



Il punto

Il Libro bianco raccoglie consensi

Egregio Presidente, a nome dell'onorevole Berlusconi La ringrazio per il Libro bianco che ha voluto cortesemente farmi pervenire, il quale offre un quadro chiaro e completo del sistema fieristico, settore che riveste un ruolo di particolare importanza per l'economia italiana.

Con l'occasione, desidero informarLa di avere sottoposto le problematiche da Lei evidenziate all'attenzione degli uffici competenti del ministero delle Attività produttive.

*Con i più cordiali saluti
Valentino Valentini*

Questa la lettera giunta ad Aefi dalla Presidenza del Consiglio. Una lettera che, in considerazione della sua importanza, abbiamo deciso di pubblicare integralmente. E che si aggiunge agli altri significativi riconoscimenti di cui abbiamo già dato conto: quelli firmati dal vicepresidente del Consiglio Gianfranco Fini, dal ministro per gli Affari Esteri Franco Frattini, dal ministro per gli Affari regionali Enrico La Loggia. Il Libro bianco sul sistema fieristico nazionale continua a raccogliere consensi, dimostrando di aver colmato un vuoto importante e di aver restituito centralità al settore espositivo nel dibattito politico-economico. Confortati da queste numerose manifestazioni di stima, siamo fiduciosi che al rinnovato interesse seguiranno iniziative adeguate ad affrontare i problemi sul tappeto, rilanciando le fiere italiane come strumento essenziale di internazionalizzazione e sviluppo delle nostre imprese.

Aefi e Auma d'accordo: investire in servizi di qualità

Fiere italiane e fiere tedesche a confronto per la prima volta per discutere delle prospettive del settore e valutare gli spazi di collaborazione

Fiere italiane e tedesche si sono incontrate a Berlino il 1° aprile per un confronto a largo raggio, patrocinato dall'ambasciata italiana. I vertici delle due associazioni di categoria, l'italiana Aefi e la tedesca Auma, hanno avuto colloqui definiti da entrambe le parti fruttuosi. Nell'incontro, a cui ha presenziato l'ambasciatore italiano Silvio Fagiolo, è stato fatto il punto sullo stato del comparto e sulle prospettive di collaborazione.

Il membro della presidenza di Auma, Hermann Kresse ha illustrato la composizione della sua associazione ed evidenziato come l'Italia contribuisca in maniera determinante alla crescita del sistema fieristico tedesco. Ha citato diversi esempi di collaborazione fiere italiane/fiere tedesche sui mercati internazionali extraeuropei.

Il vicepresidente di Aefi, Raffaele Cercola, ha evidenziato i tre profondi cambiamenti che interessano il settore in Italia: passaggio di tutte le competenze legislative e normative dallo Stato alle Regioni, cambiamento della "mission" associativa di Aefi, che ora ha l'obiettivo di raggruppare tutte le realtà del settore fieristico tra cui, ad esempio, allestitori e operatori dei servizi; processo di privatizzazione degli enti espositivi.

Il vicepresidente di Aefi, Lorenzo Cagnoni, ha tenuto la relazione sulla privatizzazione delle fiere italiane. Si è ormai compiuta - ha detto - la fase del passaggio pieno al diritto privatistico. Le fiere italiane, quasi tutte SpA, stanno ora puntando a una privatizzazione sostanziale, favorendo ed organizzando con



Un momento dei lavori dell'incontro di Berlino

tempi, metodi e forme diverse la partecipazione di nuovi soci privati. E' aperta la possibilità di una concreta privatizzazione, volta da un lato a finanziare programmi di sviluppo e dall'altro tesa a una politica di alleanze strategiche con soci privati interessati al business fieristico. Nei comportamenti non c'è in Italia omogeneità di indirizzi, poiché le azioni divergono in rapporto alle situazioni storiche, alle dimensioni d'impresa, ai programmi di sviluppo. Ciò è vero ad esempio per quanto riguarda due aspetti centrali: eventuali ruoli di maggioranza del capitale privato e rapporto tra proprietà dei quartieri fieristici/gestione servizi logistici ed organizzazione diretta/gestione delle manifestazioni. In

generale però l'allargamento della base societaria viene normalmente perseguito attraverso un aumento del capitale sociale, la cui sottoscrizione è riservata a tipologie di nuovi soci preventivamente individuati.

Il presidente della Fiera di Francoforte, Michael Von Zitzewitz, ha sottolineato che la strategia di un quartiere fieristico dipende strettamente dalla "mano pubblica", se non altro per l'influenza che hanno scelte di politica territoriale e investimenti pubblici nelle infrastrutture.

Ha inoltre osservato che le privatizzazioni delle fiere hanno senso solo se aumentano l'efficienza dell'azienda. Von Zitzewitz ha svolto una delle principali relazioni dell'incontro, dedicata ai servizi offerti dalle società fieristiche tedesche. La competizione - ha spiegato - non è più sulla quantità di aree espositive, ma sulla qualità complessiva dei servizi offerti.

L'obiettivo è ora di completare tutta la gamma dei servizi (fieristici e di marketing), ponendosi come interlocutore unico del cliente.

Nel giro di tavolo seguito sono intervenuti rappresentanti di fiere tedesche (Geke, Brann, Marzin, Kresse) e italiane (Greco, Colombo, Mingrone, Fini, Venturelli) evidenziando problemi di capitalizzazione delle aziende e di gestione di partnership con altri quartieri. Unanime accordo sul fatto che elevare gli standard nell'erogazione dei servizi sia cruciale per il settore nel medio termine.

In evidenza

Intervista a Dante Stefani, Vicepresidente Ufi

Internazionalizzazione, ricetta anticrisi

Come affrontare la crisi economica, i cui effetti si stanno riverberando sul mondo delle fiere. E cosa può fare l'Ufi, l'associazione che rappresenta i maggiori operatori fieristici internazionali, per affrontare la situazione? Ne abbiamo parlato con il Vicepresidente Dante Stefani.

Senatore Stefani, chi è meglio attrezzato in Europa per rispondere alla sfida della globalizzazione che ha investito anche il mercato espositivo? E perché?

Non è un momento buono. Quando rallenta la produzione e calano gli investimenti è difficile vedere dei segni più. Le fiere che stanno risentendo maggiormente della stagnazione economica sono le fiere tedesche, francesi e italiane. Di conseguenza aumenta l'attenzione verso i mercati che danno segnali interessanti di sviluppo (Est Europa, Russia e Far East) verso i quali si sono mossi da tempo in modo particolare Milano, Bologna, Verona e Bari con eventi espositivi e investimenti.

Da Vicepresidente Ufi, ha un messaggio da lanciare ai policy makers italiani in merito al futuro delle nostre fiere?

Occorre rendere operante un programma che veda protagonisti il ministero dell'Industria, l'Ice e il sistema fieristico. Da troppo tempo si parla, ma ognuno continua ad andare per conto proprio.

Se non si farà sistema sarà difficile essere competitivi sui mercati interessanti dove, pur presentando i nostri prodotti, i maggiori protagonisti sono le fiere organizzate da altri Paesi.

Ufi ha inaugurato una stagione di rinnovamento e recupero della centralità del suo ruolo: attraverso quali iniziative, progetti e proposte?

Occorre pianificare programmi coordinati di investimenti sulle aree di nuovo sviluppo, favorendo la partecipazione di espositori italiani con azioni mirate per alcuni anni e

contemporaneamente aumentare il tasso di visitatori e espositori esteri per essere vincenti nella globalizzazione dei mercati.

