



Il punto

Decolla la riforma del sistema fieristico italiano

Il decollo è stato lungo e travagliato. Ma ora la grande riforma del sistema fieristico nazionale è stabilmente avviata. Le trasformazioni degli enti in società di capitali si succedono a ritmo serrato: gli ultimi a raggiungere il gruppo sono stati, da inizio anno, Genova e Bolzano, mentre altre privatizzazioni sono in arrivo.

Nel frattempo - osserva Giacomo Gatti, assessore allo Sviluppo economico della Regione Liguria e coordinatore interregionale per Fiere e Commercio presso la Conferenza dei presidenti delle Regioni e Province autonome - sono stati definiti, non solo negli indirizzi generali ma anche negli aspetti operativi, criteri uniformi in base ai quali le Regioni, cui spetta ormai in via esclusiva la competenza sulle fiere, possano emanare provvedimenti in materia.

Il passo decisivo in questo senso è stata l'approvazione lo scorso ottobre, da parte dei presidenti delle Regioni, del documento che ha stabilito: requisiti per l'assegnazione della qualifica di nazionalità o internazionalità ai quartieri espositivi; requisiti per la definizione della qualifica della manifestazioni (regionali, nazionali, internazionali); procedure per la compilazione del calendario fieristico italiano da parte delle Regioni. Il secondo e il terzo aspetto, strettamente correlati, mancavano però di un'importante appendice: l'implementazione di un sistema uniforme di rilevazione dei dati sulle manifestazioni, dati ai quali sarà subordinata l'assegnazione della qualifica di internazionale o nazionale alle mostre. Ora anche questo ostacolo è superato: le schede di rilevazione sono state messe a punto lo scorso 13 febbraio dal coordinamento tecnico interregionale in materia di fiere, che ha sottoposto la sua proposta ad Aefi. Manca un ultimissimo passaggio, relativo alla certificazione dei dati in questione, che tuttavia il coordinamento è fiducioso di



Obiettivo raggiunto: stabiliti parametri univoci per la classificazione delle manifestazioni il riconoscimento dei quartieri espositivi e la metodologia per la rilevazione ed il controllo dei dati

L'assessore Giacomo Gatti

poter definire quanto prima. Si completa così il quadro degli strumenti a disposizione delle Regioni, di cui tre (Lombardia, Veneto ed Emilia Romagna) hanno già promulgato una normativa in merito all'organizzazione del sistema fieristico, mentre due (Friuli e Marche) sono in procinto di legiferare. Quanto alle altre, tutte stanno lavorando per modificare la normativa e rispettare già con il Calendario 2004 i tempi prefissati. Sono infatti in pieno svolgimento i processi finalizzati all'atto che sancirà nella maniera più esplicita ed evidente la titolarità delle Regioni sulle fiere: l'emanazione del Calendario fieristico italiano del 2004. Il 31 marzo è il termine entro il quale le Regioni devono far pervenire le domande al coordinamento, mentre entro fine giugno la Conferenza dei Presidenti delle Regioni dovrà approvare il Calendario.

"Siamo ad un buon punto" commenta soddisfatto Piergiacomo Ferrari, presidente di Aefi. "Il federalismo fieristico presuppone che le Regioni legiferino in tempi rapidi sul settore entrato nell'ambito delle loro competenze. Ma per questo era indispensabile un minimo comun denominatore tra i vari provvedimenti regionali, relativamente a tre aspetti: parametri per la classificazione delle manifestazioni ed in particolare il riconoscimento dell'internazionalità; parametri uniformi per il riconoscimento dei quartieri espositivi; una metodologia condivisa per la rilevazione e il controllo dei dati. Credo che a questo punto tutti i necessari riferimenti siano stati definiti. Ed è decisamente una buona notizia per il nostro sistema espositivo, per il quale riteniamo di aver svolto il nostro ruolo."

S.P.

Il Libro bianco ha fatto centro

Lusinghieri riscontri per il Libro bianco sul sistema fieristico italiano, voluto da Aefi. A pochi mesi dal suo esordio il Libro bianco ha infatti già restituito centralità, nel dibattito politico-economico nazionale, al tema delle fiere e del loro futuro. Fiere come strumento essenziale di internazionalizzazione e crescita, soprattutto in un contesto caratterizzato dal modello delle PMI; ma non sempre sostenute come si conviene ad un fattore essenziale di competitività del made in Italy.

Il Libro bianco voleva richiamare l'attenzione su questa realtà. Ed il messaggio non è caduto nel vuoto.

"Desidero esprimere il mio più sincero apprezzamento per l'importante contributo svolto da Aefi nel settore fieristico italiano per lo sviluppo economico del nostro Paese", scrive il vicepresidente del Consiglio Gianfranco Fini. E un riconoscimento non meno importante giunge dal ministro per gli Affari Esteri Franco Frattini: "Indubbiamente le problematiche affrontate denotano la necessità di un approccio globale, nell'ottica della dimensione internazionale ormai assunta dal settore. In questo senso il Ministero, per quanto attiene alle competenze istituzionalmente ad esso assegnate, intende rafforzare e coordinare la propria azione".

A questo impegno fanno eco le parole di un altro membro del Governo, il ministro per gli Affari Regionali Enrico La Loggia. "La pubblicazione - scrive La Loggia - offre un quadro esaustivo della realtà dinamica che oggi il sistema fieristico rappresenta per il Paese. Per quanto concerne i problemi evidenziati, essi - così come le soluzioni suggerite - sono di grande interesse e sarà mia cura sollecitare i competenti colleghi Ministri per individuare gli interventi più idonei".

In evidenza

Prende forma promosso da Aefi un nuovo contratto fiere

di Tommaso Altieri

Coordinatore Commissione Personale Aefi

Nel corso dello scorso anno ho ricevuto dal Consiglio di Amministrazione di Aefi l'incarico di coordinare la Commissione sul Personale, di cui oltre a me fanno parte i direttori delle Risorse Umane delle fiere di Milano, Bologna e Verona.

L'obiettivo prefissato era quello di ricercare un'identità per l'intero comparto fieristico italiano, anche alla luce della sua specificità: la Commissione, quindi, ha puntato ad uniformare i diversi contratti di lavoro dei dipen-

denti delle aziende fieristiche, proponendo nuove regole di gestione degli straordinari (specifiche per il comparto fieristico) e tracciando profili professionali condivisi ed omogenei. Indispensabile durante tutte le fasi del nostro lavoro è stata la preziosa collaborazione dell'Ufficio sindacale di Commercio, diretto dal dottor Mussolin, che ha consentito e promosso i contatti con i sindacati nazionali di categoria. I primi risultati sono stati l'individuazione di nuovi profili professionali e l'accettazione da parte dei sindacati di una "specificità" del mondo fieristico con tutte le conseguenze operative del caso. Inoltre si è intravista la possibilità



di un allineamento dei contratti collettivi in essere con le linee guida del contratto nazionale del Commercio, pur nel rispetto delle condizioni di maggior favore acquisite. Dal momento che tanto la Commissione

Allo studio l'ipotesi di un accordo nazionale di lavoro per i dipendenti del settore fieristico

quanto i Sindacati si sono presi l'impegno di portare in tempi rapidi all'attenzione delle strutture periferiche i risultati del lavoro dei mesi scorsi, si prevede che entro i primi mesi di quest'anno ci sia la possibilità di condividere insieme questo progetto.

Progetto i cui obiettivi sono quanto mai necessari per dare un'identità forte ad un mondo fieristico che con la sua spiccata specificità sia in grado di sviluppare una crescente capacità economica sempre più necessaria per uno sviluppo del comparto e dei settori merceologici di riferimento, sistematicamente attaccati dalle altre strutture fieristiche europee e americane.

