento."

R N. Zanardi:

"Il sistema fieristico non è immune dalla stagnazione economica generale. Ritengo però che in questi momenti potranno verificarsi dei cali di investimento da parte delle aziende nelle fiere, ma non verrà meno la necessità di utilizzare uno strumento indispensabile per il confronto competitivo: quindi un po' meno scenografie nella valorizzazione dei propri marchi, ma assoluta priorità alla presenza in fiera.

La risposta a quest'ultima domanda è già nei fatti per quanto attiene Milano in special modo, ma anche Bologna: grandi investimenti in struttura, qualità dei servizi, cultura dell'accoglienza, alleanze con il mondo della ricerca per svolgere più compiutamente un ruolo guida a 360°. Per quanto attiene invece un buon posizionamento sui mercati del Far East è assolutamente indispensabile una politica di acquisizioni di marchi e ingresso in società miste con operatori locali. Sarebbe quanto mai utile un supporto vero delle strutture pubbliche."

Rimini Fiera: un organizzatore a tutto campo per la gestione del sistema congressuale italiano

Estrema flessibilità d'utilizzo con possibilità di ospitare numerosi eventi in contemporanea, modularità degli spazi congressuali ed espositivi, alta dotazione di parcheggi interrati, forte attenzione per l'ambiente: sono queste le peculiarità del nuovo Palacongressi di Rimini che, con una disponibilità di oltre 9000 posti, intende configurarsi come la struttura congressuale più grande del nostro Paese.

La progettazione è firmata dall'architetto Volkwin Marg dello Studio GMP di Amburgo, l'inizio dei lavori è fissato per i primi mesi del 2006 e si prevede di inaugurare la nuova struttura nel 2008.

La società che gestirà la costruzione sarà inizialmente in capo a Rimini Fiera per il 100%; in seguito, secondo un calendario concordato, entreranno nella compagine i soci pubblici (Camera di Commercio, Provincia e Comune di Rimini, Regione Emilia-Romagna) e i soci privati. La società resterà proprietaria dell'immobile e ne affiderà la gestione ad una società terza di cui Rimini Fiera manterrà il controllo.

Il costo preventivato per la realizzazione, escluso il valore delle aree, è di 82.435 milioni di euro.

L'importo sarà finanziato per circa il 38% da un mutuo bancario che sarà rimborsato attraverso i proventi provenienti dalla gestione del Palacongressi: vi saranno inoltre i conferimenti dei soci pubblici e una quota di finanziamento privato.

Il nuovo Palacongressi di Rimini è caratterizzato da due corpi principali collegati da un sistema di foyer con relativi servizi. Le aree calpestabili sono di circa 20.000 mq al piano terra, 6.000 al primo piano e 1.000 al secondo piano, dove è stato pensato uno spazio dedicato alla ristorazione.

La dotazione di parcheggi, la più alta tra quelle dei siti congressuali europei, sarà di circa mille posti auto.

La disposizione dei vari spazi congressuali è concepita per ospitare un evento fino a 5.000 partecipanti (immaginando l'utilizzo di spazi espositivi, di ristorazione, ecc.): in ogni caso la struttura è dotata complessivamente di 9.300 sedute, ma potrà ospitare anche piccoli spazi espositivi, fino ad una modularità di circa 3.000 mq.

"Sarà il più grande del nostro Paese - dice il presidente di Rimini Fiera, Lorenzo Cagnoni - e risalterà per originalità strutturale, dotazioni tecnologiche, relazione e richiamo al territorio. E' nei nostri programmi affermarci come un'organizzazione nazionale a tutto campo per la gestione del sistema congressuale italiano: dalla costruzione alla gestione del nuovo Palacongressi di Rimini, alla gestione dell'attuale e poi



Il nuovo Palacongressi di Rimini

del nuovo Palacongressi di Roma, fino, sul fronte dei prodotti fieristici correlati, alla gestione, attraverso una società dedicata, della Borsa del Turismo Congressuale di Firenze recentemente acquisita". Si tratta di piani di sviluppo ambiziosi che confermano la leadership del Gruppo Rimini Fiera che a fine aprile ha approvato il bilancio 2004 posizionandosi come il terzo gruppo italiano nel settore fieristico

co sia per volume d'affari che per il rapporto tra ricavi e margine operativo lordo: il valore consolidato della produzione è stato di 68 milioni e 462 mila euro con un margine operativo lordo di 22 milioni e 451 mila euro.

Il presidente Cagnoni ha sottolineato come "Rimini Fiera, per via degli enormi investimenti strutturali di questi anni, continua ad avere sul proprio bilancio quote di ammortamento considerevoli che per il 2004 ammontano a 15 milioni e 247 mila euro per l'intero Gruppo con una percentuale d'incidenza del 22%. Tuttavia il Gruppo presenta un risultato d'esercizio positivo - con un utile netto riferito alla capogruppo di 2 milioni e 119 mila euro - che ci consente, dopo gli accantonamenti di legge, di distribuire ai soci un dividendo di 4 centesimi per azione".

Nel 2008 Rimini avrà un nuovo Palazzo dei Congressi con oltre 9000 posti. Un progetto del valore di oltre 82 milioni di euro. Rimini Fiera approva il bilancio consolidato e si posiziona come terzo gruppo italiano nel settore fieristico.