Come vede il ruolo futuro dell'Ufi e l'impegno italiano all'interno di questa organizzazione?

Ufi sta diventando un'organizzazione mondiale e non solo prevalentemente europea. In questa direzione vanno le iniziative di collaborazione con le associazioni fieristiche americane e il superamento della contrapposizione tra Ufi, Emeca e i gruppi permanenti di lavoro per aree geografiche. Per gli italiani è auspicabile un maggior impegno nei gruppi di lavoro tecnici e nei seminari.

Occorre impegno e modestia perché c'è molto da apprendere per fare del sistema fieristico italiano un sistema che pesi di più sul piano internazionale. Aefi ha fatto di questo momento di conoscenza uno degli scopi principali della sua attività associativa.

Specializzazione e ottica "profit"

L'offerta fieristica risponde all'accresciuta concorrenza internazionale con imponenti cambiamenti strutturali. In Italia si sta passando da un'ottica no profit a una di tipo squisitamente imprenditoriale

di Francesca Golfetto

Direttore Cermes Università Bocconi

Sull'onda dell'accresciuta concorrenza internazionale, l'offerta fieristica europea sta manifestando intensi cambiamenti, tracciati da due importanti fenomeni di fondo:

* la riorganizzazione della filiera per sub-comparti specializzati;

* la progressiva trasformazione dell'orientamento degli attori da no-profit a profit. Per avere un'idea del cambiamento, occorre considerare i differenti assetti proprietario-organizzativi radicati nelle tradizioni dei singoli Paesi e lungo i diversi stadi della filiera fieristica. Tale filiera si va oggi distribuendo su almeno quattro grandi blocchi di business che un tempo erano compattati in uno solo: 1) la proprietà dei quartieri; 2) la gestione dei quartieri (facility management); 3) i sistemi di service procurement per espositori e visitatori, (allestimenti, catering, comunicazione, booking, ecc.); 4) l'attività di organizzazione di eventi (che sempre più comprende insieme manifestazioni e congressi).

Nel caso della Germania e della Spagna, i quattro blocchi di business sono tuttora concentrati quasi interamente in mano ai grandi quartieri fieristici, a loro volta controllati dalle rispettive autorità regionali e locali. Fino ad oggi i loro obiettivi gestionali sono stati fortemente legati alla prospettiva no-profit, ossia soprattutto all'indotto economico locale (di produzione e di servizi), ma da qualche tempo anche in questi Paesi si inizia a parlare di privatizzazioni e quotazioni. Di rilievo è soprattutto il progetto tedesco che intende svincolare dalla prospettiva no-profit e dal controllo dei quartieri l'attività di organizzazione di manifestazioni, le quali già da tempo operano nella logica multinazionale, sfruttando i benefici incrociati di un'attività organizzata su più Paesi. I quartieri tedeschi controllano infatti una buona parte dell'offerta di manifestazioni fieristiche in Asia e nei principali Paesi in via di sviluppo, ma la loro attività si va espandendo anche negli altri Paesi europei e in Nord America.

Nel caso della Francia, invece, si rispecchia maggiormente una situazione tipica delle aree extraeuropee; in qualche modo essa

configura un punto di arrivo di un settore che per un verso è legato ai problemi della territorialità delle produzioni e dei servizi (l'interesse locale) e per l'altro deve rispecchiare l'approccio imprenditoriale della concorrenza globale tra le produzioni. In questo Paese, infatti, la proprietà dei quartieri è in capo agli enti locali mentre la gestione è in mano a società costituite con capitali misti pubblici-privati; l'offerta di servizi complementari è controllata da poche grandi società specializzate, di iniziativa completamente privata. Le manifestazioni, infine, sono di proprietà degli organizzatori, in parti quasi uguali costituiti da associazioni imprenditoriali di settore, organizzatori privati locali, multinazionali fieristiche, tutti operanti in ottica imprenditoriale.

In Gran Bretagna il modello è molto simile, con maggiori spinte verso l'ottica profit, che in tal caso coinvolge anche la proprietà dei quartieri spesso connessa a grandi immobiliari.

L'Italia notoriamente si caratterizza per un modello intermedio tra i due descritti, con differenze notevoli soprattutto tra piccoli e grandi quartieri. Nel primo caso si osserva

infatti l'integrazione di quasi tutte le attività presso i gestori delle facility (a loro volta controllati dagli enti locali), mentre nel caso dei grandi quartieri il controllo delle attività è diviso tra: organizzazione delle manifestazioni, in mano alle associazioni imprenditoriali ma con numerosi ingressi di privati; gestione delle facility e relativi sistemi di service procurement, prevalentemente in mano a società miste, a maggioranza pubblico-locale, proprietà dei quartieri stessi, prevalentemente in mano agli enti locali.

Il cambiamento nel nostro caso è portato soprattutto dalla legge quadro e dalla spinta che essa ha dato verso la privatizzazione delle attività a livello di organizzazioni fieristiche, anche sull'onda delle direttive dell'Unione europea. Di conseguenza, oltre alla privatizzazione dei principali quartieri che prospetta anche nuove specializzazioni lungo la filiera, si assiste anche al cambiamento dei principali organizzatori fieristici, tipicamente controllati dalle associazioni dei produttori, da una filosofia non profit ad una di tipo squisitamente imprenditoriale.

Tratto da Il Sole 24 Ore

Bilancio complessivamente positivo

La congiuntura 2002 del settore fieristico in Italia

Dati contrastanti: crescita delle aree locate a fronte di una contrazione del numero di manifestazioni e delle presenze espositive. Aumentano i visitatori esteri

**A cura dell'Osservatorio
Fiere del Cermes**
Università Bocconi

Nel corso del 2002 l'attività fieristica internazionale che ha avuto luogo in Italia ha fatto rilevare un bilancio complessivamente positivo, ma un andamento contrastante dei diversi indicatori (si veda la tabella). A livello complessivo, infatti, si registra una crescita delle aree locate (+2,3%) nonostante un calo del numero di manifestazioni internazionali (passate da 158 a 149), una riduzione delle presenze espositive, sia totali (-0,4%) che estere (-1,6%), una riduzione dei visitatori totali (-4,2%) e una crescita di quelli esteri (+2,6%). Questo trend è tuttavia il risultato di fenomeni diversi, che è bene tenere distinti:

Le sole manifestazioni annuali, ossia gli eventi che hanno avuto luogo sia nel 2001 che nel 2002, presentano un andamento di leggera contrazione, con le aree locate diminuite del 0,7%, gli espositori totali del 4% e quelli esteri del 8,2%. Positivo, invece, il dato dei visitatori totali, cresciuti del 2,4%, a fronte di una stabilità degli stranieri;

Le manifestazioni pluriennali presentano invece un bilancio positivo, se si eccet-

tuano i visitatori totali, confermando una ciclicità che favorisce gli anni pari. Nonostante il numero inferiore, 22 manifestazioni contro le 29 dell'anno precedente, le superfici crescono del 26,7%, gli espositori totali del 19,6% e quelli esteri del 30,2%. Il numero di visitatori totali registra una decisa contrazione (-30,3%), essenzialmente a causa di due eventi pluriennali di grande richiamo che hanno avuto luogo nel 2001, mentre una buona performance è fatta registrare dalle presenze estere, in crescita del 15,7%;

Il processo di sostituzione delle manifestazioni, che mette a confronto gli eventi eliminati con quelli di nuova costituzione, presenta infine un trend negativo, con 6 manifestazioni uscite di scena contro i 5 nuovi eventi. Nel complesso si rilevano forti contrazioni nelle aree locate, negli espositori stranieri, e nei visitatori totali.