L'innovazione non può prescindere dagli investimenti nella ricerca: intervento del Magnifico Rettore della Libera Università Internazionale degli Studi Sociali Adriano De Maio alla presentazione del Libro bianco sulle fiere

Lo sviluppo economico e l'innovazione

La cultura del "fare" deve prevalere su quella del "non far fare". La dinamicità del sistema fieristico italiano dimostra in concreto che la cultura del produrre, dell'intraprendere, del rischiare è ancora viva

di Adriano De Maio

Magnifico Rettore LUISS

La realtà è complessa! Questa affermazione potrebbe sembrare eccessivamente scontata e banale, ma di fatto ci troviamo spesso di fronte a sovrasmplificazioni che conducono a risultati negativi. Ricordiamoci soltanto di alcuni esempi più o meno recenti, di cui portiamo ancora adesso i segni. La "teoria" della grande industria di base come fattore di crescita e di rilancio di aree depresse: Bagnoli, Brindisi, Gela, Pisticci, Ottana, Ferrandina e via dicendo. Chi sosterebbe ancora tale teoria? La sostituzione del "secondario" con il "terziario", soprattutto se "avanzato", senza considerare che il terziario esiste e si sviluppa soltanto se esiste un forte tessuto produttivo e non può surrogarlo. Cosa dire poi del periodo che adesso tutti definiscono della "bolla speculativa", in cui, chi richiamava la necessità di considerare i "fondamentali", era tacciato di miope conservatorismo? I "distretti" rappresentano, per contro, una realtà che tiene conto della complessità nella articolazione di un insieme di fattori reciprocamente interagenti. Proprio per questo conviene stare molto attenti ed evitare che questa coerenza ed armonia intrinseca si possa spezzare. Spezzando il processo si rischia di passare l'intero settore ai territori a cui si è demandata l'attività produttiva soprattutto se questi territori hanno una cultura tecnologi-

ca ed economica di base avanzata, schiacciata da ideologie totalitarie, ma pronte a risorgere non appena liberate da vincoli oppressivi. Dobbiamo evitare che benefici sul breve termine non diventino poi, sul lungo termine, fattori di crisi. Un'altra sovrasmplificazione può essere vista nel separare il processo di innovazione da quello della ricerca: è pur vero che l'innovazione, talvolta, e soprattutto se riguarda il processo produttivo, non richiede necessariamente la ricerca e che la ricerca non sempre induce innovazione, ma è vero che, nel medio e lungo termine l'innovazione si isterilisce senza ricerca e viceversa.

Ci lamentiamo, giustamente, del fatto che in Italia non esiste più la grande industria, tranne poche eccezioni. Il richiamo alle dimensioni del nostro sistema industriale mi serve per introdurre, in un modo un poco diverso dal solito, la formazione, la scuola, i valori. L'ipotesi è che, insieme ad una molteplicità di altri fattori strutturali ed economici, uno dei fattori che hanno portato a ridurre il peso della grande industria in Italia ed hanno fatto scomparire interi settori industriali, può essere uno scarso senso del rischio imprenditoriale ed una limitata attenzione all'innovazione basata sulla ricerca scientifica e tecnologica. Se ciò è vero, allora bisogna risalire alla scuola che è il principale determinante della cultura ed elemento condizionante dei valori. Quando alla fine della guerra si notava una fortissima motivazione ad andare a scuola, ciò era



Il Rettore Adriano De Maio

una comunità è data, soprattutto, dall'intelligenza e dalla volontà, è allora su questi elementi che dobbiamo puntare e quindi il sistema scolastico diventa centrale.

Come si è accennato prima, non sempre l'innovazione richiede ricerca e non sempre la ricerca porta ad una innovazione efficace. Ma l'una senza l'altra diventa sterile. E' comunque necessaria una cultura attenta al domani più che all'oggi, che ben distingua fra investimenti e spese, privilegiando i primi. Esiste una scarsa percezione, da parte sia del pubblico sia del privato, della necessità di investire sulla ricerca e sull'innovazione a base tecnologica, e si sottovaluta anche la necessità di facilitare la creazione e lo sviluppo di nuove imprese, di dare spazio alle infrastrutture, di dare indicazioni sulle linee prioritarie di sviluppo, rivalutare, di selezionare e di premiare chi opera.

dovuto al fatto che la scuola portava un effettivo valore aggiunto e sviluppava l'accettazione delle responsabilità individuali rendendo ampiamente sopportabili costi e sacrifici. In questi ultimi tempi siamo andati verso una scuola che non valuta (i debiti formativi non vengono mai pagati) né responsabilizza, che non forma ad una cultura scientifica e tecnologica e non seleziona (né studenti né professori), che spinge verso l'adozione di obiettivi di "tutto e subito". Se accettiamo il principio che la ricchezza di

La cultura del fare deve prevalere su quella del "non far fare. Questa incontro dimostra nel concreto che la cultura del fare, del produrre, dell'intraprendere, del rischiare, è ancora viva. Che poi la decisione del grande investimento sulla nuova Fiera Milano e la ristrutturazione di parte della attuale Fiera possano costituire un grande e visibile segnale della volontà di svilupparsi, non può non far piacere e non può che infonderci un realistico ottimismo.

L'ultimo successo del 2002 è Cibus, la manifestazione parmigiana che in Brasile ha richiamato 5.943 operatori professionali e 168 espositori italiani. Un caso tutt'altro che isolato. "Specialmente nell'ultimo anno - spiega Lucio Coggiatti, responsabile dell'area Programmazione e Controllo dell'Ice - c'è stata una crescita esponenziale delle fiere italiane che esportano rassegne in tutto il mondo, anche con il sostegno del nostro istituto". E le fiere stanno sperimentando anche strumenti nuovi, almeno per l'Italia, di internazionalizzazione. Per esempio VeronaFiere ha organizzato a New Delhi una manifestazione, Baucon India, in joint-venture con Imag, società della fiera di Monaco. "È stata un'esperienza innovativa che ripeteremo nel 2004 con la stessa società - spiega Giovanni Mantovani, direttore generale di VeronaFiere - Abbiamo messo insieme il know-how di due fiere che operano nel marmo e nei macchinari del settore lapideo. E poi noi eravamo poco presenti in India mentre Monaco aveva già esperienze". La joint-venture è stata fondamentale per affacciarsi a un mercato difficile. "È uno strumento interessante - aggiunge il direttore dell'ente - Oggi noi saremmo lieti di mettere a disposizione di altre fiere italiane l'esperienza maturata in Cina, a cominciare da Vinitaly, China WineItaly, che quest'anno si ripeterà a Shanghai, è ormai un caso da manuale dell'internazionalizzazione. E Verona punta ora sul Giappone. "Quel mercato è particolarmente sensibile al made in Italy, per cui da quest'anno la rassegna sull'olio e il vino allarga la merceologia. "Lifestyle from Italy" presenterà prodotti agroalimentari, d'arredamento e moda". Anche la gestione di quartieri è nelle mire delle fiere italiane, sulla scia di quanto già fanno le tedesche. "Abbiamo commissionato, in accordo con il gruppo Lucchini, uno



Verona studia un quartiere a Varsavia

Joint venture e promozioni per "esportare" le rassegne

studio di fattibilità per la realizzazione e la gestione del quartiere fieristico di Varsavia. La Polonia entrerà presto nella Ue ed è una delle porte verso l'ex Urss". Bologna, invece, ha cominciato a guardare a Mosca già negli anni 90. Una scelta coraggiosa che oggi dà i suoi frutti, grazie a un percorso innovativo. "Assieme all'Anci (l'associazione dei calzaturifici italiani ndr) siamo subentrati nella gestione di una manifestazione già esistente, Obuv - spiega Mauro Malfatti, direttore commerciale di BolognaFiere - L'intuizione erano

le prospettive dei consumi interni". Quella del capoluogo emiliano è stata la prima fiera in Italia a creare una struttura di supporto all'internazionalizzazione. Insieme alla Fiera di Rimini, una decina di anni fa ha fondato Fairssystem dove "sono state coltivate competenze specialistiche preziose".

E BolognaFiere punta non solo a Paesi promettenti come Cina e Asia in generale, ma ha l'esperienza per sfidare il difficile mercato americano, con Cosmoprof, la rassegna dedicata alla cosmesi. Dopo l'Asia e il

Brasile, quest'anno sarà lanciato Cosmoprof North America a Las Vegas. "Puntiamo a diventare, in un mercato evoluto dal punto di vista degli organizzatori, la fiera di riferimento del settore" aggiunge il direttore di BolognaFiere. E rispetto a chi lamenta scarsi sostegni all'internazionalizzazione, Malfatti propone - per i mercati più difficili e lontani - un sistema di incentivi ad aziende italiane che partecipino a fiere organizzate da società italiane.