Congressi e burocrazia

La disciplina dell'organizzazione dei congressi farmaceutici in Italia è molto complessa e scoraggia organizzatori e sponsor. Per la competitività del settore è necessario fare sistema e superare le barriere della burocrazia

di Donatella Papetta - Fiera Milano Congressi

Un osservatore esterno resterebbe stupito nel verificare che il mondo congressuale è, a dispetto della situazione economica mondiale, un settore stabile e con attese positive per il futuro. Un settore che è ormai divenuto una componente importante dell'attività svolta dai poli fieristici, che stanno concentrando cospicue risorse nella creazione e gestione di centri congressi.

I congressi medico scientifici, che si svolgono con cadenza annuale o biennale, puntualmente e con metodo, sono un filone fondamentale di questo business.

I medici, gli studiosi, i farmacisti, i ricercatori, hanno necessità di comunicare tra loro, di divulgare le loro scoperte, di formare i più giovani, di sperimentare nuove terapie, e tutto ciò indipendentemente dalla flessione dei mercati, dai cambi delle valute, dall'inflazione, dal prezzo del petrolio, insomma, da tutti i fattori che normalmente determinano una crisi di settore.

Il dato fondamentale di momenti di incontro così mirati è il contenuto proposto dal convegno, ma l'industria, nello specifico quella farmaceutica, svolge il decisivo ruolo, tramite il sostegno economico che fornisce, di rendere possibili eventi che, viceversa, non si potrebbero realizzare.

Nonostante il dichiarato interesse di tutti i centri congressi italiani, che ambiscono ad ospitare i grandi convegni internazionali, proprio l'Italia ha,

con l'art. 12 del DL 541/1992 e sue relative successive modificazioni, posto una serie di ostacoli per gli organizzatori, gli sponsor, i partecipanti ai meeting internazionali, tali da scoraggiare questi potenziali clienti ed indurli a rivolgersi a paesi che hanno recepito la normativa di cui sopra in maniera più semplice.

Ci rendiamo ben conto della necessità di regolare un ambito così delicato e condividiamo il rigore morale della norma, ma va sottolineata la difficoltà in cui si viene a trovare qualunque soggetto coinvolto in una di queste operazioni, difficoltà che, allontanando dall'Italia i promotori degli incontri, non solo ci priva di fatturati considerevoli, anche e soprattutto destinati all'indotto - cosa non trascurabile di questi tempi - ma preclude un cammino prestigioso per il nostro Paese, che passa dalla valorizzazione delle città ospiti dei congressi alla visibilità per tutta la nazione.

Siamo relativamente giovani nel mondo congressuale e l'esperienza avrà molto da insegnarci. Per ora confidiamo nei segnali che giungono dall'Agenzia Italiana del Farmaco che, mostrando sensibilità e comprensione, si sta adoperando affinché le barriere della burocrazia siano superate, o quantomeno rese più accessibili, e il nostro Paese possa, finalmente, candidarsi ad armi pari con gli altri paesi europei, in ragione di quella tanto citata competitività.

L'Italia, anche in questo settore, ha bisogno di fare sistema.

Accent Design Milano

Il vostro evento qui trova spazio

FMC Center, il centro congressi più grande d'Italia: 10.000 posti e 30.000 metri quadri espositivi nel cuore di Milano. Solo qui trovate 32 sale da 10 a 2.000 posti e una sala plenaria da 5.000 persone.

sala plenaria da **5.000** posti

32 sale da 10 a 2.000 posti

30.000 mq espositivi

FMC Center, il centro congressi più grande d'Italia

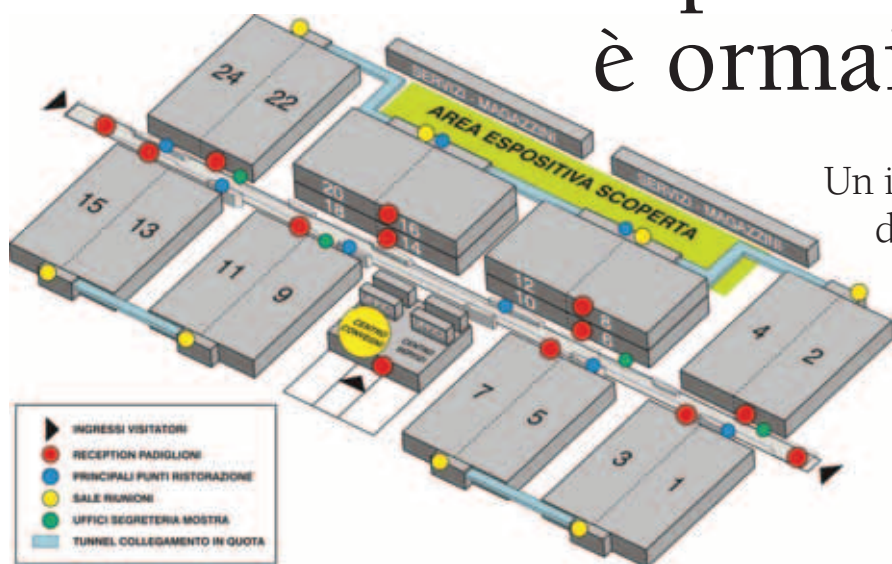
FIERA MILANO
DAL 1998 UT LE PER TUTTI

FIERA MILANO CONGRESSI
www.fieramilanocongressi.it

Fiera Milano Congressi SpA
Largo Domodossola, 1 - 20145 Milano
T +39 02 49977134 • F +39 02 48010265