E' infine da rilevare che, per il 2002, l'informativa riguardante le manifestazioni italiane di livello internazionale è soggetta a minori controlli a seguito del processo, tuttora in corso, di progressivo trasferimento dal ministero delle Attività produttive alle Regioni delle competenze in materia fieristica e della conseguente incertezza relativa alle procedure di raccolta dei dati di utenza degli eventi.

MANIFESTAZIONI INTERNAZIONALI IN ITALIA: CONFRONTO 2001-2002

A) MANIFESTAZIONI CONFRONTABILI

(che hanno avuto luogo sia nel 2001 che nel 2002)

	2001	2002	VARIAZIONE
Numero eventi	123	122	
Aree locate	3.271.556	3.247.709	-0.7%
Espositori totali	86.272	82.781	-4.0%
Espositori totali esteri	21.497	19.739	-8.2%
Espositori diretti totali	69.394	67.619	-2.6%
Espositori diretti esteri	14.855	14.268	-4.0%
Visitatori totali	9.200.840	9.419.600	2.4%
Visitatori esteri	602.808	602.549	0.0%

B) MANIFESTAZIONI PLURIENNALI

Numero eventi	29	22	
Aree locate	654.591	829.103	26.7%
Espositori totali	15.602	18.661	19.6%
Espositori totali esteri	4.778	6.223	30.2%
Espositori diretti totali	12.070	12.758	5.7%
Espositori diretti esteri	2.507	2.596	3.6%
Visitatori totali	1.412.443	985.119	-30.3%
Visitatori esteri	111.435	128.951	15.7%

C) MANIFESTAZIONI ELIMINATE/NUOVE

Numero eventi	6	5	
Aree locate	91.407	32.711	-64.2%
Espositori totali	1.703	1.682	-1.2%
Espositori totali esteri	262	140	-46.6%
Espositori diretti totali	1.485	963	-35.2%
Espositori diretti esteri	193	64	-66.8%
Visitatori totali	308.622	60.399	-80.4%
Visitatori esteri	1.433	3.101	116.4%

ATTIVITÀ TOTALE

Numero eventi	158	149	
Aree locate	4.017.554	4.109.523	2.3%
Espositori totali	103.577	103.124	-0.4%
Espositori totali esteri	26.537	26.102	-1.6%
Espositori diretti totali	2.949	81.340	-1.9%
Espositori diretti esteri	17.555	16.928	-3.6%
Visitatori totali	10.921.905	10.465.118	-4.2%
Visitatori esteri	715.676	734.601	2.6%

Fonte: Elaborazioni Cermes Bocconi su dati Minindustria

Secondo il Censis il 75% delle medie imprese industriali italiane individua nelle fiere il principale strumento di marketing

La crescita dell'export esige incentivi alle fiere

Al pari degli "utensili" o degli impianti produttivi, lo strumento fiera necessita di meccanismi di incentivazione per supportare le aziende nel loro decollo verso l'internazionalizzazione

Quanto sia utile lo strumento fiera per l'attività di esportazione delle aziende italiane, le piccole e medie per prime ma poi le imprese tutte, è cosa nota. Le statistiche parlano chiaro: un recente studio del Censis (maggio 2002) riporta "che il 75,3% delle medie imprese industriali indica l'esposizione dei propri prodotti in fiera come uno dei principali (se non il principale) strumento di marketing utilizzato come veicolo per far conoscere i propri prodotti al mercato". D'altro canto esistono in Italia, e da anni, leggi fatte apposta per aiutare le imprese a decollare, a dispiegare le loro potenzialità, a conquistare quote di mercato, a mostrare "che cosa sanno fare" una volta a regime. Si tratta di leggi che defiscalizzano l'acquisto degli apparati produttivi (macchinari), oppure che consentono di dedurre dai redditi alcuni costi di investimento, appunto quelli che l'impresa sopporta nel suo cammino per "giungere a regime". La ratio di questi provvedimenti è evidente: la col-

lettività rinuncia a incamerare subito una certa quota di reddito in vista di una quota futura, più elevata, che deriverà dai risultati che quella rinuncia avrà reso possibile. Da anni sappiamo che le fiere svolgono, soprattutto per quanto concerne l'internazionalizzazione, la medesima funzione di un impianto produttivo: si presentano cioè quasi alla stessa stregua di un macchinario, dello strumento che servirà a portare a regime l'azienda. E questo processo non è supposto, ma verificabile in concreto: non si spiega altrimenti, infatti, il forte accrescimento dell'attività di internazionalizzazione delle fiere. Esse diventano simili a "piattaforme spaziali", capaci di portare in orbita, con la forza dei loro motori, i più sofisticati satelliti che saranno poi utilizzati da tutti per acquisire

informazioni e servizi. In modo particolare la Fiera del Levante, in linea con la stessa filosofia che l'ha vista nascere, sta dispiegando simili strumenti di contatto nell'area balcanica, che per vocazione culturale ed economica le è più affine. L'esempio più eloquente è la "Fiera del Levante in Albania", che ha richiamato a Tirana centinaia di espositori italiani, albanesi e di altre aree balcaniche e ha posto le premesse di una più ampia cooperazione fra le due rive. Altre iniziative sono nate in Macedonia e Romania, Libia e Tunisia, e stanno per nascere in Montenegro, Bulgaria e Grecia. In Italia questa attività è agli albori; però è fondamentale. Tutti i grandi Paesi si mostrano ormai ben saldi nella capacità di disporre di "piattaforme" di questa natura, e anche all'Italia converrà ade-

guarsi rapidamente. Come possa farlo è semplice: pareggiando lo strumento-fiera (cioè l'iniziativa fieristica rivolta alle aziende italiane che si svolge all'estero) al trattamento fiscale di una macchina utensile o di un sistema di produzione sofisticato. Si tratta, intendiamoci bene, di un'attività che già esiste, sia pure solo parzialmente e sia pure in maniera indiretta. Esiste nell'attività istituzionale dell'Ice, in alcuni interventi del ministero degli Esteri, in momenti importanti del sistema camerale. Quello che oggi Aefi chiede è che lo strumento-fiera possa essere considerato di "primo livello", che sia finanziabile con dotazioni proprie (ancorché rispondendo a certi termini e subendo controlli di efficacia) e che non debba passare attraverso limitazioni e concessioni altrui. Collocata così l'attività fieristica al centro e non nella periferia del sistema di incentivi all'export, sono certo che i risultati per il sistema Italia non tarderanno a vedersi.

Intervento di Luigi Lobbuono
Vicepresidente di Aefi

Tutela della salute pubblica e normativa antifumo: il mondo fieristico si interroga in un meeting di Aefi a Bologna

Fumo al bando: le fiere affrontano il problema

Nell'ambito dell'attività della Commissione per i Problemi Tecnici di Aefi, si è svolto presso BolognaFiere il meeting "Le fiere italiane e la normativa antifumo", promosso dal Coordinatore della Commissione, ingegner Giuseppe Fini, ed organizzato grazie al contributo dei componenti la Commissione stessa.