Alessia Maccaferri - Il Sole 24 Ore

Le fiere sono ormai una leva fondamentale per un efficace marketing territoriale

Al sistema-fiere serve l'impegno del Governo

Sono molteplici le necessità che accompagnano il percorso di sviluppo intrapreso dal sistema fieristico italiano: la riqualificazione della rete infrastrutturale e l'implementazione dell'offerta di servizi pubblici negli spazi espositivi

Il settore fieristico italiano sta attraversando una fase di cambiamento accelerato che deriva sia da fattori esterni sia da fattori interni al comparto. Questi elementi, tutti insieme, stanno contribuendo a una trasformazione del settore verso un vero e proprio "Sistema Fiere Italia". I primi risultati del fermento in corso sono attinenti alla trasformazione giuridica degli enti proprietari dei quartieri espositivi: da enti pubblici ad aziende in grado di gestire secondo la logica d'impresa e di sviluppo.

La trasformazione giuridica ha a sua volta comportato una trasformazione nella parte che potremmo definire hardware (strutture) e un'altra nel software (modalità di gestione). Le nuove gestioni manageriali dei quartieri fieristici, d'intesa con il mondo degli organizzatori e dei servizi di supporto, hanno improntato un nuovo ciclo di attività tendente a riqualificare l'offerta espositiva, ma anche ad andare oltre la stessa. Non solo fiere, quindi, ma anche eventi, congressi, meeting, spettacoli e quant'altro possa con-

Intervento di Raffaele Cercola

Vicepresidente di Aefi

tribuire a riposizionare le strutture fieristiche verso una nuova ottica: attori proattivi del territorio.

Sempre più dinamiche e innovative, le fiere sono divenute una leva fondamentale degli strumenti di marketing territoriale: da quartieri attivi solo per limitati periodi con un'offerta specializzata, le aree espositive stanno conquistando una sempre maggiore visibilità diversificando i propri business e aprendosi ai territori che le circondano. Dal lato dell'hardware, di conseguenza, si è reso necessario riorganizzare le strutture espositive in una logica moderna e aziendale, intervenendo sugli spazi interni ai quartieri e anche sui servizi diretti, tecnologici e di indotto, fino alle opere d'infrastrutturazione a servizio dell'area fieristica. E' qui che sono in corso massicce opere di ampliamento e riqualificazione

delle strutture (se non addirittura nuove costruzioni) nonché implementazione e miglioramento dell'offerta di servizi tecnici a supporto. Si tratta tuttavia di opere che richiedono realizzazioni tempestive di infrastrutture e una moderna organizzazione dei servizi pubblici, al fine di consentire e agevolare la fruibilità delle attività poste in essere nell'ambito degli spazi fieristici. Nel risolvere gli aspetti sostanziali delle infrastrutture e della rete dei servizi alle fiere, fra l'altro, s'impone l'intervento di risorse pubbliche sia perché in grado di affrontare la complessità e l'imponenza della spesa che nessun privato sarebbe in grado di supportare, sia perché consentirebbero la fruizione a costi contenuti delle opere finanziate.

Si potrà così agevolare una viabilità adeguata per il raggiungimento dei siti espo-

sitivi, consentire il massimo dell'intermodalità nei pressi delle aree interessate, prevedere adeguate soluzioni di parcheggio e sosta per le varie tipologie di veicoli interessati dal movimento espositivo, nonché garantire l'immediatezza di alcuni servizi di pubblica utilità (sicurezza, sanità, servizi amministrativi).

Solo l'intervento pubblico può, infatti, ridurre le differenze caratterizzanti i diversi quartieri espositivi italiani. Non a caso alcuni nuovi quartieri su cui si stanno effettuando nuovi e massicci investimenti (Milano, Bologna, Rimini, Roma, Padova per circa 1500 milioni di euro) si trovano ad affrontare gravi ritardi di urbanizzazione delle relative aree. Altri quartieri, che già hanno affrontato la strada del rinnovamento giuridico e organizzativo offrendo nuove proposte e nuove attività (Milano, Napoli, Rimini, Parma, Torino), hanno urgente necessità di impegni pubblici relativi all'adeguamento degli ambienti attigui alle strutture.

L'anomalia del caso italiano nel controllo fiscale degli accessi

Fisco e fiere, l'improprio ruolo Siae

Un ente di natura privata senza competenza specifica interferisce nella gestione amministrativa delle fiere

di Franco Bianchi

Segretario Generale Comitato Fiere Industria

Nel 1999 l'imposta sugli spettacoli è stata sostituita con l'imposta sugli intrattenimenti, limitatamente ad alcune attività che presentano l'aspetto ludico e di puro divertimento. Dalla regolamentazione il legislatore ha opportunamente escluso le attività culturali, ma ha trascurato l'attività fieristica la cui peculiarità economica è stata ignorata o dimenticata. Conseguentemente dal '99 le attività fieristiche sono assimilate impropriamente a quelle di intrattenimento con la conseguenza di subire aggravii burocratici che penalizzano la gestione imprenditoriale delle manifestazioni, le quali si confrontano in un contesto europeo di libera concorrenza, vigilato con

puntualità dall'Autorità comunitaria. Il caso italiano è da considerarsi pertanto anomalo, in particolare quando, in virtù della normativa sugli intrattenimenti vigente, si affida alla Siae il controllo fiscale della gestione degli accessi alle manifestazioni fieristiche e, in estenso, della gestione amministrativa degli enti fieristici e organizzatori. Aefi, Cfi e Cfi hanno da tempo sollecitato le istituzioni ad apportare le necessarie modifiche normative per sottrarsi all'improprio controllo di Siae. In tal senso l'azione del sistema fieristico italiano ha portato all'approvazione di ordini del giorno parlamentari in occasione della discussione sulla finanziaria 2002 e 2003, avanzando una precisa e motivata proposta di estrapolazione dalla tabella all.C del Dpr 600/1972 della dizione "mostre e fiere campionarie". Queste le motivazioni: in primo



luogo si pone il principio, riconosciuto dalle direttive europee e dalle normative italiane, della natura imprenditoriale della attività fieristica e della sua rilevanza economica ai fini dello sviluppo dell'economia nazionale e della internazionalizzazione delle imprese, il tutto collegato alla definitiva trasformazione di tutti gli enti fieristici e degli enti organizzatori in società di capitali. In secondo luogo occorre considerare che in nessun paese Ue è previsto l'affidamento dei controlli di natura fiscale a enti di natura privata privi di competenza specifica e con finalità statutarie di altra natura, quale è la tutela del diritto d'autore, e le cui

risorse sono destinate a soggetti privati assolutamente non assimilabili ai soggetti appartenenti al sistema fieristico. Infine è opportuno ricordare che la restituzione dell'attività fieristica al normale regime Iva non modifica il gettito fiscale per l'Erario in quanto con la modifica richiesta si conferma l'aliquota ordinaria del 20%. Con l'approvazione del collegato fiscale alla finanziaria 2002 e con la riforma dell'Iva in esso prevista dall'art. 5 mirata alla semplificazione delle procedure, si ritiene che l'obiettivo delle fiere italiane possa essere finalmente raggiunto nell'ambito delle leggi delega che il Ministero dovrà varare.



Pordenone Fiere manifestazioni 2003



* Manifestazioni organizzate in collaborazione o da terzi. Le date potranno subire variazioni.