Il 31 marzo è stata inaugurata la nuova Fiera Milano

Il nuovo polo fieristico milanese è ormai una realtà



Un investimento di 750 milioni di euro interamente autofinanziato da Fondazione Fiera Milano e poco più di due anni di lavoro per realizzare il quartiere dei record. Una grande iniziativa al cui successo ha dato un contributo decisivo la cooperazione non solo tra le istituzioni ma anche tra pubblico e privato

Il sistema fieristico è a un punto di svolta. Il nuovo grande, modernissimo quartiere espositivo di Fiera Milano si è infatti messo in moto, con l'apertura a fine marzo dei primi tre padiglioni e dall'autunno comincerà a lavorare a pieno ritmo offrendo 345 mila mq coperti e 60mila all'aperto.

Progressivamente tutte le mostre di maggiori dimensioni si sposteranno qui. Ma ciò non significherà l'abbandono del quartiere espositivo "storico", di cui infatti resteranno in funzione il Centro Congressi (che sarà presto ampliato con 16 nuove sale) ed i padiglioni più moderni, per un totale di 115mila metri quadrati espositivi.

In poco più di due anni di lavoro e grazie a un investimento di 750 milioni di euro interamente autofinanziato da Fondazione Fiera Milano, l'innovativo progetto firmato dall'architetto Massimiliano Fuksas è divenuto un complesso espositivo d'avanguardia, che sposa dimensioni da primato ed eccezionale flessibilità di utilizzo, le migliori dotazioni tecnologiche con il benessere dei visitatori, la totale fruibilità degli spazi con il piacere estetico.

Padiglioni - Sono 8, di cui 6 su un piano e 2 su due piani. Quattro padiglioni monoplanari hanno un'altezza interna utile massima di

12 metri; i due rimanenti, posti in corrispondenza della porta Est e Ovest, un'altezza di circa 16 metri. I due padiglioni biplanari presentano un'altezza di 12 metri al piano terra e di 10 al primo piano. Tutti i padiglioni si distinguono per le dimensioni e la flessibilità di utilizzo. Ognuno di essi misura infatti circa 37mila metri quadrati, è autonomo in quanto dotato di proprie reception, punti di ristorazione, sale convegno, aree per uffici e può essere suddiviso in due aree espositive (quattro nei padiglioni biplanari), utilizzabili sia contemporaneamente sia separatamente. Per questo agli otto padiglioni corrispondono 20 saloni. I padiglioni sono praticamente privi di colonne e ingombri strutturali

Reception - Il complesso espositivo prevede 13 reception informatizzate per i visitatori: 10 servono i padiglioni mentre le tre restanti si trovano in corrispondenza della Porta Est, Ovest e Sud

Tunnel di collegamento - I padiglioni sono collegati da un tunnel in quota

Dotazioni tecnologiche - I servizi di elettricità, acqua, telefonia/dati e aria compressa sono distribuiti nei padiglioni in modo capillare, grazie ad una fitta rete infrastrutturale sotto il pavimento. La sorveglianza a di-

stanza è assicurata da 18 telecamere per padiglione.

Ogni stand può contare su un bocchettone ottico (sono state predisposte 30mila prese a fibra ottica, ciascuna da 100 megabit) e su una linea telefonica. In tutto il quartiere è inoltre possibile fruire di servizi wireless, con punti di accesso Wi-Fi separati dai servizi Umts

La Vela e il viale centrale - Elemento architettonico caratteristico del nuovo quartiere fieristico è "La Vela", spettacolare copertura in vetro e acciaio del viale centrale che si estende, con un movimento sinuoso, per 1,3 chilometri e per 47mila metri quadrati. Il viale, lungo il quale sono collocate strutture di servizio, ristoranti e show room, attraversa longitudinalmente l'intero complesso raccorrendo tra loro i padiglioni ed è provvisto di tapis roulant per gli spostamenti delle persone. Si sviluppa su due livelli: un livello inferiore riservato agli operatori già registrati diretti ai padiglioni e un livello superiore accessibile anche al pubblico generico

Parcheggi e alberghi - Vi sono 10mila posti auto (di cui 3mila in due strutture multipiano). In prossimità dei padiglioni 3mila posti auto saranno a disposizione degli espositori. Diecimila parcheggi ulteriori saranno realizzati in un secondo tempo, per un totale a regime di 20mila posti auto al servizio del Sistema Fiera Milano. Due alberghi da tre e