I relatori intervenuti sono stati: l'avvocato Petringa Nicolosi per gli aspetti legislativi, il professor Aronne Strozzi (procuratore generale Servizi Verdi srl) per gli aspetti organizzativi, l'ingegner Giuseppe Sermasi (di Im.tech sas) per l'applicazione sui luoghi di lavoro, l'ingegner Ennio Menotti (di Studio T.I. Soc. Coop a.r.l.) per gli aspetti impiantistici.

Il problema della tutela dei cittadini e dei lavoratori dalle insidie del fumo è ormai diventato di primaria importanza.

La legislazione. Le sigarette vengono messe al bando da tutti i locali pubblici. Il divieto di fumo è esteso a uffici, bar, esercizi commerciali, scuole, ristoranti, cinema, con le uniche eccezioni di locali privati non aperti a utenti e locali pubblici espressamente riservati ai fumatori.

Gli effetti. La normativa prevede:

- un anno di tempo per adeguarsi: dall'approvazione definitiva della legge bisognerà aspettare l'emanazione di un regolamento ministeriale da adottare entro sei mesi, dopo di che ci saranno altri dodici mesi di tempo per l'adeguamento dei locali e degli impianti;
- impianti ventilazione per tutti i locali pubblici: tutti gli esercizi e i luoghi di lavoro dovranno dotarsi di impianti per la ventilazione e per il ricambio d'aria multe fino a 2000 euro: per i proprietari dei locali dove il divie-

to non viene fatto rispettare ci sarà una sanzione dai 200 ai 2000 euro;

- gli "sceriffi" antifumo: saranno le regioni, assieme al governo, a stabilire come condurre gli accertamenti antifumo.

Le Fiere e lo stato di fatto. A oggi, in qualità di datori di lavoro le "Fiere" sono tenute ad apprestare le misure idonee a una adeguata protezione della salute dei lavoratori, applicando dispositivi e sistemi organizzativi atti a ridurre il rischio a una soglia talmente bassa da far escludere ogni rilevante pregiudizio per la salute dei non fumatori nei luoghi di lavoro.

Significativa la sentenza del Tribunale di Milano datata 1° marzo 2002 con cui il dirigente e il capo ufficio sono stati condannati per omicidio colposo della lavoratrice asmatica esposta agli effetti del fumo. Nella motivazione si legge: "...il datore di lavoro deve essere considerato responsabile della morte del dipendente, se non ha adottato tutte le cautele per evitare l'esposizione dello stesso al fumo passivo che abbia concorso a causare l'evento".

Analoghe considerazioni andranno applicate dalle Fiere alle aree nei padiglioni durante le manifestazioni. Andranno attuate misure antifumo capaci di tutelare tutti i soggetti coinvolti, risolvendo i problemi che nascono dalla gestione di una così ampia ed eterogenea superficie territoriale interessata, fatte salve le responsabilità dell'azienda Fiera per tutti i debiti controlli.

I relatori all'incontro di Bologna hanno effettuato ampi approfondimenti, trovando pieno gradimento dai numerosi rappresentanti delle Fiere associate intervenuti. Gli atti del Meeting verranno predisposti dalla Segreteria e messi a disposizione di tutti gli associati.

BolognaFiere. Enjoy your business.

Calendario 2003

Aprile - Luglio

Aprile

2 - 5 Fiera Internazionale del Libro per Ragazzi

3 - 6 Docet
Idee e materiali per l'educazione e la didattica.

11 - 14 Zoomark International
10° Salone internazionale dei prodotti e delle attrezzature per gli animali da compagnia.

Maggio

6 - 8 Lineapelle

6 - 9 Simac
Salone internazionale delle macchine e delle tecnologie per l'industria calzaturiera e pelletteria.

21 - 25 Autopromotec
Salone Internazionale attrezzature e assistenza ai mezzi di trasporto.

27 - 30 Obuv' Mir Kozhi* Mosca
Fiera internazionale delle calzature e dei prodotti finiti in pelle.

Giugno

6 - 8 Cosmofarma Exhibition
7ª Mostra internazionale di prodotti e servizi per la salute, il benessere e la bellezza in farmacia.

17 - 19 Fashion Shoe
Anteprima collezioni calzature medio-fine, fine e lusso, borse e accessori.

Luglio

27 - 30 Cosmoprof Nordamerica* Las Vegas

* Promosso da Fairsystem International Exhibition Services.

Più di un milione di visitatori professionali da tutto il mondo. Più di un milione di metri quadri espositivi.

E' BolognaFiere. Il centro fieristico straordinariamente vivace, completo di tutti quei servizi preziosi a chi fa business. Centro moderno, efficiente, che ogni anno cresce, per rispondere sempre meglio alle esigenze di espositori e visitatori. E attorno, Bologna. Città vicina al mondo, con il suo moderno aeroporto, lo strategico nodo ferroviario e la rete autostradale che portano direttamente in tutta Europa. Città che pulsa di vita, allegria, di cultura e divertimento. La città che ha insegnato al mondo l'arte di vivere. E ora anche quella del business.

 **BolognaFiere**

www.bolognafiere.it

Per potenziare il quartiere espositivo toscano 122 milioni di euro in un triennio

Fiera Firenze cambia volto

Gli interventi puntano al potenziamento della struttura ricettiva ed all'ampliamento e riqualificazione degli spazi espositivi. Il primo passo sarà una ricapitalizzazione della società di gestione del quartiere fiorentino

Il quartiere fiera di Firenze cambia volto. La Regione Toscana ha disposto, per il triennio 2003-2005, uno stanziamento di oltre 82 milioni di euro per finanziare i progetti di potenziamento dei tre poli toscani. In particolare la Giunta regionale ha previsto lo stanziamento di 61 milioni di euro solo per Firenze Expo & Congress, la società per azioni che gestisce Fortezza da Basso, Palazzo dei Congressi e Palazzo degli Affari, le tre strutture che, a pochi passi dal centro storico di Firenze, accolgono ogni anno 1.700.000 visitatori, operatori economici, ricercatori e studiosi di tutto il mondo. Questo intervento finanziario della Regione rappresenta solo il 50% degli investimenti programmati per Firenze Fiera.

Il piano di sostegno allo sviluppo dell'attività fieristica e congressuale prevede, infatti, il co-finanziamento, con un pari importo, da parte di soggetti privati ed altri enti pubblici di promozione economica, che porteranno, nel triennio, la disponibilità finanziaria a oltre 122 milioni di euro.

"Si tratta di un intervento economico significativo - afferma l'amministratore delegato di Firenze Expo & Congress, Pietro Marchini - che ci permetterà di migliorare e ampliare la nostra ricettività attraverso l'acquisizione di nuove strutture da destinare all'organizzazione di convegni e congressi e riqualificare, ampliandoli, gli spazi fieristico-espositivi. I progetti sono già pronti e possono essere realizzati in breve tempo, valorizzando ulteriormente il quartiere fiera di Firenze. Un insieme di strutture ricettive immerse nella storia di Firenze e in grado di offrire ai nostri ospiti scenari irripetibili. Le opere di Michelangelo e del Brunelleschi, gli Uffizi,

Palazzo Vecchio, il Battistero distano solo poche centinaia di metri".

Il primo intervento, già programmato, prevede una ricapitalizzazione delle società di gestione del quartiere fieristico fiorentino da parte dei soci, per un importo di circa 10 milioni di euro. Da qualche tempo Firenze Expo & Congress S.p.A. sta attendendo di poter ampliare la propria ricettività, in particolare per quanto riguarda l'attività congressuale. La costruzione, prevista per il 2004, di un nuovo e moderno centro congressi da oltre 2500 posti porterà la capienza ricettiva congressuale a quasi 5000 posti.