<p>La Vetrina del tempo* 11-19 Gennaio 8° Salone dell'antiquariato di Pordenone</p> <p>Fiera del Disco* 26 Gennaio 11° Mostra-Mercato del disco usato e da collezione</p> <p>Samulegno 6-10 Febbraio 14° Salone biennale macchine utensili per la lavorazione del legno</p> <p>Sasle 6-10 Febbraio 5° Salone della subfornitura del legno</p>	<p>Ortogiardino 8-16 Marzo 24° Salone floricoltura, vivaistica, orticoltura, attrezzature per giardini, parchi</p> <p>Fiera VerdeBlu 8-16 Marzo 4° Salone del gommone, della nautica minore, camper, caravan, caravanning</p> <p>Olystyca 4-7 Aprile 1° Edizione Salone delle terapie naturali e del benessere psicofisico</p> <p>Diabolik Fest 12-13 Aprile 2° Mostra mercato del fumetto anni '60 e '70</p>	<p>Fiera del Radioamatore 2-3-4 Maggio 38° Fiera Nazionale del Radioamatore, Elettronica, Hi-fi, Informatica</p> <p>Hi-fi Car 2-3-4 Maggio 8° Salone dell'alta fedeltà in movimento</p> <p>57ª Multifiera 6-14 Settembre Rassegna Campionaria Multisetoriale</p> <p>7ª Mobilia 6-14 Settembre Salone dell'arredamento e del design</p>	<p>Zow* 15-18 Ottobre 3° Salone internazionale dei componenti semilavorati ed accessori per l'industria del mobile</p> <p>E-Business Show* 7-9 Novembre 4° Mostra convegno su internet per lo sviluppo dell'impresa</p> <p>Radioamatore 2 22-23 Novembre 5ª Fiera del Radioamatore, elettronica, home-computer</p>
---	---	--	---

Pordenone Fiere: Viale Treviso, 1 - 33170 Pordenone - tel. 0434.232111 - info 0434.232232 - fax 0434.572712 - www.fierapordenone.it - infofiere@fierapordenone.it

2003: l'anno delle grandi sfide per il quartiere espositivo riminese

Nuovi progetti per Rimini Fiera

Procede il percorso di privatizzazione mentre si definiscono accordi e acquisizioni. Nuovi eventi in calendario, lavori di ampliamento delle strutture espositive e iniziative editoriali

Lorenzo Cagnoni e Piero Venturelli - rispettivamente Presidente e Direttore generale di Rimini Fiera Spa - hanno recentemente annunciato importanti progetti che faranno del 2003 l'anno delle grandi sfide per il quartiere riminese. Sul fronte dei progetti è stata firmata la lettera d'intenti con il Gruppo Degennaro per la gestione del sistema congressuale romano (il Palacongressi dell'EUR e il Palacongressi Italia che dovrà essere realizzato).

Significative novità anche sul fronte dei progetti strutturali e delle manifestazioni. Sul fronte dei prodotti, Ecoc, manifestazione itinerante altamente internazionalizzata e incentrata sull'ottica integrata e le comunicazioni a fibre ottiche, e Sinergy, un evento internazionale sull'energia articolato in una esposizione e in un forum che si svolgerà in novembre. Sul fronte strutturale il completamento entro l'anno dei lavori di costruzione della stazione ferroviaria interna al quartiere sulla linea Milano-Bari e l'avvio in primavera del cantiere per l'ampliamento sul lato ovest, dove saranno realizzati, entro il 2004, due nuovi padiglioni. Inizieranno inoltre i lavori d'ampliamento sul lato est, sempre con due nuovi padiglioni che saranno ultimati entro l'agosto 2005. In totale la superficie espositiva lorda salirà a oltre 111 mila metri quadri con un investimento di circa 45 milioni di euro. Ma la grande novità del 2003 riguarda il comparto del turismo. "Pur organizzando da sempre eventi fieristici attinenti al settore - dice Piero Venturelli - non era mai stata presentata una strategia complessiva perché, operando in un territorio che nel turismo ha raggiunto livelli d'eccellenza, preferivamo partire al momento giusto e con un'operazione che ci accreditasse nel



Una veduta del quartiere fieristico riminese

comparto con un ruolo di altissimo livello. Oggi si sono create le condizioni per poter presentare un piano articolato." Una parte riguarda il momento dell'approfondimento, studio e ricerca, con l'appuntamento annuale B2B Turismo Conference, che verrà arricchita e diventerà la "Cernobbio del Turismo". Un'altra parte riguarda una nuova manifestazione - il cui nome è ancora allo studio - rivolta al grande pubblico e che sarà realizzata in partnership con la società Progetti a giugno, in concomitanza al Festival del Fitness. L'acquisizione di TTG Italia ha portato in casa di Rimini Fiera tre importanti riviste specializzate nel settore del turismo e due importanti manifestazioni: TTG Incontri, la più

importante fiera business to business del settore turistico, e TTI Workshop, piazza di incontro tra l'offerta turistica italiana e i tour operator interessati ad acquisire il Prodotto Italia. I due eventi, che fino a oggi si sono svolti a Riva del Garda, nella scorsa edizione hanno raggiunto insieme le 20 mila presenze. Sul fronte editoriale l'acquisizione del bisettimanale d'informazione turistica per gli operatori Ttg Italia, del mensile Business Travel Magazine e del mensile dedicato all'incoming Tti dà il via a un nuovo rapporto tra attività fieristica e attività editoriale. "Partiamo dunque prudentemente - dice il Presidente Cagnoni - ma non escludiamo di poter presto approfondire queste dinamiche e, dopo quello del turi-

simo, estenderci anche ad altri settori editoriali specializzati dando vita ad una vera e propria divisione editoriale di Rimini Fiera. Del resto, anche questa è un'operazione in linea con una delle direttive strategiche della nostra società, ovvero lo sviluppo di business collaterali". Procede infine il percorso di privatizzazione: è partita infatti l'attività degli advisor (Banca Opi del Gruppo San Paolo-Imi e società di consulenza KPMG) che consentirà di affrontare la fase di privatizzazione attraverso l'aumento di capitale con l'ingresso di nuovi soci entro il mese di luglio. La quota prevista oscilla tra il 15% e il 20%, ma si tratterà di ingressi molto influenti al fine dello sviluppo del business e della successiva quotazione. Come spiega il responsabile di tutte le attività di Advisory per Banca OPI, Simone Basili, "Banca OPI, che nel '99 ha finanziato la prima quota d'investimenti per la costruzione dei nuovi padiglioni espositivi riminesi e che per Fiera di Rimini - prima a dotarsene nel settore fieristico - ha realizzato un Business Plan decennale, strumento fondamentale per pianificare la crescita e lo sviluppo dell'azienda, ha accettato con entusiasmo l'incarico di affiancare Rimini Fiera Spa nella prima fase del progetto di privatizzazione". Basili ha poi sottolineato l'esperienza unica di Banca OPI nel panorama italiano delle privatizzazioni di aziende detenute da Enti Pubblici. Per Roberto Giovannini, Associate Partner di KPMG Business Advisory Service e Responsabile del progetto: "Siamo convinti che il processo di privatizzazione permetta a Rimini Fiera di conseguire importanti vantaggi competitivi sotto il profilo finanziario, gestionale e strategico, valorizzando il suo ruolo di volano per lo sviluppo del territorio".

CarraraFiere: investimenti e nuove manifestazioni

Tra il 2003 e il 2004 la società Internazionale Marmi e Macchine Carrara (IMM) - proprietaria del complesso fieristico di Marina di Carrara - investirà 17 milioni di euro per migliorare le strutture espositive: saranno realizzati nuovi padiglioni per 10.000 metri quadrati, si potenzierà grazie a una radicale ristrutturazione l'ingresso lato mare, verranno effettuati lavori di ammodernamento del padiglione storico e interventi di adeguamento sulle strutture.

Si tratta della conclusione di un vasto progetto di ristrutturazione e potenziamento che era stato avviato già nel 2002 e che, con un investimento di 3 milioni di euro, aveva consentito di automatizzare le biglietterie e di realizzare un tunnel di collegamento permanente fra i padiglioni, un nuovo ingresso nel lato nord e un Centro servizi di ben 1500 metri quadrati.

Al termine dei lavori il complesso disporrà di una superficie coperta di trentamila metri quadri, ripartiti su quattro padiglioni, e di superfici espositive esterne per circa 60.000 metri quadri.

Queste iniziative sono state possibili grazie al progetto per il rilancio del sistema espositivo e congressuale della Regione Toscana che ha pianificato un piano speciale di investimenti per 80 milioni di euro prevedendo, per la realizzazione dei progetti presentati sui singoli quartieri fieristici, una compartecipazione finanziaria di soggetti privati.