quattro stelle saranno costruiti in prossimità del Centro servizi

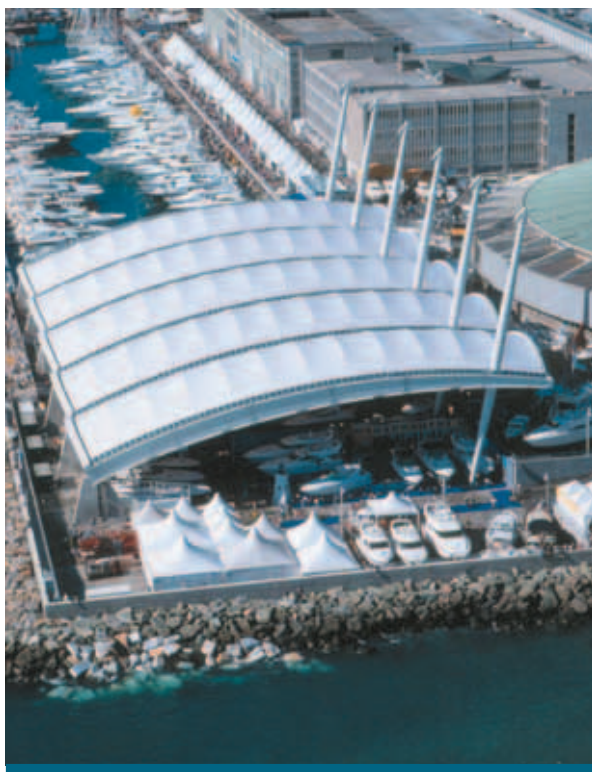
Elicottero - Il tetto di uno dei due parcheggi multipiano sarà attrezzato a eliporto

Ristorazione - Il quartiere dispone di 14 ristoranti di diverse tipologie (self service, free flow, servizio al tavolo), 7 aree banqueting, 10 grandi snack bar e 50 bar

Centro servizi - In corrispondenza della Porta Sud, che è anche l'ingresso d'Onore, la Vela s'impenna in un pinnacolo di oltre 40 metri, formando una grande cupola che raccoglie al proprio interno il Centro Convegni e il Centro servizi. Al Centro servizi espositori e visitatori trovano una grande e attrezzata sala stampa, guardaroba, ufficio postale, banca, ufficio vigilanza, segreteria linguistica, centro fotocopie/fax, agenzia viaggi, farmacia, attività commerciali

Centro convegni e sale riunione - Nella stessa area del Centro servizi è dislocato il Centro Congressi, che mette a disposizione su due piani nove sale modulari da 81 a 675 posti e un auditorium per 739 persone. Vi sono poi altre 64 sale per riunione distribuite nel quartiere: 30 sono dislocate nei 6 padiglioni monoplanari; 26 nei due biplanari; 8 lungo il viale centrale

Uffici di mostra - Gli uffici delle segreterie di mostra sono ospitati in quattro edifici in vetro e acciaio disposti lungo il viale centrale.



L'integrazione con l'ambiente circostante, la modularità e la funzionalità degli spazi caratterizzano il progetto del grande architetto francese

Il futuro è uno "specchio" rettangolare in cui si rifletterà il cielo

Jean Nouvel ha vinto il concorso per il padiglione B della fiera di Genova

Sarà firmato Jean Nouvel il nuovo padiglione B della Fiera di Genova. La scelta, compiuta dal Consiglio di Amministrazione della società sentiti i pareri espressi dall'assemblea dei soci, esprime la volontà di connotare con un segno forte la riqualificazione globale in atto nel quartiere fieristico genovese. Questo il commento a caldo dell'architetto parigino: "Il padiglione centrale della Fiera si sposerà con il cielo di Genova, con il mare di Genova e con la vita fieristica attraverso riflessi, bagliori e giochi caleidoscopici. Questa architettura dell'immaterialità e della luce è il mio contributo all'identità di Genova".

Sotto un enorme tetto specchiato blu come la superficie del mare, visibile sia dalla città che dalla strada sopraelevata che lo costeggia, vi saranno due grandi hall orientate verso il mare: una, sotto il piano di copertura, sarà una terrazza coperta totalmente aperta sul porto, l'altra sarà il prolungamento della banchina nell'edificio, anch'essa totalmente vetrata. Entrambe saranno ampiamente apribili quando il vento e la temperatura lo consentiranno. Il ristorante si allungherà sul limite tra il porto e le esposizioni beneficiando della serenità della vista delle barche o, secondo gli sguardi, dei bagliori dinamici degli avvenimenti.

Il progetto di Jean Nouvel si integra dunque con l'ambiente circostante grazie a linee e colori che evocano e rispecchiano il mare e il cielo in maniera forte e garantisce allo stesso tempo una spiccata funzionalità degli spazi. Accanto alle caratteristiche di modularità, essenziali per soddisfare le esigenze più puramente espositive, i progettisti hanno esaltato gli aspetti ambientali e scenografici che caratterizzano il quartiere fieristico e hanno dedicato una particolare attenzione ai futuri sviluppi complessivi del-

l'area.

"E' stata una scelta difficile, considerato il livello dei progetti presentati - hanno commentato il presidente Franco Gattorno e l'amministratore delegato Roberto Urbani - e molto meditata. E' stato tenuto conto della posizione strategica del quartiere fieristico nel waterfront della città e del ruolo che assumerà in futuro con la realizzazione dell'affresco di Renzo Piano. La realizzazione di Jean Nouvel sarà un elemento distintivo dello sviluppo che si inserirà tra le altre nuove opere: la Marina ampliata da 600 posti barca e l'albergo con centro congressi nell'edificio Ansaldo."

Per la definizione dei requisiti di base - edificio biplanare, versatile e modulare in grado di ospitare un'ampia gamma di manifestazioni, dotato degli impianti tecnologici più avanzati e destinato in un prossimo futuro ad espandersi nell'area attualmente occupata dal padiglione D - e per la selezione dei progettisti, Nicholas Grimshaw, Michael Hopkins e Jean Nouvel, Fiera di Genova è stata coadiuvata da una commissione di esperti formata da Bruno Gabrielli, Assessore alla Qualità urbana e alla pianificazione territoriale del Comune di Genova e docente della Facoltà di architettura dell'Università di Genova, Benedetta Spadolini, Preside della Facoltà di Architettura e dal Presidente dell'Ordine degli architetti della provincia di Genova.