Attualmente il quartiere fieristico fiorentino dispone di 60 mila metri quadrati di superficie coperta, alla quale si aggiungeranno ulteriori 20.000 mq. nel prossimo triennio, portando così a oltre 80.000 mq. l'area espositiva.

"Il polo fiorentino - continua l'amministratore delegato Pietro Marchini - ha dimostrato di essere in grado di accogliere e gestire grandi eventi culturali e scientifici come il congresso europeo sui problemi della respirazione, che ha visto la presenza di oltre 16 mila medici e ricercatori o il recente Social Forum Europeo, che proprio nelle strutture della Firenze Expo ha trovato accoglienza".

La Regione Toscana è fortemente impegnata a valorizzare i propri poli espositivi, come ha voluto sottolineare l'assessore al turismo, Susanna Cenni.

"Complessivamente abbiamo stanziato quasi 83 milioni di euro, che dovranno produrre investimenti per 165 milioni di euro. La somma più significativa è riservata, ovviamente al quartiere fieristico fio-



Una veduta della Fortezza da Basso a Firenze

rentino, mentre ad Arezzo e Carrara andranno rispettivamente 25 e 18 milioni di euro. Siamo convinti che la valorizzazione del sistema espositivo regionale sia in Italia sia all'estero, possa contribuire anche alla crescita del nostro sistema produttivo regionale".

Una ricerca condotta dall'Irpet (Istituto Regionale per la Programmazione Economica della Toscana) sull'impatto economico dell'attività di Firenze Expo & Congress ha messo in evidenza alcuni dati significativi.

Firenze Expo & Congress S.p.A. ha un giro d'affari annuo di circa 18 milioni di euro. Le attività collegate, però, producono un fatturato complessivo di circa 384

milioni di euro e un valore aggiunto stimato attorno ai 250 milioni di euro.

L'attività di Firenze Expo & Congress S.p.A., quindi, rappresenta un volano economico in grado di innestare un moltiplicatore di ben 20 volte superiore al proprio fatturato. In termini occupazionali l'attività congressuale e fieristica vale circa 8.400 posti di lavoro nell'indotto. Anche dal punto di vista turistico il polo espositivo fiorentino esprime valori economici molto significativi: oltre il 70% dei partecipanti ai congressi, alle fiere, ai vari eventi, ospitati nel quartiere fieristico fiorentino ha pernottato in un albergo cittadino, producendo un fatturato indotto di circa 200 milioni di euro, pari al 22% della spesa turistica complessiva.

Fiera Bolzano diventata società per azioni

Dal 1° gennaio 2003 Fiera Bolzano è una SpA, una società per azioni aperta ai privati nonostante al momento il suo azionista principale - con circa il 62% delle quote - sia la Provincia Autonoma di Bolzano. Il nuovo consiglio di amministrazione della Fiera è composto da sette membri, due in più rispetto alla vecchia Giunta esecutiva. L'operazione si è resa necessaria per due sostanziali motivi: da un lato rendere la struttura più moderna e confacente alle esigenze del mercato; dall'altro conseguire un risparmio in termini fiscali reso possibile dal rispetto dei termini previsti dalla legge. La trasformazione ha consentito inoltre a Fiera Bolzano di adeguarsi alla normativa europea che da tempo richiedeva al nostro Paese la revisione di varie norme, sia statali che regionali, relative agli organi fieristici.

La novità si somma a un positivo bilancio per il passato esercizio. Con un fatturato aumentato da 1.982.000 euro nel 1992 a circa 5.700.000 euro nel 2002, l'attività di Fiera Bolzano costituisce un forte impulso per tutta l'economia altoatesina ed è segnata da un successo che conferma il suo storico ruolo di scambio tra il nord e il sud dell'Europa. Nel calendario delle mostre bolzanine figurano manifestazioni rivolte ai settori più importanti dell'economia locale: tecnologia alpina ed invernale, frutticoltura, agricoltura, edilizia e settore alberghiero. Nel corso del 2002 nel padiglioni fieristici di Bolzano si sono tenute anche alcune manifestazioni minori organizzate da terzi, ma la politica seguita da Fiera Bolzano è quella di organizzare direttamente tutte le più importanti manifestazioni presenti nel calendario, garantendosi così un'alta autonomia di gestione e un bilancio attivo.

Nel corso degli ultimi anni operatori economici e pubblico hanno dimostrato di aver apprezzato l'attività di Fiera Bolzano. E infatti i numeri sono molto eloquenti: dal 1991 in poi sono aumentati in modo costante il numero degli espositori (passati da 1.164 unità nel 1992 a 1.901 unità nel 2002), della superficie espositiva affittata (passata da 35.864 a 71.798 metri quadrati) e dei visitatori, che nel 2002 hanno raggiunto le 171.000 unità.

Nel calendario delle fiere organizzate da Fiera Bolzano nel corso del 2003 e 2004 figurano attualmente 12 manifestazioni e tre giornate d'acquisto che hanno luogo nello showroom center del Centro servizi.

Nel Centro servizi del quartiere fieristico bolzanino è ubicato anche un Centro Congressi nel quale, nel 2002, si sono tenute 158 manifestazioni tra congressi, seminari, convegni e tavole rotonde a cui hanno partecipato oltre 17.000 persone.

PadovaFiere, 2003 nel segno dell'innovazione

Innovazione sarà la parola chiave del 2003 per PadovaFiere che, rinnovate le strutture e avviato il processo di privatizzazione con la trasformazione da ente a Spa (l'effettiva vendita delle azioni ai privati è prevista entro la fine dell'anno) guarda al futuro con ottimismo integrando il suo calendario con ben cinque nuove mostre nell'area tecnologia: Inprinting, Fortronic, Webb.it, Bionova e Robocup e Robotica. Un fatturato cresciuto del 40% nel 2000, un'ulteriore impennata nel 2001 fino ad arrivare ai 18 milioni e mezzo di euro del 2002. Un percorso di sviluppo che testimonia il continuo miglioramento delle strutture e l'arricchimento del calendario fieristico che per il 2003 prevede 29 manifestazioni, sei delle quali internazionali. Il quartiere, con i suoi 155 mila i metri quadrati di superficie, può disporre di 1800 posti auto, di cui 700 coperti sotto i nuovissimi padiglioni 7 e 8.

Undici sale congressi completano l'offerta a disposizione degli espositori che nel 2002 sono stati quasi 11 mila, di cui 1138 esteri. I visitatori l'anno scorso sono stati complessivamente 716.711 di cui 119.044 esteri. Tornando agli appuntamenti dedicati all'innovazione tecnologica del 2003, si comincia a marzo con Inprintig, la nuova mostra - convegno sull' "electronic document printing" organizzata da Tecnoimprese e Asso.it, l'organizzazione dei fornitori di apparecchiature per l'IT; il salone ospita i maggiori produttori internazionali di hardware, stampanti, periferiche e apparecchiature di finishing di stampa. E' poi il turno a maggio di Fortronic - appuntamento dedicato alla componentistica, alla progettazione, alle attrezzature e alle macchine per la produzione elettronica - e di Webbit, la grande convention dedicata all'ICT che sviluppa all'interno dei propri spazi espositivi un articolato programma di seminari e workshop gratuiti. Giugno sarà il mese di Bionova, il forum dedicato allo studio delle biotecnologie e della bioingegneria e alla loro applicazione nel campo medico, farmaceutico e diagnostico. Altra novità dell'anno è infine Robotica, appuntamento dedicato all'automazione, alla robotica, all'intelligenza artificiale e alle loro applicazioni. Nello stesso periodo si terrà Robocup, il campionato mondiale di calcio disputato da robot che per la prima volta si giocherà in Italia grazie ad una partnership tra PadovaFiere SpA e la International RoboCupFederation. Non si tratta soltanto di un gioco, infatti questi sofisticati robot, frutto di ricerche scientifiche condotte da sei università italiane con il contributo del Cnr e del Consorzio Padova Ricerche, entro il 2050 saranno in grado di battere la squadra (di veri calciatori) che avrà vinto il Campionato del mondo.