Il potenziamento delle strutture espositive dovrà essere integrato da un forte impegno degli Enti per il miglioramento dei servizi, dei collegamenti e delle infrastrutture esterne che esaltino i "plus" di un complesso "che gode di una posizione geografica eccellente" - afferma Paris Mazzanti il direttore generale di CarraraFiere.

"Possiamo mettere sul piatto della nostra offerta l'eccezionale disponibilità qualitativa e quantitativa di strutture ricettive che comprendono tutta la costa che va da Lerici a Viareggio, comprendendo l'intera Versilia e rappresentano un elemento essenziale di competitività in relazione alla convegnistica".

Per il 2003 sono state programmate quattro nuove fiere che portano a 16, di cui 12 organizzati direttamente, il totale degli eventi programmati.

Le nuove fiere (Tour.it, Erbexpo, SeaTec e Th.expo) comprendono sia manifestazioni altamente specializzate che saloni aperti al grande pubblico e confermano un trend di espansione che si manifesta non solo negli stretti legami con le attività del territorio, ma anche con la progressiva affermazione nel contesto nazionale.

PadovaFiere, la maggioranza agli imprenditori

PadovaFiere ha concluso la sua trasformazione in società per azioni e si appresta a trasferire entro l'anno il 51% del capitale a operatori privati, connotandosi così come il primo ente in Italia ad attuare una privatizzazione tanto spinta.

Non si cercheranno semplici investitori, ma partner in grado di contribuire allo sviluppo dell'attività fieristica e di accrescerne il valore: dunque imprenditori, organizzatori di attività fieristiche e soggetti che possano portare nuove attività nel quartiere padovano. Ferruccio Macola, recentemente confermato alla presidenza del nuovo Consiglio di Amministrazione, non nasconde la sua soddisfazione: "I nuovi soci, che per l'impegno richiesto dalla nostra privatizzazione dovranno essere di peso internazionale, porteranno investimenti e prestigio al nostro territorio, rendendo più competitivo il nostro sistema fieristico".

"Sono certo - aggiunge Macola - che una fiera privatizzata con soci imprenditori che ci credono e che sono in grado di avviare nuove manifestazioni, potrà interpretare pienamente le esigenze delle aziende e costruire strumenti promozionali più efficaci. Per esempio, servizi permanenti di assistenza all'esportazione, fiere all'estero, attività di studio e di ricerca".

Sono questi le prossime sfide che attendono la Fiera di Padova, un ente che vanta origini antiche - si hanno infatti testimonianze della Fiera di Sant'Antonio già dal 1232 - e che si presenta all'appuntamento della privatizzazione con un fatturato di 17 milioni di euro nel 2002, una superficie di oltre 140 mila metri quadri di cui 70 mila coperti e 26 manifestazioni in programma (sei delle quali internazionali) che attraggono 716 mila visitatori e 11 mila espositori.

Sono i risultati ottenuti grazie a una politica di potenziamento che in pochi anni ha visto crescere la superficie espositiva del 50%, con la realizzazione di nuovi padiglioni atti a ospitare eventi di medie dimensioni e piccole rassegne ad alta specializzazione: le due formule sulle quali sempre più si concentra il mercato fieristico europeo.

La trasformazione del quartiere fieristico non si è limitata a un ampliamento degli spazi espositivi, ma ha visto anche l'avvio di nuove rassegne ad alto contenuto tecnologico e formativo e soprattutto la messa a punto di un sistema di alleanze come l'accordo con Fiera Milano, la prima joint venture tra enti fieristici italiani, che consente a PadovaFiere di promuovere in tutto il mondo attraverso la rete di uffici esteri di Fiera Milano il Salone internazionale del Florovivaismo.

Si è riunito presso Fiera Milano il Comitato di presidenza di Emeca

Il sistema fieristico europeo e le sfide del nuovo millennio

Adattamento al mercato e rafforzamento della competitività: questi i fattori chiave dello sviluppo secondo il presidente di Emeca Michael von Zitzewitz

Il 23 gennaio scorso si è riunito presso Fiera Milano il comitato direttivo di Emeca, l'associazione che rappresenta i maggiori quartieri espositivi europei. L'incontro è stato l'occasione per porre alcune domande a Michael von Zitzewitz, presidente di Emeca e della Fiera di Francoforte.

Nell'attuale momento congiunturale sfavorevole quali sono le prospettive per il settore fieristico europeo?

In passato il business espositivo ha dimostrato di saper resistere ai momenti congiunturali negativi, ma nell'attuale scenario nessun settore può definirsi totalmente immune dalla crisi.

Spesso l'impatto delle fluttuazioni economiche sul business fieristico avviene con un certo ritardo, perché se da un lato la partecipazione alle fiere viene pianificata dalle aziende con largo anticipo, d'altro canto in tempi difficili le imprese tendono a intensificare la propria comunicazione commerciale verso partner e clienti. Tuttavia le fiere - che rappresentano gli strumenti di marketing per eccellenza - potranno beneficiare di questi vantaggi solo se sapranno adattarsi ai mutamenti del mercato.

Quali sfide dovranno affrontare le fiere per rafforzare la loro funzione di strumento strategico nello sviluppo economico e nell'internazionalizzazione?

L'ex presidente tedesco Roman Herzog una volta disse "La capacità di generare innovazione è decisiva per il nostro futuro". Per me salvaguardare il futuro significa rafforzare la competitività. Dobbiamo promuovere la strada dell'esportazione delle fiere per poter trarre beneficio dalle sinergie tra gli eventi domestici e quelli organizzati all'estero. Resta indubbio comunque che un vantaggio competitivo di fondamentale importanza è l'accessibilità della sede dell'evento (funzionalità delle strutture, logistica degli spazi, quantità e qualità dei servizi).

Quali sono le priorità di Emeca?

Il primo obiettivo è mantenere la centralità dell'Europa per l'accoglienza degli eventi fieristici e per fare ciò è necessario continuare a migliorare la qualità di fiere e quartieri. Ovunque sia possibile dobbiamo proporre nuovi temi per le fiere e sviluppare nuovi settori di business; perché ciò si verifichi sarà necessario che, nonostante la concorrenza, tutte le forze coinvolte sappiano affrontare questa sfida insieme.

Le fiere del Far East potrebbero in un prossimo futuro diventare i principali attori in un mercato dominato fino a ora dagli europei?

Le prospettive economiche dei paesi asiatici sono ottime e oggi Giappone, Singapore e India sono paesi con un considerevole numero di fiere, mentre la Cina si sta apprestando a divenire il principale mercato fieristico asiatico. L'incontro tra la potenziale crescita della domanda nella maggior parte dei paesi asiatici e la ricerca di nuovi mercati da parte delle Pmi europee rappresenta un terreno estremamente fertile per il business fieristico. Il costante incremento delle fiere asiatiche dimostra quanto sia importante per il sistema espositivo europeo aumentare la propria visibilità e intuire per tempo le esigenze del mercato, così da rispondervi con eventi ad hoc prima che lo facciano altri. L'Europa potrà conservare la propria



Michael von Zitzewitz, presidente di Emeca, l'associazione dei principali quartieri espositivi europei, e presidente della Fiera di Francoforte

posizione competitiva nel mercato internazionale del business espositivo solo quando avrà una posizione sicura nel mercato asiatico. In questo senso si sta muovendo la Fiera di Francoforte che, presente in Asia fin dal 1987, organizza ben 50 eventi fuori dalla Germania.

Il Consiglio Direttivo dell'Aefi riunitosi alla fine della celebrazione per il proprio ventennale e in occasione della presentazione del "Libro bianco" ha posto le basi per una ulteriore crescita della Associazione.

L'accoglimento delle domande di adesione di sei nuove realtà fieristiche e la predisposizione del budget 2003 in base a quote riparametrate consentiranno di operare meglio per il raggiungimento degli scopi sociali.