A gennaio la presentazione dei progetti al Consiglio di Amministrazione e agli esperti, poi gli approfondimenti tesi a chiarire i dettagli funzionali e ora la scelta. Le prossime tappe saranno il perfezionamento degli aspetti contrattuali e l'avvio del progetto preliminare.

Le fiere italiane incontrano le fiere cinesi

Una delegazione della Repubblica Popolare di Cina in visita in Italia

Edurata dal 28 marzo al 4 aprile la visita in Italia della delegazione di rappresentanti di enti fieristici cinesi, inserita nell'ambito del Programma di promozione straordinaria del Made in Italy in Cina e realizzata dall'ICE, d'intesa con l'Associazione Esposizioni e Fiere Italiane e con l'organizzazione e il coordinamento dell'intero progetto da parte di Fiera Milano Spa.

"Il progetto *Le fiere italiane incontrano le fiere cinesi* si inserisce nel quadro più ampio della promozione del know how espositivo italiano presso rappresentanti e decision-maker del mondo fieristico cinese, realtà in evoluzione e dagli ampi margini di sviluppo" ha spiegato il presidente di Aefi Piergiacomo Ferrari. "Il nostro modello è guardato con ammirazione all'estero, è sinonimo di professionalità e viene riconosciuto come uno dei migliori al mondo per apparato, strutturazione organizzativa e capacità di fare sistema".

E' stata invitata in Italia una delegazione di 11 operatori cinesi - esponenti di rilievo del mondo fieristico e delle istituzioni pubbli-

che attive nel settore - provenienti dalle fiere di Pechino, Shanghai, Canton ed Hong Kong.

Gli operatori cinesi hanno incontrato i vertici di Fiera Milano in occasione dell'apertura del nuovo quartiere espositivo.

L'obiettivo di Fiera Milano è l'intensificazione dei rapporti con la Cina soprattutto in vista delle Olimpiadi di Pechino del 2008 e dello Shanghai World Expo del 2010. A questo proposito, l'importanza del dialogo Italia-Cina è stata evidenziata dal presidente di Fiera Milano spa, Michele Perini. "Quella che può essere vista come una minaccia per le imprese italiane, costituisce invece un'opportunità e un'occasione di incontro" ha detto Perini, sottolineando il ruolo essenziale delle fiere nella promozione dell'interscambio tra i due Paesi. La delegazione cinese ha quindi visitato il quartiere di Brescia, dove sono state illustrate agli ospiti le caratteristiche tecniche della struttura, le sue potenzialità e versatilità d'impiego, nonché gli aspetti più significativi del II lotto, di imminente realizzazione. Anche



a Rimini gli operatori cinesi hanno incontrato i vertici della Fiera e visitato il quartiere che hanno visto in piena attività essendo in corso al momento del loro arrivo My Special Car Show. Anche per Rimini-fiera si è trattato di un evento di grande importanza sia in virtù del fortissimo "boom" economico che sta vivendo la Repubblica popolare cinese sia delle sinergie già da tempo avviate con il paese asiatico (infatti Rimini Fiera gestisce a Shanghai EcomondoCina, mentre Pechino sarà tra le prossime mete del circuito internazionale del festival del Fitness).

Fiera Trieste si avvia a una profonda ristrutturazione

Bronzi: "Futuro tanto più proficuo quanto più sapremo diventare braccio operativo delle istituzioni del territorio"

All'indomani della trasformazione di Fiera Trieste in spa e della nomina del nuovo Consiglio di Amministrazione, il presidente Fulvio Bronzi ha tracciato il quadro della situazione e fissato i prossimi punti centrali dello sviluppo della Fiera.

"In circa un mese - ha detto Bronzi - abbiamo passato in rassegna la situazione economica, gestionale e logistica della Fiera di Trieste, ereditata dalle passate gestioni. Confermo la volontà e l'interesse di raggiungere, entro un tempo breve, la sua ristrutturazione complessiva. Dal punto di vista economico e gestionale Fiera Trieste versa in condizioni serie. La massa critica del bilancio è povera, nel senso che questo soggetto ha movimentato in passato poco volume di affari. Il futuro sarà tanto più proficuo quanto più la Fiera diventerà il braccio operativo degli Enti e delle Istituzioni che la compongono, Comune, Provincia e Camera di Commercio. Se ciò avverrà, il volume di affari della Fiera potrà assestarsi su livelli che permettano di considerarla come un interlocutore reale e credibile per il tessuto economico cittadino. Abbiamo ottenuto feedback positivi nei primi incontri con i soci: è necessario che questo ora si concretizzi. Sul fronte gestionale, Fiera Trieste ha bisogno di integrare allo staff esistente nuove professionalità per rispondere alle esigenze del mercato".