Controlli fiscali degli accessi alle fiere

Caso Siae, anomalia tutta italiana

L'impropria ingerenza dell'ente pesa sulla capacità competitiva delle fiere italiane

La Siae svolge in Italia in ambito fieristico un ruolo che non le compete: in forza dell'imposta sugli intrattenimenti che colpisce anche l'attività fieristica, considerata di natura ludica probabilmente per una distrazione del legislatore, la Siae si trova a esercitare il controllo fiscale della gestione degli accessi alle manifestazioni e in esteso, il controllo della gestione amministrativa degli enti fieristici. L'anomalia di questo ruolo è già stata segnalata a più riprese agli opportuni referenti da Aefi, Cfi e Cft.

Ora il Comitato Fiere Industria, preoccupato degli effetti di questa situazione sulla concorrenzialità delle fiere italiane nel contesto europeo ha voluto accertare quanto accade in tre Paesi che sono rilevanti concorrenti fieristici dell'Italia: Germania, Francia e Spagna. Il Cfi ha chiesto all'ufficio di Bruxelles di Confindustria un esame delle competenze degli enti omologhi a Siae nei tre contesti in esame. Il risultato dei riscontri effettuati dimostra al di là di ogni dubbio la fondatezza dei rilievi degli operatori fieristici italiani. In nessuno dei tre Paesi esaminati è stato riscontrato un pote-

re di controllo analogo a quello esercitato dalla Siae. In Germania la Gema non ha alcuna delega finanziaria sulle fiere e d'altro canto ritiene inimmaginabile che tali controlli possano essere affidati ad altri enti privati. La francese Sacem percepisce i diritti collegati alla diffusione di musica in ambito fieristico, ma non è autorizzata in alcun modo ad esercitare controlli sulla biglietteria né le risultano altri analoghi organismi privati che svolgano tale funzione. Analogamente in Spagna la Sgae ha il compito di riscuotere i diritti d'autore in relazione all'utilizzo di opere d'ingegno in ambito fieristico, ma né la Sgae né altre società di gestione dei diritti d'autore - come la Vegap e la Cedro - hanno il minimo rapporto con i processi contabili delle manifestazioni.

L'anomalia del caso italiano, così definitivamente acclarata, emerge con tutta evidenza prima ancora che dai contenuti delle

risposte delle fonti consultate, dai toni evidentemente perplessi: a riprova del fatto che le domande fatte discendono da problematiche del tutto sconosciute nei tre Paesi analizzati. Questo giro d'orizzonte europeo ha dato ulteriore stimolo all'azione di Aefi, Cfi e Cft, impegnati a ottenere l'esclusione delle "mostre e fiere campionarie" dalle attività colpite dall'imposta sugli intrattenimenti. L'ambito per conseguire questo risultato è il decreto delegato di riforma dell'Iva, previsto dal collegato fiscale alla legge finanziaria 2002, licenziato in ultima lettura dalla Camera dei Deputati il 26 marzo 2003. In questa direzione si stanno concentrando ora gli sforzi.



Fiera Milano, Piergiacomo Ferrari nominato amministratore delegato

Il consiglio di amministrazione di Fiera Milano spa, riunitosi il 4 aprile per assumere le deliberazioni conseguenti alla nomina del presidente e Ceo Flavio Cattaneo a direttore generale Rai, ha accettato le dimissioni di Flavio Cattaneo dalle funzioni di amministratore delegato del gruppo, ringraziandolo per il prezioso contributo dato nel rinnovamento e rilancio di Fiera Milano.

Amministratore delegato è stato nominato Piergiacomo Ferrari, vicepresidente vicario di Fiera Milano spa, presidente e ad di Fiera Milano International (la società del gruppo che svolge l'attività di organizzazione di manifestazioni espositive) e presidente di Aefi. Il consiglio di amministrazione ha inoltre preso atto con piacere della decisione di Flavio Cattaneo di mantenere temporaneamente la posizione di presidente (senza deleghe operative) di Fiera Milano spa, allo scopo di garantire la transizione nell'assoluta continuità dell'azione di sviluppo della società, avviata con la creazione del gruppo Fiera Milano e la sua quotazione in Borsa. "Ringrazio i dirigenti, i quadri e i dipendenti tutti di Fiera Milano che hanno dato, e continuano a dare, il massimo per il successo del gruppo" ha detto Flavio Cattaneo. "Rimetto nelle mani del cda le mie deleghe in assoluta serenità, poiché il sentiero su cui abbiamo posto Fiera Milano è chiaramente tracciato e il suo cammino continuerà senza scosse. Lo garantisce del resto la nomina ad amministratore delegato di Piergiacomo Ferrari, che non solo mi è stato vicino fin dalla nascita di Fiera Milano spa, ma che è anche alla guida di una delle nostre più importanti controllate - Fiera Milano International - nonché uomo di lunga esperienza e di indiscusso prestigio nel mondo delle fiere. Lo garantisce ancora il solido management della società, che abbiamo di recente arricchito con nuove professionalità e che oggi presidia con la massima competenza tutte le funzioni operative".

Piergiacomo Ferrari è stato direttore generale e poi amministratore delegato di Federlegno Arredo, consulente strategico del Cosmit, l'ente organizzatore del Salone del Mobile, co-fondatore del Cfi (Comitato Fiere Industria). E' attualmente vicepresidente di Emeca (European Major Exhibition Centers Association).

Verona: il programma del nuovo vertice

Centralità del cda e alleanze strategiche con altre fiere sono le priorità indicate

L'ente autonomo per le Fiere di Verona ha un nuovo presidente, l'avvocato Luigi Castelletti, e un nuovo Consiglio d'amministrazione composto da Alberto Bauli, Camillo Cametti, Sandro Casali, Gianfranco Castellani, Stefano Cesari, Luciano Rossignoli, Paolo Simeoni e Claudio Valente. Si tratta delle nomine votate all'unanimità dall'assemblea dei soci che si è riunita in marzo.