Stanno riempiendosi di contenuti le linee d'azione varate per il rafforzamento dell'Associazione all'interno con:

- l'istituzione di un coordinamento sistematico tra tutti i livelli delle Istituzioni che interagiscono con il settore fieristico;
- la creazione di un completo sistema di informazione anche per via telematica;
- lo sviluppo di un sistema di comunicazione molto efficace quale può essere ad esempio la redazione di un completo sistema di informazione anche per via telematica.

Gli obiettivi che Aefi si è proposta di perseguire verso l'esterno sono:

- sensibilizzazione delle Istituzioni sui temi di un settore che, in Italia, si sta progressivamente adeguando alle esigenze del mercato, con i processi di privatizzazione nelle diverse realtà italiane;

Budget 2003 con quote riparametrate

Aefi, programmi di sviluppo

• meccanismi di defiscalizzazione applicati alle dimissioni e agli investimenti effettuati nel quinquennio successivo, e collegati anche - ma non solo - alle trasformazioni da Enti in società di capitale o all'assegnazione dei patrimoni immobiliari ai nuovi soggetti che si propongono al mercato. Tali agevolazioni favorirebbero l'ingresso di capitali privati nel settore anche nel rispetto dei principi più volte richiamati dalla Unione Europea e porterebbero ad un rafforzamento e ammodernamento del sistema fieristico italiano;

• azioni di supporto all'esportazione, attraverso il sistema fieristico, sostenendolo sia economicamente che strutturalmente e favorendo l'azione sinergica con gli organismi deputati (Ice-Ambasciate Italiane all'Estero, circuito Camerale, Sace, Regioni, Associazioni ecc.);

• sostegno nella realizzazione di adeguate infrastrutture per i quartieri fieristici: il livello qualitativo di questi ultimi, infatti, è in molti casi elevato, mentre si presentano spesso carenze sotto il profilo delle infrastrutture dedicate; le Regioni e i Comuni e le Province, senza il sostegno dello Stato hanno spesso difficoltà concrete a realizzare tali opere.

L'Aefi, continua a giocare oltre che un ruolo di cerniera tra lo Stato e le Regioni per alcune materie specifiche e delicate che riguardano il settore, anche un ruolo di collaborazione con il coordinamento regionale per quanto riguarda soprattutto l'omogeneità dei parametri relativi alle qualifiche delle manifestazioni e dei quartieri, così come delle schede di rilevazione dei dati con le relative procedure anche di controllo. Alla fine del 2002 Aefi si è confrontata a Mosca in un apposito seminario con il sistema fieristico russo, come riportato nel precedente numero di questo house organ, traendone positivi spunti.

E' programmato ora per il prossimo 1° aprile un nuovo incontro fra sistemi fieristici. Con l'organizzazione di Aefi e Auma, auspice l'Ambasciata italiana in Germania, il sistema espositivo italiano si incontrerà con quello tedesco con scopi informativi e propositivi. Sarà un seminario molto partecipato fra i due "massimi sistemi" fieristici mondiali.

PadovaFiere

Pronta all'Azione

La Fiera di Padova è diventata SPA ed è pronta a cedere il 51% ai privati. Parte l'operazione che cambia il mercato fieristico italiano: una Fiera che da Ente diventa azienda privata con la maggioranza del capitale a disposizione degli imprenditori. Ampliato il quartiere, ampliato il calendario delle manifestazioni, la Fiera di Padova è pronta a proporre il suo business a nuovi soci, a partner che vogliono condividere le grandi opportunità di un centro fieristico in posizione strategica, pensato e gestito per le esigenze delle imprese.

La Fiera di Padova è pronta: è pronta la risposta per dare a questo mercato la libertà e la velocità necessarie per la concorrenza internazionale.



PadovaFiere

Più spazio per chi vuole crescere.



www.padovafiere.it

Nel panorama fieristico europeo il sistema espositivo tedesco detiene senza dubbio il primato, sia per capacità produttiva in termini di superficie espositiva lorda, che per attività.

Considerando le sedi che ospitano almeno una manifestazione internazionale o nazionale, vi sono oltre 2.500.000 metri quadri di spazi espositivi coperti, concentrati per l'80% in 9 sedi con spazi superiori ai 100.000 metri quadri e per il restante 20% in altre 14 sedi con dimensioni che vanno dai 15.000 ai 65.000 metri quadri. Le fiere tedesche sono società di capitali partecipate principalmente da enti pubblici territoriali, i lander e le municipalità: il loro core business risiede prioritariamente nell'organizzazione degli eventi espositivi. Tra i principali centri espositivi si annoverano: Colonia, Düsseldorf, Francoforte, Hannover e Monaco.

Nel 2001 sono stati affittati oltre 7 milioni di metri quadri per fiere internazionali e nazionali. Gli espositori sono stati circa 168.000 e i visitatori oltre 10 milioni. Ingente la percentuale di utenze estere: quasi il 50% per gli espositori diretti e il

Crisi economica: le fiere italiane tengono meglio di quelle tedesche

Fiere tedesche e sistema Italia investire per la ripresa

E' necessario sviluppare le attività di marketing e i servizi per cogliere tutte le opportunità offerte dal mercato una volta imboccata la strada del rilancio

18,7% per i visitatori. Tuttavia, già a partire dal 2001, si sono avvertiti i primi segnali di difficoltà, sostanzialmente confermati nel 2002: anno che ha registrato un calo nelle superfici vendute dell'1,4%, negli espositori del 2,1% e nei visitatori del 4,9%. Da segnalare la forte caduta degli espositori tedeschi, pari al 5,5%, solo in parte compensata dalla crescita degli espositori esteri dell'1,5%.

La crisi in cui versa l'economia tedesca, i numerosi fallimenti di attività nel commercio al dettaglio non fanno ben sperare per

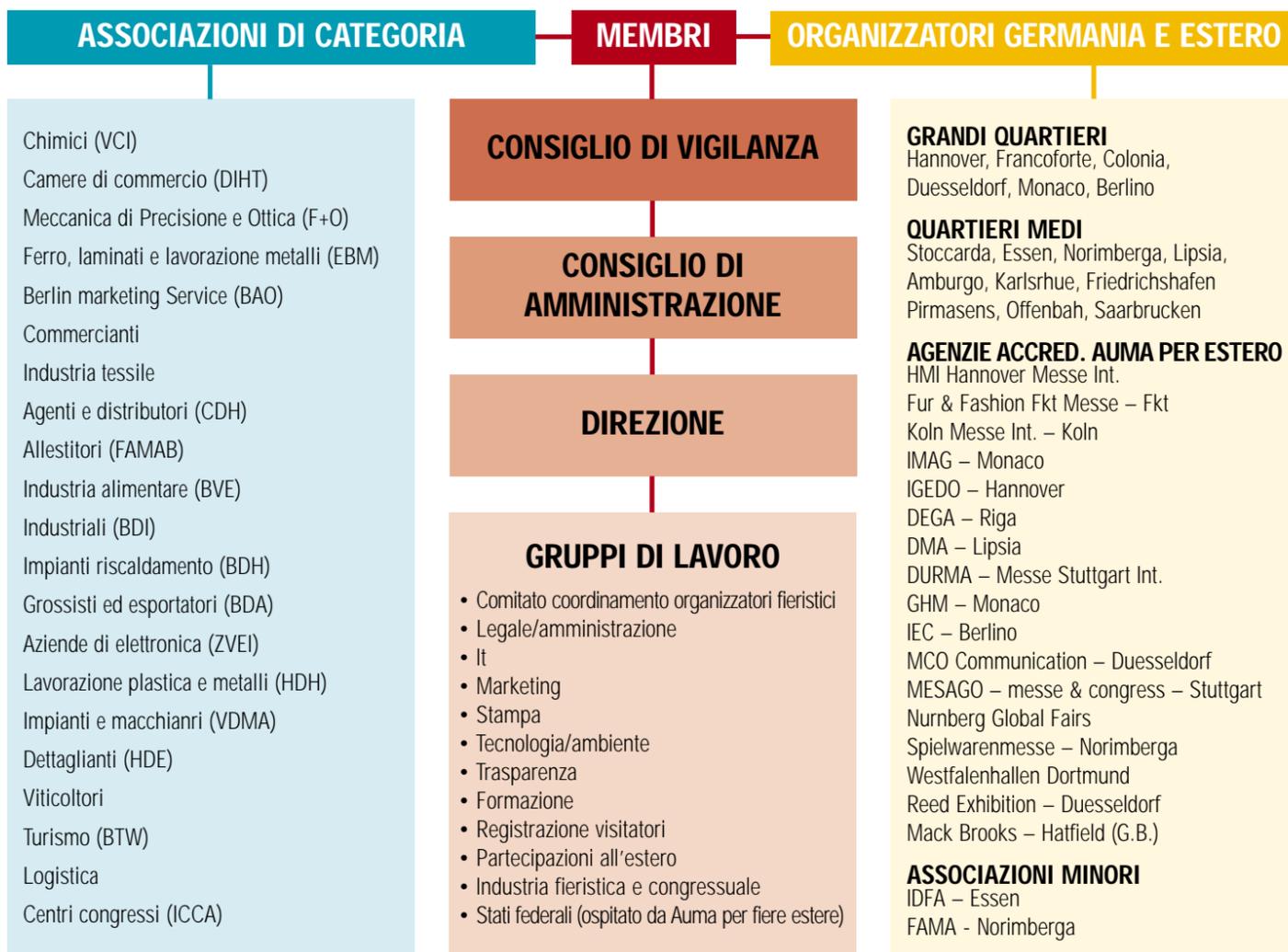
il 2003. E' importante segnalare la ricaduta di questo effetto sulle aziende italiane che certamente risentiranno negativamente del momento congiunturale: la Germania rappresenta infatti il primo mercato di sbocco per le nostre produzioni.