"Dal punto di vista logistico - continua Bronzi - ho già espresso soddisfazione per la scelta effettuata dal Comune e dall'Autorità Portuale di Trieste di posizionare la nuova Fiera in Porto Vecchio. Stiamo dialogando con i soci di riferimento per definire procedure, iter e tempistiche. L'ipotesi iniziale di dismissione dell'attuale comprensorio e di vendita del sito appare attuabile, ma è importante sottolineare che i capitali che ne otterremo rappresenteranno solo una parte della base economica necessaria per realizzare l'intero progetto della nuova Fiera".

Bronzi ha infine confermato il calendario mostre predisposto per l'anno in corso, soffermandosi in particolare sulla Fiera Campionaria "Sono certo che questa manifestazione abbia un proprio ruolo per la città. E' un evento che ha alle spalle 56 edizioni, un ruolo a livello internazionale: per questo va mantenuto, preservato e potenziato, poiché rappresenta un punto di partenza, non certo di arrivo".

Bilancio 2004 superiore alle previsioni

Contenimento dei costi operativi e fatturato in crescita per Veronafiere

Si investe sulla riqualificazione del quartiere e su iniziative volte a rafforzare la presenza all'estero

E' andato oltre le previsioni il bilancio 2004 di Veronafiere. Il fatturato si è attestato infatti a 55.615.500 euro, con una crescita del 4,68% rispetto al 2003 e del 24,5% sul 2001, anno di riferimento per la tipologia di manifestazioni. L'incremento, rispetto al bilancio di previsione, è stato di 7.426.650 euro, ed è dovuto in particolare ai maggiori ricavi derivanti dalla vendita di aree espositive e di servizi e alle migliori performance di tutte le principali rassegne.

L'utile d'esercizio anteimposte ha toccato i 6.623.500 euro (pari all'11,9% del fatturato), con un aumento del 27,8% sul 2003. L'utile netto è stato di 3.315.500 euro, in linea con quello dell'esercizio precedente. Il risultato operativo ha raggiunto i 6.767.000 euro, ovvero 2,6 milioni circa in più dell'esercizio precedente. I costi di gestione (29.013.000 euro), sono diminuiti del 3%. Gli investimenti, autofinanziati, sono stati di 15.082.052 euro.

"In generale si tratta di risultati di notevole rilievo", spiega Luigi Castelletti, presidente di Veronafiere, "soprattutto alla luce della generale situazione economica e dell'andamento del mercato fieristico nazionale ed internazionale. In particolare si è posto l'accento sulla necessità di sviluppare le nostre diverse attività, attuando contemporaneamente un'attenta politica di presidio delle manifestazioni e di contenimento dei costi operativi. La scelta, infine, di continuare ad organizzare direttamente rassegne fieri-

stiche di alto livello qualitativo si è rivelata vincente". Tutti i principali parametri di riferimento per il settore fiere, del resto, si dimostrano superiori all'andamento medio del mercato. Quantitativamente i dati di riferimento per il 2004 sono i seguenti: 26 manifestazioni ospitate, di cui 10 organizzate direttamente, alle quali si aggiungono le 5 esportate all'estero; 621.820 metri quadrati di superficie espositiva, di cui 60.225 metri quadrati per espositori esteri; 14.050 espositori totali, di cui 2.080 esteri; 104.258 visitatori di cui 112.611 stranieri.

"Veronafiere - sottolinea il direttore generale Giovanni Mantovani - conferma quindi il forte impegno di consolidare la propria posizione tra i primi dieci poli espositivi in Europa grazie ad una serie di investimenti mirati alla riqualificazione dell'intero quartiere. Nello stesso tempo sul fronte dell'internazionalizzazione, con l'esportazione del marchio Vinitaly a Mosca (26-27 maggio), negli Stati Uniti (24-28 ottobre), Cina (24-26 novembre), e India (gennaio 2006), e di altre rassegne, intendiamo rafforzare la nostra presenza, fungendo anche da leva promozionale per il sistema produttivo nazionale e per il tessuto della piccola e media impresa italiana. Un'attività che fa già prevedere nel primo trimestre l'incremento del 4% del fatturato nel 2005".

Mostra Convegno Expocomfort
Macef
Chibi&Cart
Festivity
G! Come giocare
Bijoux
Chibimart Inverno
Chibimart Affari d'Estate
Chibidue
Infosecurity
Storage Expo Italia
Documation
Lift
Miant
Visual Communication
Ikme-Finishing & Knitting

Il mondo è migliore quando s'incontra

Più di 480.000 i visitatori l'anno, provenienti da ogni parte del mondo, circa 9.800 espositori. Sono i visitatori e gli espositori delle manifestazioni fieristiche specializzate firmate Fiera Milano International. Tanti nomi diversi, diversi settori coinvolti, un'unica grande qualità: quella degli spazi, dei servizi e dell'organizzazione garantita da FMI, il più grande promotore di fiere del Paese. Un partner competente per le associazioni produttive e le istituzioni, con il quale sviluppare business, formazione, informazione, internazionalità. Per dare al mondo la possibilità di incontrarsi, di conoscere, di crescere.

L'impatto della fiera sul processo di acquisto dei visitatori si prolunga nel tempo

Il ritorno sugli investimenti fieristici al centro di un seminario dell'Ufi

Il 28 gennaio a Monaco si è tenuto l'incontro organizzato da UFI sul ROI derivante dalla partecipazione ad una fiera, ossia il ritorno sull'investimento sia per l'espositore che per il visitatore. Il tema si colloca in un contesto economico che ha visto una contrazione degli investimenti da parte degli espositori e l'esigenza di identificare metodi per definire e quantificare i risultati delle partecipazioni fieristiche.