In occasione del passaggio di consegne, il neo-presidente ha illustrato i programmi futuri del nuovo consiglio di amministrazione, sottolineandone innanzitutto il ruolo quale "momento centrale ed esclusivo per stabilire le strategie dell'Ente", cui spetta il compito di "aprire una stagione che faccia recuperare smalto e freschezza all'azione della Fiera, la cui situazione economica, sana e ben organizzata, permette di prendere varie iniziative. E' necessario, dal punto di vista interno alla struttura, recuperare tempi, processi e flessibilità che ci devono portare ad un traguardo comune e condiviso. L'Ente deve giungere ai risultati fissati come un'azienda di natura privatistica che ha un modo di pensare e operare finalizzato a dare risposte alle domande della clientela". Quanto all'atteggiamento verso l'esterno, lo "scopo primario", secondo Castelletti, "è quello di tutelare il patrimonio fieristico che abbiamo, proteggendo le manifestazioni principali su cui si regge la Fiera. Occorre assolutamente valorizzare la leva internazionale, cioè il processo di

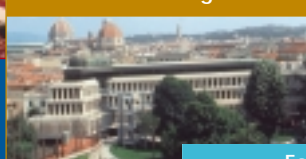
internazionalizzazione dell'Ente, attraverso il quale non solo possiamo conquistare quote di mercato all'estero, ma anche difendere e valorizzare le manifestazioni sul mercato domestico". Castelletti individua la strada "nello stringere alleanze con altri quartieri fieristici e nel governare la competizione, studiando esperienze di complementarietà tra strutture fieristiche, sia a livello regionale che nazionale e internazionale. Dobbiamo proporre la Fiera come uno strumento di attuazione delle politiche del governo regionale e statale, in un'ottica di trascinamento reciproco. Serve il massimo di raccordo con le istituzioni, salvaguardando e ottimizzando quanto la Fiera di Verona è riuscita a costruire negli anni". Nell'illustrare il proprio programma e le strategie aziendali, Castelletti ha anche affrontato due dibattute questioni: il trasferimento di Veronafiere al Quadrante Europa e la possibile privatizzazione. Sul primo punto la posizione espressa è che tale decisione dovrebbe essere la conclusione di un percorso serio e meditato, di cui valutare la sostenibilità economica. Solo alla fine di questo eventuale percorso si potrà esprimere qualcosa di certo, e non semplici opinioni o idee. Per quanto riguarda infine il tema della privatizzazione, Castelletti osserva che la questione, che compete ai soci, deve ancora essere discussa. Ritiene comunque si tratti di un'opportunità, anche alla luce delle indicazioni dell'Unione europea.

firenze  & congress

Palazzo dei Congressi



Palazzo degli Affari



Fortezza da Basso



Firenze Expo & Congress
Piazza Adua 1, 50123 Firenze, Italy
Tel. +39 055 49721 Fax +39 055 4973237
e-mail: info@firenze-expo.it
web-site: www.firenze-expo.it

ELENCO MANIFESTAZIONI ANNO 2003

MESE	DATA	MOSTRA
MAGGIO	22-24	PROMOTION EXHIBITION: Oggettistica aziendale
GIUGNO	19-22 27-29	PITTI IMMAGINE UOMO: Collezione di abbigliamento e accessori per uomo PITTI IMMAGINE BIMBO: Collezione di abbigliamento e accessori da 0 a 18 anni
LUGLIO	2-4	PITTI IMMAGINE FILATI: Filati e fibre per maglieria
SETTEMBRE	12-15 30 set. - 2 ott.	50° FLORENCE GIFT MART: Articoli da regalo e per la tavola, complementi di arredo PRATO EXPO: Tessuti per abbigliamento: Collezioni Autunno/Inverno
OTTOBRE	24-27 30 ott - 2 nov	FIRENZE BOMBONIERE: Collezioni articoli per bomboniere e per cerimonie SET - SALONE DELL'EDILIZIA E DEL RESTAURO: Materiali per l'edilizia
NOVEMBRE	8-16 20-25	TUTTO SPOSI: La fiera per sposarsi e per arredare la casa MADIA - SALONE AGROALIMENTARE: Prodotti enogastronomici

Lo scorso febbraio si è tenuta a Lipsia una seduta del Capitolo Europeo dell'Ufi (Unione delle fiere internazionali) alla quale hanno partecipato i rappresentanti di circa 30 fiere del nostro continente. Per il sistema-fiera italiano erano presenti Giovanni Colombo (Verona) e Corrado Peraboni (Milano), che del capitolo europeo è vice presidente.

La scelta della città tedesca non è stata casuale. Uno dei principali temi oggetto di discussione era infatti rappresentato dalle opportunità e dai rischi dell'allargamento a Est dell'Unione Europea. Una realtà, quella del sistema satellite dell'ex Unione Sovietica, che vede ancora una presenza piuttosto limitata delle maggiori fiere italiane. Il tema è stato sviscerato sia sotto il profilo delle trasformazioni derivanti dai processi di privatizzazione in corso sia con riguardo alle peculiarità di quei mercati e dei relativi strumenti fieristici.

E' emerso il quadro di un sistema europeo impegnato in un processo di profondo cambiamento e di delicata transizione. In Italia sono in corso gli epocali cambiamenti conseguenti anche, ma non solo, alla mutata legislazione nazionale e regionale. Alcuni quartieri fieristici hanno ormai abbandonato la natura di enti *border line* tra il settore pubblico e l'economia di mercato per divenire veri e propri soggetti privati. In un caso, ma non sarà l'unico nel prossimo futuro, lo strumento operativo di un sistema fiera (Milano) è approdato alla quotazione in Borsa.

Nulla di simile sta per ora interessando i competitors tedeschi che, nondimeno,

Le fiere europee impegnate in una delicata fase di transizione

In cantiere il nuovo statuto dell'Unione fiere internazionali

Al via il primo benchmark continentale sul sistema espositivo
Serve in Ufi una posizione comune delle fiere italiane



hanno dato il via a numerosi processi di riorganizzazione che, in alcuni casi, (vedasi Francoforte) paiono pensati anche alla luce delle recenti esperienze italiane. In altri Paesi modifiche statutarie più o meno profonde, il mutare degli

assetti azionari, le riorganizzazioni di gruppo stanno progressivamente riducendo le anomalie strutturali di un settore economico dalla rilevanza spesso sottovalutata da istituzioni ed analisti. Proprio in questo momento cruciale il

capitolo europeo dell'Ufi ha deciso di lanciare il primo benchmark sul sistema fieristico a livello continentale. Una trentina delle principali sedi fieristiche e dei principali organizzatori parteciperanno nel corso del 2003 a questo progetto. Nelle intenzioni dei promotori la partecipazione al benchmark renderà gli aderenti maggiormente consapevoli del proprio posizionamento competitivo e costituirà un prezioso strumento conoscitivo per far fronte alla aggressività dei mercati emergenti. Occorrerà però che gli indicatori, le metodologie di analisi e quant'altro utilizzato dall'istituto universitario di Colonia siano rispondenti a caratteri di chiarezza e flessibilità, stante le peculiarità di ogni singolo sistema nazionale. Basti pensare alla diversa incidenza delle mostre dirette (cioè organizzate dal proprietario o gestore del quartiere) nel sistema tedesco rispetto a quello italiano.

L'Ufi è impegnata anche in un'altra importante sfida: con ottant'anni di storia alle spalle, vede ora i propri associati impegnati in una profonda riflessione sul ruolo e l'utilità di una presenza trasversale e planetaria nel nostro campo di attività. Da questa riflessione e dalle conseguenti decisioni discenderà anche il nuovo statuto, che verrà sottoposto all'assemblea generale di ottobre a Il Cairo. Le fiere italiane dovranno arrivare a questi cruciali appuntamenti con una posizione comune, frutto della ritrovata capacità di coordinamento e dell'impegno di tutti i suoi rappresentanti in seno all'Ufi.