Nell'attuale fase di recessione sono le fiere italiane, meno esposte di quelle tedesche in quanto meno internazionalizzate, a tenere meglio, almeno nel breve periodo. E' questo il momento di investire sulle attività di marketing espositivo e nei servizi, allo scopo di poter cogliere tutte le opportunità che il

mercato offrirà una volta imboccata la strada della ripresa.

I dati sul sistema fieristico tedesco sopra citati sono prodotti da Auma, l'associazione che raccoglie le principali realtà economiche interessate all'attività fieristica, primi fra tutti i quartieri, ma anche gli allestitori, le associazioni di categoria, ecc. Sono rappresentate in Auma (come evidenziato nello schema sotto riportato) anche le associazioni delle fiere minori - Idfa (quartieri di medie dimensioni come Friedrichshafen, Essen, Dortmund, Lipsia) e Fama (piccoli organizzatori senza quartiere e piccoli quartieri). Auma ha creato una società indipendente per la certificazione dei dati statistici relativi alle manifestazioni denominate Fkm. La certificazione dei dati su larga scala ed il dettaglio delle informazioni fornite è, senza dubbio, uno dei fattori di successo delle fiere tedesche. Auma si finanzia attraverso le quote associative dei suoi membri nonché attraverso un fee che nel 2001 era pari a 0,55 euro per ogni metro quadro affittato dagli espositori.

A cura del Servizio Studi di Fondazione Fiera Milano



Longarone Fiere si rinnova

Longarone Fiere, quarto polo fieristico del Veneto che in 37.000 mq di superficie espositiva ospita 9 manifestazioni fieristiche (alcune delle quali a carattere internazionale) richiamando 140.000 visitatori e oltre 1.500 espositori, pensa al futuro e amplia la propria struttura espositiva. Un nuovo padiglione - dalla superficie di circa 1.000 mq - consentirà di razionalizzare gli spazi migliorando nel contempo il collegamento fra le diverse aree espositive in modo da rendere più agevole il percorso di visita al pubblico. L'obiettivo del polo espositivo è di utilizzare il nuovo padiglione, che presenterà una struttura prevalentemente metallica con grandi vetrate e pareti attrezzate, già a partire dalle fiere autunnali, in particolare dalla 26ª edizione di Arredamont e per la Mostra internazionale del gelato. Il presidente di Longarone Fiere Giovanni De Lorenzi ha recentemente sottolineato come questo importante investimento sia stato reso possibile dagli ottimi risultati ottenuti grazie alle nuove manifestazioni proposte e alla dinamica gestione che è stata avviata. "Siamo ormai proiettati a raggiungere quota 50.000 visitatori già con le sole fiere di primavera, quasi raddoppiando il numero rispetto a tre anni fa." Il progetto di ampliamento prevede un investimento di circa 600 mila euro che verranno ammortizzati in otto anni grazie alle maggiori entrate derivanti dall'utilizzo dei nuovi spazi e dal risparmio sui costi che comportava ogni anno l'allestimento di una tensostruttura indispensabile per dar spazio alle aziende espositrici in occasione di Arredamont e della MIG. Si tratta di una decisione importante per dare una nuova immagine a Longarone Fiere che, consapevole del ruolo centrale e propulsore di un polo espositivo per il territorio e la sua economia, ambisce a proporsi come punto di riferimento, anche a carattere transnazionale.

Fiere e norme antifumo

Il problema del fumo da sigaretta negli ambiti fieristici è all'esame di Aefi.

Da qualche mese è stata infatti promulgata la legge 3/2003, che prevede il divieto di fumo in tutti i locali chiusi, ad eccezione di quelli privati non aperti al pubblico e, ovviamente, di quelli riservati ai fumatori.

Tutti gli esercizi e i locali pubblici dovranno pertanto dotarsi di impianti per il ricambio d'aria, le cui caratteristiche saranno definite da un regolamento ministeriale che dovrà essere adottato entro sei mesi: dopo di che gli interessati avranno 12 mesi per adeguare locali e impianti.

Il provvedimento investe ovviamente anche diversi aspetti dell'attività fieristica: dai posti di lavoro alle norme comportamentali nelle zone aperte al pubblico.

In Italia il diritto alla salute è sancito dall'articolo 32 della Costituzione che recita "La Repubblica tutela la salute come fondamentale diritto dell'individuo e interesse della collettività", ma è con la legge 584/1975 che viene stabilito il divieto di fumare nei luoghi pubblici esteso nel 1995 a tutti i locali aperti al pubblico della pubblica amministrazione e dei gestori dei servizi pubblici. Ben consapevole della grande attualità della questione, Aefi ha deciso di affrontarla nel meeting "La normativa antifumo e le fiere

italiane", organizzato dalla Commissione dell'Associazione per i problemi tecnici dei quartieri fieristici (27 febbraio presso la Sala Sinfonia di BolognaFiere).

Quattro gli interventi previsti dal programma:

L'Avvocato Petringa Nicolosi ha illustrato i contenuti e le sanzioni previste dalla normativa vigente. Attraverso l'esposizione di un caso reale il Professor Aronne Strozzi (procuratore generale Servizi Verdi srl) ha successivamente sviluppato il tema "Limiti e criticità della gestione del divieto di fumo nei quartieri fieristici". Infine l'Ingegnere Giuseppe Sermasi (di Im.tech sas) e l'Ingegnere Ennio Menotti (di Studio T.I. Soc. Coop a.r.l.) hanno illustrato rispettivamente i temi legati al "Fumo negli ambienti di lavoro e negli ambienti aperti al pubblico" ed alle "Soluzioni impiantistiche per gli ambienti".

Il dibattito che è seguito ha dato opportunità ai partecipanti di confrontarsi sugli aspetti più legati all'operatività quotidiana nei quartieri fieristici quali ad esempio: la gestione della normativa e la relativa distribuzione delle competenze tra i vari soggetti (organizzatore, proprietario gestore degli spazi etc.); l'applicazione concreta della normativa negli ambienti destinati agli operatori del quartiere fieristico e in quelli destinati al pubblico, ed infine la questione organizzativa legata alla gestione degli impianti.



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 Bargaglioni
Segr. Generale Dr. Luigino Peloni
www.erfi.it
info@erfi.it
tel. 071/58971

CENTRO AFFARI E CONVEGNI

Arezzo
Dir. amministrativo Sig. Franco Fani
franco.fani@cpsarezzo.it
tel. 0575/9361

FIERE DI PARMA S.p.A.

Baganzola (PR)
Presidente Dr. Domenico Barili
Amm. Delegato 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.fieradelle Levante.it
messaggi@fierdelle Levante.it
tel. 080/5366111

UMBRIA FIERE S.p.A.