Rob Chömpff (VNU Exhibitions) è partito dal presupposto che il risultato della partecipazione a una fiera per il visitatore si traduce in una variazione del comportamento di acquisto derivante dalle informazioni raccolte. Il monitoraggio effettuato sulle proprie fiere ha dimostrato che l'impatto della fiera sul processo di acquisto dei visitatori si prolunga nel tempo (le trattative proseguono anche a distanza di 6 mesi) e che a parità di offerta i visitatori scelgono l'offerta di chi ha partecipato alla fiera visitata.

Jörg Messwarb (Schott AG, azienda di prodotti in vetro speciale) ha presentato il tema dal punto di vista delle aziende espositrici, segnalando la genericità degli obiettivi associati alla presenza in fiera, la supposta conoscenza dei propri clienti e la mancanza di strumenti di valutazione dei risultati. Questa situazione genera attriti soprattutto in un periodo nel quale le contrazioni dei budget imporrebbero criteri di valutazione oggettivi dei risultati.

Ralph Hartleben (IRKU - Institut for Marketing and Communications Audit) ha presentato una possibile soluzione a questo problema, secondo la quale la valutazione della partecipazione non viene effettuata attraverso indicatori di carattere esclusivamente economico-finanziario, ma piuttosto attraverso un insieme di indici articolati in diverse prospettive bilanciate. Ogni progetto espositivo viene valutato in base a 5 prospettive:

- Visitatori/clienti
- Processi
- Dipendenti/Partner/Fornitori
- Clienti interni/Management
- Finanza/costi

L'applicazione si articola in 5 fasi:

- Definizione dell'obiettivo primario del progetto
- Identificazione degli obiettivi chiave per ciascuna delle 5 prospettive
- Per ogni obiettivo chiave definizione di un indicatore misurabile
- Per ogni indicatore definizione della misura, del valore target, della soglia di attenzione e del metodo di misurazione
- Visualizzazione di tutti gli obiettivi e indicatori

Peter Neven (AUMA) ha presentato Trade Fair Benefit Check, che rapporta i risultati della partecipazione ad una fiera a quelli ottenuti con strumenti alternativi e giunge ad una quantificazione dei benefici attraverso un processo di comparazione. Il processo si articola in 3 fasi

1. Definizione degli obiettivi:

- a. Obiettivi quantitativi: identificazione e quantificazione dei benefici associati alla partecipazione alla fiera attraverso il confronto con strumenti di comunicazione alternativi per il raggiungimento dello scopo.
- b. Obiettivi qualitativi: identificazione degli obiettivi e definizione del peso che i vari obiettivi assumono nella partecipazione ad

Le fiere si interrogano sulle modalità per definire e quantificare i risultati delle partecipazioni alle mostre
La proposta dell'Institute for Marketing and Communications Audit
La piattaforma utilizzata da Messe Berlin



una fiera

2. Definizione dei costi di partecipazione ad una fiera

3. Confronto costi-benefici legati alla partecipazione ad una fiera

Sarah Farrugia (Farrugia Leo) ha trattato il tema dal punto di vista del visitatore, sottolineando come, in base ad un sondaggio condotto durante alcune manifestazioni fieristiche in Gran Bretagna, una percentuale variabile tra il 75 e l'85% dei visitatori non sa cosa sta cercando. La mancanza di un obiettivo di visita determina l'impossibilità di valutare il risultato e la conseguente soddisfazione. Espositori e organizzatori, quindi, devono aiutare i visitatori a identificare i propri obiettivi creando un ambiente stimolante, nel quale sia possibile scambiare conoscenza e dove si respirino creatività e innovazione.

Robert Drblik (NGN) ha presentato il progetto realizzato per Messe Berlin: si tratta di Business Matching Services, una piattaforma che, attraverso Internet, permette agli espositori di presentare informazioni aggiornate sui prodotti ai visitatori registrati, i quali ricevono un'email una volta al mese con le novità presentate. Questa piattaforma genera benefici per tutti i partecipanti.

Infine Geoffrey Dixon (Vivid Interface) ha segnalato che esistono alcune difficoltà associate alla misurazione del ROI di una manifestazione fieristica, relative ad esempio ai diversi obiettivi associati alle fiere poste in varie fasi del ciclo produttivo, che rendono impossibile identificare un unico indicatore di performance per il settore. Altre difficoltà derivano dalla varietà di pubblici presenti, dai tempi di conclusione delle relazioni instaurate durante le giornate di manifestazione, dalla presenza di un'ampia gamma di obiettivi, spesso poco quantificabili.

Innovazione tecnologica ed eventi trasversali tra le proposte 2005

Fatturato di oltre 19 milioni di euro per PadovaFiere

Si punta a un'ulteriore espansione sui mercati dell'Est Europa

Il comitato di amministrazione di PadovaFiere ha approvato il bilancio 2004, che ha evidenziato una crescita consistente dei conti rispetto all'anno precedente, con un fatturato a 19,3 milioni di euro (+2,2%). Dai conti 2004 emerge soprattutto un aumento dell'efficienza nella gestione della fiera, con un Margine Operativo Lordo pari a 3,3 milioni di euro, cresciuto del 200% rispetto al 2003.