Ampliamento del network a supporto delle attività associative

Aefi sbarca sul web con un nuovo portale

L'Associazione Esposizioni e Fiere Italiane sarà presto su internet con un nuovo portale, pensato come strumento di lavoro al servizio delle fiere italiane e strumento di promozione e comunicazione dell'Associazione. Questa iniziativa rappresenta un ulteriore passo verso l'innovazione voluta dall'attuale dirigenza di Aefi, con l'obiettivo prioritario di aumentare i servizi reali offerti ai propri associati.

La soluzione è stata strutturata rispondendo alle specifiche esigenze individuate dal management dell'Associazione, quali il rafforzamento dell'immagine istituzionale di Aefi, l'incremento del livello dei servizi informativi erogati online agli associati, l'ampliamento del network di attori a supporto delle attività dell'associazione e lo sviluppo di nuovi servizi on line a valore aggiunto per gli utenti.

Il portale, progettato dalla società Speedlab di Napoli, centro di competenza per lo sviluppo e la personalizzazione di piattaforme tecnologiche Ibm, nasce con la precisa intenzione di diventare uno snodo strategico nelle attività di comunicazione interne ed esterne di Aefi, sfruttando le molteplici possibilità offerte dalle tecnologie più avanzate dell'Information and Communication Technology. Le funzionalità del portale riguardano in particolare:

- la promozione dell'immagine del-

l'Associazione e del sistema fieristico nel suo complesso;

- la rappresentanza degli associati;
- la promozione della crescita delle Human Resources del settore fieristico;
- il supporto all'internazionalizzazione del sistema fieristico italiano;
- la consulenza ed assistenza strategica, legale/fiscale, tecnica ed amministrativa.

Nel nuovo portale gli associati potranno trovare informazioni sulle attività di Aefi, analisi e studi sul settore fieristico, aggiornamenti sulla legislazione vigente di settore; potranno stabilire rapporti collaborativi volti all'internazionalizzazione dei prodotti fieristici italiani; scambiare pareri e opinioni su tematiche di carattere tecnico; promuovere le manifestazioni internazionali, nazionali e regionali; accedere all'offerta formativa volta alla qualificazione delle risorse umane.

Attraverso questo portale Aefi rafforzerà la propria immagine nel ristretto circolo delle grandi associazioni fieristiche internazionali, confrontandosi alla pari con realtà organizzative di altissimo livello quali quelle dell'Auma, Ufi, Abo, Iaem, Eeaa. Ma soprattutto, si metterà in grado di creare un processo di comunicazione bidirezionale verso i propri associati, rendendoli sempre più partecipi ed attivi attori della nuova realtà del sistema fieristico italiano.

Cultura fieristica in Accademia

Essere consapevoli della sfida lanciata dal nuovo millennio significa avere la capacità di adattarsi con estrema flessibilità ai cambiamenti, in un mercato dove la complessità e la competitività sono in continua crescita. In tale contesto non si può ignorare che la cultura aziendale si stia sempre più affermando come un vero e proprio asset. La cultura aziendale, e in particolar modo la cultura fieristica, è un insieme di conoscenze e di tecniche derivanti dall'esperienza concreta e affinate progressivamente con l'evoluzione del mezzo-Fiera. Per questo Fiera Milano ha sviluppato una serie di percorsi formativi innovativi rivolti agli operatori e agli utenti del settore, sia in Italia che all'estero. Questi percorsi formativi hanno trovato la loro sistematizzazione con la creazione dell'*Accademia Internazionale di Management Fieristico*, marchio autonomo di cui Fondazione Fiera Milano è titolare.

L'Accademia si articola su due livelli di formazione: una Scuola di high management, rivolta a neolaureati, con un programma didattico di alto profilo, e una Scuola di professioni fieristiche di livello intermedio (ad esempio per la formazione di hostess, traduttori, ecc.).

Le aree formative dell'Accademia sono:

1. Sviluppo nuove professionalità nel settore
2. Aggiornamento professionale e formazione continua
3. Trasferimento di competenze manageriali e tecniche in campo fieristico rivolto a organizzatori di fiere e/o gestori di quartieri espositivi in Italia e soprattutto all'estero
4. Formazione per le Pmi all'uso manageriale del mezzo fiera
5. Azioni di diffusione dell'importanza del sistema fieristico e iniziative volte alla divulgazione della "cultura fieristica".

I programmi 2003-2004 prevedono tra l'altro:

- Corso per esperti in marketing e management fieristici
- Master in management fieristico (in collaborazione con l'Università Bocconi)
- Corsi per aziende sull'uso dello strumento fiera
- Corso per personale tecnico fieristico
- Corso per hostess fieristiche



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 Pelsoni
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 Lobbuono
Segr. Generale Dr. Giovanni Tursi
www.fieradellevante.it
messaggi@fierdellevante.it
tel. 080/536611

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@fierafoggia.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. Emilio Sgarlata
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 Arch. Flavio Cattaneo
Amm. Delegato Dr. Piergiacomo Ferrari
Dir. Generale Ing. Marco Sogaro
www.fieramilano.com
fieramilano@fieramilano.it
tel. 02/4997.1

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
www.mostradoltremare.it
info@mostradoltremare.it
tel. 081/7258000

PADOVA FIERE S.p.A.

Padova
Presidente Ferruccio Macola
Amm. Delegato 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.

Pievestina 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@fierereggioemilia.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.p.A..

Riva del Garda
Presidente Alberto Bertolini
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@fieratrieste.it
040/9494111

E. A. PER LE FIERE DI VERONA

Verona
Presidente Avv. Luigi Castelletti
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 Pravettoni - **Sede Redazione:** Via Tiziano, 32 Milano - Via Tiburtina Valeria (S.S.5) Km 68,700 Carsoli (AQ) - **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 15/05/2003
Raccolta pubblicitaria coordinata da Aefi

VERONAFIERE

Orientamenti per il futuro

www.veronafiere.it



Viale del Lavoro, 8 - 37100 Verona - Italia - Tel. +39 0458 298 111 - Fax +39 0458 298 288 - info@veronafiere.it



Fiera *milano* International



FMI
FIERA MILANO
INTERNATIONAL



FIERA MILANO
EXHIBITIONS



Reed
Exhibitions

FIERA MILANO INTERNATIONAL: IL CALENDARIO DELLE FIERE *FIERA MILANO INTERNATIONAL: THE CALENDAR OF THE EXHIBITIONS*

ANNO 2003 / YEAR 2003

CHIBI&CART

17 - 20 Gennaio / 17th - 20th January

SALONE INTERNAZIONALE DEL GIOCATTOLO

17 - 21 Gennaio / 17th - 21st January

CHIBIMART Inverno / CHIBIMART Winter

17 - 20 Gennaio / 17th - 20th January

MACEF Primavera / MACEF Spring

31 Gennaio - 3 Febbraio

31st January - 3rd February

INFOSECURITY

12 - 14 Febbraio / 12th - 14th February

MEDICOMFORT

8 - 11 Maggio / 8th - 11th May

MIART

9 - 12 Maggio / 9th - 12th May

CHIBIDUE

6 - 9 Giugno / 6th - 9th June

CHIBIMART SUMMER BUSINESS

6 - 9 Giugno / 6th - 9th June

MACEF Autunno / MACEF Autumn

5 - 8 Settembre / 5th - 8th September

BIJOUX

5 - 8 Settembre / 5th - 8th September

IKME

16 - 20 Ottobre / 16th - 20th October

MIFED

9 - 13 Novembre / 9th - 13th November

VISUAL COMMUNICATION

14 - 16 Novembre / 14th - 16th November