Bastia Umbra (PG)
Presidente Sig. Lazzaro Fogliari
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 DI BOLZANO S.p.A.

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

PROBIXIA

Brescia
Presidente Dr. Francesco Bettoni
Direttore Sig. Carmelo Antonuccio
www.probixia.it
fiere@probixia.camcom.it
tel. 030/35141

FIERA INT. DELLA SARDEGNA

Cagliari
Presidente Dr. Raffaele Garzia
Dir. Generale Dr. Amedeo Vargiu
fiera.sardegna@libero.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
Segr. Generale Dr. Massimo Bianchedi
www.cremonafiere.it
info@cremonafiere.it
tel. 0372/598011

LARIO FIERE

Erba (CO)
Direttore Sig. Silvio Oldani
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 EXPO CONGRESS S.p.A.

Firenze
Presidente Avv. Alberto Bianchi
Amm. Delegato Sig. Pietro Marchini
www.firenze-expo.it
info@firenze-expo.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
Amm. Delegato On. Stelio De Carolis
Dir. Generale Sig. Giorgio Guardigli
www.fieraforli.it
staff@fieraforli.it
tel. 0543/793511

FIERA DI GENOVA

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. Claudio Martinis
Dir. Sig. Maurizio Tripani
info@goriziafiere.it
tel. 0481/520430

LONGARONE FIERE s.r.l.

Longarone (BL)
Presidente Sig. Giovanni De Lorenzi
Amm. Delegato Sig. Adriano Lorenzi
www.longaronefiere.it
fiera@longaronefiere.it
tel. 0437/577577

INTELE MARMI E MACCHINE CARRARA S.p.A.

Marina di Carrara
Presidente Ing. Luigi Danesi
Dir. Generale Dr. Paris Mazzanti
www.immcarrara.com
imm@immcarrara.com
Tel.: 0585/787963

E. A. FIERA DI MESSINA

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

FIERA MILANO S.p.A.

Milano
Presidente/Amm. Del. Arch. Flavio Cattaneo
Vice Pres. Vicario 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 Dr. Raffaele Cercola
Dir. Generale. Dr. Fabio Giannoni
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. Stapino Greco
Seg. Generale Dr. Maurizio Alagna
www.fieramediterraneo.it
info@fieramediterraneo.it
tel. 091/500011

FIERE DI PESARO S.p.A.

Pesaro
Presidente Cav. Alberto Drudi
www.fierapesaro.com
fierapesaro@fierapesaro.com
tel 0721/40681

PIACENZA FIERE S.p.A.

Piacenza
Presidente Dr. Silvio Bisotti
www.piacenzafiere.it
info@piacenzafiere.it
tel. 0532/602711

AGRI CESENA S.p.A.

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

E. A. FIERA DI PORDENONE

Pordenone
Presidente Dr. Luigi Scaglia
Segr. Generale Rag. Albano Testa
www.fierapordenone.it
infofiera@pordenone.it
tel. 0434/232111

SIPER FIERE DI REGGIO EMILIA s.r.l.

Reggio Emilia
Presidente Arch. Gianni Boeri
info@fierereggiomilano.it
tel. 0522/503511

RIMINI FIERA S.p.A.

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

PALACONGRESSI s.r.l.

Riva del Garda
Presidente Giovanni Zontini
Dir. Generale Dr. Flavio Demozzi
www.palacongressi.it
info@palacongressi.it
tel.: 0464/520000

FIERA DI ROMA S.p.A.

Roma
Presidente Dr. Roberto Bosi
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

ENTE FIERA UDINE ESPOSIZIONI

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

E. A. FIERA DI TRIESTE

Trieste
Presidente Sig. Riccardo Novacco
Vice Presidente Dr.ssa Angela Brandi
www.fiera.trieste.it
info@fiera.trieste.it
040/9494111

E. A. PER LE FIERE DI VERONA

Verona
Comm. Straordinario Dr. Camillo Cametti
Dir. Generale Dr. Giovanni Mantovani
www.veronafiere.it
info@veronafiere.it
tel. 045/8298111

ENTE FIERA DI VICENZA

Vicenza
Presidente Dr. Giovanni Lasagna
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 Praveltoni - **Sede Redazione:**

Via Tiziano, 32 Milano - Via Tiburtina Valeria (S.S.5) Km 68,700 Carsoli (AO) - **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 15/03/2003

Raccolta pubblicitaria coordinata da Aefi



Durante tutta la vacanza
non si è fatto altro
che parlare di lavoro.

spazio villa erba
lago di como



Ideale per convention!

Rimini Fiera ti può offrire il sorriso
di 14.361 (*) professionisti dell'ospitalità,
86.220 (*) comodi letti, 2.129 ristoranti
e 185 locali per la notte.



Ma Rimini, oltre alla grande capacità di accoglienza, significa anche un quartiere tra i più innovativi d'Europa, interamente cablato, con 12 padiglioni climatizzati, un'elisuperficie, 9.250 posti auto, stazione ferroviaria interna.



(*) Dati da CCIAA e Provincia di Rimini



www.gambarini-mi.it



RIMINI FIERA
BUSINESS SPACE

Rimini Fiera S.p.A Italy 47900 Rimini Via Emilia, 155
Tel. 0541.744.111 Fax 0541.744.200
www.riminifiera.it riminifiera@riminifiera.it

RIMINI FIERA: CALENDARIO 2003

GENNAIO:

18-22 SIGEP
Salone Internazionale della Gelateria,
Pasticceria e Panificazione Artigianali

FEBBRAIO:

1-4 PIANETA BIRRA
Esposizione Internazionale di Birre, Bevande,
Snack, Attrezzature, Arredamenti per Pub e
Pizzerie
22-26 M.I.A. 
Mostra Internazionale dell'Alimentazione
22-26 MEDITERRANEAN SEAFOOD
EXPOSITION
Salone delle Tecnologie e dei Prodotti della
Pesca per il Mediterraneo

MARZO:

20-23 ENADA PRIMAVERA
Mostra Internazionale dell'Automatico
da Divertimento
20-23 MY SPECIAL CAR SHOW
Tuning & Racing-CarAudio & Multimedia

APRILE:

2-5 EURO P.A.
Esposizione Professionale per la Pubblica
Amministrazione Locale
4-6 PLANET CREATIVITY
Salone Professionale delle Arti Manuali
11-14 DISMA MUSIC SHOW
Strumenti Musicali, Edizioni Musicali, Discografia

MAGGIO:

15-17 CONGRESSO AMICI DI BRUGG
Esposizione merceologica di attrezzature e materiali
per odontoiatria e odontotecnica

GIUGNO:

06-15 FESTIVAL DEL FITNESS
Mostra Mercato del Fitness

SETTEMBRE:

06-14 MONDO NATURA
Salone Internazionale del Camper, Caravan,
Campeggio, Turismo all'Aria Aperta
21-25 ECOC
29° Convegno Europeo sulle Comunicazioni
Ottiche/14° Convegno Internazionale sull'Ottica
Integrata e le Comunicazioni tramite Fibre
Ottiche

OTTOBRE:

3-5 SUN
Salone Internazionale dell'Arredamento e
Attrezzature per Esterni
3-5 GIO-SUN
Salone del Giocattolo Estivo e dei Giochi all'Aria
Aperta
3-5 BI! COME BAMBINO
Salone della prima Infanzia e del
Giocattolo prescolare
3-5 TENDE & TECNICA
Biennale delle Tende, del Tessuti, delle Tecnologie
per l'Arredamento e la Protezione Solare
22-25 ECOMONDO
Fiera Internazionale del Recupero di Materia ed
Energia e dello Sviluppo Sostenibile

NOVEMBRE:

05-08 SINERGY
The Energy Expo
The International Energy Forum
16-17 LOOKS
Salone dell'Acconciatura e la Bellezza Ispirata
29/11 - 03/12 S.I.A.
Salone Internazionale dell'Attrezzatura
Alberghiera

DICEMBRE:

(Quartiere Fieristico di Cesena)
SUGAR WORLD - Convention con Esposizione
dedicata alla Filiera dello Zucchero