Nel 2004 PadovaFiere ha ospitato 29 manifestazioni, di cui 8 internazionali, a cui hanno preso parte quasi mille espositori e ben 730mila visitatori. Complessivamente le giornate di occupazione del quartiere sono state 253, durante le quali sono stati tenuti 981 convegni, a cui hanno partecipato più di 18mila persone. PadovaFiere ha inoltre fatto il punto sulle prossime manifestazioni in calendario: tra le novità il salone professionale dedicato al settore legno arredo TDM presentato nei giorni scorsi al Salone di Milano.

Tra gli appuntamenti più rilevanti Bionova, la mostra convegno di biotecnologie, Flormart/Miflor, il salone internazionale del florovivaismo, Asfaltica/Binaria, la mostra delle tecnologie per la movimentazione su strada e ferrovia. Tra le mostre per il pubblico da segnalare Auto e Moto d'Epoca, Bike Expo e Casa su Misura.

Anticipate anche le principali novità del 2006 che comprendono iniziative dedicate a Logistica, Trasferimento Tec-

nologico e Biotecnologie Ambientali.

Sul fronte delle mostre all'estero, PadovaFiere conferma la sua specializzazione nei mercati dell'Est Europa: oltre a Sep, la manifestazione dedicata alle tecnologie ambientali realizzata in Romania, Croazia, Polonia e Russia in collaborazione con i poli espositivi locali, sono in corso di trattativa nuove rassegne nei settori della ricettività e della meccanica.

"I dati di bilancio e l'intensa attività dell'anno appena trascorso confermano il presidio del mercato locale e l'opportunità delle scelte sui mercati dell'Est, anche attraverso gli accordi con le Fiere di Bolzano, Pordenone e Trieste. E per quanto riguarda i benefici sul nostro territorio - ha ricordato Ferruccio Macola, Presidente di PadovaFiere - la nostra attività ha generato un indotto calcolato in 200 milioni di euro"

"L'iter di privatizzazione è stato lungo e complesso, ma non ha impedito alla Fiera di raggiungere i suoi obiettivi" ha affermato Andrea Olivi direttore generale di PadovaFiere. "Oggi, anche in vista del nuovo assetto proprietario, ci sono tutti i presupposti per una ulteriore espansione sui mercati internazionali, che costituiscono la principale strategia della nostra Fiera e il suo know how strategico."



associazione esposizioni e fiere italiane

Segreteria Generale:

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

Presidenza e Sede organizzativa:

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

ENTE REGIONALE FIERISTICO

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

CENTRO AFFARI E CONVEGNI

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

FIERE DI PARMA S.p.A.

Baganzola (PR)
Presidente Dr. Franco Boni
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 Lobbuono
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@umbriafiare.it
Tel. 075/8004005

BOLOGNA FIERE S.p.A.

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

FIERA DI 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 Dr. Romeo Godoli
Vice Presidente Cav. Bruno Greppi
www.fieraforli.it
staff@fieraforli.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@fiera.ge.it
tel. 010/53911

GORIZIA FIERE

Gorizia
Presidente Sig. Emilio Sgarlata
Dir. Sig. Maurizio Tripani
www.goriziafiere.it
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

CARRARA FIERE 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 Dott. Nino Bartolotta
fieramessina@interfree.it
tel. 090/364011

FIERA MILANO S.p.A.

Milano
Presidente Dr. 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 Dr. Luigi Mastrobuono
Amm. Delegato Sig. Sergio Garuti
www.modenafiare.it
info@modenafiare.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.padovafiare.it
info@padovafiare.it
tel. 049/840111

E. A. FIERA DEL MEDITERRANEO

Palermo
Comm. Straordinario
Dr. Alessandro Trezza
Seg. Generale ff. Dra. Silvana Farinella
www.fieramediterraneo.it
info@fieramediterraneo.it
tel. 091/500011

FIERE DI PESARO S.p.A.

Pesaro
Amm. Unico Dr. Giancarlo Zuccarini
www.fierapesaro.com
fierapesaro@fierapesaro.com
tel. 0721/40681

PIACENZA EXPO S.p.A.

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

CESENA FIERA S.p.A.

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

PORDENONE FIERE S.p.A.

Presidente Alvaro Cardin
Segr. Generale Dr. Paolo Rosa
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
www.fierereggioemilia.it
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 Arc. 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.fdr@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
Presidente Fulvio Bronzi
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.veronafiare.it
info@veronafiare.it
tel. 045/8298111

FIERA DI VICENZA

Vicenza
Presidente Dott. Valentino Ziche
Segr. Generale Corrado Facco
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 Pagna - **Coordinatore:** Sergio Pravettoni - **Redazione:** Paola De Agosti-
ni **Sede Redazione:** Via Tiziano, 32 Milano - **Esercente l'Impresa Giornalistica:** Il Sole 24 ORE S.p.A
via P. Lomazzo, 52 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 27 Giugno 2005

Raccolta pubblicitaria coordinata da Aefi



CALENDARIO MANIFESTAZIONI

NUOVE MANIFESTAZIONI



www.expocsts.it



STANDS IN THE WORLD.

eurostands[®]
spa



Preparation and building of fair booths, conventions,
art exhibitions in Italy and worldwide.

Rental personalized booths,
rental audio-video items,
banners, graphics, big prints,
storage with insurance.



FIERA MILANO